

INTERNATIONAL CONFERENCE

on the **organic sector** development
in **Central / Eastern European**
and **Central Asian countries**



April 10 – 12, 2008

Pre-Conference Proceedings

With presence of



Supported by



Ministry of
Agricultural
Policy of
Ukraine



PPP project



With participation of



AVALON Network

Organizers



ORGANIC FEDERATION
OF UKRAINE

**Organic Federation of
Ukraine**

Hospitalna St. 12, Office 412
Kyiv 01001, Ukraine
Тел./Факс: +380 (44) 234 00 54
E-mail: ofu@organic.com.ua
www.organic.com.ua

Organic Services GmbH

Landsbergerstr. 527
81241 München
Tel.: +49 (0) 89 820759 01
E-mail: [info@organic-
services.com](mailto:info@organic-services.com)
www.organic-services.com



**National Agricultural
University of Ukraine**

15 Geroiv Oborony Str., Building
No.3
03041, Kyiv, Ukraine
Тел./Факс: +38 044 527 88 54
E-mail: rektorat@nauu.kiev.ua
www.nauu.kiev.ua



Организаторы конференции благодарят спонсоров
Organizers of the Conference thank all Sponsors for their support:



ЗОЛОТОЙ СПОНСОР / GOLDEN SPONSOR

УКРАГРОСОЮЗ КСМ / UKRAGROSOJUZ



СЕРЕБРЯННЫЙ СПОНСОР / SILVER SPONSOR

СиСиПиБи / ССРВ - Consorzio per il Controllo dei
Prodotti Biologici Soc.Coop



СЕРЕБРЯННЫЙ СПОНСОР / SILVER SPONSOR

НЕМИРОВ / NEMIROFF



СЕРЕБРЯННЫЙ СПОНСОР / SILVER SPONSOR

АГРОФИРМА «ГЕРМЕС» / AGROFIRM «HERMES»



СЕРЕБРЯННЫЙ СПОНСОР / SILVER SPONSOR

ТОРГОВАЯ МАРКА «ПАН ЕКО» /
TRADE MARK «PAN EKO»



БРОНЗОВЫЙ СПОНСОР / BRONZE SPONSOR

УКРАГРОФИН / UKRAGROFIN



БРОНЗОВЫЙ СПОНСОР / BRONZE SPONSOR

РОВНОХОЛОД / RIVNEHOLOD



БРОНЗОВЫЙ СПОНСОР / BRONZE SPONSOR

ТРАДИН / TRADIN



БРОНЗОВЫЙ СПОНСОР / BRONZE SPONSOR

ЦЕНТР «БИОТЕХНИКА» / CENTRE «BIOTEHNIKA»



БРОНЗОВЫЙ СПОНСОР / BRONZE SPONSOR

ИЧЕА / ICEA



Conference speakers:



Dr. Eugene Milovanov

President of the Organic Federation of Ukraine

[Welcome](#)

Eugene Milovanov was born in 1967 in Ukraine. He graduated from National Agricultural University in 1991 and works in the agricultural business since 1991. He gained his PhD in economics in 2001. 1997-1999 he was Head of the Department in the Ukrainian Ministry of Agriculture. He works in the organic business with UKRAFROFIN Company (foreign trade, consulting, lobbying, etc.) since 1999. In 2005 he Co-founded the Organic Federation of Ukraine – the Ukrainian organic umbrella organization and since that time is President of the same. Since 2007 Mr. Milovanov is member of the Organic working group in the Ukrainian Ministry of Agriculture. In 2008 he initiated the International Conference on the Organic sector development in Eastern/Central European and Central Asian countries in Kyiv, Ukraine.

Contact: Hospitalna St. 12, Office 412, Kyiv 01001, Ukraine
phone: +380 (44) 234 00 54, e-mail: ofu@organic.com.ua



Yuri Melnik

Minister of Agricultural Policy of Ukraine

[Welcome: Perspectives of the organic sector in Ukraine - Перспективы органического сектора в Украине](#)

Родился в 05 августа 1962 г. в Украине. 1985 г. - закончил Украинскую сельскохозяйственную академию в 1985 г. Кандидат сельскохозяйственных наук. Член-корреспондент Украинской академии аграрных наук – с 2002 г.

Лауреат Государственной премии Украины в отрасли науки и техники – 2004 г. Заслуженный работник сельского хозяйства – 2007 г. 1985–1989 гг. - заведующий молочным комплексом КРС хозяйства Белоцерковского сельскохозяйственного института. 1989 – 1992 гг. - аспирант УкрНИИ по племенному делу в животноводстве Госагропрома УССР. 1992–1996 гг. – работа в научно-производственной ассоциации "Украина" Минсельхоза Украины. 1996–1997 г. - генеральный директор национального объединения «Укрплемобъединение» Минсельхозпрода Украины. 1997–1998 гг. - начальник Главного управления Минагропрома Украины. 1998–2000 гг. - заместитель Министра агропромышленного комплекса Украины. 2000–2002 гг. - начальник Департамента Министерства аграрной политики Украины. 2002 – 2003 гг. – заместитель Государственного секретаря Минагополитики Украины. 2003 – 2005 гг. - заместитель Министра аграрной политики Украины 2005 г. - советник Премьер-министра Украины. 2005 – 2006 гг. - Вице-премьер-министр Украины. С 04 августа 2006 г. – министр аграрной политики Украины.

Contact: 24 Khryshchatyk str., Kyiv, 01001 Ukraine;
e-mail: ministr@minap.gov.ua



Isabelle Peutz

Advisor international affairs in the DG Agriculture and Rural Development, EU Commission

[Welcome: Latest EU organic policy, space for new EU members and cooperation with neighbouring countries](#)

Isabelle Peutz is a veterinarian and agronomist by training. Her current position 'Advisor international affairs' in Directorate BII international affairs in particular enlargement, of the Directorate General Agriculture and Rural Development. The duties concern policy advice on Geographical Indications, Organic Farming and Sanitary and Phytosanitary matters. These non-trade concerns are becoming more and more important for the EU external relations. Previous functions concerned heading the divisions on quality policy and later that on organic farming of the same Directorate. Before taking up management functions she managed the BSE dossier for the Commission. While working for the Dutch national government she fulfilled several functions in relation to disease control and trade in animals and animal products.

Contact: Directorate BII Loi 130 7/166, Brussels, Belgium
phone : +32 (0)2 295 2331, e-mail : isabelle.peutz@ec.europa.eu



Gerald A. Herrmann

President of IFOAM

[Welcome: Organic Agriculture – an opportunity for Central/Eastern European and Central Asian countries](#)

[B1: The IFOAM international guarantee system and efforts for international harmonization](#)

Gerald A. Herrmann studied agriculture followed by scientific research in weed ecology. He started his own business as consultant for organic farming and led a farmers' organization and certifier to strategic growth. His experience extends over numerous fields of Organic Food and Farming. He held teaching assignments, is a renowned speaker, co-author of the book "Organic Agriculture - Basic Know-how for Farmers" and wrote numerous articles. End of 1980ies he engaged in national and international advocacy organizations. Since 1995 he serves in the IFOAM World Board, first as Vice-President. In 2005 he was elected President. Today he is Founder and Director of Organic Services, an international consultancy for the organic sector. Gerald A. Herrmann is a renowned international expert for the organic sector.

Contact: Charles-de-Gaulle Str. 5, 53113 Bonn, Germany
Phone: +49 -228 – 92650 – 10, e-mail : g.herrmann@ifoam.org



Rainer Krell

Environment Officer Bioenergy and Climate Change, FAO

[Welcome: The role of organic farming and its potential for sustainable development and food security](#)

Rainer Krell is a botanist, ecologist and entomologist with a strong practical background in beekeeping. After many years in research and as consultant around the globe for various development projects he joined FAO to revive and coordinate an environment and renewable energy research network system. After introducing the first organic agriculture research network and adding other collaborative action on biodiversity conservation in agriculture he moved on to coordinate a larger number of agricultural research networks, was instrumental in initiating organic agriculture activities in FAO, followed by a number of special studies and projects in Central & Eastern Europe and Asia. Recognizing that the human element in development is of utmost importance, he was able to dedicate a few years to work on communication for development, including participatory leadership and decision making and for the last two years has been using the experience from the renewable energy work, communication and various environmental engagements to strengthen FAO's role on the environmental front in

bioenergy development. The decision making framework and guidelines for bioenergy's environmental impact evaluation is being developed under his responsibility. It is again an opportunity to promote more collaborative and environmentally friendly production systems that integrate the human development factor more strongly and aim at a more holistic sustainability of agriculture as a whole.

Contact : FAO, Viale delle Terme di Caracolla, 00153 Rome, Italy
phone: +39-06-5705 2419, e-mail: rainer.krell@fao.org



Marco Schlüter

Director of IFOAM EU Group

[A: The EU organic system, its impacts and the influence of the private sector](#)
[B2: The EU Organic Action Plan and results from the ORGAP study](#)

Marco Schlueter is working as Director of the IFOAM EU Group. He is responsible for coordinating the activities of the IFOAM EU Group and managing its liaison office in Brussels. He established the office at the beginning of October 2003. He is further advising the IFOAM EU Group board on EU agriculture policy matters and strategic advocacy work. Being familiar with organic farming since 1992 as a consumer, farmer and scientist, he gained his initial political experience as assistant to a Member of the German Parliament in 2001. He is trained in agriculture and organic and bio-dynamic farming, organic fruit growing research and holds an MSc in Agricultural Sciences.

Contact: Rue du Commerce 124, 1000 Brussels, Belgium
phone: 0032 2 7352797, e-mail: info@ifoam-eu.org



Iurie Senic

Deputy Head of the Agrochemical, Environmental and Plant Protection Department of the Ministry of Agricultural and Food Industry of the Republic of Moldova

[A: National programme of organic production development](#)

Iurie Senic is the Deputy Head of the Agrochemical, Environmental and Plant Protection Department of the Ministry of Agricultural and Food Industry of Republic of Moldova. He is also Chairman of the NGO "EcoProbus" in the Republic of Moldova. He has 19 years work experience in agriculture in the Republic of Moldova as well as practical experiences in Hungary, Poland, Denmark, Germany, the US and Israel. He worked as consultant in privatization, agricultural development and organic agriculture also within international technical assistance projects in Moldova. He has working experience on elaborate the law of Organic Agriculture. Mr. Senic also wrote several publications, e.g. the guide for farmers "Development of organic agriculture in Republic of Moldova" or the "Technical Regulation for Organic Production" – Basic Standards of Moldova.

Contact: 162 Stefan cel Mare bd., 2004 Chisinau, Moldova
Phone: +373 22 210297, e-mail: isenic@procomert.org



Hanspeter Schmidt

Attorney-at-law

[A: Successful with different strategies - be them public or private](#)

[B1: Status quo of organic regulations](#)

Law School University of Freiburg (Germany) and Athens, Georgia, USA (USA), Certified Specialist for Administrative Law, Coauthor (with Dr. Manon Haccius) of "EU Regulation "Organic Farming" – A Legal and Agro-Ecological Commentary on the EU's Council Regulation (EEC) No. 2092/91, Frankfurt 1998, 330 p.; EG-Verordnung "Ökologischer Landbau" – Eine juristische und agrarfachliche Kommentierung der Verordnung (EG) Nr. 834/2007, Freiburg, 530 S.

Contact: Sternwaldstraße 6a, D-79102 Freiburg im Breisgau, Germany
phone: +49 (0)761 702542, e-mail : hps@prolink.de



Dorota Metera

President of Bioekspert Ltd. - Certification Body in Organic Agriculture

[B1: From private to the public EU system](#)

Dorota Metera is working as Director of Certification in certification body Bioekspert Ltd. and she is a Member of the Board of the Foundation IUCN Poland. Since 2006 she is a Secretary - and since 1994 - Member of the Council for Organic Agriculture, advisory body to the Minister of Agriculture and Rural Development. She is also a member of National Steering Committee of Rural Development Plan 2004-2006 and member of Monitoring Committee of Rural Development Plan 2007-2013. She studied horticulture on Warsaw Agriculture University. Involved in the development of organic agriculture since early 80-ties, after several years of work as co-ordinator of the project supporting the development of organic agriculture with the Heinrich-Böll-Foundation, she co-ordinated also projects related to nature protection and agriculture by the Foundation IUCN Poland and Euronatur – European Natural Heritage Fond.

Contact: ul.Narbutta 3A m 1, PL – 02-564 Warszawa, Poland
phone: + 48 22 825 10 78, e-mail: bioekspert@bioeksprt.waw.pl



Svetlana Zlobina

Eco-Inform-Service

[B1 : Creation of cluster of organic producers in Poltava region of Ukraine -
Создание кластера производителей органической продукции в
Полтавской области Украины](#)

Образование высшее, Харьковский государственный университет им. М.Горького, **Профессиональная деятельность:** Директор фирмы НПГ «Эко-Информ-Сервис» с 2001 года. **Практический опыт:** Заместитель председателя Координационного совета Полтавской облгосадминистрации по вопросам производства органической продукции. На протяжении последних 3-х лет занималась популяризацией идеи органического производства, решением организационных задач, разработкой региональных проектов и программ, направленных на развитие органического производства в области, в том числе, разработка «Областной программы развития органического земледелия в Полтавской области». С сентября 2007г. руководит проектом «Создание регионального кластера производителей органической продукции в Полтавской области», который финансируется Фондом Евразия (K07-0025).

Contact: Frunze str. 225, Poltava, 86008 Ukraine
Phone: +38 0532 508196, e-mail: sleco@e-mail.pl.ua



Martien Lankester

Executive Director of the Avalon Foundation

[B1 : The Avalon Network for Central Europe and FSU countries](#)

Martien Lankester, MD (University of Amsterdam 1975), has worked in the field of organic agriculture and food for over thirty five years. As a medical student he established an organic restaurant in Amsterdam. As a medical doctor he set up an organic farm in 1977 which still exists, intending to show the relation between agriculture and nutrition. He has subsequently supported regional farmers and has set up and led different regional, national and international organizations promoting organic farming/food. In 1991 the need for support in the Central and European countries led to the establishment of the Avalon Foundation. This international non-profit organization is specifically promoting organic agriculture, agro-biodiversity and sustainable rural development in CEE countries and beyond. It implements projects based on local needs and ideas, involving and training local specialists. Martien is a specialist in networking, institutional building and financing of projects in this field. He has organized important conferences and has developed and implemented projects for demonstration centers, agri-environment, training, marketing and financing. He sees an important task in broadening the basis for organic farming/food by showing its benefits for nature, biodiversity, health and climate and forging new alliances accordingly. New (financial) instruments for establishing an organic/biodiversity oriented food chain in developing countries will be another challenge.

Contact: P.O. Box 14, NL-8730 AA Wommels, The Netherlands
phone: 00 31 515 331955, e-mail: martien.lankester@avalon.nl



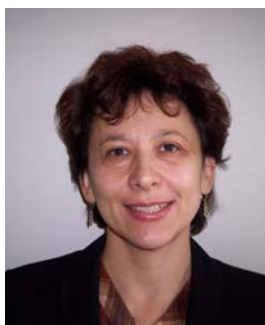
Ali Alizadeh

Researcher, Faculty of Agriculture, Shiraz University

[B2: Strategic recommendations for Organic Sector Development in countries starting with organic](#)

Ali Alizadeh holds an MSc in Horticulture from Shiraz University. His thesis was on evaluation of growing tomato and cucumber in greenhouse organically. Currently he works as researcher on organic projects at the Horticulture Department at Shiraz University in Shiraz, Iran. He wrote several papers and held presentations regarding organic topics especially in development of organic sector and consumers issues at domestic and international conferences. His last paper (*Consumers' Awareness, Demands and Preferences for Organic Vegetables: A Survey Study in Shiraz, Iran*) will be presented at the 16th IFOAM Organic World Congress in Modena, Italy.

Contact: Horticulture Department, Faculty of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran
Phone : +989173200889, e-mail: ali.alizade57@gmail.com



Marta Klimeková

Researcher and Project Coordinator, SCPV – VURV Piešťany, Department of alternative Plant production

[B2: Action Plan for Organic Agriculture accelerates the development of organic farming in Slovakia](#)

Marta Klimekova, studied at Slovak Agricultural University in Nitra. After working for Chemika Company, in 1986 she started to work at the Research Institute of Plant Production in Piešťany. She established the Association for organic farming called Naturalis in 1992 using the experiences from her foreign business trip in Switzerland. From this time she has been working very actively in the area of organic agriculture. In the years 2002 – 2003 she was the vice coordinator of the Slovak – Swedish international project "The further development of organic farming in the Slovak Republic". Presently she works as a researcher and project coordinator at the Slovak Agricultural Research Centre – Research Institute of Plant Production Piešťany. The research areas in which she is involved are amongst others preparation of

legislation materials in the area of organic farming, lectures and advisory services providing. She is also director of the non profit making company Slovak Association for Sustainable Agriculture "SASA" with the aim of providing development, propagation, information and knowledge transfer of sustainable agricultural farming systems.

Contact: SCPV – VÚRV Piešťany, Department of Alternative Plant Production, Slovakia
phone: 00421 33 77 22 311, e-mail: klimekova@vurv.sk



Dr. Dzidra Kreismane

Associated professor at the Latvia University of Agriculture

[B2: Challenges and solutions in organic farming in Latvia](#)

Dr. Dzidra Kreismane gained her PhD (Dr. agr.) in agriculture at Latvia University of agriculture in 1992. She was Vice Dean of the Faculty of Agriculture 1989 – 1997 and Head of the Department of Research, Ministry of Agriculture 1997 – 1998. From 1998 – 2003 she was Dean of the Faculty of Agriculture. Since 2003 she is associated professor of the Department of Plant Production. In 1999, she received a silver medal of the Republic of Latvia Ministry of Agriculture based on diligent work in 1999. Her research experiences are in grassland management, forage production, organic agriculture, and studies of the European Union, agrarian politics in the EU and in Latvia. She is President of the Association of Latvian Organic Agriculture Organisations.

Contact: Liela iela 2, Jelgava, LV – 3001, Latvia
phone: + 371 630 05629; e-mail: dzidra.kreismane@llu.lv



Prof. Dr. Gerold Rahmann

Director of the Institute of Organic Farming (FAL)

[C: The importance of research – past and presence](#)

Contact: Trenthorst 32, 23847 Westerau, Germany
Phone: +49 4539 8880 0, e-mail: gerold.rahmann@vti.bund.de



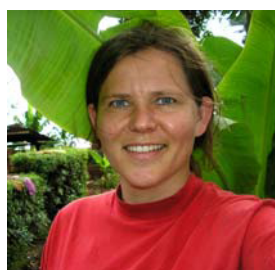
Dr. Daniela Vairo

Research Assistant, Polytechnic University of Marche

[C: Organic Farming and Rural Development Policy](#)

Dr. Daniela Vairo, Ph.D., is a research assistant at the Faculty of Engineering of the Polytechnic University of Marche (Italy). She has been involved in many national and EU projects. She is member of the Italian Group for the Research in Organic Agriculture (GRABIT) – an interdisciplinary independent research association. She has substantial expertise in agricultural economics, policy of organic farming and marketing and consumers behaviour with particular focus on the organic food and farming sector. She has experience in qualitative analysis especially in participatory research.

Contact : DIIGA – Polytechnic University of Marche, Via Brece Bianche – 60100 Ancona, Italy
phone: 0039-071-2204994, e-mail: daniela@agrecon.univpm.it



Liv Birkeland

Information Manager, Bioforsk, Organic Food and Farming Division

[C: Credibility – key for successful sector development](#)

Liv Birkeland, worked as a Peace Corps volunteer in Tanzania and afterwards as

Manager of a development and information project at Bioforsk Organic and Researcher at Bioforsk Organic (former The Norwegian Centre for Organic Agriculture). The main field of her research was strawberries. She holds an Can. Agric (MA) in horticulture from the Norwegian University of Life Sciences, is Radio journalist and currently Information manager at Bioforsk

Organic

Contact: Tingvoll gard, Tingvoll, N-6630 Norway
phone: +47 404 80 578, e-mail: liv.birkeland@bioforsk.no



Vugar Babayev

Executive director, Ganja Agribusiness Association

[D: Potential of organic agricultural production in Azerbaijan](#)

Vugar Babayev is Executive Director of Ganja Agribusiness Association since 2006. He graduated at the Azerbaijan Agricultural Academy, Faculty of Economics and Management in 1995. He did his Post Graduate course at Azerbaijan Academy of Sciences 1995 – 1998. In 1998, he was the Financial manager of Ganja Business Group. Since 2000, he is Vice-president of Ganja Agribusiness Association. Further he is Chairman of Credit Union since 2002. He is general accountant of “AMIN” Non – Bank Credit Union LTD since 1999 until present. Mr. Babayev was Master-trainer of a World Bank project in 2000 and Trainer of AED project in 1999. He has implemented projects with Eurasia Foundation, IRC, ISAR/Azerbaijan, AED, 1998 – 2003. He was Financial manager of the Scientific Methodical Consulting and Information Center of Agrarian Reforms 1998 – 2000.

Contact : 19 Javad Khan Street, Ganja, AZ2000, Azerbaijan
phone: +99422- 56 01 78, e-mail: V.Babayev@gaba.az



Prof. Vanda Zekoniene

Lithuania Agricultural University

[D: 18 years of Organic Agriculture in Lithuania: progress, problems and perspectives - 18 лет экологическому сельскому хозяйству Литвы: достижения, проблемы, перспективы](#)

Образование: Литовская сельскохозяйственная академия, Агрономический факультет. 1973 - докторская диссертация, 1994 - диссертация габил. доктора; **Профессиональная деятельность:** 1965-1969 - агрохимик, Вокейская зональная агрохимическая лаборатория; 1969-2001 - Литовский институт земледелия; 1990-1994 - Вильнюсский университет, факультет Коммуникации, институт Журналистики; 1997-2001 - доцент экологической кафедры ЛСХУ 2001-2007 - профессор экологической кафедры ЛСХУ. Стаж научной работы - 32 г. Педагогический стаж - 15 г. Читает лекции студентам: агроэкология, основы агрономии, экологизация сельского хозяйства, хозяйствование на экологических территориях; магистрам - экологическое растениеводство, развитие региона Балтии, сельскохозяйственная политика, хозяйствование на экологических территориях.

Contact: Studentu str., Kaunas, LT-53361 Lithuania
phone: +370 620 64074, e-mail: vanda.zekoniene@gmail.com



Andriy Konyashyn

Executive Director of the Organic Federation of Ukraine

[D: Development of the organic sector in Ukraine - Развитие органического сектора в Украине](#)

Образование: Закончил Херсонский сельскохозяйственный институт, экономист; Украинскую академию государственного управления при Президенте Украины, магистр государственного управления.

Профессиональная деятельность: В настоящее время Андрей Коняшин работает исполнительным директором Федерации органического движения Украины. **Практический опыт:** Занимается вопросами, которые связаны с исследованием, развитием, популяризацией органического сектора в Украине, установлением

партнерских взаимоотношений с различными как украинскими, так и иностранными научными, общественными, частными, государственными организациями и учреждениями касательно вопросов органического рынка. Имеет публикации по развитию агропромышленного комплекса Украины, принимал участие в разработке нормативных актов, законопроектов в сфере сельского хозяйства, имеет опыт аналитической деятельности в АПК.

Contact: Hospitalna St. 12, Office 412, Kyiv 01001, Ukraine
phone: +380 (44) 234 00 54, e-mail: ofu@organic.com.ua



Svetlana Semenas

Councillor, Public Union "EcoDom"

[D: Problems of organic farming development in Belarus - Проблемы развития органического сектора в Беларуси](#)

Светлана Семенас - координатор белорусской рабочей группы по органическому сельскому хозяйству, член Совета Общественного объединения «Экодом». Закончила биологический факультет Белорусского государственного университета, стажировалась в Польше и Бельгии. Кандидат сельскохозяйственных наук. Автор обзора «Органическое сельское хозяйство Беларуси», научных и научно-популярных статей. Редактор книг «Введение в пермакультуру», «Биохозяйствование», а также брошюр по органическому земледелию, редактор сайта www.agracultura.org. Координатор проектов по Стратегической экологической оценке и органическому сельскому хозяйству. Области интересов – устойчивое сельское хозяйство, экологическая философия.

Contact: Stebeneva str. 20A-92, Minsk, 220040 Belarus
phone: +375297 282930, e-mail: lanas@tut.by



Zurab Karbelashvili

Training Center Coordinator, Biological Farming Association „Elkana“

[D: The role of training and extension in Organic Farming development in Georgia](#)

Zurab Karbelashvili holds a diploma in Biology/Zoology from the Tbilisi State University, worked in the Tbilisi Zoo and the Institute of Zoology at the Academy of Sciences of Georgia in 1983. After serving in the Army he worked on several Bee farms in Georgia and Bio-Dynamic farms in Germany. In 1994, Mr. Karbelashvili joined the Biological Farming Association “Elkana” in Tbilisi as Assistant chief. Between 1995 and 1998 he was Editor-in-Chief of the Magazine “Biofarmer” and was President of the NGO Fund „Missia“ 1994-1998 (Tbilisi, Georgia). Between 1999 and 2004, he worked in several positions for the Association for People in Need of Special Care (Tbilisi, Georgia).

From 2002 – 2004, he was Head of the Board of „Elkana“, and since 2004, he is the Training Center Coordinator of Elkana. Apart from conducting training courses, he wrote several books, developed training materials and elaborated working standards for track farmer and field crop grower, ordered by the “Professional Education Support Program” of the Georgian Ministry for Education and Sciences.

