

Липень, 2007

№08 (VII-MMVII)

Інформаційний вісник Федерації органічного руху України

У випуску:

Новини органічного руху України 1

Тема випуску: Органічний текстиль: зростання попиту 1

Міжнародні новини органічного руху 4

Новини з Європи 4

Новини з Австралії 4

Новини з Америки 5

Новини з Азії 6

Новини з Африки 8

НОВИНИ ОРГАНІЧНОГО РУХУ УКРАЇНИ

17 липня 2007 р. в рамках Діалогу Україна – ЄС з аграрних питань, відбулось чергове засідання Робочої групи з питань ринку зерна в Україні. Керівництво та провідні фахівці Міністерства аграрної політики України, Української зернової асоціації та ін. фахівці, за участю експертів ГДЕК, обговорювали стан збору врожаю в Україні в поточному році, перспективи функціонування внутрішнього ринку зерна та хлібопродуктів, можливості експорту зернових в новому маркетинговому році.

В ході зустрічі Голова Правління Федерації органічно-

го руху України Є.В.Мілованов наголосив на необхідності прийняття зваженого рішення задля підтримки виробництва та ефективного маркетингу українського органічного зерна.

Представники Єврокомісії Д.Менато та Л.Каразо підтвердили зростаючий в ЄС інтерес до органічного збижжя з нашої держави.

Червень-липень 2007 р. для учасників органічного виробництва в Україні традиційно став досить напруженим, так як в часі збіглись як початок збирання не самого щедрого цьогорі-

чного врожаю, так і переважна більшість чергових інспекторських перевірок уповноваженими сертифікуючими компаніями. В господарствах Одеської, Харківської, Херсонської, Полтавської, Тернопільської, Вінницької, Волинської, Івано-Франківської, Закарпатської, Львівської та ін. областей України представники сертифікуючих компаній з Нідерландів, Італії, Польщі, Швейцарії, Франції, Німеччини та інших країн здійснили інспекції щодо дотримання напими виробниками стандартів ЄС стосовно органічного виробництва.

Тема випуску

Органічний текстиль: зростання попиту

Ринок органічних продуктів у світі, як відомо, у вартісному виразі перетнув межу 40 млрд.дол.США. Прихильники органічного руху на планеті користуються вже не лише тезою «Я – те, що я їм», але й «На мені та навколо мене лише те, що корисно та безпечно для мене та навколишнього середовища». Директор Soil Association Хелен Браунінг каже: «Люди стали звертати увагу на те, чим вони при-

кривають власну шкіру майже настільки ж вибагливо, як і на те, що вони їдять. Вони все більше непокояться з приводу того, що при вирощуванні багатьох волокон, використовуються неймовірна кількість пестицидів (в т.ч. при вирощуванні бавовнику використовується 11% загального щорічного споживання пестицидів на планеті!). Більшість агрохімікатів є алергенами не лише для працівників на

полях, але і для користувачів виробленого текстилю».

Так звані блага сучасної цивілізації з кожним роком колосально збільшують кількість алергічних захворювань, особливо серед дітей. Одним з доказів того, що споживачі намагаються знаходити альтернативу, є те, що відомі магазини дитячого одягу «Green baby» відкривають свої двері не лише у Великій Британії, а і в Китаї.





Органічний одяг крок за кроком стає основним напрямком індустрії - провідні торгові мережі Європи схвально реагують на зростаючий попит своїх споживачів. Marks & Spencer, Topshop, H&M, Tesco – ось короткий перелік відомих компаній, які вже активно включились в бізнес органічного одягу, а відомі актори Sienna Miller та Scarlett Johansson негативно висловлюються проти торгових марок, які асоціюються з неетичними практиками виробництва. Органічна бавовна – вирощена без застосування агрохімікатів та штучних фарб - виробляється в більш як 22 країнах і лише в одній Великій Британії більше 450 фірм пропонують вироби з органічної сировини.

Прогнозується, що з 2006 по 2008 р. брендовий та оптовий попит на вироби з органічної бавовни буде

зростати з щорічним темпом приросту 110 %, - запевняє Organic Exchange, пояснюючи це тим, що компанії продовжують впроваджувати довготермінові заходи для збільшення використання органічної бавовни і все нові бренди та оптові торговці поповнюють ряди учасників цього ринку.

Organic Exchange та Ecotextile News стверджують, що п'ятьма брендами, які найбільше використовували органічну бавовну в усьому світі в 2005 р., були (по порядку, в кількісному виразі) – Nike, швейцарська Coop, Patagonia, німецька Otto та Sam's Club/Walmart. Крім того, в тому ж році було ідентифіковано більше 30 компаній з програмами зростаючого попиту на органічну бавовну, - повідомив журнал Ecotextile News. Hennes&Mauritz (друга в Європі за обсягами продаж

рітейлорська компанія) вперше почала використовувати органічну бавовну в 2004р., коли близько 5% сумішей волокон використовувались майже в усьому дитячому одязі з Туреччини, хоч, на той час, і без спеціального маркування. Після використання 5 тонн органічної бавовни в 2004 р., роком пізніше використання сягнуло 50 т - після започаткування нової колекції з дизайнером Stella McCartney, яка наполягла на тому, щоб принаймні одна сорочка в лінії була пошита з 100% органічної бавовни.

Однак, при цьому, як свідчать нещодавно оприлюднені дані швейцарської текстильної групи Oerlikon Saurer, на органічну бавовну все ще припадає менше 1 % обсягів бавовни, що виробляється в світі, що відповідає 25,4 млн.т в сезоні 2006/07 рр.

Табл. 1. Виробництво органічної бавовни в світі

Виробництво органічного волокна	2006-2007 рр.	2005/2006 рр.	Ріст, %	% до загального виробництва
Середній Схід (Туреччина, Ізраїль)	20.722	10.560	96,23	41,48%
Півд.-Сх.Азія (Пакистан, Індія)	18.066	11.483	57,32	36,16%
Китай	2.824	2.532	11,54	5,65%
Інші країни Африки	3.048	1.781,54	71,11	6,10%
Півн.Америка (США)	1.918	2.512	-23,65	3,84%
Лат.Америка	2.276	1.260	80,66	4,56%
СФА зона Африки	640	446	43,32	1,28%
Півн.Африка	252	240	5,00	0,50%
СНД	150	60	151,00	0,30%
ЄС, Центр.Європа	59	0	-	0,12%
Центр.Америка	0	0	0	0
Сх.Азія та Австралія	4	0	-	0,01%
Загалом (мт)	49.959	30.874	61,81	100%

Organic Exchange прогнозує зростання загальних сум продаж органічної бавовни до US\$ 2,6 млрд. до кінця 2008 р., відображаючи 116 % темпів щорічного приросту. В 2008 р. очікується зростання попиту переробників на органічну бавовну до 99.662 мт., що відповідатиме середньому щорічному темпу росту 75 %. В 2006р. Н&М спожила 30 т органічної бавовни, а до кінця липня 2007 р. – для своїх колекцій вже змішала 160 т волокна. Н&М прийняла рішення при реалізації своєї програми "органік" мати не менше 95% органічної бавовни в усіх тканинах.

Споживач не може, лише глянувши на продукт, визначити, чи є він органічним. Споживач інколи хибно думає, що, якщо він платить більше за текстиль, то це є гарантією того, що він купує дійсно безпечний, органічний продукт. Але, так як ринкові ціни на ці продукти зазвичай вищі, значно більший ризик можливих шахрайств.

Досвід підтверджує, що має бути незалежна гарантія того, що споживач отримає справжній якісний органічний продукт, а виробник – нефальсифіковану органічну сировину. Така гарантія в формі інспекцій та сертифікацій об'єктивними незалежними сертифікуючими акредитованими компаніями, стає запорукою розвитку самого органічного ринку: збільшення як попиту, так і пропозиції.

Для того, щоб продукція з бавовни, льону, коноплі, хутра, шовку чи іншого текстилю могла маркуватися як "сертифікована орга-

нічна", мають бути проведені інспекції силами згаданих компаній.

Під час інспекцій, які проводяться принаймні раз на рік, здійснюється:

- опитування відповідальних осіб;
- інспекція господарства, в т.ч. сільськогосподарського устаткування, будівель та складських приміщень. Сільгоспкультури та поля інспектуються щодо забезпечення ґрунтів мінералами, методів захисту рослин;
- перевірка на фабриці: походження отриманої сировини, інспекція складування, методів переробки і т.п.;
- аудит документів для кількісної перевірки виробництва;
- відбір зразків для аналізів щодо можливого хімічного забруднення. Стандарти для органічного виробництва текстилю, якими вони керуються, передбачають, що дозволено (а що ні) на кожній виробничій стадії, при цьому приймається до уваги:
- стадії підготовки (очистка, відбілювання і т.п.);
- фарбування;
- всі стадії виробництва кінцевої продукції;
- вимоги до кінцевого продукту;
- пакувальний матеріал.