Contact: 5 Kekelidze St., Tbilisi 380009, Georgia
phone: + 995 32 536486, email: training@elkana.org.ge



Aziz Vahobov

Consultant at the Public Association 'Consultants Union'

[D: Analysis of development perspectives of the organic market in Tajikistan - Анализ перспектив развития органического рынка](#)

Образование: Таджикский Государственный Университет, экономист.

Деятельность: Руководитель НПО «Союз консультантов», с 2006 г. независимый консультант по организационному развитию и оценке программ. Предоставляет услуги неправительственным организациям НПО и бизнес сектору. Член Международной сети оценщиков «Оценка программ». **Практический опыт:** Выступал с докладом и кратким обучающим курсом на тему «Агроткетинг» на международных семинарах «Основы биохозяйства» в Грузии и «Органическое фермерство» в Таджикистане. По итогам международного семинара «Основы биохозяйства», назначен ответственным за информационный обмен между организациями, участниками семинара, занимающимися развитием органического сектора.

Contact: Firdavsi str. 60 107, Hudzhand, 73500 Tajikistan
phone: +992 92 7771379, e-mail: v.aziz@mail.ru



Prof. Dr. Ulrich Hamm

Institute of Agricultural and Food Marketing, Faculty of Organic Agricultural Sciences, University of Kassel

[E: Key factors for a successful organic market development](#)

Ulrich Hamm is Professor for Agricultural and Food Marketing at the Faculty of Organic Agricultural Sciences at the University of Kassel. After studying Agricultural Economics at the University of Hohenheim, he did his Ph.D. on "Long-term prognoses for agricultural markets" in 1983. He received a post-doctoral teaching qualification at the University of Hohenheim on "Basics of marketing for agricultural enterprises" in 1990. Between 1991 and 1993 he was Senior Research Assistant at the University of Hohenheim. From 1993 to 2003 he was Professor for Agricultural Marketing at the University for Applied Sciences in Neubrandenburg. From 1995 to 2000 Mr. Hamm was also owner of HACon, Hamm Agrar Consult and between 1999 and 2004 he was partner and managing director of M & M, Marketing and Management Consulting Company for Agricultural and Food Industry.

Contact: Steinstr.19, D-37213 Witzenhausen, Germany,
phone: +49-(0)5542-98-1285, e-mail: hamm@uni-kassel.de



Victor Ananias Sungutay

Strategy Development, vision building & networking coordinator of Bugday Association for Supporting Ecological Living

[E1: Organic Agriculture, Marketplaces and Domestic Organic Market Development in Turkey](#)

After finishing High School in Turkey in 1988, Victor Ananias decided to go on with lifetime education on consuming and production norms and fair exchange for sustainable living. In 1992, he founded the "Bugday organic and health food restaurant and cultural centre" and managed it until 1999. He founded and managed the first organic store and cultural center "Nuh'un Ambari" and publishes the Bugday Ecological Living Magazine since 1998. He was local coordinator of the EU funded "Organic Agriculture for Turkey" project of the Turkish Ministry of Agriculture and Rural Affairs (MURA) 2006-2007. Since 1990, he designed and organized several ecological and traditional architectural projects. He contributed in many occasions for a national network for organic markets and production. He advises government branches, NGOs and companies on sustainable resource management. Mr. Ananias is member of the National steering committee on organic farming of MARA on behalf of the Bugday Association.

Contact: Kemankes Hah. Akackok, No: 6 Kataboy Istanbul, 34425, Turkey

phone: +90 212 2525255, e-mail: victorananias@bugday.org



Jiří Urban

Director of Bioinstitut Olomouc, (CZ) and collaborator of FiBL Frick (CH)

[E1: Development of the organic food market in the Czech Republic](#)

A graduate from the University of Agriculture in Brno, Jiří Urban, was involved in agricultural research and practical work in organic farming. He studied the basics of organic farming (OF) in Switzerland, where he did a work placement in the specialist Research Institute of Organic Agriculture, FiBL, where he now works as an adviser in department "Development and Cooperation". Since 1990 he has been professionally active in the organizations of organic farmers in CZ. A co-founder of PRO-BIO Association, of which he was the Chairman for 10 years and also the Director for several years. At present he mostly deals with promotion, education (head of group of authors of textbooks), representation of organic farmers and their interests (lobbying), building "Competence Centre for OF" in CZ, and international cooperation. He is a co-founder of Bioinstitut, p.b.c., of which he is currently the Director, and the Specialist Guarantor of the international European Bioacademy.

Contact: Bioinstitut, o.p.s. Křížkovského 8, 771 47 Olomouc, Czech Republic
phone: + 420 603 251 916, e-mail: jiri.urban@pro-bio.cz



Irina Gurevich

General Manager, Organic Product

[E1: Concept « Biograd » - the successful way for organic market foundation in St. Petersburg - Концепция «Биоград» - успешный путь формирования рынка органических продуктов в Санкт-Петербурге](#)

Гуревич Ирина Алексеевна – генеральный директор ООО «Органик Продукт», креативный директор журнала «Биоград», автор концепции «Биоград». Имеет опыт управления бизнесом с 1992г.

Contact: 44 Staropetergorskiy avenue, 198020 St. Petersburg, Russia
phone: 7812 3008242, e-mail: iris@organicproduct.ru



Bernhard Jansen

Chairman, EkoConnect

[E1: The Organic marketing Forum in Poland – a strategic approach for market development](#)

Bernhard Jansen was born 1965 on a farm close to Cologne, Germany. After one year of apprenticeship on a pig and potato farm, he studied agronomy and organic agriculture at the University of Bonn (Germany) and at Washington State University (USA) from 1986 to 1992. During his studies he performed several research internships at the Environmental Centre (KFA) Jülich, the Max-Planck-Institute for Breeding Research and the Cologne and International Maize and Wheat Improvement Centre (CIMMYT), Mexico. He started to work as spokesman in the Ministry of Agriculture of the just re-founded East-German Free State of Saxony in 1991. From 1993 to 2003 he was the head of the Ministry's organic agriculture section and responsible for building up the control system according to EC regulation 2092/91 and for setting up the systems for organic advising, research and marketing in the state of Saxony. He was inventor of the Saxonian "Öko-Punkt" which was the first governmental organic label in Germany.

He founded in 2003 the NGO "EkoConnect – International Centre for Organic Agriculture of Central and Eastern Europe", together with organic experts from different countries. He left the civil service and works since then as the first chairman of EkoConnect. The international team of EkoConnect focuses on the exchange of information, know-how and experience between Eastern and Western Europe.

Contact: Arndtstraße 11, D-01099 Dresden, Germany
phone: +49 (0) 351 / 20 66 173, e-mail: jansen@ekoconnect.org



Dr. Geert M.J. Termeer

Management advisor of Tradin Organic Agriculture B.V.

[E2: Trade of organic raw material – sourcing and selling](#)

Geert Termeer gained a Bachelor of Arts at Nijenrode University and after having worked as a management assistant in the frozen food business, he obtained his Master of Business Administration and MED degree at the IESE University of Barcelona. In 1984 Geert joined Spontex SA, in Paris, as an export manager and went on to join Droste Chocolates in 1986 in a similar function, but being part of the management team. In 1989 he became manager of Fertilia B.V., one of the main Dutch wholesalers and traders in the organic business.

He obtained his cum laude drs. (doctorate) title in Slavic languages at the University of Amsterdam and joined in 2000 the Tradin group of companies as a management advisor and Secretary of the Board. Geert has also several companies in Bulgaria, both in the organic and eko tourism business. Tradin became one of the biggest trading companies in organic raw materials worldwide.

Contact: Prins Hendrikkade 14, 1012 TL Amsterdam, The Netherlands
phone: +31 20 407 4459, e-mail: geert@tradinorganic.com



Rudolf Bühler

President, Farmer's Association of Swabian Hall (BESH)

[E2: A fully integrated farmers organization delivering multiple values](#)

Rudolf Bühler, 55, is an organic farmer on his family farm "Sonnenhof" in Hohenlohe, Germany. After completing his degrees in agriculture science, he spent 6 years in Africa, Middle East and Asia in Rural Development Projects. Returning back to Germany in 1984, he took over the family farm in the 14th generation, and started Rural Development Projects in his home region Hohenlohe. He set the first scheme to rescue old breeds in Germany (Swabian Hall Landrace), and founded among other projects the Farmer's Association of Swabian Hall (BESH), meanwhile having about 980 members.

Contact: Haller Straße 20, 74549 Wolpertshausen, Germany
Phone : +49 (7904) 97970, e-mail: rudolf.buehler@besh.de



Ulrich Helberg

Owner and director of HELBERG CONSULT

[E2: Value Chain Promotion for organic medicinal and aromatic plants in Eastern Europe and Central Asia](#)

Ulrich Helberg is working as an international consultant for organic agriculture and has over fifteen years experience in international organic agricultural development in nearly thirty countries worldwide. The emphasis of his work is on market promotion for organic certified medicinal and aromatic plants (MAP), and non-timber forest products (NTFP). Ulrich Helberg is co-author of the study "Overview of World Production and Marketing of Organic Wild Products", for the International Trade Centre, Geneva, ITC, commissioned by IFOAM. Ulrich Helberg has working experience in Eastern Europe in product development and marketing for the herbal sector. He is currently working as a consultant for value chain development in the herbal sector in Kyrgyzstan.

Contact: HELBERG CONSULT, Mittelweg 1, D-37217 Witzenhausen, Germany
Phone: +49 (5545) 999 877, e-mail: info@helberg-consult.com



Valeriy Konovalchuk

Associate professor, Department of forestry of the National Agricultural University

[E2: Current status and perspectives of the sustainable usage of non timber forest resources for the production of certified organic products in Ukraine](#)

Valeriy Konovalchuk is Associate Professor since 2002, teaching and doing research in natural plant resources. 2001-2002 he was senior specialist at the department of science and information of the National Forestry Committee of Ukraine. 1991-2000 he was Head of the Volyn' medicinal plant research laboratory of the National Academy of Sciences; senior researcher at the Polissya Institute of Agro Ecology and soil science, Institute of Horticulture, and Institute of Agro Ecology and Biotechnology of the National Academy of Sciences. From 1984-1990 as Senior leading scientist, he taught a course on environmental protection. In 1982 he received the silver medal at the USSR exhibition of achievements in agriculture. From 2002 to present he is scientific advisor of the Cherems'kiy National Preservation in Volyn' Oblast.

Contact: 15 Geroiv Oborony str., 03041 Kyiv, Ukraine
phone: +38 044 527-82-82, e-mail: konovalchuk@twin.nauu.kiev.ua



Denys Koshechkin

General director of Weleda North-East

[E2 : Weleda – 15 years experience in the Russian market - Веледа – 15-летний опыт на российском рынке](#)

Кошечкин Денис Викторович – генеральный директор «Веледа-Северо-Запад», кандидат медицинских наук, антропософский врач. С 1993 работает в компании «Weleda». До 2003 до настоящего времени является медицинским директором «Weleda AG» в России. С 2004 – генеральный директор «Веледа-Северо-Запад». ООО «Веледа-Северо-Запад» основана в 2004. Является импортером лекарственных препаратов, косметики и диететики «Weleda».

Contact: 44 Staropetergorskiiy avenue, 198021 St. Petersburg, Russia
phone: +78 12 7472437, e-mail: director@weleda.spb.ru



Dr. Urzula Soltysiak

General Manager of Agro Bio Test Certification body

[F: What is subject to inspection in organic farming](#)

Dr. Urzula Soltysiak is Co-founder of the organic agriculture movement in Poland – since 1986. She is Co-founder of the Association of Organic Food Producers EKOLAND in 1989 and Co-founder of the first Polish certification body for organic agriculture AGRO BIO TEST in 1996. She was Board member of IFOAM 1994-1998 and Chair of the Organic Agriculture Advisory Board at the Polish Ministry of Agriculture 1997-1998. She wrote over 100 publications on organic agriculture and food, is Co-author of the Standards for Organic Farming of the EKOLAND Association from 1994 and Editor-in-chief of 14 books on organic agriculture in Polish language, published between 1991 and 1995. Dr. Soltysiak was PHARE Project Manager of “Standards Implementation for the farming system, processing and trade of organic foodstuffs and products and inspection and certification systems for ecological farms, processors and traders” in 1997 and member of a Task Force for Revision of Accreditation Criteria, IFOAM from 2000 to 2003. Besides her position at Agro Bio Test, she is Senior teacher at Warsaw Agriculture University (course Ecological Methods of Food Production).

Contact: Nowoursynowska str. 166, PL 02-787, Warszawa, Poland
phone: +48 22 8478739, e-mail: u.soltysiak@agrobiotest.pl



Florian Diez

Project Manager, Institute for Marketecology – IMO

[F: An overview about the certification sector in Eastern Europe and Central Asia - lessons to be learnt](#)

Florian Diez is Born in Zurich, married and has 2 children. He went to school in São Paulo, Brazil and studied at the Technical University in Munich, Germany and the ETH in Zürich, Switzerland. He has practical work experiences on farms in Brazil. As employee of the Institute of Marketecology (IMO) in Switzerland, his working areas are Western and Eastern Europe. He is manager of the cooperation projects in Bulgaria and Ukraine and Scheme Manager for the National organic Program (NOP).

Contact: Weststr. 51, 8570 Weinfelden, Switzerland
phone: 0041-71-626 0 621, e-mail: fd@imo.ch



Dr. Nune Darbinyan

General Director of ECOGLOBE

[F: Achievements in the development of organic certification “Green Caucasus” on the examples of Armenia and other countries of South Caucasus](#)

Mrs. Nune Darbinyan, Doctor of Agriculture, is the General Director of ECOGLOBE LLC (2002) an organic certification body from Armenia, as well as Founder and Chairperson of the environmental NGO Eco-Globe (2001). She has an extensive working experience at international and national level, is Consultant to the Ministry of Agriculture, UN ECE, FAO, UNDP, WB and other organizations in the field of environment, organic and sustainable agriculture. She has contributed to the formulation of national and international legislation, policy and strategy documents related to the environment and agriculture. For the first time in Armenia, she established an organic certification system to promote access to organic markets for national producers. She attended international missions and prepared reports about state of agriculture in different countries and its impact to the environment (UNECE Environmental Performance Reviews, 1998-2001). Nune Darbinyan was in charge of UNECE Technical Assistance Portfolio in Armenia in 2003-2007. She is member of the International Board of Director's of Oikocredit and member of the Executive Board of International Association of Agricultural Medicine and Rural Health (IAAMRH). Dr. Darbinyan is author of more than 30 publications and mother of two sons.

Contact: Heratsi str. 3-18 M, Yerevan, 0025 Armenia
phone: +37 491 418311, e-mail: armheap2@arminco.com



Dr. Federica Nasi

Control and certification manager assistant of the Certification and Inspection Body CCPB

[F: Experiences in developing a certification body – past and current challenges](#)

Dr. Federica Nasi gained her PhD at the Faculty of Agricultural Studies of the University of Bologna in 2002. From 2002 – 2004 she worked as Technical Evaluator of the Certification Office at BIOAGRICERT s.r.l. After that, she worked as Entomologist at the CENTRO AGRICOLTURA AMBIENTE “G. NICOLI” s.r.l. and at NEOTRON SERVIZI s.r.l. as consultant of Quality Systems for agricultural and food companies. Since July 2007, she is the organic control and certification manager assistant of the Certification and Inspection Body CCPB in Bologna, Italy.

Contact: Via Castelfranco 19, 40017 San Giovanni in Persicelo (BO), Italy
phone: +39 3478323711, e-mail: fnasi@ccpb.it



ORGANIC FEDERATION
OF UKRAINE

Уважаемые друзья и коллеги!

ФЕДЕРАЦИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО ДВИЖЕНИЯ УКРАИНЫ была создана в 2005 году. Организация ставит своей целью всестороннюю пропаганду ценностей и мировоззрения, присущие сторонникам мирового органического движения, повышения эффективности сельскохозяйственного производства с одновременным развитием современных мировых и отечественных безопасных для природы и человека технологий, содействия развитию органического движения в Украине, в т.ч. не только непосредственно производству, переработке и экспорту органической продукции, но и формированию отечественного рынка потребления, широкой пропаганде ценностей, мировосприятию, присущих участникам международного органического движения.

Своими задачами Федерация, в частности, видит:

- ⇒ сохранение и воссоздание окружающей среды во всем ее разнообразии;
- ⇒ распространение информации и пропаганду преимуществ органического, биодинамического производства, разъяснение производителям и потребителям особенностей упомянутых направлений;
- ⇒ помощь в разработке систем органического и биодинамического сельского хозяйства для производителей сельскохозяйственной продукции с использованием наилучшего отечественного и иностранного научного и производственного опыта;
- ⇒ содействие разработке нормативных документов в отрасли органического образования, в написании научно методической литературы, учебников, пособий, периодических изданий;
- ⇒ содействие формированию во всех регионах Украины сети производителей и переработчиков органической продукции и развития не только ее экспорта, но и, особенно, созданию рынка такой продукции в самой Украине.

Для выполнения своей цели Федерация:

- представляет интересы и защищает права субъектов рынка органических продуктов в органах государственного управления и местного самоуправления;
- распространяет информацию и организует пропаганду знаний в отрасли органического направления сельского хозяйства, энерго- и ресурсосберегающих технологий;
- способствует созданию независимых организаций для проведения сертификации и контроля за технологией производства и переработки органической и биодинамической продукции;
- принимает активное участие в организации международных и национальных конференций, семинаров, других образовательных мероприятий;
- информационно, организационно поддерживает деятельность производителей органической продукции, оказывает им консультативную и методическую помощь;
- способствует образованию, учебе и стажировке в сфере органического сельского хозяйства; организации зеленого и органического туризма, возрождению сельской местности;
- развивает сотрудничество с аналогичными украинскими, иностранными международными объединениями.

К своим первоочередным задачам Федерация относит: содействие разработке и быстрейшему принятию Верховным Советом Украины Закона об органическом агропроизводстве; широкое объективное освещение влияния применения химически синтезированных средств защиты растений и минеральных удобрений, ГМО на окружающую среду; пропаганду преимуществ производства и потребления органических продуктов; создание в Украине Центра подготовки специалистов для органического агропроизводства; содействие разработке и внедрению в практику новых поколений органических, органо-минеральных удобрений и высокоэффективных биопрепаратов; содействие увеличению производства и расширению рынков сбыта украинской органической продукции.

Приглашаем всех к плодотворному и взаимовыгодному сотрудничеству

Наш адрес: 01001, г. Киев, ул. Госпитальная, 12, офис 412

Тел/факс +380 (044) 234-00-54, e-mail: ofu@organic.com.ua; uaf@organic.com.ua;

www.organic.com.ua



Organic Services GmbH is an international consultancy firm active in all aspects of the food sector, but in particular within organic food and farming industries. Organic Services GmbH serves a wide range of clientele, including organisations, companies, associations, public authorities and governmental institutions.

Services include among others:

- ... **Strategy development and implementation.**
- ... **Market expertise and sector specific knowledge.**
- ... **Business and organisational development.**
- ... **Project development and financing.**
- ... **Communication and promotion.**
- ... **Policy advice and studies.**
- ... **Quality management systems, certification and accreditation.**
- ... **Software in quality management.**
- ... **Topics like aquaculture, cosmetic and energy.**

...■ Organic Services GmbH aims to develop sound solutions with integrated concepts and strategies for sustainable success. This is achieved through on-going dialogues with each client, so that the exact nature of the job can be identified. It is our aim to make visions come true.

...■ Organic Services GmbH aims to provide the best service possible. High standards are set, and by drawing from extensive experience and an integrated and interdisciplinary approach, the Directors of Organic Services are able to deliver outstanding results. In the process, the team develops close relationships with their customers, resulting in long-term, productive though demanding partnerships.

...■ An extensive international network of contacts helps Organic Services identifying future developments in the organic and food sectors at an early stage. "By thinking one step ahead, we are able to develop ideas and break new ground." Together with our Partners in Brazil, Spain, Austria, Switzerland and the USA and members of the Organic Services Group in India, USA and China we are able to provide our services internationally.

...■ Organic Services is proud to work with well known clients; most of whom have established a successful and long-lasting relationship with Organic Services.



Organic Services GmbH, s.krause@organic-services.com, g.herrmann@organic-services.com
www.organic-services.com

Landsberger Str. 527, 81241 München, Germany, phone: +49 (0)89 820759-05, fax: -19

National Agricultural University of Ukraine



National Agricultural University of Ukraine is one of the leading educational, scientific and cultural establishments of Ukraine. Over 45 thousand students and more than 700 PhD and doctoral students study at 21 faculties of Kyiv territorial center, at Southern affiliate “Crimean Agrotechnological University” and at 11 regional higher educational institutions of I-III accreditation levels.

National Agricultural University conducts creative cooperation, participates in development of international projects and programs with prominent Universities of Western Europe, North America and Asia.

Scientific elaborations of the university scientists are the considerable contribution into the development of agro-industrial complex of Ukraine. These are the new high-productive breeds and hybrids of agricultural crops; breeds, types and lines of agricultural animals; ecologically safe means of plant protection from diseases and pests; effective veterinary drugs; new types of agricultural techniques; progressive production, processing and preservation of agricultural products technologies and their high quality.

More than 1600 scientific and pedagogic specialists work at the University, among them 262 are Doctors in sciences and Professors, almost 1000 are PhD and Associate Professors, including in SA “CATU” NAUU – 42 Doctors and 178 PhD.

Main Directions of Scientific Activities in the University

- *Biologization of Agriculture*

Elaboration of adaptive systems of organic farming in Ukraine, improvement of the methods of selection and seed science in crop production, breeding – in animal husbandry, provision of veterinary and sanitary welfare in Ukraine, etc.

- *Nature Protection and Sustainable Development of society, biotechnologies*

Environment protection, ecological safety of the technologies of agricultural products production, etc.

- *Mechanization, Electrification and Automation of Agricultural Production*

System of exact husbandry, elaboration of machinery and technological processes for the agricultural enterprises of different law forms, etc.

- *Economics, Marketing, Management*

Internal and external markets, forecasting marketing changes, financial and goods flows, etc.

- *Integration into world research and education systems, into production sphere.*

Bologna Agreement, World Trade Organization, other international organizations.

- *Implementation of New Systems of Information and Consulting Supply*

Provision of methodological support of the activity of agricultural advisory services, training of agricultural specialists – consultants in the issues of management, land cultivation, development of rural territories, economical law, etc.

- *Rationalization of Social Development of Rural Area*

Integrated approach to the development of agricultural production, service and social organizations in rural area.

- *Quality, Biosafety, Standardization and Certification of the Technology of Production of Agricultural and Food Products.* Quality and safety of agricultural and food products, its standardization and certification according to national and international standards.

On the base of National Agricultural University the **Ukrainian Laboratory of Quality and Safety of Agro-Industrial complex** was established in 2003. It is accredited by National Agency of Accreditation of Ukraine. The main task of its activity is to perform full expertise of quality and safety of agro-industrial products according to national and international standards. Laboratory acts as in scientific and research, so in scientific and productive directions. Laboratory conducts approximately 700 kinds of different researches on determination of plant and animal products', water and soil quality indicators, biochemical (clinical) indicators. Molecular diagnostics (PLR and IFA) of virus and bacterial animal products, diagnostics of transgenes and plant cloning and others.



HERMES Agri-Company Ltd

10, Ordzhonikidze str.
Kramatorsk, Donetsk region
Ukraine, 84313
Fax: +38 (06264) 7-12-54, 5-93-30.
Tel.: (06264) 5-33-98, 1-93-20. www.humi-plus.com
E-mail: hermes@humi-plus.com

HERMES Agri-Company Ltd produces organic fertilizers with growth regulating qualities based on vermicompost. Vermicompost is a biohumus delivered by processing of manure by Californian Red worm.

HerMES Agri-Company Ltd products are certified according to the standards of International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) and are regularly controlled by Control Union Certifications. All products have undergone Ukrainian state legal tests and are approved by the Chemicals Security Department of Ministry for environmental protection of Ukraine. Trade marks are patented.

The natural complex of immune-stimulating, cryo-protective and radio-protective qualities is involved in our products. They have been tested at different agricultural cultures both under normal and stress conditions.

The researches proved the increase of productivity and agricultural products quality. The Company has mastered and patented the technology of production of a liquid organic fertilizer "Humisol" as well as other fertilizers.

ООО Агрофирма «Гермес»
Донецкая обл., г. Краматорськ, ул. Орджоникидзе, 10
Тел./факс: (06264) 712-54, 533-98
E-mail: hermes@humi-plus.com

<http://www.humi-plus.com> ООО Агрофирма «Гермес» - лидер среди украинских производителей органических удобрений, безопасных для человека и окружающей среды. У фирмы есть опыт реализации продукции в Германии, Италии, Греции, Дании, Литве, Франции и других странах. Фирма работает на рынке органических удобрений с 1995 года. На сегодняшний день в ассортименте насчитывается 15 видов удобрений на основе вермикомпоста:

- жидкие концентраты серии «Гумисол-супер», «Гумисол-экстра», «Гумисол»
- пастообразные гуминовые препараты серии «Гумипас»,
- питательные почвосмеси серии «Гумигрун»
- гранулированные формы удобрений «Достаток», «Гумигран 1», «Гумигран 2» с добавлением природного фосфорита (P₂O₅), «Гумивит»

Производится жидкий, высококонцентрированный стимулятор-адаптоген "Гумиам" (всего 11 видов с микроэлементами) на основе бурого угля.