Кожна компанія дотримується зобов'язань перед суспільством: забезпечення чистоти вод, в т.ч. стічних, якості, чистоти прибирання приміщень, медичного догляду та іншого, передбаченого законодавством.

Не викликає сумніву, що найближчим часом хвиля зростаючого попиту на органічний текстиль, не дивлячись на його вищу ціну, торкнеться і України. Однак логічним було б при цьому, звісно, залишатись не лише в пасивній позиції споживачів високоякісної продукції. Україна, зважаючи на свій досвід, могла б стати вагомим виробником органічного текстилю, перш за все, з льону та коноплі. Адже органічна конопля здатна замінити конвенційну бавовну у виробництві текстилю та підвищити частку органічного текстилю в загальному обсязі текстильного виробництва. Так як конопля може рости до 5 м, даючи високий урожай волокна, ця культура, безперечно, могла б забезпечити текстильну промисловість достатньою кількістю сировини. При цьому при вирощуванні коноплі не обов'язково потребуються мінеральні добрива чи хімічні засоби захисту рослин, зважаючи на швидкість росту цієї культури, при умові правильних сівозмін.

На жаль, доведено, що конвенційний шовк також може бути алергеном, що викликає тяжкі захворювання, зокрема астму та риніти. Часто алергії пов'язані з харчуванням шовкопрядів та умов вирощування шовковиць та дубів, листям яких вони харчуються. Виробництво органічного шовку в Україні також могло б, безумовно, вдихнути нову енергію в депо занебане шовківництво нашої держави.



МІЖНАРОДНІ НОВИНИ ОРГАНІЧНОГО РУХУ

ЄВРОПА

Перші органічні супермаркети в Швеції



В березні 2007 р. перші два органічних супермаркети відкрито в Швеції. Органічний ринок в цій скандинавській країні бурхливо розви-

вається з темпом росту майже 25 % в 2006 р. Однією з передумов цього є рішення уряду щодо того, щоб довести частку органічних продук-

тів у громадських закладах (лікарнях, школах і т.п.) до 15%.

Бельгійський міністр відкрив нову фабрику ECOVER у Франції

В травні 2007 р. Міністр охорони навколишнього середовища Бельгії Бруно Тоббак відкрив нову екологічну фабрику Ecover біля Boulogne-sur-Mer на півночі Франції.

Ecover, лідер у сфері розвитку та виробництва екологічних миючих засобів, збудував нову фабрику, щоб розширити своє виробництво для задоволення постійно

зростаючого попиту. Компанія з цією метою інвестувала більше 10 млн. Євро. 40% всіх інвестицій було спрямовано лише на одні додаткові екологічні заходи.

Зелене світло для «еко-фабрик» MARKS & SPENCER



Найбільша у Великобританії торгова мережа одягу Marks & Spencer заявила про початок розвитку своїх перших трьох власних «еко-фабрик» з надійними довготерміновими партнерами-постачальниками з Шрі-Ланки та Північного Уельсу, які будуть карбон-нейтральні, використовуватимуть відновлювані види енергії та стануть переважно безвідходними. Їх можливості включати-

муть «зелений дах», зроблений з рослинності, можливість збору дощової води, стиснуті стеблини рису для стін-перегородок та використання сонячного світла для освітлення виробничих приміщень. Журнал Ecotextiles інформує, що на цих фабриках буде максимізовано використання екологічних матеріалів, таких як шерсть, органічна бавовна, перероблені поліестрові волокна та

FSC-прийнята деревина для виробництва меблів. Починаючи з осені 2007 р, компанія розпочне продаж нового трикотажного чоловічого та жіночого одягу, зробленого з переробленого поліестеру. Замість нафти, для його виготовлення Marks & Spencer використовує пластикові пляшки, так для виробництва пари штанив – необхідно 14 таких пляшок.

АВСТРАЛІЯ

Органічною мериносовою вовною цікавляться



Зростаюча зацікавленість у використанні екологічно безпечних матеріалів для виробництва одягу, безперечно, торкнулася і вовни. Хоч виробництво органічної вовни знаходиться ще на ранній стадії, однак в найближчому майбутньому прогнозується збільшення його обсягів, щоб задовольнити зростаючий попит.

У травні 2007р. найбільший

продаж органічної вовни було здійснено компанією Elders Ltd. у Мельбурні. І, хоча, органічно вирошена вовна становить лише 1% від загального обсягу виробництва, продаж показав, як багато фірм зацікавлено у виробництві одягу з екологічно безпечних матеріалів.

По аналогії з Австралією, Аргентина та Нова Зеландія теж розпочинають виробни-

цтво органічної вовни. Великий попит на таку продукцію спостерігається з боку переробників США та Великобританії, хоча значною перешкодою цьому все ще залишається відсутність постійних джерел поставок.

Нещодавно представники британської фірми Marks&Spencer відвідали Австралію з метою вивчення можливості закупівель орга-

нічної вовни. Фірма оголосила свій «еко-план», який, зокрема, передбачає пропозицію своїм споживачам одяжі, виробленої з органічної бавовни, льону та вовни. При цьому вовна не лише отримується в результаті екологічно дружніх технологій, але й дає додаткову цінову премію вівчарям. Разом з представниками Marks & Spenser їздили також фахівці фірми Ferney Spinning, яка безпосередньо пряде вовну для одягу Marks & Spencer. Вони відвідали вовняний центр Dubbo на заході Нового Південного Уельсу, переконавшись, що можна організувати постачання так, щоб органічна вовна безперервно відвантажувалась переробникам в достатніх обсягах для втілення їх планів. Інші виробники одягу з вовни слідом за Marks & Spencer відвідали Австралію, щоб

з'ясувати практику виробництва та реалії мериносової вовни, при цьому один з експертів зауважує, що розвиток тільки розпочався і чи стане органічна вовняна індустрія прибутковою при такому попиті, в значній мірі буде залежати від розвитку ліпшого постачання. Можливість задовольнити попит визначить прибутковість органічної вовни на перспективу. В Австралії з 2001 р., з метою створення механізму продажу та забезпечення умов подальшого розвитку виробництва органічної вовни, працює консультативна група «Органік для сільської Австралії» (ORA). Її управляючий директор Jamine McClure каже: "Наша консультативна група, у співробітництві з Geoff Redden, менеджером Elders Ltd Premier і Certified organic wool та AOC, забезпечує проведення сертифікації

та оформлення всіх необхідних документів для того, щоб вовна могла реалізовуватись на організованому міжнародному органічному ринку." Споживачі мають знати, що органічний продукт, який вони придбали, справді є таким і що є чітке визначення того, що означає сам термін "органік". Шарлатани та проїдливці, що втерлися в бізнес з метою «відірвати» премії, що платяться додатково за органічні продукти мають бути викриті належним чином, щоб всі ми були впевнені в якості пропонованих продуктів. Фабриканти, які відвідували Dubbo, для вірності перевіряли, що вівці-мериноси дають дійсно чудову вовну, коли вони утримуються в органічних умовах і що сертифікація відповідає вимогам прийнятих міжнародних органічних стандартів.



АМЕРИКА

США: HANNAFORD «зеленіє»

Hannaford Bros. — компанія з Нової Англії, що має 159 супермаркетів, на полицях яких постійно знаходиться принаймні 1.400 органічних продуктів, включаючи 90 нових товарів, які додаються щомісяця, - повідомляє The Patriot Ledger. Органічні продукти розташовані по-

ряд з своїми конвенційними аналогами, виділяючись жовтим маркуванням "органік" та відповідними знаками.

Зовсім нещодавно ця компанія стала першою регіональною мережею супермаркетів, яка була сертифікована як органічний оптовий

торгівець провідною моніторинговою групою Quality Assurance International (QAI) з Сан Дієго. "Для них це можливість йти слідом за Whole Foods, чий клієнти вже пізнали переваги органічних продуктів", - повідомляє Griffin Report.



Органічний текстиль з Перу

В Перу прикладають зусиль як для поліпшення рівня життя індіанців, так і задоволення зростаючого попиту на органічний текстиль. Компанія Peru Naturtex Partners створена як вертикально інтегрована компанія, що виробляє органічні волокна з бавовни та альпа-

ки. Більше 125 різних видів органічних текстильних виробів, включаючи пряжу різної якості, тканини, одяг різних фасонів, ваги та якості, виробляється цією компанією на замовлення покупців з широкого кола країн Європи та Америки. Naturtex, продовжуючи

найкращі тисячолітні текстильні традиції свого народу, стала першою компанією такого роду на американському континенті, яка сертифікована, як organic (SKALom), так і Fair Trade (FLO CERTom).