Готовиться к выпуску новый вид продукции на основе "Гумисол-супер" стимулированного микроэлементами для цветочной серии и сельскохозяйственных культур.

Продукция Фирмы ориентирована на поддержку экологических стандартов в сельском хозяйстве. Ее отличает природный баланс макро- и микроэлементов, фитогормонов, аминокислот, витаминов, агрономически полезной микрофлоры на фоне гуминовых веществ. Органические гуминовые удобрения с росторегулирующими свойствами могут стать серьезной альтернативой минеральным удобрениям. Их применение не только питает растение, но и способствует восстановлению и увеличению плодородия почв.

Продукция фирмы сертифицирована соответственно требованиям Европейского Союза к органическому сельскому хозяйству по стандартам Международной федерации органического земледелия (IFOAM), - организацией Control Union Certifications, которая сертифицирует рынок органических продуктов. Все продукты разрешены к использованию Управлением безопасности химических веществ Министерства охраны окружающей природной среды Украины.

Conference contributions

Dr. Eugene Milovanov

President of the Organic Federation of Ukraine

Welcome - Приветственная речь

Yuri Melnik

Minister of Agricultural Policy of Ukraine

Welcome: Perspectives of the organic sector in Ukraine - Перспективы органического сектора в Украине

Isabelle Peutz

Advisor international affairs in the DG Agriculture and Rural Development, EU Commission

Welcome: Latest EU organic policy, space for new EU members and cooperation with neighbouring countries - Последние новости органической политики ЕС, место для новых членов ЕС, сотрудничество со странами-соседями

Gerald A. Herrmann

President of IFOAM

Welcome: Organic Agriculture – an opportunity for Central/Eastern European and Central Asian countries

Rainer Krell

Environment Officer Bioenergy and Climate Change, FAO

Welcome: The role of organic farming and its potential for sustainable development and food security

The Role of Organic Farming and its Potential for Sustainable Development and Food Security
Rainer Krell

Agriculture is more than just maximizing output of food, fibre and energy;
Food is more than just an accumulation of vitamins, minerals, carbohydrates and proteins;
Sustainability is more than not polluting or not depleting water and soil.

Ultimately only a truly sustainable agriculture in a sustainable society can achieve the goal of food security for all, which means sufficient food accessible economically and geographically that is acceptable, healthy and can be assimilated properly (basic human health conditions).

Achieving sustainability of agriculture is deeply embedded in social and cultural processes, of which production processes and economic interactions are only part, even if a very important part, since food and thus its production and food security are at the very base of sustaining human life.

Only considering agriculture as a complete system already results in a tremendous increase in complexity above the technical industrial approach to agriculture so predominant in the present and recent past, but which has given us the scientific and technical knowledge that produced the first green revolution. If we embed this agricultural system into an even wider context, i.e. that of a food/health system or sustainability or even food security at national or global levels, that complexity multiplies many more times.

The great complexity of problems today and also of solutions obviously requires us to look at processes and systems differently and results of those reflections point at a very high need of creativity, flexibility and collaborative processes.

This increasing complexity in other areas of our scientific, social, economic and political life makes it easier today to understand the "new" needs for managing large, complex systems and thus makes organic principals also easier to understand: collaboration, stewardship, adaptation and support of natural systems (and not the other way around – the chemical correction method), creating positive synergies by using life supporting and enhancing processes.

All partial views and approaches are to produce imbalances sooner or later and, if not flexibly and collaboratively adjusted in time, these produce illness and eventually breakdown of parts of or entire vital systems. The latter are phenomena we are increasingly observing at human, social, national and crop and ecosystem levels.

Agriculture is a key element in all this. Without agriculture there cannot be any sustainability; without sustainable agriculture there is no food in the longterm and in the short to medium term no physical (human) health. The predominant agricultural practices are, on one side, causing some of the problems, are a symptom and cause of the illness of society and, on the other side, improved practices could be part of the cure of the problem.

Therefore the role of agriculture in a more holistic context, i.e. that of human and other life on this planet, is that of supporting and shaping life in all its diversity and multiple needs. Unfortunately industrial agriculture – the predominant form of agriculture in temperate climates and on large surface areas is not based on the necessary holistic processes nor on holistic understanding. It cannot support this life system in its present form without fundamental changes. It is based on corrective (analytical, eliminating) rather than preventive (collaborative constructive) principles. This is where the deep paradigm difference lies between organic and conventional agriculture. Conventional agriculture may come closer to organic agriculture by applying some of the organic methods (and vice-versa) and both systems can learn from each other, but conventional agriculture cannot go beyond a certain limit of sustainability without making this paradigm shift in thinking, approach and attitude.

One of the few existing agriculture production systems (from the field to the fork, i.e. from production to use) that can satisfy many if not most of the above conditions is organic agriculture. There are other

production methods that can produce environmentally sound and are often ingeniously adapted to local environmental conditions, but organic agriculture has proven itself also in real life market conditions, has created system support, distribution and supply chains that are established and work economically with a much smaller real cost.

FAO has been supporting the various elements in such a complex system with active support and by broadening the all important knowledge base and making it more accessible. Organic agriculture, since it is based on collaboration and preventive care (as compared to later corrective adjustments) requires a much better understanding of the involved processes and thus more and different knowledge. FAO has supported innovative approaches and initiatives and enabled the gathering and harmonization of disparate and divers efforts.

It has also insisted that organic practices remain connected to FAO's specific mandates of reducing food insecurity and poverty by facilitating the mainstreaming of these concepts into the organic communities and promote its benefits to interested governments.

FAO has supported numerous studies, networks, information platforms and mechanisms, policies, capacity building, standard harmonization, input development and technical assistance to its member countries. Its website presents a rich spectrum of those activities: http://www.fao.org/nr/organic/organic_en.htm

FAO will assure that also in the future organic practices can contribute successfully to the transition from fossil fuel based agriculture to a climate and socially responsive agriculture.

Marco Schlüter
Director of IFOAM EU Group

A: The EU organic system, its impacts and the influence of the private sector

Iuri Senic

Deputy Head of the Agrochemical, Environmental and Plant Protection Department of the Ministry of Agricultural and Food Industry of the Republic of Moldova

A: National programme of organic production development

Национальная программа развития органического производства

Согласно отчету Организации Объединенных Наций по Пищевым Продуктам и Сельскому Хозяйству (ОАА) и Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ), экологическое развитие сельского хозяйства, природные ресурсы и экологическое равновесие признаны приоритетными секторами для разрешения проблемы развития длительного глобального развития. Здоровье населения и пищевая безопасность прямо пропорциональны качеству пищевых продуктов и природных ресурсов, от которых зависят (почва, вода, воздух, свет, генетические ресурсы и т.д.).

Продвижение в Республике Молдова экологическое с/х производства позволит разрешить ряд социальных, экологических, экономических и политических проблем.

социальные (продвижение здорового питания, гарантирование безопасности и качества сельскохозяйственной продукции;

экологические (защита окружающей среды, сохранение природных ресурсов);

экономические (удовлетворение рынка, альтернативного экономического источника, создаются рабочие места)

Предпосылки развития экологической сельскохозяйственной продукции в Молдове:

Экологические условия в Республике Молдова благоприятны для выращивания широкого спектра сельскохозяйственных культур;

Почвенный покров с производительным потенциалом обеспечивающий получение высоких и качественных урожаев отмеченных культур;

Экологическое состояние почв, предпочтительно на большой площади, в Республике Молдова, является удовлетворительным благодаря значительному снижению, в последние 10 лет;

Защита сельскохозяйственных культур от заболеваний и паразитов может быть обеспечена путем применения интегрированных экологических систем и севооборота;

Научно-технический потенциал;

Сельскохозяйственный опыт и трудовые силы.

Основные направления в развития экологической сельскохозяйственной продукции в Молдове.

Разработка и принятие законодательства и нормативных актов;

Организация системы экологической сельскохозяйственной продукции;

Организация системы инспекции и сертификации;

Создание местных консультационных центров;

Стимулирование исследовательских проектов;

Ориентация обслуживающих предприятий;

Реализация политики стимулирующих цен;

Программы обучения в лицеях и университетах;

Информирования населения о важности экологических продуктов.

Стратегия менеджмента и финансово-экономическая поддержка для Устойчивого Развития

Выдачу преференциальных банковских кредитов на основании представления обоснованного бизнес-плана в соответствии с системой экологического производства.

Освобождение от земельного налога на период конверсии

Изменение ставок земельного налога в зависимости от предпринятых мер и эффективности действий по защите почв

Учреждение специального фонда стимулирования и поддержки сельскохозяйственных предприятий, специализирующихся на экологическом производстве.

Государственную финансовую поддержку программ по насаждению лесополос для защиты сельскохозяйственных посевов

Государственные субвенции на оплату инспекционных и сертификационных сборов в период конверсии;

Субвенции на производство и приобретение семян и рассадного материала для целей экологического сельскохозяйственного производства.

Субвенции сельскохозяйственным производителям в период конверсии в целях устранения отрицательного воздействия снижения урожайности на доходы производителей;

Поддержку в продвижении и популяризации деятельности в области экологического сельскохозяйственного производства

Научное обеспечение, развитие и подготовка кадров в области экологического производства
Адаптацию сельскохозяйственных угодий для экологического сельскохозяйственного производства посредством почвенных изысканий, оценку уровня плодородия почв
Создание новых сортов гибридов, отобранных преимущественно из собственного чистого генетического фонда, обладающих хорошими физиологическими свойствами, устойчивых к болезням и вредителям, имеющих высокую биологическую способность подавления сорняков.
Расширение спектра культивируемых растений, введение новых культур.
Разработку систем защиты растений от заболеваний, вредителей и сорняков посредством биологических, механических и агротехнических методов.
Разработку технологий переработки отходов растительного и животного происхождения в целях возвращения питательных веществ почве и снижения потребления не возобновляемых ресурсов до минимума.
Разработку технологий выращивания и содержания животных, а также приготовления органических удобрений и компостов.
Законодательное и нормативно-техническое обеспечение
Деятельность в области производства, переработки и продажи экологических пищевых продуктов регламентируется:
Законом № 115-XVI от 09.06.2005 «об экологическом сельскохозяйственном производстве», Стандартом Республики Молдова в отношении экологических пищевых продуктов;
Законом о защите Растений, а также Законом о защите Потребителей,
Законом о Санитарно-Эпидемиологической защите Населения, Законом о защите Окружающей Среды, а также другими нормативными актами в части производства, переработки, хранения, упаковки, инспекции и сертификации экологической сельскохозяйственной продукции, гармонизированными с требованиями Европейского Сообщества и международных нормативных актов в данной области.

Hanspeter Schmidt
Attorney-at-law

A: Successful with different strategies - be them public or private

Hanspeter Schmidt
Attorney-at-law

B1: Status quo of organic regulations

Regulation (EC) No. 1991/2006 and Regulation (EC) No. 834/2007:

What are the legislative motives for and what are the effects of the introduction of the new two class system of certification of organic food imports into the European Union?

A new EU import scheme for organic food products has already entered into force on 01. January 2007. The Commission of the European Union had suggested the introduction of two new distinct categories of organic certification for food imports into the European Union.

“Compliance” versus “Equivalence”

The Council decided, to amend Article 11 of Regulation (EEC) No. 2092/91. Certification in third countries should now distinguish between products produced and inspected in “compliance” and in “equivalence” with the requirements of EU Law. Third countries, whose production and inspection requirements are recognised as “equivalent” to EU Law, will continue to be listed by statutory EU Law. However, inspection bodies, will also be listed by statutory EU Law, in a separate, new register. This is a register, which is attractive for international certifiers operating in a large number of countries, which gain the possibility, to operate as organic certifiers in the countries of origin under a general licence by the European Union. Also, their certification will be recognised not only as equivalent, but as “fully compliant with EU Law.

A Confused History of Publication

To introduce this new regime Regulation (EC) No. 1997/2006 of the Council of 19. December 2006 was published in the Official Journal No. L 379 of 28. December 2006, page 1 ff. However, this text was carelessly prepared and contained a multitude of linguistic and logical mistakes. An effort to correct the mistakes failed, when very similar text was published as Regulation (EC) No. 1991/2006 in the Official Journal No. L 411 of 30.12.2006, page 18 ff. Since this text was published later in the Official Journal, it was decided, to republish the Regulation with the lower number and abandon Regulation (EC) No. 1997/2006. So Regulation (EC) No. 1991/2007 was once more published in the Official Journal No. L 27 of 02. February 2007, page 11 ff. This history of publication already indicates a considerable degree of carelessness and confusion in the EU Commission, which will reappear in the review of the substantive statutory provisions.

In July 2007 the regulatory provisions of Regulation (EC) No. 1991/2006 as published in 02. February 2007, were now again published as Article 32 and Article 33 with only slight editorial changes: Now as Title 6 in Regulation (EC) No. 834/2007 of 28. June 2007, which will completely replace Regulation (EEC) No. 2092/91. So the text, published on 02. February 2007 of the new Article 11 in Regulation (EEC) No. 2092/91 will be completely replaced as well, however, this replacement only enters into a force in 01. January 2009 in accordance to the transition rules prescribed in Article 32 of Regulation (EC) No. 834/2007.

The List of Third Countries

In 1992 a list of third countries, whose organic productions rules and inspection systems were recognised as equivalent, was set up. The list was managed as Regulation (EU) No. 94/92. So it was decided by statutory law, that products originating from countries on the list, were to be considered as equivalent to EU organic production and inspection rules. However, in the course of 15 years only very few countries were listed: Argentina, Australia, Costa Rica, India, Israel, Switzerland and New Zealand. India was only recently added and not much more than ten countries have been trying to process their application to be put on the list, with no foreseeable success. Negotiations between the United States of America and the European Union to mutually recognize the equivalence of their organic food production and certification systems failed. Consequently, the third country list played a rather limited rule in the import of organic food products into the European Union from third countries.

The Case-To-Case EU Organic Import Permit

A second track of access was much more important: Administrative authorities of the EU Member States reviewed technical dossiers submitted to them by importers on the organic production and certification conditions in the third country of origin. These authorities, often region authorities in the federalist governmental structure of Member States of the European Union, processed case-by-case marketing permits. They issue the permits, when they consider production and inspection as equivalent to EU organic rules.

The New Dualism

What's new in the structure of the new EU Organic Import Rules? Article 11, which provided for the two existent two track system - third country list and case-to-case marketing permits - was completely replaced a new text. The new text provides explicitly not only for an import track for "equivalent" products, but at the same time for a track for "compliance" products. This means, that those, who buy organic food in the European Union from third countries, now have the choice, to ask for food products which originate from an organic production and certification, which is fully compliant to EU organic production rules, or from systems, which are (only) equivalent to EU organic certification and production rules.

The Legislative Intent

What is the reason for this surprising dichotomy? The EU Commission believed to be obliged to provide for a new "full compliance" track by requirements originating in the WTO Treaty system. In 2005 WTO Panel decided, that the EU violated a treaty obligation by its rules on geographic origin indications. The EU violated its obligation of "non less favourable treatment" towards foreign producers compared with EU producers. After this the EU Commission believe to be forced to offer third country producers not only the possibility to access the EU organic food market on the bases of equivalency, but the Commission believe to be obliged by WTO requirements, to offer a track of full compliance organic imports as well.

A Juridical Misunderstanding

The EU Commission sought to offer an organic certification to producers in third countries, which is fully identical with Infra-EU certification and not only „equivalent“ to this, because it believed to be forced to do so by WTO treaty obligations. The EU Commission believed to have no other choice, however, it appears, that it misunderstood the nature of organic certification and the nature of its obligations under WTO: Organic certification is not measuring products or processes by speed, weight, length etc. Organic certification always takes into account divergent agroecological conditions, which vary from region to region, so that any organic certification is inherently rather a certification of equivalent effectiveness of organic farming management measures, such as enhancing soil fertility, and not a certification of "full compliance" to technical, abstract and objective standards. Organic certification is not a formal, numerical check, whether production requirements are met by certain practices in third countries. It appears that the EU Commission misunderstood the nature of organic certification and that it applied the WTO requirements to the circumstances of organic certification based on this misunderstanding.

Trade Disturbances

Whatever the reasons and misunderstandings were, which let to the new full compliance access track for third country organic food producers into the European Union, the trade in the European Union and EU consumers will be puzzled by these two different levels of organic certification. The new dualism is likely to work as an effective trade barrier, to exclude those third country producers from a high price market, who can not afford full compliance certification by one of the global organic certifiers.

The EU Commission emphasized its strategy decision, that more organic products should reach the consumer, which includes, that the EU market should be more open to organic food imports from third countries. It appears a bit puzzling, that the EU Commission believes, that this policy of a new openness can be implemented, when at the same time two different levels of organic certification for third country products are introduced into the market. Such dualism does not contribute to a clear profile of organic food products from third countries in the EU market. More likely, than lowering the requirements for EU organic food imports from third countries is, that the market operators in the EU will ask for full compliance certification of organic products from third countries. So consequently, the practical requirements to enter the EU market will not be lowered, but be considerably higher.

The New List of (Global) Organic Certifiers

Also, there will be a new list of organic certifiers. It is likely to be a list of large internationally operating organic certifiers. They will be listed, in a similar way as third countries were listed in the list set up in 1992. It will be a list maintained by statutory EU Law. So the EU law makers will empower certain international certification bodies with a licence, to operate globally in order to certify the full compliance of third country operators with EU organic production rules.

This "shall" list will not comprise organic certifiers, which certify equivalency to EU organic food production requirements, but only certifiers, which certify full compliance. This concept of granting international organic certification licenses by statutory law to a certain group of organic certifiers gives a rise to questions: Will third countries tolerate organic certifiers licensed by EU law to operate on their territory? China explicitly required respect for its sovereignty, when it commented on the new EU import rules in the WTO process. What will happen to organic production in third countries, which is (only) equivalent to EU organic production rules? Will EU organic super market operators and EU high profile organic processors perceive the new compliance import track as their "safer" choice?

The Future of Mere Compliance

For the (only) "equivalent" organic products the case to case import permits will continue to be issued by the authorities of the EU Member States. At the same time, the Commission reserved itself the possibility to set up a third statutory list: The "may" list of organic certifiers operating in third countries and recognised as providing for an equivalent certification. The Commission is not required to introduce this statutory list of "equivalent" certifiers, however, it is required to set up the list of "for compliance" certifiers. So it is expected, that the list of the "full compliance" certifiers will be published earlier, probably several years earlier, than the list of "equivalence" certifiers. Consequently, it is not unlikely, that the "full compliance" certifiers will dominate the international organic certification market. "Full compliance" organic certification of third country products is not unlikely to be perceived as the "better" and "safer" choice in the EU food market.

Codex To Be Taken Into Account

The Codex aspect is also new: For drawing up the list of equivalence certifiers and for deciding on the equivalence of organic production in third countries, the Codex Alimentarius Guidelines are to be taken into account. This is widely perceived as an effort, to lower the requirements for the equivalence track. The Codex Guidelines are less detailed and in a number of aspects more "open" than EU requirements.

Mistaken Legal Opinion Leads to a New Trade Barrier

The decision to set up this new dualistic organic import certification scheme was not a result of a transparent political and strategic decision. There was no discussion of policy choices with the Member States or the organic industry. The legal opinions on WTO law requirements assumed by the Commission staff were not made transparent and not subjected to public scrutiny, but rather the language, now introduced as statutory law, was taken from drafts by the legal advisory service of the EU Commission and never discussed with the stakeholders in the public.

It appears, that thus a new, in itself illegal trade barrier was set up by EU Commission in its effort to comply with WTO rules. This effort demonstrates as much confusion as the publication history. Should third countries or operators in third countries see themselves hindered to access the EU market, because they cannot meet the full compliance requirements, but only equivalence requirements, they would have a good chance to successfully challenge the new dualistic system in the WTO system.

On the other hand, the new listing of organic certifiers for "equivalent" and for "compliant" organic operations will open a complex field of new activities, both for producers and certifiers in third countries.

Gerald A. Herrmann
President of IFOAM

B1: The IFOAM international guarantee system and efforts for international harmonization

Introduction

The IFOAM Organic Guarantee System assures organic integrity internationally. In the rapidly growing environment of marketing and trade of products claiming to be "organic," IFOAM provides a market guarantee of the integrity of organic claims. The Organic Guarantee System (OGS) unites the organic world through a common system of standards, verification, and market identity. It fosters equivalence among participating certifiers, paving the way for more orderly and reliable trade.

The IFOAM Organic Guarantee System enables organic certifiers to become "IFOAM Accredited" and for their certified operators to label products with the IFOAM Seal next to the logo of their IFOAM accredited certifier. Accreditation is based on the certifier's compliance with IFOAM norms.

The IFOAM Accreditation Program

The [IFOAM Accreditation Program](#) is a service offered to certification bodies. IFOAM accreditation is awarded to certification bodies that use certification standards that meet the IFOAM Basic Standards. Secondly, the certification body itself must demonstrate compliance with the IFOAM Accreditation Criteria.

Key players in the IFOAM Accreditation Program are IFOAM, the International Organic Accreditation Service (IOAS) and the IFOAM Accredited Certification Bodies (ACBs).

IFOAM accreditation is carried out under contract by the International Organic Accreditation Service Inc. (IOAS), a US based organization. IOAS accepts and reviews accreditation applications, conducts site evaluations, and grants IFOAM accreditation to compliant applicants.

The Accredited Certification Bodies have implemented a Multilateral Agreement (MLA) amongst themselves. The MLA creates multilateral equivalence at the level of the Accreditation Criteria and the IFOAM Basic Standards. Implementation of the MLA streamlines certificate acceptance among the certification bodies, and thus helps to support and ensure orderly market transactions and trade. As an initiative that is administered by the ACBs, the MLA also supports the objectives of the IFOAM Organic Guarantee System. If interested please download the [List of IFOAM Accredited Certification Bodies](#) from the website of the IOAS.

The IFOAM Norms ([IFOAM Norms Section](#))

The first two pillars of the Organic Guarantee System are the IFOAM Basic Standards for Organic Production and Processing (IBS) and the IFOAM Accreditation Criteria for Certification of Organic Production and Processing (IAC). Together they are called the IFOAM Norms.

The IFOAM Basic Standards address the principles, recommendations, and required baseline standards that guide operators in producing their organic crops and maintaining organic integrity in the further handling and processing of organic commodities. The IFOAM Basic Standards have been developed to comply with the [ISEAL](#) Code of Good Practice for Setting Social and Environmental Standards.

The IFOAM Accreditation Criteria are based on the International ISO norms for the operation of certifying bodies, and they are additionally developed to reflect the particular circumstances of certifying organic production and processing. IFOAM owns and develops these documents.

The IFOAM Norms have an impact beyond the IFOAM Organic Guarantee System. IFOAM's Basic Standards and Accreditation Criteria are generally respected as the international guideline from which national standards and inspection systems may be built; and they have been used as a reference by standard-setters and legislators in national and international arenas. Within the Organic Guarantee System, IFOAM provides a mechanism for the approval of other standards that are consistent with the IFOAM Basic Standards.

The IFOAM Family of Standards

The other pillar of the IFOAM Organic Guarantee System are national or regional certification standards approved by IFOAM as being compliant with the IFOAM Basic Standards. Together all approved regional or national certification standards constitute the IFOAM Family of Standards. The acceptance of national or regional certification standards facilitates the accreditation of certifiers considerably. That is, certification bodies applying an approved regional or national standard only have to demonstrate compliance with the IFOAM Accreditation Criteria (IAC). For further information please visit [IFOAM Family of Standards](#).

The IFOAM Seal

The IFOAM Seal is a market-oriented mark of compliance with the IFOAM Norms. The seal may be used on products that are certified by IFOAM Accredited Certifiers. This mark ensures wholesalers, retailers, and consumers that a product and its producer are organically certified within the IFOAM Organic Guarantee System. IFOAM Seal use on products is implemented through a contract signed between an Accredited Certifier and the IOAS, and a corresponding contract between an ACB and its certified parties. For further information about the Seal please download IFOAMs Policy for Use of the IFOAM Name, Logo and Seal from the [OGS Policies Library](#).

Development of the Organic Guarantee System

[IFOAMs OGS Committees](#) play an essential role in the development and continuous improvement of the Organic Guarantee System. The Norms Management Committee is responsible for developing the policies and procedures governing the System. The Standards Committee develops revisions of the IFOAM Basic Standards in consultation with stakeholders, and likewise the Criteria Committee develops revisions of the IFOAM Accreditation Criteria.

IFOAM Policies regarding the OGS

A number of policies (e.g. regarding standards revisions, interpretation of standards) are of relevance for the OGS. They can be downloaded from the [OGS-Policies Library](#).

Revision of the IFOAM Organic Guarantee System

The Organic Guarantee system is currently undergoing a revision. For further information please visit [OGS Revision Section](#). The OGS revision project can be divided into two phases, the review and the revision phase.

The decision taken by the WB in November, 2003 to undertake a Review of the Organic Guarantee System represents the start of the first phase of the revision project. The purpose of the Review was to identify an Organic Guarantee System that will best implement IFOAM's mission in the changed global environment, which includes the proliferation of government regulations, labeling initiatives (including those within powerful private supply chains), and the rapid growth of all organic sectors including the number of certifiers.

The review phase ended with the approval of a WB motion by the General Assembly, in September 2005, in which the WB proposed the general direction and concrete steps for a revision of the OGS. The GA decision to approve the proposal simultaneously represents the start of the second, the revision, phase.

International Harmonization

The Landscape for Organic Trade

The organic market is confronted with hundreds of private sector standards and governmental regulations, two international standards for organic agriculture (Codex Alimentarius and IFOAM) and a host of conformity assessment and accreditation systems. Mutual recognition and equivalency among these systems is extremely limited. The multitude of certification requirements and regulations are considered to be a major obstacle for a continuous and rapid development of the organic sector, especially for producers in developing countries. The result for some producers are either no access to key export markets at all, or a high cost of access. The high cost results from the need to obtain multiple certifications, often from various certification bodies based in foreign countries, and according to standards that may not be appropriate to the producers' regional situation. Producers may also find it necessary to obtain costly consultation in order to learn how to comply with the certification standards and other certification requirements. Certification bodies often must hold multiple accreditations to meet the needs of all their clients, and these costs are also passed on to the producers.

The International Task Force on Harmonization and Equivalence in Organic Agriculture In 2001, IFOAM, FAO and UNCTAD decided to join forces to search for solutions to this problem. Together they organized the Conference on International Harmonization and Equivalence in Organic Agriculture, in Nuremberg, Germany 18-19 February 2002. One of the key recommendations of the Conference was that a multi-stakeholder Task Force should be established in order to elaborate practical proposals and solutions.

Following up on this decision FAO, UNCTAD and IFOAM in 2003 formed the International Task Force on Harmonization (ITF). The objective is to facilitate international organic trade and access of developing countries to international organic markets. For further information please refer to [ITF-Section](#).

Other Harmonization Efforts (Government Cooperation)

IFOAM and the IOAS actively invite government involvement in the IFOAM Accreditation Program, and encourage governments to use our expertise and services. IFOAM and IOAS welcome qualified government representatives into its Organic Guarantee System committees and IOAS committees. Many government regulatory systems use compliance reports prepared by IOAS for the IFOAM accredited certification bodies, for instance, on compliance with EU Regulation 2092/91. IOAS has also provided third party evaluation of government certification programs and offers various other cooperative sub-contracting services to national organic regulatory agencies.

Dorota Metera

President of Bioekspert Ltd. - Certification Body in Organic Agriculture

B1: From private to the public EU system

Background

The history of organic agriculture movement started in Poland in early 80-ties when a group of enthusiastic scientists, farmers and agricultural experts under the leadership of prof. Mieczysław Górny organised first courses on biodynamic agriculture with the lecturers from Demeter Germany. It wasn't easy to speak about alternative agriculture methods in the time of promotion of "modern", intensive agriculture oriented on the quantities, whereas we tried to convince the farmers to produce without artificial fertilisers and chemical plant protection products in order to get high biological quality of food by the use of natural methods and lunar and other cosmic rhythm. Despite of hard times, the group of first organic farmers tried to establish own associations for the representation of the interest of the farmers, to set the standards and to start the control of organic farms. The Association of Producers of Organic Food – EKOLAND was registered on 1 September 1989.

The first inspection of organic farms in Poland was carried out in 1990 on the basis of "Organic agriculture standards of EKOLAND Association", elaborated according to the guidelines of International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). As a result of the inspection carried out by Control Committee inspectors, the Certification Committee issued 29 certificates for organic farms. From the beginning it was clear that the Control and Certification Committees should work independent from farmers lobby to ensure the guarantee for the consumers, that the food produced and being controlled is really organic on the legal base of private standards.

An important step in the development of the number of organic farms was the introduction of subsidies. In 1997 national subsidies for soil analysis for organic farmers were introduced, which didn't support the conversion at all, only national subsidies for inspection costs in 1998 from 77 Euro till 154 Euro per farm (appr. 80% of inspection costs) caused first bigger wave of conversion. It was the time, when – after the EU regulation 2092/91 came into force in "old" EU Member States in 1993 – we understood that our control and certification system needs changes. First private certification bodies: Agrobiotest, Polish Association of Organic Farming (later called Ekogwarancja PTRE) and BIOEKSPERT were established in 1997 and 1998.

Legal framework for organic agriculture

Before Poland's accession to the European Union, the Act on Organic Agriculture of 16 March 2001 was in force (Official Journal of Laws No. 38 of 2 May 2001). According to the requirements laid down by the Act, farms should be located in the area where the permissible concentration levels for air, soil and water pollutants are not exceeded, and a farm can be considered as organic provided that it is run entirely according to this method. According to this legislation, imported products, including those which have been certified by EU institutions needed to be re-certified in Poland.

To receive a certificate of compliance, the producer or importer should apply to the certifying institutions by providing information regarding the activity related to the organic products, i.e. farming, trade, wholesale, retail. The label of organic products should contain the information: "product of organic farming", as well as information on the manufacturer, number of the certificate of compliance, name of the certifying institution and its identification number. The Act on Organic Agriculture introduced the obligation for the certification bodies to be accredited by Polish Center for Accreditation and authorised by the Minister of Agriculture and Rural Affairs.

On 1 May 2004 the Act on Organic Agriculture became invalid and the new Act on Organic Agriculture of 20 April 2004 entered into force (Official Journal of Laws No. 93, item 898). The Act sets out the tasks and scope of competence for certifying bodies and institutions in the organic agriculture system and brings into force the following regulations of the Community Law:

Council Regulation (EC) No 2092/91 of 24 June 1991 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs.

Commission Regulation (EEC) No 94/92 of 14 January 1992 laying down detailed rules for implementing the arrangements for imports from third countries [...]

Commission Regulation (EC) No 1788/2001 of 7 September 2001 laying down detailed rules for implementing the provisions concerning the certificate of inspection for imports from third countries under Article 11 of Council Regulation (EEC) No 2092/91 [...]

Commission Regulation (EC) No 1452/2003 of 14 August 2003 maintaining the derogation provided for in Article 6(3)(a) of Council Regulation (EEC) No 2092/91 with regard to certain species of seed and vegetative propagating material [...]

Certification system

Article 3 of the Act on Organic Agriculture of 20 April 2004 specifies basic levels of the control and certification system for organic agriculture:

the minister of agriculture – authorises the certification bodies accredited for organic agriculture, according to the Polish Standard PN-EN 45011 „General requirements for bodies operating product certification systems” to carry out inspections and issue and withdraw certificates confirming that unprocessed agricultural products as well as products derived from them were produced or processed in accordance with Council Regulation (EC) No 2092/91,

Agricultural and Food Quality Inspection (IJHAR-S) exercises supervision over certification bodies, receives applications of producers who start operation in organic agriculture, authorises imports of organic agricultural products from the third countries and inspects them, collects and stores information on the producers and makes it available to the entities interested in it.

Certification bodies – carry out inspections and issue and withdraw conformity certificates. At present there are 9 operating certification bodies.

Moreover, the following institutions carry out other important tasks in the scope of organic agriculture: State Plant Health and Seed Inspection Service supervises the suppliers of organic seed and vegetative plant propagation material. The Voivodship Departments issue permissions to use the material not complying with the requirements laid down in regulation (EC) 2092/91 in organic agriculture,

Plant Protection Institute in Poznań qualifies plant protection products to be used in organic agriculture and maintains lists of these products (Official Journal of Laws No. 164, item 1719),

Institute of Soil Science and Plant Cultivation in Puławy qualifies fertilisers and soil conditioners to be used in organic agriculture and maintains lists of these fertilisers and soil conditioners (Official Journal of Laws No. 164, item 1720),

Stations for Soil Analysis pay subsidies to the inspection costs for the certification bodies,

Polish Centre for Accreditation accredits certification bodies for organic agriculture.

Conclusions

We have observed a continuous development of organic agriculture, with various growth rates in different periods, depending on the development of know-how, market conditions and subsidies. The biggest wave of growth was observed in 2005 after the implementation of subsidies for the organic area in the frame of Agri-environmental Programme, a measure of Rural Development Programme 2004-2006. In 2007 - 11 887 Polish farms with the total Utilised Agriculture Area of 239 876 ha were subject to control, including 4 502 with the certificate and 207 certified processing plants.

After over 20 years of the development of organic agriculture in Poland, the implementation of control system compliant with Council Regulation (EC) No 2092/91 in 2004 resulted in the approval of the certification system by the European Commission, and as the effect of it - Polish certificates are respected by the recipients of Polish products in all 27 EU member states. The possibility to indicate organic products with the “Organic Agriculture” logo subject to Regulation (EC) 746 of 22 April 2004 was for the long time undermined, until November 2006, when Poland started the 3-years information campaign in with a total budget of 3 mln Euro. Because Poland has no national logo for organic products, after the long time, when EKOLAND – logo was the best known logo for the consumers, they are at the moment looking first for the EU – logo on the labels of organic products. The identification number of the certification body on the label is a clear proof for the consumer that the producer is controlled and the products are certified.

Svetlana Zlobina
Eco-Inform-Service

B1: Creation of cluster of organic producers in Poltava region of Ukraine

Создание кластера производителей органической продукции в Полтавской области

С.А.Злобина, директор НПГ «Эко-Информ-Сервис»

П.В.Писаренко, д.с.-г.н., профессор ПДАА

Полтавская область является традиционно аграрно-индустриальной, значительная часть ВВП которой формируется именно в отрасли сельскохозяйственного производства. В связи с этим, актуальным вопросом на сегодняшний день является повышением уровня жизни и создание новых рабочих мест в сельской местности. Развитие сельского хозяйства, повышение уровня его прибыльности требуют усовершенствования агропромышленного производства за счет внедрения инновационных методов хозяйствования.

В процессе реформирования аграрного сектора создано 533 предприятий рыночного типа. Основой аграрно-промышленного комплекса Полтавской области является производство зерна, молока, технических культур. В сельскохозяйственном производстве используется почти 2,0 млн. гектара земли, из них 1,7 млн. гектара пашни. Наиболее распространенными почвами являются черноземы, которые занимают 90,0 процентов площадей. В хозяйствах области выращивают более 20-ти разных видов сельскохозяйственных культур и 8-ми видов животных и птицы. В 2006 году сельскохозяйственными товаропроизводителями Полтавской области собрано 2,9 млн. тонн зерновых культур, в том числе 1,0 млн. тонн кукурузы. Ежегодно увеличиваются площади посева кукурузы, сои, рапса.

Следует заметить, что при формировании структуры посевных площадей в 2007-2008 гг. был сделан ориентир в сторону культур, которые не истощают почву, обогащают ее питательными веществами, экономически выгодные, высоколиквидные.

Учитывая исторические, экономические и природные факторы Полтавская область имеет значительный потенциал для развития такого направления, как органическое производство. Так, по данным эколого-агрохимического обследования, выполненного Полтавским центром «Облгосплородорие» почвы Полтавской области представлены разными типами черноземов, которые в значительной степени обеспечены всеми необходимыми питательными веществами. Содержание тяжелых металлов в несколько раз ниже предельно допустимых норм. Так содержание свинца составляет 1,98 мг на кг почвы при ПДК – 20 мг/кг. Радиационный фон находится на уровне естественного фона и составляет 11-14 мкр/час.

Кроме того, на протяжении длительного времени (1973-1987гг.) на территории Полтавской области под руководством талантливого организатора и ученого Ф.Т.Моргуна, проводился масштабный научный эксперимент по внедрению почвозащитной системы земледелия. В настоящее время на территории ЧП "Агроэкология" Шишацкого района, филиале Полтавской государственной аграрной академии, учеными вуза ведутся научные исследования по разработке теоретических основ и усовершенствованию системы машин для почвозащитного биологического земледелия.

Кроме того, в последнее время решение вопросов экологической безопасности и здоровья населения стало неотложной потребностью украинского общества. Повышение качества сельскохозяйственного и продовольственного сырья, продуктов питания в Украине сегодня приобрело важное социальное значение.

Исходя из этого и учитывая уникальный опыт полтавских предприятий во внедрении современных экологически согласованных агротехнологий и производстве высококачественных, в том числе детских, продуктов питания, главным заданием агропромышленного комплекса есть производство качественного продовольственного сырья и продуктов питания в соответствии с международными стандартами.

Для достижения этой цели в области реализуется ряд программ и проектов, направленных на формирование широкого партнерства в сфере аграрного производства с целью возобновления деловой и инвестиционной активности агропромышленного комплекса и перерабатывающей отрасли, содействия развитию экспортного производства и повышения качества жизни в сельской местности.

С целью дальнейшего развития этого направления и проведение конструктивных преобразований в агропромышленном производстве области, на его основе, Полтавским областным советом в 2005 году была принята «Областная программа развития органического земледелия и производства органической продукции Полтавской области». С сентября 2007г. в Полтавской области реализуется проект „Создания регионального кластера производителей

органической продукции”, поддержка которого осуществляется Фондом Евразия за счет средств, предоставленных Координатором проектов ОБСЕ в Украине и Агентством США из Международного Развития (USAID). Целью проекта является формирование широкого партнерства среди производителей в области органического производства.

Цель кластера - привлечение дополнительных ресурсов к региону через усиление конкурентоспособности предприятий-участников, использования общих возможностей и расширения рынков сбыта. Развитие кластеру нацеливается на видимые улучшения экономической ситуации и существенного преимущества для участников, какие они как отдельное предприятие достичь не в состоянии.

Кластер создает условия для: эффективной инновационной деятельности, концентрации капитала под масштабные проекты, перевооружения производств, инвестиционной активности, повышения рейтинга региона, стабилизации и расширения рынков сбыта, решения социальных программ территории.

Создание кластерного объединения происходит на добровольных началах. Привлечение производителей проводится лишь путем информирования их о преимуществах совместной деятельности. С этой целью в рамках проекта:

- оказывается информационная и научно-методическая помощь участникам проекта по вопросам органического производства, сертификации и реализации продукции;
- создан Центр экологической безопасности потребителей «ЭКОСТАНДАРТ» с целью координации деятельности участников кластера, - оказывается помощь производителям в поиске потенциальных партнеров и информировании потребителей относительно преимуществ органической продукции.

Международный опыт свидетельствует, что перспективы развития органического производства зависят от трех составляющих. Во-первых, необходимо наличие естественных условий на определенной территории и опыт внедрения соответствующих агротехнологий производителями сельхозпродукции.

Во-вторых, наличие национальной нормативно-правовой базы по органическому производству, которое позволит отработать механизмы контроля процесса производства органической продукции для обеспечения гарантии ее качества конечному потребителю. Национальные нормативные документы должны быть гармонизированы с международными. Это даст возможность украинским производителям работать на международных рынках органической продукции.

В-третьих, маркетинг и реклама органической продукции, информирование потребителя о преимуществах такой продукции и формирование устойчивого спроса на данную продукцию. Это является наиболее сложным в условиях Украины при отсутствии традиций потребления органической продукции. Поэтому именно формирование механизма продвижения органической продукции к потребителю и положено в основу проекта.

Основным заданием кластера является реклама и маркетинг органической продукции, помощь в сертификации предприятия, развитие сотрудничества между научными организациями, производителями сельскохозяйственной продукции, перерабатывающими предприятиями и торговыми сетями.

В данный момент партнерами проекта являются несколько крупных перерабатывающих предприятий, представители малого бизнеса, торговые сети. Несколько сельскохозяйственных предприятий заключили договора на проведение сертификации с голландской компанией Control Union Certifications, формируются партнерские связи с крупными торговыми сетями по реализации овощной и бакалейной продукции, проводятся информационные и рекламные мероприятия в средствах массовой информации, на выставках и ярмарках.

Таким образом, Полтавская область, имея значительный потенциал, подходит системно к вопросам развития органического производства, начиная с организации научно-методической поддержки производителей и заканчивая формированием маркетинговой стратегии, стимулированием сбыта произведенной органической продукции.

Martien Lankester
 Executive Director of the Avalon Foundation

B1: The Avalon Network for Central Europe and FSU countries



The Avalon Network for Central Europe and FSU countries




Learning by connecting
 Martien Lankester

International Conference on the Organic Sector Development
 Kyiv, April 2008



Avalon:
 Receiving financial support from:


>AVALON

>promoting sustainable rural development in the Central and Eastern European region and beyond




Examples of projects

- Former Soviet Union, development of organic agriculture chain in Armenia, Azerbaijan, Georgia and Moldova
- Balkans, development of organic agriculture in five South Eastern European Countries
- Introduction of AE-programmes in 12 Central and Eastern European Countries
- Marketing of organic products, for example White Carpathian beef
- Demonstration Farms



Avalon:


- > International non-profit organisation, established in 1991
- > Promoting sustainable rural development
- > Projects in the field of organic agriculture, agri-environment, nature conservation and agro-biodiversity
- > And policy development in these fields
- > In Central and Eastern Europe, the Caucasus, Central Asia and Turkey



Agri-environmental programmes

Transfer of knowledge concept:

- Technical knowledge
- Process management



Concept of process management


Process of knowledge transfer

- All stakeholders
- New forms of cooperation
- Smooth information flows: network




Network: new cooperation


- Between NGOs, Ministries, scientific institutes, businesses & market chain parties
- Between national and international networks
- Convergence of agriculture and environment/nature conservation
- Involving old and new member states, candidate countries and new neighbours EU



Avalon Network


Overall aim: "to build and strengthen institutional capacity for organic/sustainable agriculture and agri-environment policy development in the countries of the CEE region with the wider aim of promoting sustainable rural development"






Network: new issues

- Cutting edge agriculture – nature conservation
- Organic agriculture
- Agri-environment
- Multifunctional agriculture
- Sustainable rural development
- Structural funds



Avalon Network

- In over 30 countries
- 130 organisations
- From various sectors










Network: Activities

- Network meetings
- Exchange visits
- Participation international events
- Support project preparation
- Newsletter
- Extranet



THE AVALON NETWORK 


	
Network Meeting Prague, September 07	Network Meeting Prague, September 07
	
Network Meeting Prague, September 07	Avalon Network Lunch discussion, Bratislava February 2008

The Avalon Network 

Development of branch offices

- Plovdiv Bulgaria, 2007

Strengthening local expertise
Developing local projects
Involvement in international projects

The Avalon Network 

Source of information, experience and inspiration

Breeding ground for new initiatives

Meeting place for knowledge & skills

Bridge between a wide range of stakeholders

Point of support in bringing plans into practice

The Avalon Network 


Join us!!!




The Avalon Network 

Development of new projects:

- OATT Farms
Organic Agriculture Training and Therapy
- Structural Training Programme

The Avalon Network 



Thank you
for
your attention

Marco Schlüter
Director of IFOAM EU Group

B2: The EU Organic Action Plan and results from the ORGAP study

Ali Alizadeh

Researcher, Faculty of Agriculture, Shiraz University

B2: Strategic recommendations for Organic Sector Development in countries starting with organic

Authors: Ali Alizadeh, Jamal Javanmardi & Shirin Mohammadi, Presented By: Ali Alizadeh

Abstract:

The development of the organic sector provides countries with opportunities to solve some important problems in the food and agriculture sector. The issues include air and soil pollution, soil erosion and nutrient depletion, habitat destruction, greenhouse gas effects, financial problems in conventional agriculture system, chemical residues and their effect on human health and environment. Therefore, it seems that transition to organic farming is necessary for all over the world. On other hand, there are some challenges facing the organic sector such as lack of suitable strategy, organizing the development of organic sector, certified products, research, financial support and education, immature market and insufficient organic processing factories especially, in countries that have not any experiences with organic. For movement to organic culture, establishing a strategy is very important and will be the first step in this way. The purpose of this presentation is to propose strategic recommendations for organic sector development in countries that are in the beginning of the way. These strategic recommendations can be described into seven parts:

- 1- Policies and Organizational Strategies
- 2- Research Strategies
- 3- Strategies for Producers
- 4- Strategies for Consumers
- 5- Strategies for Market
- 6- Strategies for Industrial Development
- 7- Government Roles

Introduction:

The development of the organic sector provides countries with opportunities to solve some important problems in the food and agriculture sector. The most important issues include:

- Air and soil pollution
- Drinking water pollution with nitrate and pesticides residues
- Chemical residues in environment and their effect on ecosystem
- Soil erosion
- Nutrient depletion
- Habitat destruction
- Greenhouse gas effects
- Chemical residues in foods and their effect on human health
- Financial problems in conventional agriculture system
- High energy consumption

Therefore, it seems that transition to organic farming is necessary for all over the world to solve these problems. However, there are some challenges facing the organic sector especially in countries that starting with organic. The most important challenges include:

- Lack of suitable strategy and action plan
- Lack of organizing the development of organic sector
- Lack of certification and certified products
- Lack of research centers for organic systems
- Lack of education for producers and consumers
- Immature market
- Insufficient organic processing factories
- Lack of financial support

For movement to organic culture, establishing a strategy and action plan is very important and will be the first step in this way. To be successful, a full package of initiatives must be implemented.

The purpose of this presentation is to propose strategic recommendations for organic sector development in countries that are in the beginning of this way.

Steps of Strategy

Step 1: Policies and Organizational Strategies

For management of organic development, establishing an organic committee is the first and critical step. This committee should include high-level specialists in the extended range of organic systems such as organic agriculture, agriculture management, plant production, soil and nutrition science, plant protection, agricultural economics, food processing, animal production and other relative sciences. One of the initial functions of this committee is to establish an organic strategy and action plan. Therefore, this committee should undertake international regulatory requirements for certification and based on this, should develop plans and management tools for producers, which streamline the certification processes and establish a certification process. In addition, this committee must research to develop standards for new products. Collaboration with other organic agencies and associations to use their experience, and consolidating linkages to community health are other important functions of this committee.

Step 2: Research Strategies

For movement toward a correct research plan, establishing organic research programs, organic research centers, farms and greenhouses are necessary. In those research centers, several sections for research on different aspect of agriculture such as plant production, irrigation science, soil and nutrition science, plant protection, agricultural economics, food processing and other relative sciences are required. These research centers need the specialists in mentioned aspects of agriculture. Three aspects of organic system should be considered the most: horticulture, animal/poultry production and processing. However, training of specialists in organic sector is the key point. In almost all of the developing countries, there is not any course on organic agriculture and farming at the universities. Such universities and collages should work on establishing organic courses and researches focusing on organic issues for MSc and PhD students' thesis. In addition, governments, organic committees, organic research centers and universities must arrange on-farm workshops and internship or apprenticeship programs to improve experts' experience and knowledge.

Step 3: Strategies for Producers

Training producers is one of the most important functions of organic sector in any country. Theoretical and farm workshops and visits, internship or apprenticeship programs, and short courses must be set for selected producers, periodically.

Establish advisory services and technical supports for producers to help them and solve problems are other important factors to be considered. Many conventional farmers are interested in organic, but reluctant to begin because of the risky transition period.

Step 4: Strategies for Consumers

In countries starting with organic, a consumer's survey is necessary. Surveys must focus on consumer's awareness level, demands, preferences and power of payment. The future of organic agriculture will largely depend on consumer's demand.

Consumer's education is the main thing to be considered to establish strategies. Education regarding benefits of organic products and systems should be started in schools and universities. Another simple way to educate consumers is giving basic information as brochures, catalogues, pamphlets, etc. regarding benefits of organic products, at the point of purchase. Media programs like TV shows, radio, newspapers, magazines and websites can help to increase consumer's awareness, effectively. Researches show that the demand for organic products can be increased when awareness of consumers improves.

Another key point to take a good strategy for consumers is to increase consumer's trust to organic products. Extending the certifying processes and certified products is another way to increase consumer's trust to organic products.

Step 5: Strategies for Market

Market survey regarding most marketable products, domestic or imported, and total sales in retailers and wholesalers can be very helpful for preparing information bank, planning for production, export and import.

Increasing promotion for "certified organic" products must be attended. Improving new marketing systems like local markets, farm markets and exporting are of concerns for market strategies.

Step 6: Strategies for Industrial Development

Parallel to organic production, organic input factories like planting materials, mediums, fertilizers, pesticides, fungicides and herbicides should be extended, because it has been mentioned in all of international regulatory that all of inputs must be natural and organic. Therefore, these materials are initial need for producers.

Organic food processing is remained limited in all over the world. Development of organic processing facilities like conserved organic foods, organic juices and organic medicinal plants can help the development of organic market and production. Organic processing will improve the opportunities for value added organic food and products.

Step 7: Government Roles

In countries that starting with organic, government can play important and vital roles. Governmental premiums for organic producers, improve the availability of certified organic materials at the beginnings, support for cooperative production, processing, distribution and marketing, improving financial support to organic sector, help to establish advisory services and research centers, and deleting tax for organic sector are some of governmental roles.

References:

Christianson, R., Morgan, M. L. 2007. Grow Local Organic: Organic Food Strategy for Ontario: Value-added Processing. World Wildlife Fund Canada.

MacRae, R., Juhasz, M., Langer, J. & Martin, R. 2006. Ontario Goes Organic: How to Access Canada's Growing Billion Dollar Market for Organic Food. Organic Agriculture Centre of Canada.

MacRae, R., Martin, R., Macey, A., Beauchemin, R. & Christianson, R. 2002. A National Strategic Plan for the Canadian Organic Food and Farming Sector. Organic Agriculture Centre of Canada.