АЗІЯ

Китайські банки бойкотують забруднювачів навколишнього середовища



Китайські банки будуть відмовляти в кредитах тим підприємствам КНР, які забруднюють навколишнє середовище та не економлять енергетичні ресурси. Підприємства та компанії, що викидають в атмосферу шкідливі речовини та неекономно ставляться до енергоресурсів, будуть занесені екологічними відомствами до чорних списків, які стануть основою для відмови при спробі отримати банківські кредити. Згідно з вимогами уряду, за-

вдання по складанню чорних списків покладена на Державну адміністрацію КНР з питань охорони довкілля. Потім ці списки будуть передаватись в Народний Банк Китаю (центральный банк країни), а також до Китайської комісії по регулюванню діяльності банків. Врешті речт, підприємства, що не пройшли екологічну перевірку або порушують правила екологічної безпеки, будуть позбавлені права отримати кредит в будь-якому бан-

ку чи іншій фінансовій установі Китаю. Заступник директора держадміністрації КНР з питань захисту навколишнього середовища, Пань Юе, заявив, що до чорного списку вже потрапило 30 компаній, діяльність яких наносить шкоду довкіллю. "Адміністративні заходи не можуть запобігти погіршенню екологічної ситуації в Китаї, тому потрібно застосовувати ще й економічні важелі", - відзначив товариш Пань.

Пошук «чистих» килимів



Килими часто викликають алергію, більшість з них виробляється з нафтопродуктів, однак на сьогодні для них існує хороша альтернатива – від звичайних виробів з натуральної шерсті, в т.ч. з органічної, до такої незвичайної продукції, як соєві килими австралійської компанії CustomWeavy. Це перший в світі соєвий килим, виготовлений з відходів сої. Такий дивоклим з'явився на світ завдяки співпраці виробника текс-

тильної продукції Frank Ricco та вченого з Шанхаю Li Guanqi. Останній, після тривалих років вивчення та формулювання, реалізував процес переробки соєвих відходів на волокна. Компанія, що виробляє цей продукт, зазначає, що його склад, більш за все, схожий на комбінацію кашеміру, вельвету та альпаки. Невеликим недоліком є те, що орієнтовна ціна такого диво-килима становить \$650 за квадратний метр.

Як і більшість продукції, зробленої з сої, ці волокна виробляються з відходів, що залишаються після обробки бобів. Лише в Китаї виробляється близько 14 млн. тонн соєвих бобів щороку. Після виробництва соєвих продуктів та олій, залишається багато відходів, які раніше зазвичай згодовували тваринам або викидали, тому цей продукт дійсно можна назвати продуктом нового циклу.

Органічні текстильні вироби на турецькому базарі



Популярний базар органічної продукції на площі Feriky-Sisli пропонує альтернативу перегляду суботніх ранкових мультфільмів та поглинанию купи «здорових» інгредієнтів. Він функціонує щосуботи, відсвяткувавши в липні 2007р. свою першу річницю. Ідея створення такого базару та її реалізація – заслуга Асоціації органічного сільського господарства Bugday. Сертифікована продукція (овочі, фрукти, яйця, мед, оливкова олія, рис, сушені овочі та фрукти, чай, соки, навіть ор-

ганічна косметика) доставляється сюди з різних куточків Туреччини. Розпочавши свою роботу як шестимісячний проєкт, базар швидко здобув популярність серед мешканців Стамбулу та став «основною подією суботи». Місцева влада також підтримує функціонування базару. Найближчим часом серед товарів на ринку з'являться текстильні вироби. Не забули і про дітей – тут для них обладнані ігрові майданчики з пісочницями, дерев'яними іграшками, які перебувають

під постійним наглядом, щоб батьки могли не відволікатись від свого «шопінгу». В центрі Стамбулу знаходиться досить цікава наукова лабораторія, яка готова прийняти молодих невтомних «розумників»: Deneme Bilim Merkezi. Досліді та експерименти показують як працює мозок, як сприймається поняття часу, вивчається наша планета, – одним словом, робиться все, щоб зацікавити дітей, і їм тут значно цікавіше, ніж у школі.