Marta Klimeková

SCPV – VURV Piešťany, Department of alternative Plant production

B2: Action Plan for Organic Agriculture accelerates the development of organic farming in Slovakia

The development of organic farming in the Slovak Republic began in 1991 following the experience and development trends in western European countries. The basic regulatory framework for the organic system this time became the “Rules of organic agriculture valid for the territory of the Slovak Republic”. The Rules were based on the principles and requirements of organic agriculture defined by the IFOAM. The greatest rise of organically farmed land occurred between 1997 and 1998 and the difference represented 55 %. This year the area managed organically represented for the first time more than 2 % of all farmland in Slovakia. The “Conception of Organic Agriculture in Slovakia” was approved by the government of the Slovak Republic in 1995. This fundamental document determined the basic direction of organic agriculture in the Slovak Republic as a horizon until the year 2010, and has adopted a set of measures for its realisation. A basic and significant change in the legislative framework for the whole organic agriculture took place in 1998 when the Act of the National Council of the Slovak Republic No. 224/1998 Coll. on Ecological Agriculture and the Production of Bio-Foodstuffs was adopted. This law came into effect on 1 October 1998. After admission to the European Union, organic agriculture is being carried out in compliance with EC Regulation No. 2092/1991, which was included into the new Law NR SR No. 421/2004 about Organic farming. Subsidy support is arranged within a Rural Development Plan, sub measure – Organic Farming. Organic farmers receive financial support throughout the period they are involved in the system of organic agriculture. The support conditions include following: to observe conditions of EC Regulation No. 2092/91, during the whole realization the applicant must be listed in the register and must have valid contract with control organization, after the conversion period organic producer must have the certified production in bio quality. The financial aid is differentiated by the type of culture. The Rural Development Program of the Slovak Republic for 2007 – 2013 proposes even higher financial support for organic farming than it was during the previous programming period. The financial support for organic farming range for example from SK 4,139 (approximately EURO 130) for permanent grass cover to SK 28,884 (approximately EURO 903) for orchards and vineyards. The financial support for arable land represents SK 6,571 (approximately EURO 205) and for vegetables, medicinal plants, spice and aromatic plants it is SK 21,265 (approximately 665 EURO) per 1 ha. (Source: Rural Development Program of the Slovak Republic, www.mpsr.sk).

The situation in the area of organically cultivated land at the end of the year 2007 represented 122,589 ha of agricultural land. From this acreage 37,776 ha was arable land, 84,053 ha of permanent grass cover, 707 ha of orchards and 53 ha of vineyards. 338 organic units were registered in the system. The area managed organically represented 6.32 % of all farmland in the Slovak Republic (source: UKSUP, 2008).

National Slovak bio products and bio food stuffs logo:



In compliance with EC policies, namely with a document called “Analysis of the possibility of a European Action Plan for Organic food and farming”, the Action Plan for Organic Agriculture in Slovakia has become the new strategic document for organic agriculture. This crucial document was adopted on 17 March 2005 and it was accepted for the period of the years 2005-2010. This document was created mainly because the former studies about organic farming in Slovakia indicated that some areas of organic farming system were still not very good developed.

The detailed SWOT analyse was done before the Action Plan for Organic Agriculture was worked out and the results showed following:

Main strong and developed areas of organic farming in Slovakia:

- Legislation
- Control and certification system
- State support (subsidies)

Main weak and underdeveloped areas:

- Domestic market with organic farming products
- Non existing advisory system for organic farming
- Insufficient propagation and education and research

Opportunities:

- Regional specialities
- Maintenance of employment in the rural areas
- Export possibilities
- Chance for small companies and family farms development

Threats:

- Weak public awareness
- Low purchasing capacity of population
- Possibility of GMO contamination (very urgent, in the year 2007 the area of GM maize MON 810 represented 948,52 ha)
- Bio products falsification

The necessity to prepare the Action Plan has also resulted from the conclusions of the international conference on organic farming held in 2004 under the name "ECOMIT". This document represented the final output of the international conference ECOMIT organized by the Research Institute of Plant Production, Slovak Association for Sustainable Agriculture "SASA" with the support of Wageningen University and Research Centre, the Netherlands.

The Action Plan has five main priorities: bio production, processing and bio products selling support; marketing and quality of bio production; information and propagation system; research, education, consulting; institutional support.

According to the Action Plan and also the Rural Development Programme for the years 2007-2013 it is necessary to ensure the organic farming development at 5 % of the total agricultural land in Slovakia. In term of marketing and quality improvement it is desirable to reach at least 30 % of certified bio products realization on a domestic market. It is also important to create the knowledge and information database about organic farming and to promote the benefits of this farming system and also to establish the tradition of "week of organic farming" in Slovakia. In the area of research, education and consulting it is necessary to provide the knowledge and research results transfer into the practice, to improve the coordination in this area on all levels of educational system. It seems that crucial will be also to establish advisory and consultancy system with a good quality and to use advisors from abroad mainly in the areas where Slovakia doesn't have the specialists. There is also very strongly recommended to establish demonstration farms for different purposes like educational, research, advisory and to strengthen impact of the association of organic farmers.

The Slovak Agricultural Research Centre – The Research Institute of Plant Production Piešťany is active in the area of research and advisory service. This year within the project APVV 0307-07 in a very close cooperation with the Slovak Association for Sustainable Agriculture "SASA" the projects participants will ensure photography exhibition, prepare a film about sustainable agriculture and research in this area, realize the traditional propagation activities during "week of organic farming" like bio products tasting, propagation materials distribution, lectures about organic farming, they will also actively participate on the biggest agricultural fest "Agrokomplex" where this year will be also an exhibition called "BioAgrokomplex" aimed at organic farming, where different actions will be provided for the farmers, students, public, policy representatives, etc.

In the year 2008 the most important activity will be the organisation of the 5th International Conference on Sustainable Framings Systems "ECOMIT". This event will provide a forum to discuss the latest knowledge, problems and solutions in agricultural research with the emphasis on soil and climate change. One of the aims of the conference will be also to create an "information bridge" among European scientific and research communities which will contribute to the strengthening of partnerships and scientific collaboration. For more information please visit the conference web page www.vurv.sk, section ECOMIT.

Dr. Dzidra Kreismane

Associated professor at the Latvia University of Agriculture

B2: Challenges and solutions in organic farming in Latvia

Introduction.

Each country is responsible for the preservation of biodiversity in its own territory. The territory of Latvia among other member states of EU can be distinguished by a specific ecological quality of the environment and a diverse wild population. Due to this reason, it is politically accepted that one of the perspectives of the Latvia's rural development is closely connected with the preservation and improvement of the quality of this particular environment. There are 18 047 species of animals, 5396 species of plants and about 4000 species of mushrooms established in Latvia. According to scientists, about 907 species (3.3 % of all species) are rare and endangered. 3.7 % of the Latvia's territory is covered by surface waters comprising more than twelve thousand rivers and springs, more than three thousand lakes and artificial water bodies. In accordance with the monitoring data from 527 smaller rivers obtained in 1998, which were based on a single criterion: biological status of water environment, 21 % are clean or slightly polluted, 64 % of rivers are evaluated as slightly polluted, 11 % - as polluted and 4 % - as highly polluted, while 90 % of lakes are subject to processes of anthropogenic eutrophication.

Due to the comparatively high environment quality, opportunities of external market, competitiveness of Latvian farmers in production of organic products, this sector in Latvia has been defined as one of the most prospective fields of agriculture for the production of this kind of products of this particular niche and reaching the aims of the environment policy. It is considered to be an opportunity for regional development in the rural area.

The above mentioned factors are only a few of all those that determine the necessity for a specific environment protection policy. At the same time understanding rapidly improves of the society about the factors influencing human health and the negative effects of environmental pollution, dissatisfaction with the consequences of the intensive economical activities increases, and interest arises in organic products. Understanding the Latvian unique values on nature, the comparatively unpolluted environment and potential opportunities for sustainable economic activities, it is very important to take complex measures in order to support the development of organic agriculture. The Latvian Association of Organic Agriculture has worked out the Organic Agriculture Development Programme for the years 2007-2013. All aims of the organic agriculture development comply with the approaches of the European Union and are as follows: ensuring the availability of organic agriculture products in the market and encouragement of environmentally friendly agriculture.

Examination of the existing situation.

The influence of the history of Latvia on the development of agriculture for the last 15 years has not been positive. As the result of the rapid privatisation processes many small households emerged with insufficient material and technical resources for existing and development. Two thirds of the dairy farming households possess only up to 10 cows, and the situation is similar also in other fields. Due to the lack of knowledge and understanding about the advantages of co-operation for the development of households, the process is very slow, and thus also the processing and marketing of the products is delayed. Processing enterprises need uniform and qualitative raw materials in sufficient amounts. The society also has not got good enough understanding about the advantages of organically produced products. A rapid development of organic agriculture began after the integration of Latvia into the European Union. It was encouraged by the improvement of understanding among farmers and their willingness to farm the land according to the principles of sustainable economic activity and also by the increase of support payments. Organic farming has significantly grown over the last couple of years, both, concerning farm sizes and area sizes in 2007; the certified areas took up 6,9 % of all agricultural land or 151 505 thousand ha. The number of organic farms over the last period of time has doubled and takes 5% of all farms. Further development requires researching in the wellbeing of agricultural animals and in the methodology for ensuring the health and treatment of animals. There is a lack of researches in the field of obtaining qualitative products from perennial plants, qualitative seeds from different field crops, agrotechnical measures for weed control, plant health problems in organic crop rotations, as well as in ensuring of nutritives in crop rotations. Besides, there are also no researches in and proposals for the introduction in Latvia of technologies that ensure no leftovers, as well as there is a lack of researches in the market and economic evaluations for the development of organic agriculture products in Latvia and their export.

In the state, there are still no modern model farms in which interested persons could get acquainted with the production and pre-processing of particular products. At the moment separate display

households have been established in some places of Latvia, but the level of up-to-date technologies there does not present organic agriculture as a modern and competitive entrepreneurship.

Dealing of the problems.

The aims of the development programme are based on the existing situation and are as follows:

1. Development of modern and economically feasible organic agriculture enterprises. To ensure this, it is necessary to encourage co-operative development and co-operation of production and processing enterprises with the aim of ensuring higher added value products in sufficient amounts for the consumers.
2. Increase of knowledge and awareness, and availability. It is important to inform the society about the positive influence of organic agriculture on the nature and landscape, by ensuring a positive attitude to organically produced food products and their quality.
3. Ensuring of positive influence on the environment, including the improvement of the living conditions of animals and their wellbeing, breeding of animals appropriate for the conditions of Latvia and introduction of up-to-date technologies in the production process.

The tasks of the action plan are:

1. To combine and solve the problems and development issues of the field;
2. To ensure a financial basis for the development of organic agriculture and effective production in enterprises;
3. To ensure the economic development of households, by decreasing their dependence on support payments;
4. To ensure more rapid increase in production volumes of organically produced products and their availability in the local market;
5. To ensure logistics of the sales process of the products;
6. To ensure a lasting availability of the products for satisfying the needs for diet of the society.

The priority issues are the following: formation of co-operation groups and co-operatives in territorial and state level, co-operation of co-operatives in sales and storage of the products, production of modern qualitative and increasing in amounts organical agriculture products and food products, development of production of raw materials necessary for the production of such products, ensuring of availability and development of processing, including processing in domestic conditions.

The second priority is improvement of sales of the products and marketing and ensuring of the diversity, including the delivery of the production to education, social care, health institutions, public catering places and shops.

The third priority is education the producers, establishment of display households and placers of practice, increase of the competency of specialists, stimulation of scientific research. The association has determined the fields to be researched in for stimulation of production of qualitative products and development and introduction of new food products and technologies. Education of consumer society is an important measure to be taken as well.

Activities for accomplishing of the above mentioned tasks:

1. Ensuring of an advised and complex support programme for entrepreneurs by co-operating with governmental and non-governmental organizations.
2. Establishment of innovation and logistics centres in regions.
3. Ensuring of marketing and advertising measures.

Since 2004, the Latvian Association of Organic Farming implements market stimulation programmes. One of the most important of them is the „Market development of organically produced products” with a co-financing of EU and Latvia in the amount of 150000 EUR. Within the framework of the programme, the EU organic agriculture product logotype and the trademark „Ecoproduct of Latvia” is ensured, as well as the communication is assured, namely, participating in television broadcasts, marketing communication for the products by using prepared informative and presentation materials, participation in the international food exhibition „Riga Food” and other exhibitions by organizing seminars and press conferences during them. In Riga and regions, open-air fairs are organized with the opportunity to test and buy of the products. Activities in educational establishments, distribution and advertising of the products among pharmacies, by the help of Internet shops and specialising shops of ecoproducts, are very important. 60 publications in magazines, newspapers and Internet portals about organic products and their recognition is an essential contribution as well. A creative conception was worked out for the advertising campaign of the first year of the programme, which used the slogan „Natural delicacies”. The creative conception was worked out on the basis of the high quality and value of the ecological products and labour necessary for growing such products. Considering the characterisation of the target audience – it is capable of paying and willing to buy value with price, as well as use natural products. The conception included an easily perceivable and consistent message in all activities and materials of the advertising campaign. The strategic idea of the campaign was to stress the advantages of natural products and ensure the target audience with a positive feeling and benefits.

Results.

The efficiency of the creative conception was proved in the research in the target audience, as the trust and recognition of consumers had increased.

The evaluation of the results of the first year of implementation of the programme testifies to the fact that the production volumes have essentially increased, but still do not meet the ever increasing level of the demand, the assortment expands in product groups, sales volumes increase considerably, as well as the orders of organic products of state institutions for the organization of meals for seminars, conferences and banquets. The recognition of the EU organic agriculture logotype and the Latvian organic agriculture trademark also has improved, and it has a positive image. More than a half of consumers is certain about the fact that the nutritional value of organic products is higher than the one of conventional agriculture products, as they consider these products to be safe for health, environmentally friendly and qualitative, but the consumers still doubt that the products are strictly controlled. After marketing communication activities in schools and preschool institutions the purchasing is still being done by the parents of these children. The regular buyers of organic agriculture products mainly buy them for everyday consumption, but in the public catering enterprises the availability of organic products is limited.

Prof. Dr. Gerold Rahmann
Institute of Organic Farming (FAL)

C: The importance of research – past and presence

Dr. Daniela Vairo

Research Assistant, Polytechnic University of Marche

C: Organic Farming and Rural Development Policy

Raffaele Zanolli and Daniela Vairo¹

Introduction and objectives

As part of the reform of the Common Agricultural Policy (CAP), started in 2003, Rural Development Policy has also been reviewed. In July 2004, the Commission presented a new proposal for a Council Regulation on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD). In September 2005 the reformed rural development policy for the programming period 2007 – 2013 (RDP) has been adopted (Council of the European Union 2005b) which is characterized by “continuity and change”.

The proposed reform continues to provide a menu of measures from which the Member States (MS) can choose and for which they receive Community financial support in the context of integrated RD programmes. The reform is built around three major policy objectives (European Commission, 2004a), each related to one thematic axis:

- Improving the competitiveness of agriculture and forestry;
- Improving the environment and the countryside;
- Improving the quality of life in rural areas and encouraging diversification of economic activities.

In addition a fourth overarching axis is introduced which relates to all three objectives: the “LEADER” Axis.

The new regulation envisages the creation of only one fund for Pillar 2: the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD). The resources available for the period 2007 to 2013 amount according to Article 70 of the Council proposal to 88,75 billion Euro at constant 2004 prices (Council of the European Union 2005a).

Organic farming is mentioned only once in the regulation, as a minor point and without any specifics (Häring et al., 2005b). This seems to be in contrast to the importance given to organic farming by other statements of the Commission (European Commission 2004b). Even the more recent Commission proposal for strategic guidelines (European Commission 2005) is more explicit on the role of organic farming for rural development.

The objective of this paper is to make a brief overview of some key aspects related to each axis of the new regulation and to present the Italian National Strategic Plan for Rural Development 2007-2013. In order to introduce a forward-looking perspective on RDP, stakeholders’ assessments are introduced. This stakeholder assessment results from a review of reports on workshops in 11 European countries (AT, DE, DK, CH, CZ, EE, HU, IT, PL, SI, UK) regarding the further development of organic farming policy (Häring et al. 2005a)². Comments on the RDPs are also presented deriving from the results of an Italian FG discussions on the implementation of the European Organic action Plan as part of the Rural Development Plans³.

The structure of the RDP

Axis 1: Improving competitiveness of farming and forestry

Under Axis 1 a range of measures will target human and physical capital in the agriculture, food and forestry sectors (promoting knowledge transfer and innovation) and quality production.

The most important changes in Axis 1, compared to the previous RDP are:

- More focus is led to food quality schemes
- Investment aid for young farmers is improved
- Investment aid to improve marketing and processing is limited to Micro, Small and Medium Sized Enterprises

¹ DIIGA - Polytechnic University of Marche – Via Brecce Bianche – 60131 Ancona - IT

² Subproject “Identification of the dimensions of a new European Organic Farming Policy post EU-expansion”, which is part of a larger project “Further Development of Organic Farming Policy in Europe, with particular emphasis on EU Enlargement (EU-CEEOP)” (QLK5-2002-00919).

³ The results have been produced with financial support from the EC within the project “European Action Plan for Organic Food and Farming: Development of criteria and procedures for the evaluation of the EU Action Plan for Organic Agriculture (ORGAP)”. The views expressed are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the EC, nor do they in any way anticipate the Commission's future policy in this area.

Axis 1 provides a broad range of measures which can make a valuable contribution to the support and development of any farming system (e.g. organic or conventional farming) (Häring et al, 2005b).

Axis 2: Improving the environment and the countryside

Axis 2 provides measures to protect and enhance natural resources, as well as preserving high nature value farming and forestry systems and cultural landscapes in Europe's rural areas.

The most important changes in Axis 2 are:

Agri-environment measures are compulsory for each programme.

Introduction of cross-compliance measures based on Council Regulation (EC) 1782/2003.

Non-farming land managers become eligible for grant under the agri-environmental measures.

As a reference to WTO negotiations, 20% incentives may not be included in the calculation of agri-environmental payments and are replaced by inclusion of transaction costs where necessary.

Commission reduces share of co-financing from 60% to 55%.

Re-designation of Less Favoured Areas from 2010.

Re-name Less Favoured Areas Payments in Natural Handicap Payments and payments for areas with other handicaps.

Natural handicap payments are increased from 200 Euro/ha to 250 Euro /ha while payments for areas with other handicaps are reduced from 200 Euro/ha to 150 Euro/ha.

Where appropriate, calls for tender are now possible to select beneficiaries.

The measures listed under Axis 2 provide enough room to include organic farming support in the national programmes (Häring et al, 2005b).

Axis 3 and Axis 4: The quality of life in rural areas and diversification of the rural economy and Leader Axis

Axis 3 helps to develop local infrastructure and human capital in rural areas to improve the conditions for growth and job creation in all sectors and the diversification of economic activities. Axis 4, based on the Leader experience, introduces possibilities for innovative governance through locally based, bottom-up approaches to rural development.

The most important changes are:

Axis 3:

New measure: diversification of rural economies

New measure: training and information

Investments in diversification activities become eligible for support

No equivalent grants are considered for article 33 measures (land improvement and re-parcelling)

LEADER Axis:

Integration in mainstream support scheme

Area covered should be coherent and offer sufficient critical mass in terms of human, financial and economic resources to support a viable development strategy.

In general, measures could be specifically targeted to favour organic agro-tourism, and farm shops, but could also provide incentives to village restaurants and hotels to use local, organic raw materials, e.g. "Bio-Hotels" (Häring et al. 2005a). In addition, some measures, in less marginal areas, could be aimed at building organic districts.

Axis 3 also includes a measure on capacity building that could be specifically targeted to all actors in the organic arena (e.g.: advisors, farmers, decision makers, etc.), and could support promotional events (farmers markets again, but also open farm-days) and training of local organic farmers as "leaders" (e.g. in Italy, Leader II supported the creation and organization of local partnerships).

Organic farming can benefit from most measures implemented in these two Axis, provided that organic farmers realise that they need to strengthen cooperation among themselves and among other local socio-economic actors in the rural areas, such as small local shop owners, tourist operators (especially hotels & restaurants), and local authorities (Häring et al., 2005b).

Discussing axis with European stakeholders resulted, for Axis 1, in a range of proposed measures aimed at investing resources in capacity building specifically by establishing advisory systems, increasing the number of organic advisors, supporting existing private advisory organisations, and so on. The measures aimed at improving the quality of agricultural production and agricultural products could provide measures to support local and regional producer co-operatives, direct marketing initiatives, to stimulate the development of new products to increase product variety. Concerning Axis 2, stakeholders suggested changes in organic farming support: some proposed to reduce or abolish area payments in order to strengthen other measures (e.g. support of market development). At the same time, others proposed to redesign area payments in order to be more targeted (Häring et al. 2005a).

The Italian case study: implementation problems and strategies

On January 2007 the EU has approved the Italian Strategy Plan on rural development 2007-2013 upon which the 21 regional rural programs will be based (MIPAF, 2006). The document analyses several environmental aspects, such as biodiversity, water and soil, listing the problems caused by agriculture and the financial measures needed to solve them.

40% of the resources are allocated to Axis 1, 35% to Axis 2, and 15% to Axis 3. In general, there are fewer resources on Axis 2 and, as a consequence, for maintenance and new conversion to OF. Agro-environmental subsidies, in general, are the most popular measures in Regional RDPs because it is the easiest and quickest way to spend money, while other (more structural) measures are much more difficult to implement and monitor. Organic subsidies fall among agro-environmental payments, but the possibility of obtaining premium prices is somewhat balanced by higher production and marketing costs as well as bureaucratic overkill. Therefore, low input farming and IPM tend to be privileged because of alleged lower transaction costs for institutions.

Axis 3 could offer organic farming some interesting extra-income opportunities especially by integrating farming with tourism, and with other ethical activities (e.g. open farms, care-farming). At the same time, Axis 3 partially funds agro-energetic measures that often represent the highest competitor to organic farming in marginal lands. Axis 4 in the past has only partially positively affected the organic sector, since many LAEDER projects tend to mix organic and other low input farming system under the same promotional scheme.

The current National Strategy Plan is more favourable to organic farming than the previous one, but measures specifically targeted to organic farming were not included at the national level, leaving each regional government free to implement or not organic farming schemes. As an example of the lack of a sufficient attention to the sector, the most important stakeholders like Federbio⁴ and AIAB⁵ were heard only 4 days before sending the final Plan to Brussels.

In general the following weaknesses of the Plan can be mentioned:

Stakeholders participation to agricultural policy making remain very limited.

The organic sector is not specifically targeted.

In all Italian regional governments the organic unit is separated from the unit dealing with RDP. This often ends up in a lack of integration among measures.

The organic sector political appeal is decreasing since organic consumption, albeit grown, is still a very small fraction of total consumption; and most policy-makers still do not fully recognise the contribution of organic farming to the agro-environmental targets, often .

The writing of the National strategic Plan for Rural Development did not take in consideration the political recommendations present in the National Action Plan.

Few contributions/supplies for leguminous.

References

- Ashley, C., Carney, D. (1999). Sustainable livelihoods: lessons from early experience. DFID, London.
- Ashley, C., Hussein, K. (2000). Working Paper 129: Developing Methodologies for Livelihood Impact Assessment: Experience of the African Wildlife Foundation in East Africa. ODI. London.
- Chambers, R & Conway G (1991). '[Sustainable rural livelihoods: practical concepts for the 21st century](#)'. IDS Discussion Paper 296. IDS, Brighton.
- Council of the European Union (2005a). Proposal for a Council regulation on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD). Available at: <http://www.lebensministerium.at/filemanager/download/11314/1.92005>
- Council of the European Union (2005b). Proposal for a Council regulation on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD) - Consolidated text of the Presidency final compromise (in agreement with the Commission) Brussels, 23 June 2005.
- European Commission (2004a). New Perspectives for EU Rural Development. Available at: http://europa.eu.int/comm/agriculture/publi/fact/rurdev/refprop_en.pdf, 15.6.2005.
- European Commission (2004b). European Action Plan for Organic Food and Farming.
- European Commission (2005). Proposal for a Council decision on Community strategic guidelines for Rural Development (Programming period 2007-2013). CO(2005) 304 final. Available at http://europa.eu.int/comm/agriculture/capreform/rdguidelines/com2005_304_en.pdf
- Häring, A.M., D. Vairo, R. Zanolli, S. Dabbert (2005a). Assessment of policies and development of policy recommendations for organic farming: a cross-country synthesis of national policy workshops in 11 European countries. EU-CEEOPF project report. Häring, A.M., M. Stolze, R. Zanolli, D. Vairo, S. Dabbert (2005b) : The potential of the new EU Rural Development Programme in supporting Organic Farming, Discussion Paper. EU-CEEOPF project.
- MIPAF (2006): Piano Strategico Nazionale per lo Sviluppo Rurale (art. 11 Reg. Ce 1698/2005)

⁴ Federbio (Federazione Italiana Agricoltura Biologica e Biodinamica) – Italian federation of organic and biodynamic agriculture

⁵ AIAB (Associazione Italiana Agricoltura Biologica) – Italian Organic Farming Association

Liv Birkeland

Information Manager, Bioforsk, Organic Food and Farming Division

C: Credibility – key for successful sector development

Vugar Babayev

Executive director, Ganja Agribusiness Association

D: Potential of organic agricultural production in Azerbaijan

The Azerbaijan Republic is the biggest country in the South Caucasus and also the leader in this region on agricultural production volume. Thus, total area is 8,6 million ha, of which 4,8 million ha is utilized agricultural area. Being of 9 climatic belts, besides that, Great and Small Caucasus mountain chains and the rivers of Kura, Aras and Alazan made the natural climate of Azerbaijan very variegated. And this creates great opportunity to develop organic agriculture and produce different assortment and quality of organic products.