Бум виробництва органічної бавовни в Індії

Індія може перегнати Туреччину та стати найбільшим виробником і постачальником органічної бавовни та текстильної продукції, виготовленої з популярного тут «екологічно друж-

нього» волокна, інформує журнал Ecotextile News.

В країні близько 175 тис. га зайнято під виробництвом органічної бавовни, а її виробництво сягає майже 20 тис.т., тому фак-

тично кожна велика текстильна фабрика в Індії планує виробляти принаймні невелику кількість органічного текстилю для його послідовного експорту.

Філіппіни: все для модного органічного текстилю

Навколишнє середовище, природи все ще безпосередньо впливають на моду. Індустрія моди вносить свою частку в збереження планети в умовах загрозливого глобального потепління.

У світових столицях моди останнім часом організовувались різноманітні заходи на підтримку «екологічно дружньої» моди - покази, конкурси та виставки, зокрема, наймасштабнішими з яких стали: показ "Мода в моїй природі" в Парижі, кампанія "Чи Зелений – це Новий Чорний?" в Лондоні та тиждень «зеленої» моди в Бразилії.

Під час нью-йоркського тижня "Велосипедом на роботу", дизайнерів спонукали створювати одяг, який би однаково добре виглядав як під час їзди на велосипеді, так і на роботі, з тим, щоб, не позбавляючи одяг стилю, можна було зручно почуватися на велосипеді.

Stella McCartney створює взуття та сумочки з нешкіряних матеріалів та шкірозамінників, наприклад ультра замші. Аналогічно діють і такі відомі виробники як Bottega Veneta, Dior та Paul Smith.

Anya Hindmarch створила сумочку з невідбіленої бавовни. Louis Vuitton побудував товарний склад, який живиться за допомогою геотермальної енергії, яка, в свою чергу, виробляється за допомогою сил дощу та стічних вод – це повністю відповідає найжорсткішим стандартам у Франції. Остання модель упаковки у Vuitton зроблена з картонних ящиків з оригінальними шкіряними деталями, - компанія сподівається, що споживачі будуть їх берегти та довго використовувати.

На Філіппінах проводились різні заходи по сприянню використання органічного шовку, бамбуку, тканих матеріалів Abel Poko. Однак, на жаль, такі матеріали ще не знайшли підтримки у виробників та не ввійшли до основної течії моди.

Дизайнер Jean Goulbourn із Silk Sosoop відзначає, що їхня економіка ще не може дозволити собі таких дорогих матеріалів як органічна бавовна та шовк - на Філіппінах не вирощується багато бавовни та немає комерційних фабрик по переробці бавовни, а місцеві ресурси видів та обсягів бавовняних тканин дуже обмежені.

Трикотажний дизайнер Lulu Tan-Gap вважає, що еко-мода можлива, але її дуже складно поширити. Будь-що органічне завжди є дорожчим за свій синтетичний замінник. Пересічний споживач не може жити, наприклад, без пластику, який коштує значно дешевше.

Філіппінська модна індустрія, на жаль, дуже залежить від імпортованих товарів, які закупляються купкою трейдерів, у яких в голові лише гроші. Для будь чого, що не шкодило б довкіллю, важливим є наявність місцевих матеріалів. Але для цього фермерам потрібне значне фінансування з боку приватних груп чи влади. Так як у влади свої пріоритети, більшість органічної продукції виробляється дрібними фермерами, які, з огляду на об'єктивні фактори, продають свій урожай дорожче.

Для приватного підприємства, щоб брати участь у «зеленій моді» ключовим моментом є забезпечення достатнього попиту. Ймовірно, за кілька років інформування та навчання, ринковий попит зросте. Лише тоді можна буде стати учасником масової тенденції «зелена мода».



Органічні проекти bioRe розвиваються

Ріст проектів bioRe в Індії вважає, однак зараз вони демонструють нові підходи до умов співпраці та контролю за роботою 7.700 органічних фермерів бавовнярів в Індії (в т.ч. 2.700 лише за останній рік!) та 1.700 фермерів в Танзанії, - повідомила НДО «Органічний обмін».

Швейцарська компанія Remei AG розпочала свій перший

органічний бавовняний проект bioRe India Ltd в 1991 р. і вже в 1994 р. було почато наступний проект bioRe в Танзанії.

З того часу ріст постійно був динамічним - організовувались як супутникові проекти, де фермери обговорювали органічні методи під час регулярних візитів агроконсультантів bioRe. Покращення роботи послідов-

ників генерується центральним проектом, який все більше розвивається як компетентний центр органічного сільського господарства.