Ganja Agribusiness Association (GABA) started to be occupied with organic agriculture since 1998. A primary objective of GABA is to provide support services for converting conventional farming and processing enterprises into certified organic production. Since 2002 GABA started to engage practical issues in this field. Presently 332 farms are engaged in organic agriculture in 20105 ha area. Within these farms pomegranate, hazelnut, walnut, chestnut, persimmon, plum, cornel, fig, bean, honey, vegetables and water-melon products are produced and mainly realized in local market.

Most of the organic farmers are going to be certified by AZECOCERT LTD Certification Body.

GABA supports farmers on constantly supplying the markets and permanent buyers with organic products. As the result of the marketing research by GABA it was defined that the following products has much demand by main buyers at the internal markets:

- Walnut and hazelnut products
- Honey
- Meat
- Egg
- Dairy products
- Cucumber

However, the weaknesses of organic products from consumer perspective include:

- Higher prices for the products
- Belief that the organic certification is not credible
- Lack of selection and availability

It is important to develop organic farming in order to increase export markets for valuable products such as nut products and fruit juices (pomegranate, dog-rose, and hawthorn). At the result of research it was defined that there were weaknesses in marketing chain of choice products. Although in 2007, the total number of producers and processor in the country increased approximately 6% and a significant percentage of these are located north-western Azerbaijan. This increase led to a 7.8% increase in the sale of these products.

Fresh fruits and vegetables produced organically currently include eggplant, corn, tomatoes, beans, peppers, potatoes, onions, apples, grapes, watermelon, pomegranate, dog rose (for juice), persimmon, hawthorn and mulberry. These items are sold primary through local farmer markets or bazaars, where farmers or distributors sell the products directly to consumers in open air or covered stalls.

Juices are made from dog rose, hawthorn, grape, cornel, and pomegranate. Jam is made from apple, apricot, plum, cornel and fig. Compote is made from blackberry. Persimmons are dried. Some of these products (pomegranate fruit, juice and "narsharab", nut fruits, dried fruits, honey, wild fruits and juice, wild medicinal plants) are considered as strategic products and at the present moment these products are exported to foreign market (CIS countries) in a small amount.

Currently the major trading partners for Azerbaijan in conventional products are Russia (fresh fruit and vegetables), Turkey (hazelnut, pomegranate), Georgia (poultry products including eggs, dairy and fruit) and Iran (sunflower seed and other products). Russia in particular could be a target market for organic foods as Moscow and other cities have larger populations of wealthy domestic consumers and foreigners.

Formations of organic agriculture products market have related to the recognition of corresponding standards by the market fellows and faith in them. Researches show that most of the fellows do not recognize the national and international standards in organic agriculture products' market. In these cases it is getting complicated to define "border" between conventional and organic agriculture markets.

Also the main problem with exporting of those strategic organic products to European and Western markets is absence of accreditation of the organic certification body and lack of legislative base for it. Solution of these problems is expected in 2008. Thus, by the end of this year, the organic certification body is going to get European accreditation from German Accreditation Program (DAP) and the Law of Azerbaijan Republic about Organic Agriculture will be adopted by the parliament.

We hope that after these actions organic farming in Azerbaijan will be developed more rapidly. Also under GABA's leadership, a law regulating organic certification and providing support for organic agriculture development is expected to pass the parliament in this year.

Prof. Vanda Zekoniene
Lithuania Agricultural University

D: 18 years of Organic Agriculture in Lithuania: progress, problems and perspectives

18-лет экологическому сельскому хозяйству Литвы: достижения, проблемы, перспективы

Проф. Жеконене В., Лит. СХУ, президент ассоциации экологического земледелия Литвы. vanda.zekoniene@gmail.com

Проф. Даугелене Н., Свирскис А., др. Гавенаускас А., Стиклене А. Лит. СХУ, члены ассоциации экологического земледелия Литвы.

Введение

В 1990 году в Литовской сельскохозяйственной академии (теперь сельскохозяйственный университет) была создана общественная организация экологического хозяйства Литвы «Гая», которая переименована на «Ассоциацию экологического земледелия Литвы».

Ассоциация объединяет научных сотрудников, фермеров, перерабатывающие предприятия, кооперативы. Всю научную работу по экологии сельского хозяйства от 1990 года и до сих пор ведут ученые из разных университетов и научных учреждений. Ассоциация участвует в разных проектах, создаёт эдукационные программы и обучает фермеров, организует семинары и демонстрационные опыты.

Коллегам, которые будут создавать основы экологического сельского хозяйства могли бы посоветовать придерживаться следующих правил: 1. Научные основы ведения экологического хозяйства должны опираться на данные, полученные на почвенно-климатических условиях своей страны. 2. Особое внимание следует обратить на менталитет фермеров и их обучение. Мы добились, что каждый фермер должен закончить курсы по экологии сельского хозяйства.

В 1997 году учреждена единственная в Литве сертификационная организация «Экоагрос».

Нерешённая проблема - обеспечение рынка экологическими продуктами. Необходимо решать и недостаток альтернативных удобрений и биологических препаратов. Трудно решается и обеспечение фермеров семенным материалом.

В Литве преобладают экологические хозяйства узкой специализации, с минимальным количеством выращиваемых культур и с высоким удельным весом зерновых в севообороте. При таком ведении хозяйства трудно получить высокие и качественные урожаи и сохранить плодородие почвы. В 2007 году удельный вес зерновых в структуре посевов экологических хозяйств составил более 60 %.

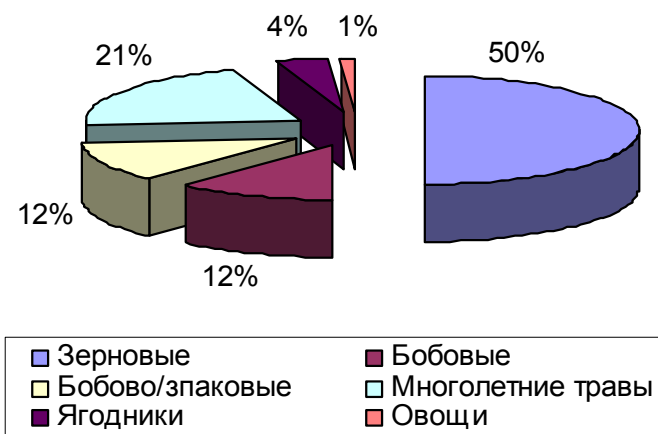


Рис. 1. Структура посевов

Условия исследования и методика

Исследования проведены в Вокаском, Вежайчском филиалах и Йонишкельской опытной станции Литовского института земледелия, на следующих почвенных условиях (таблица 1).

В опытах исследовалось насыщение агрофитоценоза зерновыми культурами, а также разнообразное использование бобовых в севообороте.

Таблица 1. Характеристика почв

Тип почвы	Механический состав пахотного слоя	рН	Гумус, %	мг/ кг	
				P2O5	K2O
Дерново подзолистые глееватые (Вежайчай)	Легкий суглинок	5.8	2.4	128	152
Дерново карбонатные (Йонишкелис)	Тяжелый суглинок	6.4	2.3	182	177
Дерново подзолистые (Воке)	Супески на гравий	5.4	1.8	240	230

Результаты исследований

На дерново-подзолистой супесчанной почве урожайность зерновых (ржи, ячменя, овса) не зависела от их количества в севообороте. В почве севооборотов с различным насыщением зерновыми культурами понизилась кислотность, увеличилось содержание подвижного фосфора и сложился положительный его баланс, а обменного калия – отрицательный (таблица 2). Меньше всего обменного калия установлено в почве, где выращивалось 50% зерновых и 50% трав. Исследования форм калия и фосфора показали, что многолетние травы, люпин способны поглощать труднорастворимые фосфаты почвы и включить их в биологический круговорот. Бобовые растения в кислой среде способны освобождать из глинистых материалов необменный калий, который создаёт потенциальный резерв обменного калия в почве агрофитоценоза.

Большое влияние на содержание и качественный состав гумуса в севооборотах оказали многолетние травы. Больше всего гумуса накопилось в почве севооборотов с 50% зерновых и 50% трав и меньше всего с 100% зерновых. Насыщенность севооборотов зерновыми не оказало влияния на содержание общего азота в почве. Богатые азотом бобовые растения, используемые на зеленое удобрение, подвергаются в почве быстрой минерализации и увеличивают не столько запасы гумуса, сколько содержание минеральных веществ. Однако, содержание минеральных форм азота в почве во время вегетационного периода варьировали и зависели от внесения зеленого удобрения [Žekoniene, и др., 1999; Žekoniene, и др., 2000].

Таблица 2. Влияние насыщения севооборотов зерновыми культурами на агрохимические свойства почвы

Севообороты	рНКСI	Подвижный	Обменный	Общий азот %	Гумус %
		P2O5 мг/га	K2O мг/га		
1 50х50 % зерновые+травы	5,9	129	232	0,11	1,94
2 67х33 % зерновые+ люпин	6,2	137	275	0,10	1,76
3 67х33 % зерновые+травы	6,1	136	264	0,10	1,88
4 83х17 % зерновые+люпин	6,2	137	281	0,10	1,82
5 83х17 % зерновые+травы	6,1	135	265	0,10	1,86
6 100% зерновых	6,1	132	285	0,10	1,74
НСР05	0,1	19	29	0,01	0,20

В севооборотах, в структуре которых 17-33% составляет промежуточные культуры на зелёное удобрение, в составе гумуса достоверно увеличилось относительное содержание лабильных гумусовых веществ (таблица 3). В севооборотах с многолетними травами в составе гумуса увеличилось содержание гуминовых кислот и уменьшилось – фульвокислот

Таблица 3. Качественный состав гумуса в почвах различных севооборотов

Севообороты	Орг. С %	Гумусовые вещества		Гуминовые кислоты (гк)	Фульво кислоты (фк)	СГК:С ФК
		подвижные	лабильные			
		% к С орг. почвы				
50% х 50 % зерновые+травы	1,09	33,1	22,2	20,7	24,8	0,83
100% зерновых	1,00	30,5	24,7	18,6	27,0	0,69
НСР05	0,12	2,3	2,3	2,0	2,3	

по сравнению с севооборотами без многолетних трав. При увеличении доли зерновых в севообороте от 50% до 100% уменьшилась степень гумификации органического вещества и соотношение гуминовых и фульвокислот.

По данным стационарных исследований, на дерново-подзолистой легкосуглинистой почве, продуктивность различных севооборотов зависело от доли многолетних трав (4 таблица). Наибольшая продуктивность установлена в севообороте, в котором многолетние травы занимали 50%. При увеличении или уменьшении доли многолетних трав в севооборотах продуктивность снизилась. При введении в севообороты пропашных культур больше всего изменилось количество питательных веществ. Наибольшее содержание подвижного фосфора и калия установлено в почве севооборота с 83% многолетних трав. С уменьшением доли многолетних трав, увеличилось потребность питательных веществ, понизилось кислотность почвы, а также содержание гумуса [Daugėlienė, 2002].

Таблица 4. Влияние насыщения севооборотов многолетними травами на продуктивность севооборотов и агрохимические свойства почвы

Севообороты	ГДж/га	pHКCl	Подвижный P ₂ O ₅ мг/га	Обменный K ₂ O мг/га	Гумус %
100 % многолетние травы	50,2	5,90	202	180	4,10
Ячмень + 83 % многолетние травы	49,4	6,10	217	194	4,10
Картофель, ячмень + 50 % многолетние травы	53,5	6,20	160	194	3,80
Озимая пшеница, картофель, ячмень, картофель + 33 % многолетние травы	47,4	6,15	132	174	3,78
НСР05	4,06	0,70	50,1	9,28	1,27

По данным стационарных исследований, полученных в Лит. НИЗ только на почвах, в которых содержание органического вещества достигло определённого оптимума стабильные урожаи сельскохозяйственных культур и положительный баланс гумуса обеспечиваются при ежегодном внесении по 15-20 т/га навоза [Žekonienė, 1999].

Биологическая оценка бобовых культур, как предшественника, для зерновых широко изучена на дерново-карбонатном суглинке. Наибольшие урожаи получены после люцерны – 6,3, после клевера – 5,5 т/га озимой пшеницы [Arlauskienė A., Maikštėnienė S., 2002].

Выводы

1. При многообразном использовании бобовых культур можно достичь более глубокой специализации экологического хозяйства. Бобовые культуры способны поглощать труднорастворимые фосфаты почвы, создать потенциальный резерв обменного калия и включить их в биологический круговорот.
3. При увеличении доли зерновых от 50 % до 100 % уменьшается степень гумификации органического вещества и соотношение гуминовых и фульвокислот. С уменьшением доли многолетних трав в севообороте, увеличивается потребность питательных веществ, понижается содержание гумуса.

Литература

1. Arlauskienė A., Maikštėnienė S. 2002. Molių dirvožemių savybių gerinimas ankštiniais augalais, jų biomasę panaudojant žaliajai trąšai // Žemdirbystė: mokslo darbai. Dotnuva, 79, 3, p. 229-243.
2. Daugėlienė N. 2002. Žolininkystė rūgščiuose dirvožemiuose. LŽI, 256 p.
3. Žekonienė V., Janušienė V. 1999. Intensyvioji ir tausojančioji žemdirbystės agrobiologinis vertinimas lengvos granulometrinės sudėties dirvožemiuose // Žemdirbystė: mokslo darbai. Dotnuva-Akademija, t. 66, p. 61-69.
4. Жеконене В., Янушене В., Рашкаускене А. 2000. Научно обоснованное насыщение агрофитоценоза зерновыми на дерново-подзолистых супесчаных почвах Литвы. Результаты долгодетных стационарных полевых опытов в Балтийских государствах. Елгава, Латвия, с. 186-191.

Andriy Konyashyn

Executive Director of the Organic Federation of Ukraine

D: Development of the organic sector in Ukraine

Украина: развитие органического сектора

Ситуация на мировых рынках в последние годы демонстрирует повышенную заинтересованность населения в здоровом и полноценном питании. Этому способствует все возрастающая роль производства и реализации органических продуктов, ежегодное потребление которых в мире превышает 40 млрд.долл.США.

Украина не остается в стороне, всецело демонстрируя свой потенциал для интеграции в мировые рынки. Так, согласно данным, подтвержденных IFOAM, по состоянию на начало 2007 года площадь сертифицированных земель в Украине составила 260034 га, в т.ч. более 20000 га – дикоросы. 80 хозяйств находилось под органической инспекцией и сертификацией, при этом средняя площадь хозяйства составляет более 3000 га.

К концу 2007 года число хозяйств превысило 90, хотя, так как большая часть новых хозяйств – небольшие фермеры, то и средний размер органического хозяйства Украины снизился до 2716 га.

Однако, при столь больших площадях под органическим производством, практически вся получаемая в Украине продукция является сырьем для дальнейшей переработки, а именно: зерновые, бобовые и масличные культуры, ягоды, очень в незначительной степени овощи и фрукты, а также мясо. Но уже есть примеры попытки выхода на украинский рынок с произведенной готовой органической продукцией. В первую очередь это крупяные и макаронные изделия, некоторые масла, джемы.

Несмотря на положительные тенденции развития, согласно экспертных оценок, в ближайшие 2-3 года внутренний органический рынок Украины будет очень незначительным, ведь ориентацию украинских аграриев на внешние рынки мотивирует постоянно растущий спрос на данную продукцию в мире.

Стоит отметить, что в последние годы в Украине наблюдается интенсификация движения, связанного с органическим сектором. Наблюдается активизация регионального развития органического рынка.

Наибольшее распространение (по возделываемым площадям) органическое агропроизводство получило на юге: в Одесской и Херсонской областях. Исходя из объективной реальности, произведенная в Причерноморье зерновая продукция, в том числе и органическая, идет на экспорт. Близость портов позволяет проводить эти операции с меньшими транспортными затратами, что и делает эти области более привлекательными для развития органики с точки зрения международных торговых компаний.

Львиная доля начавшегося крупномасштабного органического производства в Украине была инициирована в конце прошлого – в начале нынешнего века европейскими трейдерами, ощущающими недостаток в органических продуктах для удовлетворения потребности мирового рынка.

Однако органическое движение в целом в Украине начало развиваться задолго до появления его рыночных стимулов. Еще в советские времена со середины 1970 годов в Полтавской области, в первую очередь в нынешнем ЧП «Агроэкология под руководством С.С.Антонца практикуются органические методы хозяйствования. В настоящее время начинания «первопроходцев» находят все больше своих продолжателей в регионе, в значительной мере благодаря руководству области, научной работе Полтавской государственной аграрной Академии, многим другим организациям, в том числе Полтавскому отделению «Мама-86», Полтавскому центру развития бизнеса, который работает над реализацией проекта создания кластера производителей органической продукции Полтавской области.

Кроме того и в других регионах органическое движение «набирает обороты», примером чему есть, в частности, деятельность:

- Ассоциации органического земледелия и садоводства с центральным офисом в г.Донецке, которая за время своего существования провела целый ряд семинаров для фермеров в различных областях Центральной Украины, при поддержке DEFRA и British Council, начала издавать интересные брошюры на органическую тематику. Наряду с другими практическими шагами, ею сейчас разрабатываются планы касательно возможности организации маркетинга органической плодоовощной продукции, в частности в Восточной Украине;

- Швейцарско-украинской ассоциации участников биопроизводства «Биолан Украина» с центральным офисом в п. Ильинцы Винницкой области, которая объединяет целый ряд

фермерских хозяйств с целью ведения ими органического хозяйствования, последующего маркетинга своей продукции. Деятельность этой организации демонстрирует взаимовыгодное, многогранное швейцарско-украинское сотрудничество в области органического сельского хозяйства, чему способствуют такие организации как СЕКО, Институт FIBL, аграрный колледж из Целикофена, ИМО;

- Союза участников органического агропроизводства «Натурпродукт», г.Хмельницкий, объединяющий многих фермеров Хмельницкой области и ставящего своей целью производство и реализацию органических продуктов. Стоит отметить, что в Хмельницкой области, впервые в Украине, в 2006 году была утверждена Программа развития агропромышленного комплекса Хмельницкой области на 2007 год, в которой «Органическое агропроизводство» было выделено как отдельная отрасль, к тому же, кроме прочих мероприятий, было предусмотрено соответствующее финансирование создания и функционирования инфраструктуры органического агропроизводства;

- Клуба органического земледелия с центральным офисом в г. Киеве, имеющего мощную сеть региональных отделений по всей территории Украины, деятельность которого направлена на популяризацию среди владельцев приусадебных участков экологических технологий возделывания культур на дачных участках, распространение плоскорезов Фокина, специальной литературы и технологий, биопрепаратов;

- Компаний по производству органических удобрений и биологических препаратов, примером чему есть, в частности, деятельность ООО «Агрофирма «Гермес», Центра «Биотехника».

В последнее время активизировалась работа «снизу» по созданию объединений производителей органической продукции в Закарпатской, Волынской, Ровенской и некоторых иных областях.

Все большее число ученых Национального аграрного университета, других аграрных ВУЗов и колледжей страны, а также научно-исследовательских институтов УААН посвящают свою работу развитию различных аспектов органического сектора в аграрной сфере. В данном направлении значительные усилия прикладывают Инженерно-технологический институт «Биотехника» (Одесса), Институт почвоведения им.Соколовского (Харьков) и многие другие.

Многие из вышеуказанных организаций и объединений являются членами созданной в июне 2005 года Федерации органического движения Украины, деятельность которой направлена на объединение усилий производителей, научных и учебных заведений, перерабатывающих и других предприятий, а также частных лиц и учреждений, заинтересованных в производстве и распространении здоровой, безопасной для потребления продукции. Федерация органического движения Украины – член Международной Федерации органического сельскохозяйственного движения (IFOAM). В своей деятельности наше объединение старается максимально способствовать интеграции Украины в мировое органическое сообщество, использованию лучших мировых практик и наработок в нашей стране, а также прикладывает усилия для того, чтобы поделиться собственными достижениями и успехами с другими странами. На постоянной основе проводятся семинары, лекции для фермеров, студентов, всех заинтересованных лиц в развитии органического хозяйствования и органического движения в целом.

В рамках различных программ Европейский Союз поддерживает развитие органического сектора в Украине, в частности, в 2005 г.-2006 гг. финансировалась программа «Tacis-Bistro», основной целью которой было содействие развитию в Украине органического сектора, в том числе создание соответствующей законодательной базы нашей страны; сейчас продолжается реализация проекта Tacis «Развитие устойчивого использования земель степей Евразии», в рамках которого важной составляющей частью является поддержка развития органического земледелия.

Настоящая конференция также проводится в значительной мере благодаря многогранной поддержке Европейской Комиссии.

На всестороннее развитие органического сектора нашей страны направлена реализация двухгодичного проекта Oxfam Novib, воплощаемого в жизнь совместно с Федерацией органического движения Украины.

В этом направлении значительную работу проводит и ОО «НКЦ сельскохозяйственных консультационных служб», Канадско-украинская Программа FARM, а также другие.

Конечно, наряду с положительными моментами развития органического сектора в Украине существует целый ряд и проблемных вопросов, а именно:

- низкая технологическая культура сельскохозяйственного производства всех уровней, начиная от небольшого фермерского хозяйства до больших аграрных объединений, отсутствие четко отработанных агротехнологий при выращивании сельскохозяйственных культур;

- отсутствие соответствующей законодательной и нормативной базы;

- недостаточный уровень информированности населения и производителей относительно органического производства;
- отсутствие пока финансовой поддержки государства в период конверсии, а также предоставления льгот или субсидий производителям органической продукции;
- отсутствие четко налаженной собственной сертификационной системы.

В таких тяжелых условиях становления органического украинского рынка на помощь фермерам приходят частные организации, как украинские, так и иностранные, которые заинтересованы в экспорте органической продукции и за счет собственных ресурсов могут оплатить сертификацию хозяйства. Примером этому есть компания «Украгрофин», которая с 2000 года экспортирует органическую продукцию из Украины и оплачивает хозяйствам стоимость органической сертификации. Украгрофин совместно с немецкой компанией «Ecoland Grains & Legumes GmbH» при поддержке DEG реализуют совместный проект по выращиванию в Украине органических соевых бобов, целью которого есть производство и экспорт гарантированно не генетически модифицированной, выращенной без использования агрохимикатов, сои, отработка эффективных технологий выращивания соевых бобов.

На данный момент органические инспекции и сертификацию в Украине проводят более 10 иностранных сертифицирующих компаний. Однако, делаются первые шаги по созданию украинской сертификационной системы. Данная работа – достаточно сложная, требующая значительных ресурсов как человеческих, так и финансовых, поэтому в полную силу, пройдя соответствующую международную аккредитацию, сертификационная система сможет заработать не раньше чем через 2-3 лет. В этом направлении пока наибольших успехов достигают два проекта: швейцарско-украинский при поддержке СЕКО, а также всеукраинский проект «Сертеко», поддерживаемый Федерацией органического движения Украины.

По оценкам экспертов, в Украине уже существует категория людей (до 5% населения), прежде всего в больших городах, которые заинтересованы в потреблении органических продуктов и готовы платить за них более высокую цену. Эта группа являет собой начальную потребительскую нишу для органической продукции и, соответственно, для формирования внутреннего украинского рынка такой продукции.

Для активизации продвижения органического законодательства в Украине была создана рабочая группа по наработке основных нормативных актов, координатором которой выступило Министерство аграрной политики Украины. Положительным результатом стало принятие в 2007 году в первом чтении проекта Закона Украины «Об органическом агропроизводстве». В настоящее время по поручению Министерства аграрной политики Федерация органического движения Украины, с привлечением лучших украинских и иностранных специалистов, начала разрабатывать концепцию Национальной программы развития органического сектора, где будут учтены различные рыночные сегменты, в том числе – собственно агропроизводство, переработка, развитие рынка, экономическая эффективность, а также исследования относительно органического агропроизводства, образование, стандарты, сертификация и т.д. Следующим шагом станет разработка, принятие и воплощение в жизнь Плана действий по развитию органического сектора в Украине.

Очень важным для эффективного развития украинского органического сектора есть использование наработок и опыта специалистов из других стран. В этом контексте Международная конференция «Развитие органического сектора в Центральной/Восточной Европе и странах Средней Азии» есть отличной платформой для того, чтобы страны, объединенные географически, культурно и исторически, имели возможность перенимать положительный опыт друг друга для достижения благородной цели – развития органического движения в мире.

Svetlana Semenas
Councillor, Public Union "EcoDom"

D: Problems of organic farming development in Belarus

Проблемы и возможности развития органического сельского хозяйства в Беларуси

Развитие органического сектора в Беларуси сталкивается с многочисленными проблемами. В то же время существует большой потенциал для органического сельского хозяйства в нашей стране.

Современное белорусское сельское хозяйство нацелено на получение высоких урожаев любой ценой, прежде всего за счет применения средств химизации. Сохраняется административная система управления, хотя, судя по последним заявлениям главы правительства, намечается переход от административного управления к использованию экономических методов и рычагов. Сельскохозяйственные рынки находятся под контролем государства и местных органов власти, ценовое регулирование сочетается с административными ограничениями (лицензирование и т.п.). Земельная реформа проведена не была. Пока для Министерства сельского хозяйства и продовольствия органическое земледелие не является приоритетным направлением.

Законодательство. Закон об органическом сельском хозяйстве в Беларуси отсутствует. В документах, регулирующих деятельность аграрного сектора, есть лишь упоминание об экологических методах производства. В основном на сегодняшний день документе – Государственной программе возрождения и развития села – органические (экологические) методы упоминаются только один раз. Однако Беларусь подписала и ратифицировала ряд международных документов, которые являются законами и внутри нашей страны. Многие из них, в первую очередь в области устойчивого развития, могут быть основой для практических действий по развитию органического сельского хозяйства. «Национальная Стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года» также содержит положения, важные для разработки законодательства в этой области.

На протяжении нескольких лет говорится о разработке Закона об альтернативных методах сельского хозяйства, но пока его нет в планах законодательной деятельности. В 2008 году будет разработан проект "Закона о развитии сельскохозяйственного производства", который планируют принять на следующий год. Это будет основной документ, которым будут руководствоваться в области сельского хозяйства.

Система органической сертификации и отличительный Знак органической продукции в Беларуси отсутствуют. В настоящее время Госстандарт занимается разработкой Знака экологической продукции и нормативных документов для него.

Научные исследования в основном посвящены интенсивным способам производства агропродукции. Вместе с тем, во многих публикациях говорится о необходимости частичного перехода на органические методы земледелия, введения государственной сертификации и Знака органической продукции, использования методов экономического регулирования взамен административных и т.д. В разработках сельскохозяйственных научных учреждений присутствуют элементы органического земледелия - отдельные методики, которые могут использоваться в практике экологического земледелия (биологические методы защиты растений, севооборот).

Ведущие научные и образовательные учреждения в области экологического сельского хозяйства - Белорусская государственная сельскохозяйственная академия и, в первую очередь, Гродненский государственный аграрный университет, где работы в этом направлении были начаты ещё в 1993 году. Были проведены международные семинары, зарубежные эксперты читали курс лекций, сотрудники университета стажировались за границей. В университете существует кафедра энтомологии и биологической защиты растений, разработаны методические рекомендации «Нормы и правила экологического земледелия», студентам агрономического факультета читается курс «Производство экологически чистой сельскохозяйственной продукции», до недавнего времени студенты проходили практику в экологических хозяйствах в странах Европы.

Есть ли органическая продукция в Беларуси? По оценкам экспертов, в нашей стране в настоящее время не производят продукцию сельского хозяйства, которая удовлетворяла бы международным требованиям (в частности, стандартам IFOAM). В недавнем прошлом существовали 3 фермерские хозяйства, сертифицированные немецкой фирмой, но они прекратили существование вследствие отсутствия сертификации и невозможности установить более высокую цену на экологическую продукцию. Подразделение производств и услуг «Надежда плюс» - первое и пока единственное товарное производство экологически чистой

продукции, хотя стандарты IFOAM при производстве полностью не выполняются. На площади 39 га выращивают овощи и фрукты, содержится пасека.

Тем не менее, по оценкам специалистов, большое количество людей выращивают органическую продукцию на приусадебных участках. Этот сектор, занимающий только 10,5% сельскохозяйственных земель в стране, производит около 40% (по стоимости) сельхозпродукции, в том числе более 90% картофеля, почти 90% овощей, 97% фруктов. Это большая и перспективная целевая группа для органического движения. Набирает силу движение экопоселений, его участники – сторонники органических методов хозяйствования. Сейчас в Беларуси 4 экопоселения с общей площадью около 200 га, ещё 15 создаются. Бывшие колхозы не являются самостоятельными, и переход на органическое производство возможен только по распоряжению сверху. Сейчас органическое сельское хозяйство развивается, и в ближайшем будущем будет развиваться в фермерских и приусадебных хозяйствах, а также в районах, прилегающих к Национальным паркам.

Основные действующие лица в области органического сельского хозяйства в Беларуси – учебные учреждения и общественные объединения (НПО). Первым была организация «ЗемЭко», созданная на базе Гродненского государственного аграрного университета; она была ассоциированным членом IFOAM. Организация прекратила свое существование. ОО «Женщины за возрождение Нарочанского края» с 2006 г. выполняет проект по организации модельной органической фермы на площади 30 га: заложен плодовый сад, обрабатываются поля с применением органических технологий, проведены 3 обучающих семинара. Работы ведутся с участием эксперта из Германии. Разрабатываются методические рекомендации в области органического сельского хозяйства и бизнес-план организации производства на органической ферме.

Общественное объединение «Экодом» совместно с «Фондом реализации идей (ФРИ)», координирует органическое движение в Беларуси, издает литературу по органическому сельскому хозяйству и проводит обучающие семинары. В прошлом году были проведены 2 круглых стола «Перспективы развития органического земледелия в Беларуси», был разработан план действий. Была создана рабочая группа по органическому сельскому хозяйству, в которую вошли представители НПО, учебных учреждений, ученые, предприниматели, главы фермерских ассоциаций.

Создан сайт www.agracultura.org, продолжается информационная деятельность. Создается база данных по органическому сельскому хозяйству Беларуси. Выполняется проект по организации модельной органической фермы и начата работа по созданию второго органического хозяйства. ОО «Экодом» разрабатывает частный сертификационный Знак для поддержки производителей: разработан эскиз, уже в этом году будет проведен конкурс, и Знак будет присуждаться производителю продукции, хотя бы частично соответствующей органическим стандартам. Мы рассматриваем этот проект как первый шаг в введении органической сертификации в нашей стране и возможность стимулировать производителей к переходу на органическое хозяйствование. В 2008 г. будут проведены семинары и стажировки по органическому сельскому хозяйству для победителей конкурса и заинтересованных производителей сельскохозяйственной продукции.

Установлены контакты с Министерством сельского хозяйства и продовольствия. Мы информируем государственные органы об органическом сельском хозяйстве, его выгодах и событиях, происходящих в этой области.

Для производителей органической агропродукции, новой для белорусского рынка, очень важны маркетинговые исследования. Пока в Беларуси не изучены предпочтения потребителей в этой области. Нами было проведено анкетирование женщин – молодых матерей в поликлиниках Минска. На вопрос, нужны ли им органические продукты питания, 97% ответили утвердительно, лишь 3% считают, что они нужны только для детей. 86% готовы платить больше за такую продукцию, 83% видят необходимость производства таких продуктов в Беларуси. Сейчас выполняется масштабное маркетинговое исследование в различных городах Беларуси с целью определить желание потребителей покупать органические продукты, факторы, которые могут повлиять на решение приобрести органическую продукцию, и возможность платить дороже за такие продукты.

Предварительный опрос фермеров показал, что среди них есть сторонники органического сельского хозяйства, главными препятствиями перехода их хозяйств на органическое производство они считают неблагоприятную ценовую политику, недостаток информации и отсутствие налаженного сбыта продукции. Владельцы приусадебных участков в экопоселениях главным препятствием называют недостаток информации. Больше половины опрошенных в обеих группах уже применяют методы органического земледелия.

Органическое движение в Беларуси только начинает развиваться, с опозданием по сравнению с соседними странами. Развитие органического земледелия в Беларуси сдерживают:

отсутствие нормативно-правовой базы, сертификационных учреждений, несовершенная ценовая политика, отсутствие поддержки со стороны государственных органов, а также низкая информированность потребителей и производителей агропродукции.

Существует ряд проблем и, вместе с тем, мы видим и возможности для развития органического сельского хозяйства в нашей стране. Беларусь, несмотря на свои особенности, находится в русле мировых тенденций. Существует спрос на органическую продукцию и интерес среди производителей. Существует научная база, хотя и нуждающаяся в усовершенствовании, подготовлены органические агрономы и сертифициаторы. В государственных, общественных и научных учреждениях есть активные сторонники органического сельского хозяйства.

Беларусь – страна, где сохраняются старые традиции производства агропродукции, в основном в приусадебных хозяйствах. Для многих крестьян органические методы – не только новое знание, но и то, что они переняли у своих предков. Во всех группах населения есть энтузиасты органического сельского хозяйства. Примеры других стран показывают, что именно энтузиасты начинали развивать органическое сельское хозяйство. Возможности для развития органического сектора в Беларуси есть, и первые шаги уже сделаны.

Zurab Karbelashvili

Training Center Coordinator, Biological Farming Association „Elkana“

D: The role of training and extension in Organic Farming development in Georgia

Ассоциация Биохозяйств «Элкана» основана 1993 г. Официально «Элкана» была зарегистрирована как неправительственная организация Грузии в 1994 г.

Миссией ассоциации «Элкана» является:

Улучшение социально-экономического положения населения Грузии и защита окружающей среды путем развития устойчивых биохозяйств и повышения активности сельского населения.

Грузия – страна древних аграрных традиций, родина многих культурных растений. Разнообразные природные условия создают возможность для производства многих сельскохозяйственных культур и их продукции (напр.: вино, мед, чай, фрукты, овощи и т.д.). Сложный горный рельеф и малоземельность осложняют конкурентоспособность фермеров Грузии на рынке массовой и дешевой продукции. Поэтому «Элкана» видит будущее сельского хозяйства Грузии (в котором традиционно занято более половины населения) в развитии высококачественного органического производства.

Несмотря на все политические передряги, сотрясающие Грузию на протяжении последних 20-ти лет и инертность бюрократического аппарата, «Элкана» сумела добиться значительных успехов в нелегком деле развития биохозяйствования.

История ассоциации «Элкана» это 15-ти летний, тернистый путь по кочкам внутренних и внешних неурядиц, конфликтов и конечно побед, но ценой энтузиазма и упорного труда многих людей.

С 1996-го года «Элкана» является членом интернациональной федерации органического сельского хозяйства IFOAM.

В 1998 году «Элкана» создает и регистрирует свои стандарты биохозяйствования, которые на протяжении последних лет несколько раз корректировались. Сегодня стандарты ассоциации «Элкана» полностью соответствуют требованиям европейской регуляции.

В результате многолетней работы ассоциации «Элкана» в сотрудничестве с министерством сельского хозяйства в 2007 году парламент Грузии утвердил «закон о биохозяйствовании».

Осенью того же года «Элкана» получила сертификат качества ISO 9001:2000. На сегодняшний день в Грузии всего 2 НПО могут гордиться подобным несомненным свидетельством успеха.

«Элкана» внесла большой вклад в дело восстановления популяций исчезающих лекарственных растений, а так же консервации и распространении незаслуженно забытых стародавних сельскохозяйственных культур.

«Элкана» объединяет биофермеров со всех регионов Грузии (кроме конфликтных зон Абхазии и Самачабло). Членом ассоциации «Элкана» может стать любой гражданин Грузии, который заинтересован в устойчивом развитии биохозяйств и охране окружающей среды.

«Элкана» работает по нескольким направлениям. Основной сферой программной деятельности является консультационная служба в области биохозяйствования. Сегодня консультанты «Элканы» работают на местах с 370 фермерами – членами ассоциации «Элкана».

В 1994 году «Элкана» объединяла всего 15 фермеров. К 2006 году это число возросло до 400.

В силу многих объективных причин, осенью 2006 года правление ассоциации «Элкана» осуществило реорганизацию консультационной службы, в результате которой формальный подход механического увеличения количества членов был заменен рядом последовательных мероприятий направленных на повышение качества биохозяйств. В следствии этого, к 2007 году в ассоциации «Элкана» осталось 300 фермеров. Это количество неуклонно растет, но теперь уже при существующем контроле над качеством хозяйств, только за счет «реальных» биофермеров. После реорганизации консультационной службы «Элкана» предлагает своим членам различные пакеты услуг и отраслевой подход при консультациях.

«Элкана» содействует становлению рынка биопродукции в Грузии.

Ассоциация активно работает с общественностью, посредством средств массовой информации, популяризируя идеи биохозяйствования, участвуя в выставках, устраивая дегустации блюд приготовленных из стародавних, местных культур и другие мероприятия.

Одним из самых ярких достижений биохозяйствования в Грузии, в общем, и ассоциации «Элкана» в частности является наличие продуктов в сети супермаркетов Тбилиси, произведенных согласно действующему биостандарту.

Список продукции фермеров «Элканы», которая на сегодняшний день продается в супермаркетах Тбилиси:

	Продукт	Вес упаковке	В
1	Мёд липовый	375 гр	
2	Мёд полевых цветов	375 гр	
3	Мёд акациевый	375 гр	
4	Сок вишнёвый	0,33 л	
5	Сок айвовый	0,33 л	
6	Сок кизиловый	0,33 л	
7	Сок черничный	0,33 л	
8	Чай черный	50 гр	
9	Нут (Cicer arietinum)	490 гр	
10	Чина (Lathyrus sativus)	490 гр	
11	Вигна китайская (Vigna sinensis)	490 гр	
12	Конские бобы (Vicia faba)	490 гр	
13	Чечевица (Lens culinaris)	490 гр	
14	Орешки (фундук) жаренные	70 гр	
15	Чурчела кахетинская	1 шт	
16	Фасоль полевая	490 гр	
17	Фасоль батумская	490 гр	
18	Фасоль пегая	490 гр	
19	Орехи грецкие (очищенные)	240 гр	
20	Масло подсолнечное	0,95 л	
21	Вино «Саперави»	0.7 л	
22	Вино «Чардахи»	0.7 л	

Продажу продукции фермеров членов ассоциации «Элкана» осуществляет ООО «Бегели».

«Элкана» сотрудничает с правительственным, неправительственным и научным сектором; активно принимает участие в разработке и претворении соответствующих законодательных актов (напр.: закон о биохозяйствовании); ежеквартально издает периодику – журнал «Биофермер»; публикует популярные тематические издания; участвует в национальных и международных семинарах и конференциях.

«Элкана» работает над вопросами агробиоразнообразия и заботится о восстановлении и устойчивом использовании местных, стародавних культурных растений (www.elkana.org/biodiversity).

Служба «Развития села и мобилизации общин» ассоциации «Элкана» содействует созданию сельских общин и повышению их активности посредством осуществления малых проектов в регионах. Работа этой службы основывается на так называемой методологии PLA (Participatory Learning and Action – Соучастие в процессе обучения и действия). Ассоциации «Элкана» удалось адаптировать эту методологию к социально-культурным условиям Грузии и как следствие осуществить 15 успешных проектов.

Группа защиты прав фермеров ассоциации «Элкана» предоставляет юридические консультации для работников села – членов организации.

Богатое культурное и биологическое разнообразие, множество памятников старины и наличие качественного вина в Грузии создает благоприятную почву для развития туризма. Поэтому с 1997 года «Элкана» в свою программную деятельность включила проект «Развития села и сельского туризма» (www.biowine.ge и www.ruraltourism.ge).

В рамках проекта предполагается:

Создание стандарта продукции и обслуживания;

Проведение тренингов;

Контроль обслуживания на местах;

Организация микро кредитов;

Коммуникация, координация, маркетинг.

Программа будет способствовать развитию биохозяйствования в Грузии в общем, а так же улучшению социально-экономических условий биофермеров, членов ассоциации в частности,

предоставляя возможность дополнительного дохода владельцам сельских мотелей и рынок сбыта производителям биопродукции. Согласно программе «Развития села и сельского туризма» в 2008 г. гостей примут первых 30 фермеров, а так же создана сеть из 25 фермеров, производителей местной, традиционной продукции; запланировано несколько «ваинтуров» и изданы соответствующие рекламные буклеты.

«Элкана» проводит семинары и курсы по вопросам управления биохозяйством и другим вопросам касающихся биоагропроизводства.

В 2003 году в ассоциации «Элкана» был создан Тренинг Центр. За последние 5 лет были разработано и проведено множество курсов («Основы биохозяйствования», «Методология PLA», «Виноградарство и виноделие», «Животноводство», «Производственное биопчеловодство», «Биоптицеводство», «Декоративное садоводство и фитодизайн» и др.).

До 2006 года курсы разрабатывались и проводились в основном по проекту финансируемому Голландским фондом «Oxfam Novib». Методика преподавания на курсах включают интересные презентации, тематические документальные и учебные фильмы, работы в группах в парах и другие интерактивные методы.

С 2006 года по сегодняшний день «Элкана» провела множество курсов по заказу различных международных, неправительственных и даже коммерческих организаций.

Большинство курсов переведены и проводятся на русском языке. Русская версия курса «Основы биохозяйствования» была отредактирована старшим научным сотрудником института плодоводства НАН (Национальной Академии Наук) Беларуси Светланой Семенас и рецензирована председателем правления Белорусской общественной организации «Экодом» Ириной Сухий.

«Элкана» организовывала в Грузии 3 международных курса «Основы биохозяйствования» с участием представителей из Украины, Армении, Азербайджана, Беларуси, Таджикистана, Киргизстана и Грузии. Дважды сотрудники «Элканы» провели курс за границей (в Беларуси и Таджикистане).

В ассоциации «Элкана» занято 50 сотрудников. Функционирует региональные офисы в:

- Ахалцихском р-не (Южная Грузия);
- Марнеульском р-не (Юго-Восточная Грузия);
- Озургетском р-не (Западная Грузия).

Деятельность ассоциации «Элкана» финансируется многими международными донорами.

«Элкана» готова сотрудничать с любыми заинтересованными лицами и организациями:

Адрес: III ул. Делиси, Участок 16

Aziz Vahobov

Consultant at the Public Association 'Consultants Union'

D: Analysis of development perspectives of the organic market in Tajikistan

«Анализ перспектив развития органического рынка в Таджикистане через призму доступа к рынку»

Таджикистан является аграрной страной. Более 70 процентов жителей страны живут в сельской местности, и основным их источником дохода является сельское хозяйство. После распада СССР сельское хозяйство страны пришло в упадок, и до сих пор этот сектор терпит кризис, который все больше углубляется.

Сегодня сельское хозяйство Таджикистан нуждается в реформировании и эти реформы должны иметь инновационный характер и очень важным здесь является ориентирование фермеров на нетрадиционные, эффективные методы хозяйствования.

В этой связи развитие органического сектора в Таджикистане может быть одной из основ развития нашего сельского хозяйства.

Важную роль во внедрение и развитие органического сектора, конечно же, играет экономический аспект, так как для того чтобы фермеры признали и приняли решения перейти на органический способ ведения хозяйства они должны увидеть экономическую выгоду в этом. Во время проведенного в Таджикистане международного семинара «Органическое фермерство», фермеры участвовавшие на данном семинаре в основном интересовались экономической стороной дела, т.е. насколько дороже они смогут продавать органическую продукцию, снизятся ли их затрат на производство, кто у них купит их экологическую продукцию и т.д.

Анализ показывает, что для фермера все больше не рентабельным становится выращивание тех или иных продуктов. И есть большая вероятность того, что с использованием органического метода ведения хозяйства наши фермеры смогут улучшить свое положение.

И по этому экономическая, рыночная составляющая развития органического сектора не должна быть игнорирована и всегда должна быть в фокусе процесса. В связи с этим, в рамках настоящей конференции проходящей под темой развития органического сектора, было принято решение представить на рассмотрение потенциал, проблемы и перспективы развития органического сектора в Таджикистане через анализ рынка.

Чтобы говорить о развитии органического рынка, или точнее о потенциале его развития и существующих тенденции в Республики Таджикистан, нам, прежде всего, необходимо рассмотреть потенциал и роль его (рынка) игроков (продавец, покупатель, государство и т.д.). Мы должны понимать и принимать во внимания, что для внедрения и развития нового продукта (а в нашем случае органическая продукция является для рынка Таджикистана новым продуктом) от понимания, восприятия и готовности данных игроков зависит и успех этого начинания.

Каждый из этих игроков в случаи внедрения в Таджикистан органического хозяйства будет иметь свое влияние на данный процесс. К примеру, если говорить о покупателе, который как мы знаем, является главным на рынке, то он может своим поведением, которые ему свойственны в текущей рыночной ситуации воспрепятствовать продвижению органической продукции на местном рынке. Такой вывод исходит из того, что на фоне продовольственного кризиса и роста цен на продукты питания, которые наблюдаются во многих странах и в том числе очень остро Таджикистане, нашему среднему покупателю важным фактором при выборе продукта является его цена. Проведенные наблюдения показывают, что нынешний средний покупатель редко интересуется и часто вообще не интересуется происхождением продуктов питания. Ему интересна только цена продукта. В конце 90-х годов на местных рынках можно было услышать вопросы покупателей к продавцам сельхоз продукции касательно использованию химикатов. Теперь этого нет. И здесь можно поставить вопрос о том будет ли соответствующий спрос на органическую продукцию на внутреннем рынке страны, с учетом ее относительно высокой цены. Подобно покупателю каждый из субъектов рынка своим поведением, пониманием и потенциалом может, как содействовать развитию органического сектора, так и препятствовать этому. И здесь, среди этих субъектов рыночной экономики, так же немаловажную роль играет производитель, в нашем случае фермер, от которого и ожидается получить органическую продукцию. И задаваясь вопросом, о готовности фермеров к переходу на органическое производство, их способности быть так, сказать достойным игроком на рынке органической продукции, хотелось бы к Вашему вниманию открыть и такой вопрос: насколько в настоящее время доступен рынок сельхоз продукции для нашего фермера.

Анализ показывает, что сегодня на пути фермера к рынку имеются много различных проблем. Все сложнее становится фермеру выходить на рынок со своей продукцией. Особенно на рынок конечного покупателя. И что по этой причине фермер реализует свою продукцию по убыточной для себя цене или иногда вообще не может реализовать

Здесь оценку уровня доступа фермера к рынку хотелось бы дать на основе двух параметров: во-первых, это доступы в прямом смысле, к месту торговле, во-вторых, это знания и навыки фермера как инструменты, позволяющие ему выйти на рынок.

Проведенные в исследования рынков в Таджикистане показали, что доступ фермеров к рынку реализации сельхоз продукции сильно ограничен. Фермер не может самостоятельно и свободно продать произведенную продукцию на рынке. Этому препятствует группа посредников/перекупщиков, между которыми имеется жесткий сговор и которые держат в своих руках основные точки розничной торговли, куда не допускают фермеров. Перекупщики так же диктуют фермерам цену на их продукцию. Вследствие чего часто фермеры вынужденно продают свою продукцию намного ниже себестоимости. Купленную продукцию посредники продают на рынке по более высокой цене, которую им легче держать т.к. меду ними (посредниками) имеется сговор. Посредники стали сильным барьером между фермером и рынком.

В период проведения оценки в стране поднялись резко цены на сельхоз продукцию. Оценка была сфокусирована на изучение рыночной цепочки и изменения цен от фермера до конечного покупателя, так по некоторым продукциям разница цены продажи ферма от цены продажи посредника была от 100 до 200 процентов. Даже если фермеру удастся пробраться к рынку со своей продукцией, то он не сможет свободно ставить свою цену на свою продукцию, т.к. перекупщики, оказывая на него давление, диктуют свои цены.

Но так же нужно отметить и о положительной роли перекупщиков/посредников: во-первых, они оказывают своеобразный сервис фермерам – покупая оптом продукцию фермера, они позволяют ему быстро получить наличные деньги и экономят его время, которое фермер бы потратил стоя за прилавком, вместо чего он идет в поле и работает; во-вторых, что тоже важно большинство фермеров не владеют искусством торговли, привлечения клиентов, зачастую они, как сельские жители бывают очень стеснительными.

Анализ так же показывает, что не знание и неумения фермерами использовать инструменты маркетинга, анализировать рыночные тенденции так же ограничивает их (фермеров) доступ к рынку. Крупные предприниматели могут для развития своего бизнеса держать в своем штате отдельного маркетолога или даже группу маркетологов. Что не может позволить себе наш новый фермер. Более того после расформирования колхоза и создания на его базе несколько экономических единиц (фермерских хозяйств) стало остро ощущаться нехватка квалифицированных специалистов: агрономов, экономистов, бухгалтеров и т.д. Специалисты, которые были в колхозе, на все новые хозяйства не хватает. Конечно же, нельзя сказать, что наш фермер вообще не использует анализ и не ориентируется на рынок. Нет, это они делают. Но инструменты, которые большинство из них использует, не эффективны, они не позволяют им быть гибким, и препятствует внедрению инноваций. В том числе эти инструменты и подходы будут препятствовать внедрению органического фермерства.

Из анализа и практики можно, в качестве примера, представить обзор того, как большинство фермеров принимают решения о том что, как и когда и в каком количестве им выращивать. Здесь в основном фермеры используют такие критерии как: «что сажал дед», «что сажает сосед», «не трудоемкость» и тому подобные. Часто фермеры сажают одну и ту же культуру и используют всегда одинаковые традиционные технологии вынашивания. Этому есть много причин, климатические условия, традиция и другие, но среди них хотелось бы отразить и то, что в большинстве они не доверяют и боязнь относится к изменениям, новым методам и технологиям. Неэффективным становится и подход фермера сажать культуру исходя из того, какая была на него цена в прошлом сезоне, к примеру, если лук в прошлом году был дорогим, то все фермеры сразу же начинают сеять лук, без предварительного анализа.

Ведение экономических расчетов, прогнозирование и планирование, анализ и принятие решений на базе этого анализа становится тяжелой задачей для фермеров, но это имеет обязательный характер, что бы продержаться на рынке.

Говоря о развитии органического сектора в Таджикистане, можно отметить, что уровень доступа фермеров (потенциальных производителей органической продукции) к рынку является одним из основополагающих, важных факторов. Если фермер не может продать свою органическую продукцию по реальной, справедливо установленной цене, то вероятность того, что он в производстве таковой продукции увидит выгоду, очень мала. При этом, как известно в начальных фазах перехода к органическому фермерству процесс бывает очень дорогим, что требует продавать полученную продукцию по более высокой цене. Не потеряет ли на этом фоне наш фермер интерес к органической продукции?

Как можно улучшить доступ фермеров к рынку и обеспечить развитие органического сектора в Таджикистане?