Підтримка фермерів через Асоціацію bioRe зробили новий фокус на місцеві громади, започаткувавши великий соціальний проект в Індії – Мобільний Центр Здоров'я.



АФРИКА

Зростання органічного виробництва оливок у Тунісі



Наприкінці весни 2007 р. в Тунісі, з метою подальшого підвищення ефективності органічного виробництва та інформування фермерів про перспективи цього ринку, був проведений колоквиум, – повідомляє Ridha Bahlous з AllAfrica. Район Нефза має великий природний потенціал: відносно великі площі лісу, вигідні зернові культури, тут виробляють мед, ефірні олії (понад 3 т. на рік), а також корок (1 000 т. на рік).



Модний бренд – спонсор проекту органічної бавовни

Торгова марка Edun Apparel з Дубліна оголосила про створення проекту для розвитку виробництва органічної бавовни в Африці. Conservation Cotton Initiative (CCI), створена спільними зусиллями компанії Edun та The Wildlife Conservation Society (WCS), сьогодні вже працює з господарствами Мадагаскару, Уганди та Замбії над організацією безпечного для довкілля фермерства. Його метою є покращення життя виробників органічної бавовни в Африці. Особливо звертається увага на саме органічне виробництво та методи переходу



до нього. Планується, що обсяг виробництва органічних фруктів буде збільшуватись у Testour, Djebba та в Thibar. Площа під органічні оливкові дерева для столових оливок має збільшитись на 500 га (приблизно 750 т. продукції), а під дерева для виробництва олії – на 1500 га (близько 400 т продукції). В районі Нефза її збільшать у шести регіонах, загальна площа яких – 22 тис. га (з яких 21 тис. га –

ліси). Спочатку це зроблять у Ouchtata, Tabouba, Ezzouaraa та Cap Nigro. Регіональна стратегія розвитку органічного виробництва базується на кількох «китах», головним з яких є розуміння зацікавлених фермерів. Наступний – диверсифікація продукції та її розширення, особливо в господарствах, де вирощують фрукти, ефірні культури. І, нарешті, – розвиток органічного тваринництва.

до нього.

Починаючи з 2007 р., проект діятиме протягом наступних 3 років, за які прогнозується зростання виробництва органічної бавовни та доходів фермерів з одного боку, та покращення захисту довкілля з іншого. До проекту долучились місцеві органи влади, меценати, НДО та інші, хто причетний до виробництва органічної бавовни в цих трьох стратегічних країнах.

Проектом керує Ali Hewson, дружина британського рок музиканта Vono. Вона заявляє, що вже продано понад мільйон

футболок LIVE фірми Edun. Із поля, де вирощується бавовна, до виробництва тканини і самого місця остаточного виробництва одягу, всі футболки LIVE виробляються виключно в Африці. Вони - на 100% з органічної бавовни.

З початку реалізації ідеї в 2005 р., кількість країн, де шиться одяг, зросла з однієї (Лесото) до чотирьох – ще і Уганди, Танзанії та ПАР. Волокна виробляються в Уганді, Танзанії, ПАР та на о. Маврикій, а бавовна-сирець вирощується у різних країнах Африки.

При підготовці Вісника були використані матеріали:

<http://www.bharattextile.com/newsitems/2005264> <http://mojo.calyx.net/~olsen/HEMP/IHA/ih02109.html>
<http://www.bharattextile.com/newsitems/2005192> http://www.ecotextilenews.com/news_details.php?id=644
http://www.ecotextile.com/news_details.php?id=596 http://www.ecotextile.com/news_details.php?id=590
http://organicgardens.suite101.com/article.cfm/organic_merino_wool www.ecotextilenews.com
http://hautenature.blogspot.com/2007_04_01_archive.html <http://www.bio-markt.info/>
<http://www.agra-alliance.org/news/pr061407.html> http://www.ecotextilenews.com/news_details.php?id=643
http://www.gourmetretailer.com/gourmetretailer/search/article_display.jsp?vnu_content_id=1003599516
<http://www.bharattextile.com/newsitems/2005658>

**При використанні матеріалів, посилання на Інформаційний вісник
Федерації органічного руху України обов'язкове!**

Федерація органічного руху України

вул. Госпітальна, 12, оф.412,
м. Київ, 01001, Україна,
тел./факс: (044) 234-00-54
E-mail: ofu@organic.com.ua