Это очень сложный процесс и нельзя дать однозначных рецептов и все быстро выполнить, но есть некоторые рекомендации, основанные на практике и сделанных анализах, которые хотелось бы вам представить:

- Сегодня агентствам, взявшим на себя обязанность поддержать развитие органического фермерства, в том числе развития органического рынка должны так же заняться вопросом обеспечения доступа фермеров – производителей органической продукции к рынку. Для этого одним из важных шагов должен быть обеспечение фермеров доступными, удобными инструментами по анализу рынка. Таковые инструменты мне приходилось разрабатывать и применять в практике работы с фермерами обучению их к рыночным навыкам, и они показали положительные результаты.
- налаживание связи производителя органической продукции с рынком, должно проходить через его постепенное рыночное ориентирование и адаптацию;
- государство так же должно быть подключена к этому процессу, она должна противодействовать структурам, препятствующим доступу фермеров на рынок, налаживать выгодные связи между фермерами и покупателями, принимать соответствующие законы и регулировать на их основе процесс.
- необходимо стимулировать развитие нетрадиционного мышления фермеров (потенциальных производителей органической продукции), что будет способствовать внедрения нетрадиционных технологий сельхоз культур;
- так же действенным способом будет демонстрация истории успеха органических фермеров из других регионов, это будет хорошим стимулом к активизации и быстрее снимет страх и недоверие у фермеров к такой новинке как органическая продукция.

Кто же это может сделать?

Конечно, же, ведущую роль можно было бы отнести к государству, но как показывает практика других стран бывшего союза (к примеру Грузия, Украина, Армения, Молдавия, Киргизия и др.) основную роль в развитии органического сектора в стране занимают неправительственные общественные организации. Эти организации продвигают законы, реализуют проекты, выступают с различными инициативами. Более того они с готовностью оказывают поддержку своим коллегам из других стран. И поэтому неправительственные организации Таджикистана так же могут взять на себя эту ответственность и поддержать развитие органического сектора в стране. Первые шаги у нас уже делаются.

И здесь хочу отметить, что представляемая мной неправительственная организация «Союз консультантов», выбрав в качестве одного из стратегических направлений развитие сельского хозяйства, тоже начала работу по внедрению в регионе органического фермерства. У нас выработаны план, и стратегия по тому, как мы будем, проводить этот процесс. И мы будем рады, если будут заинтересованные в сотрудничестве стороны.

Сегодня современная тенденция, диктует о необходимости перехода рынка на органическую продукцию. Мы видим, что в развитых странах главным индикатором выбора покупателем продуктов является ее экологическая чистота, и с учетом того, что и в нашу страну постепенно приходят все стандарты рыночной экономики, несомненно, в скором времени рынок так же будет требовать от наших фермеров экологическую продукцию. Надеюсь, что в нашей стране, не смотря на трудности и тяжелое, положение шаг за шагом органический сектор будет развиваться, и волна органического движения захлестнет и нас. И в этом процессе немаловажным вклад будет со стороны наших коллег из соседних стран и международных организаций. И сегодня с полной уверенностью можно сказать о большом вкладе в дело развития органического сектора в Таджикистане настоящей международной конференции и каждого из вас дорогие участники!

Спасибо,

Благодарю за внимание.

Prof. Dr. Ulrich Hamm

Institute of Agricultural and Food Marketing, Faculty of Organic Agricultural Sciences, University of Kassel

E: Key factors for a successful organic market development

The general perspectives of the market for organic food are very good. Since 2000 the world market for organic food has risen far more than 130 percent, with yearly growth rates continuously above 10 percent. In the last two years growth in Western Europe and the USA was clearly limited by supply shortages, because demand grew quicker than supply. The perspectives for the future market development are also very bright. The main factor for a further market growth is the interest of a growing number of consumers in buying safe food. From the consumers' view, safe food means low burdening with chemical residues and increasingly also the non-use of genetically modified organisms in agricultural production. Other positive factors are the good taste of organic products and advantages of the production system in terms of the protection of the natural environment and animal-friendly husbandry. Despite serving the growing demand of consumers, food retailers, processors and caterers of canteens and restaurants are also interested in buying more organic food. They see organic products as a possibility to reduce the risk of selling contaminated food products and having a bad press with "food scandals".

The main problems for the further development of the organic market lie on the supply side. Around the years 2005 subsidies for the conversion or the maintenance of farms in organic agriculture were lowered in many countries of Western Europe while at the same time subsidies for the production of bio-energy were increased. This led to a decrease of organic production in some West European countries and to small growth rates of organic production in other countries, while growth rates for demand were much higher. Even though imports of organic products from all around the world considerably increased, shortages of organic product supply were reported from many countries, especially from the three biggest markets world-wide, the USA, Germany and the UK. Demand for organic products is also quickly growing in the big cities of many other countries in Eastern Europe, many Asian countries as Japan, South Korea, Thailand, India, Israel, many Latin American countries, in Canada, Australia, New Zealand, the Republic of South Africa, Egypt and others.

Summarising the general organic market perspectives there is no question that a quickly growing supply of organic food is necessary to serve consumers' demand. This leads to the question which strategies are appropriate to (further) develop organic markets in countries with only small or even insignificant organic markets. Having analysed several organic markets as a researcher for more than 25 years, I will try to give some examples for the most important factors for a successful organic market development.

Setting a favourable legislative and political frame for organic markets is very important for the market development. Experiences in more developed markets signalise that setting a legislative regulation for organic products is a precondition to secure a market growth without unfair competition of pseudo-organic producers and to ease exports to countries with big markets as the USA, the EU, Japan or China. Furthermore, a national logo for organic products which can be easily identified by consumers is a very useful tool to develop domestic markets, according to experiences in many European countries.

If political support for the organic market development is mentioned in Western and Central European countries most people firstly think of subsidies for the conversion of farms to organic agriculture. Clearly, this measure is appropriate to stimulate market growth in a short period of time. However, these subsidies are also very costly for governments and it is difficult to find the right balance between market needs and the amount of incentives by subsidies. After the introduction of area-based subsidies for the conversion of farms in the EU, we had an overproduction of milk, beef, lamb, wine and olive oil for more than a decade while at the same time vegetables, feedstuffs, pork and poultry were short in supply showing that the incentives were too high for grassland, vineyards and olive groves while they were too low for horticultural areas and animal production based on cereals. One important argument to support the organic sector with area-based subsidies is that the positive contribution of organic farming to save the natural resources should be remunerated to secure the competitiveness of organic with conventional farming. However, it would make much more sense, if conventional farming is debited with its external costs concerning environmental pollution. So far, we are far away from such a reasonable agricultural policy in all countries of the world so that the subsidisation of organic

agriculture seems to be the only way to guarantee fair competition between organic and conventional agriculture.

Other useful possibilities to support the organic market development which do not include high financial burdens for national governments are:

Setting up a national market information agency supplying organic market actors with data on organic prices, quantities and qualities on a regular basis. It is well known that market transparency is very important to avoid mis-investments and to support a balanced market development. A good example for a well-functioning market information agency is the Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) in Germany.

Supporting an advisory system for organic farmers and processors to secure an adequate knowledge transfer in an infant sector. Best practical example is the advisory system in Denmark.

Financing research on special problems of organic farmers and processors and securing the feedback between researchers and consultants. A good example for this is the Danish Research Centre for Organic Food and Farming.

Another important political measure which does not cost any money but is very important for the growth of the organic sector is that politicians publicly appreciate the benefits of organic agriculture, not only in speeches at organic agricultural conferences but continuously in nearly all public speeches. By pointing out the benefits and the bright future of the organic market such speeches are able to signalise private investors that it is worth engaging themselves more in the organic sector. Best practical examples are the former Austrian Minister of Agriculture, Franz Fischler, and later the former German Minister of Agriculture, Renate Künast.

The most important factor for the organic market development certainly are the market actors, persons who are willing to invest capital in the organic sector be it consumers willing to pay higher prices for organic food or farmers, processors, wholesalers, retailers and capital owners willing to invest money in organic businesses. In the start-up phase of the organic market knowledge exchange and import from advisors, researchers or experienced market actors from other countries are of crucial importance. In the emerging phase, when the number of actors increases it is very important to bundle all forces in one strong network of market actors. This is a very difficult thing, as market pioneers normally have strong personalities and tend to be mainly lone fighters. However a strong and professional representation of the organic sector is necessary to inform the public from one source and to join forces for gaining influence on agricultural politics. A good practical example here is the Soil Association in the UK.

It is also of great importance to join farmers' forces in strong marketing initiatives which are necessary to supply markets with larger product quantities in homogenous qualities and which are good to avoid disastrous price competition in the emerging phase of the market development. A useful aid for the question how to build up farmers' marketing initiatives is the handbook: Schmid, O., Hamm, U., Richter, T. and Dahlke, A.: "A guide to successful organic market initiatives". Frick, Switzerland 2004. In the emerging market phase knowledge transfer and capital procurement can also be gained via joint ventures with companies from countries with more developed markets. As consumers' willingness to pay higher prices for organic products is the crucial factor to develop organic markets, anything must be done to avoid disappointments of consumers in terms of the guarantee for the organic origin and an excellent quality in terms of taste. This must be guaranteed over the whole supply chain making a close cooperation between all market actors indispensable. Market research and information exchange on customers' needs and demands within the whole supply chain helps to optimise products and services for consumers.

An always controversially discussed topic is the question whether a country should start its organic market development by supplying existing foreign export markets first or by building up a new domestic market for organic food. Both strategies have advantages and disadvantages. It is often much easier to supply export markets first as there is a strong demand in foreign countries already existing and often a knowledge transfer from foreign import markets and capital procurement by joint ventures may take place. However, this strategy is also associated with a strong quality and price competition with more experienced suppliers from other countries and the danger of long lasting image problems, if quality was not sufficient in the start-up phase. The main advantages of a strategy which included supplying the domestic market first are a closer contact to the domestic customers and their needs and the lower price competition. The disadvantages of this strategy lie mainly in the long lasting constitution of a national organic market, the necessary high investments in communication strategies

with customers and the slow growth of sales combined with low economies of scale. In most cases, however, it is not a question “either ... or” but a combined strategy serving both domestic and export markets.

Summing up, there is no question that the market for organic products offers great opportunities for all suppliers if consumers’ trust in organic products is secured at all times. Countries in Eastern Europe and Central Asia have competitive advantages regarding production costs due to low costs for labour and ground. The crucial factor is the set-up of an infrastructure to secure product quality over the whole supply chain and this is often combined with financial investments in storage, packaging and transport facilities.

Victor Ananias Sungutay

Strategy Development, vision building & networking coordinator of Bugday Association for Supporting Ecological Living

E1: Organic Agriculture, Marketplaces and Domestic Organic Market Development in Turkey

Organic Agriculture in Turkey

Organic agriculture began in our country in the years 1984-1985 with the demand of raisin and fig-Turkey's traditional export goods- to be cultivated organically. Until 1990 only 8 products were cultivated organically, whereas in 1999 the product range went up to 92. 1037 ha of agricultural land in 1990 increased up to 44,552 ha in 1999 and the producers from 300 up to 12,435. In 2005, the cultivated land under organic certification was 175.000 ha and number of farmers was around 9500 (According to MARA's statistics).

Because the variety of the product range relied totally on the demands of the western markets, the largest share of production has been on nuts and other dried products. As the local market improves, the product demands change eventually and accordingly the production and marketing of grains, oily seeds, fresh fruit and vegetables, some animal products and value added goods increase.

Obviously the first players of organic farming were few European buyers, their local representatives and contracted farmers. Actually this situation has not changed up to year 2000 where a strong initiative took place for creating and developing the domestic market for organic.

For further reading:

*Building Sustainable Organic Sectors © IFOAM 2008 By Källander I., Rundgren G. Available at IFOAM website at www.ifoam.org

* The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2008 Willer H., Yussefi-Menzler M. and Sorensen N. (Editors) (2008) IFOAM, Bonn/Germany and FiBL,

*Proceedings of the first Congress on Organic Agriculture in Turkey/ October 2007 Istanbul

Marketplaces Tradition of Turkey in general

Marketplaces have been the dynamic, fair, open exchange platforms of human needs for thousands of years in Anatolia. The antic Agora's can still be seen, visited as the ruins of a perfect market structure. The spirit of the dynamic markets history on this land can still be felt easily at the ongoing weekly/once a week open markets especially for fresh food, fruits and vegetables at every district of the cities, every town and village today.

Even if they still have a strong share in the domestic food markets, in general the big super-hypermarkets are taking over a lot of consumer interest and the marketplaces in the big cities are also not any more available for the farmers directly because of the wholesale systems and existing related low. So actually this perfect tool, platform for fair-transparent exchange is also under pressure and manipulation of the aggressive competitive trading systems.

Bugday Association

Bugday Association, the innovator of "100% Organic Farmers/Producer Market" model market is an NGO, democratic civil grassroots organisation working on national level in Turkey. Bugday has been the first movement in Turkey to combine an understanding of wise producing and consuming behaviours and build sustainable models, a strong network locally and globally around this issue since its beginning in year 1990. Bugday Association runs different projects and work on Organic Agriculture and its consumption on all levels ranging from political level to the production and consumption systems support. For example "TaTuTa" (www.tatuta.org), holidays and volunteership in organic farms in Turkey is another initiative that Bugday has started in Turkey in 2003 which is ECEAT (European Centre for Ecological Agro Tourism) and WWOOF (Willing Workers on Organic Farms) Turkish partner.

Bugday is an IFOAM member since year 2000 and has been active promoter of the principles of organic agriculture in Turkey as well as guiding, communicating with all stakeholders including the government bodies, certification bodies, farmers-producers of all sizes, consumers, traders at all levels, research and education institutions, etc. In order to develop, maximise the potential and practise of sustainable organic production, consumption and fair trading.

Development Phases of the 100% Organic Farmers Market in Turkey

History

The first Organic Farmers Market in Turkey was started in 17th of June 2006 at Sisli region of Istanbul by Bugday Association for Supporting Ecological Living. The market has been running successfully and opens every Saturday under the coordination and control of same organisation since then.

Even if this first marketplace in Istanbul has been running nearly for two years now, the idea of a "fair and organic farmers market" has been an innovation worked on for all the 15 years in Bugday Movements history before that. All the efforts for a strong domestic market in Turkey have shown that the most effective and suitable way could well be the local community- weekly- farmers markets. Which would copy the traditional markets in many ways such as being mostly open air, a meeting point for all, less expenses added upon the product price, direct communication of consumer and salesperson-producer.

There were three main challenges, difficulties that have been worked on-solved in order to achieve its success by the organisers of the %100 Organic Market. These were:

Not enough knowledge, awareness, trust and demand among the Turkish consumers. The wrong image of organic (for Turkey's conditions) as "very expensive, not for the middle income group people" Not enough producers believing that there will be a market for their produce and very little variety of especially organic fresh fruits and vegetables as a result of that
The legislations for the wholesale of fresh fruits and vegetables that unable farmers to sell their produce directly in the cities.

Principles

All the strategic and organizational decisions during the preparation and running of the market have been made according to the following principles:

ECOLOGICAL: All products sold in this market have to be certified organic according to the Turkish National Standards, supporting the environmental systems and livelihood as a whole at the origin of production.

HEALTHY FOOD FOR ALL: It is aimed to serve consumers of all income level of food buyers for affordable prices. Bugday Team checks the prices of the fresh fruits and vegetables at the conventional markets and other sales points every week and decides the prices at the organic market together with the producers limited between -20% and +20% with the conventional

FAIRNESS: Only producer/farmer or his/her representative are allowed to sell and consumer reach organic food with a reasonable price as a result of the price control on especially the fresh products. Fair exchange among all is aimed and supported in every step of the organisation. Networking between producers is also supported, strengthened for a better cooperation within the growing web of organic producers.

SUSTAINABILITY: Parallel growing number and wisdom of producer and consumer groups, individuals are supported continuously by publications, conferences, seminars, social-public events, regular use of all different media tools. Sustainability of the marketplace is closely linked with the sustainability of balanced ecological livelihoods.

Steps Taken

Even if the first market project did go through a strict planning phase, in practice there were many unexpected tasks appearing on the way and many new ideas, facts affecting the operations. We could see the steps taken in two main phases as preparatory and running period.

At the preparatory phase which took about 6 months, first of all the contract with the Municipality was signed after long discussions with the Mayor and his team. There was a lot of opposition among the executives and a long lobbying and educational process at the municipality. Bugday team has also had to lobby hard among the existing marketplace organisations who were not so positive due to the consideration of the potential risk of possible competition between the organic and conventional marketplaces. To convince producers was another challenge because of the need of production planning, technical support and make them believe that their products will have enough buyers at the market.

Consumer education has been anyhow one of the main target of Bugday Association for the recent years, a continuous good public relations media programme in addition to the on going activities has helped to attract a fast growing number of interested consumers.

The continuous book keeping and evaluation, control and planning are the tasks that are carried on by the organisers. Working-lobbying on the legislations have also had its priority and good results as the exclusion of organic from fresh fruits and vegetables trading low.

Results

As the coordinator, devoted roller of the organic market Batur Sehirlioglu says: "An incredible investment is being made for the organic sector, for humanity, nature as a whole, for our collective future by organising our 100% organic marketplaces nearly with no institutional or personal interest of return".

Some measurable results of the 100% Organic Market are as follows:

48 stands in the beginning, over 150 in January 2008

Over 300 producers selling their produce round the year

3 tons of fresh fruits and vegetables sold every Saturday in the beginning and over 10 tons in January 2008

Over 500 kinds of fresh and processed organic products weekly (bread, dairy products, cereals, honey, jam, oils, spices, etc)

Price control: all prices of fresh products between +20% -20% compared with the conventional

Over 1500 families buying their food organically every week

Second market with same management and standards just opened in Antalya in March 2008 (Mediterranean reg.), third preparing to open in July 2008 at Samsun (Black Sea reg.)

In addition to all those results, there have been many other positive impacts of the marketplace on organic agriculture potential and the growth of the domestic market capacity such as:

- Generating hope and motivation for producers and consumers by meeting each other face to face whilst meeting basic needs from one another.
- Generating regular market, consumer, financial income and new opportunities for the organic farmer and producer at all sizes.
- Giving the opportunity of regularly buying mainly all necessary food organically, healthy, tasty and for a fair price to the consumer.
- Keeping the environment, our soils, water quality, biodiversity high. Giving individuals to participate in saving the earth by daily practise.
- Strengthen our communities socially and bring our traditional culture of "co-operation" instead of the unsustainable culture of "competition" back!

Next steps

Bugday Association is already working on finishing the 100% marketplaces standards book and guidance pack for the new ones to open. The third market in Samsun/Black Sea region to be opened in May 2008 will hopefully be followed by others all over Turkey.

Besides the 100% marketplaces in Turkey, Bugday team is also willing to cooperate, support, share its experience with network partners, neighbours sharing same vision internationally.

Jiří Urban

Director of Bioinstitut Olomouc, (CZ) and collaborator of FiBL Frick (CH)

E1: Development of the organic food market in the Czech Republic

Regarding the fact that the initial situation and structure of “collective” agriculture, food industry and market was similar in all former Eastern Block countries, the Czech example of the organic food market and its development can also be used for the other countries of this region.

For example in Ukraine in the Suisse project (donor: SECO, co-ordination: FiBL): “Organic certification and market development in Ukraine”. One of main activities is the support of Organic market initiatives (OMI): 3 initiatives: Cereal/ Bread OMI, Vegetable OMI, and Fish OMI planned.

In the Czech Republic (CR), the original agricultural buildings and facilities, constructed in the socialist megalomaniac way were neither suitable for processing organic foodstuffs or safe storage. Another problem was in pollution of stores and processing plants by e.g. residue of coating agents, fertilizers or other pesticides. The farmers’ aversion to joining marketing cooperatives is still caused by negative experience of obligatory communist collectivism. Therefore the contractual purchase of organic raw materials is still not well organised in the Czech Republic.

Process of development of marketing structures in the Czech Republic– especially on the example of commodities: grain and legumes for human consumption, animal feedstuffs and organic seeds, i.e. commodities which are relatively easy to store and suitable even for the international market

The way of development: Marketing cooperatives for farmers, their failure, the tendency away from associative marketing structures, the beginning of private companies unrelated to associations of organic farmers, the shift from association directions towards “EU BIO” quality, un-stable prices, export of raw materials and consequential import of finished products, stabilization phase, problems of common European market. Current situation in the CR: lack of Czech organic raw materials for human consumption and for feeding livestock.

Organic farming in the Czech Republic has been developing since 1989. The demand for organic foodstuffs is primarily among consumers interested in health food, vegetarianism and macrobiotics. There was mostly demand for good quality cereals and legumes for human nutrition. Besides traditional grain used by bakers (wheat and rye), organic farmers in the CR have managed to bring about a renaissance in original cereals and grains (market with out competition, new type of costumers), such as: spelt wheat, Emmer and Einkorn wheat, buckwheat, millet, old varieties of peas - e.g. Kapucín.

It was obvious that growing grain for more customers has to be coordinated in harmony with the “Sales Structure – Grain” scheme

1/ In 1992 PRO-BIO Association of Organic Farmers established a trade department, which only mediated between growers and processors. This trade department did not itself create any contractual relationships (did not purchase or sell raw materials itself) – !!! NOT A SUCCESS

(There was a lack of procesors interested in organic produce, the trade department was replaceable – farmers contacted processors directly, the coordination role of PRO-BIO association was not important for trade and only remained meaningful on the level of joint advertising and unified labelling (exhibitions – Biofach, Salima, Biostyl..., Best Organic Product of the Year competition, advertising publications – cookery books, media, collective packing), and advisory services (preparing for OF inspection, growers recommendations, ensuring good quality of raw materials) - SUCCESS

Czech organic food labelling (PRO-BIO Association logo, national BIO label, EU label)

Sales Structure Scheme – Grain

- Order of quantity from processors
- Ensuring seed and closing contracts on growing areas
- Organizing inspection and certification according to required standard (e.g. EU, Bio Suisse, Demeter)
- Advisory service – farmers Association or traders (e.g. in growing, ensuring technological quality of grain)
- Ensuring financial capital – it is essential to pay farmers immediately after harvest

- Purchase Contracts between traders and farmers - personal visits to farmers are often necessary
- Assessing post-harvest quality (taking samples, technological analysis (gluten, Hagberg falling number, thousand-grain weight, pesticide and heavy metal residue...))
- Ensuring good post-harvest quality (final drying, post-harvest treatment, preventing possible contamination in storage – petroleum-based substances, chemical burden – e.g. residue of coating agents)
- Storage (either on farm premises, or contract-based, or own stores)
- Transport
- Sale to purchasers (mills, packing plants, export of raw materials)

2/ The establishment of a national purchasing and processing company (Ltd.) (1993)

Example: The development of PRO-BIO, Ltd, Staré Město pod Snežníkem

Originally the company was founded by organic farmers to sell their produce on the Czech and foreign markets. Grain-stores and a mill-plant were constructed. The company ensures the cultivation and sale of organic seed. The company started to import goods, due to a lack of home-produced raw materials. At present the company is a private enterprise, separate from PRO-BIO Association, and deals with the wholesale distribution of a wide range of organic foodstuffs, including imported goods. The company focuses on small retail outlets and recently also supermarkets. SUCCESS (a new problem has arisen in the lack of raw materials - cereals in the CR, the company does not focus on help for growers, but purchases wherever prices are favourable within the EU, outside the EU – even in China, and this even crops traditionally grown in the CR, such as buckwheat – this is negatively perceived by consumers)

3/ The establishment of farmers' marketing cooperatives (= "družstvo")

e.g. Biodružstvo Vysočina or ekodružstvo "Toulcův dvůr Praha" – originally a good idea, it did not prove effective in the CR. Organic farmers only sold part of their produce via "their" marketing cooperatives. Profitable crops were sold directly (including export). Another problem was in unprofessional and expensive management of the cooperatives (employees) NOT A SUCCESS

Example: Companies founded with the support of foreign know-how and finance who have significantly helped the development of the home organic food market

a/ Sonnentor Čejkovice: the Czech branch of an Austrian company. A very good system of supporting Czech organic farmers through contractual growing of herbs and aromatic plants. The company produces teas and spices – a significant worldwide exporter.

b/ Country Life Nenačovice: originally only an importer and wholesaler of organic foodstuffs produced by its parent company in France. Later a distributor to small health food shops, and a pioneer of supermarket sales. At present a complex wholesale enterprise with its own processing plant, organic farm, bakery, shops and restaurants.

Organic food shops of PRO-BIO Association – an example of organic food retail and promotion of organic farming. The PRO-BIO Association has created an independent network of 60 organic food shops all over the Czech Republic (turn over in 2007 – about 4.000.000.- EUR)

The present situation in organic grain sales – the lack of cereals and legumes for food production, the lack of organic feedstuffs. These shortages is caused by:

inappropriate structure of Czech organic farming caused by subsidies (90% of ecological land is permanent grassland)

ignorance of Czech organic farmers and incorrect methods of crop-growing on arable land

opening of the market after Czech entry to the EU and high prices of grain in the EU and all over the world (up to three-times higher!!!)

There are several private trading companies operating in the CR, which mainly deal with export of raw materials (BioKontakt (D), Bioland Markt (D), Alternativ plus (A), TopBIO, ...) However, they do not provide organic farmers with sufficient guarantee of long-term purchasing, neither do they provide advisory services, nor ensure organic seed supplies, nor central and local storage possibilities... there is a threat of a slump after the price-boom falls

A new trend: introducing higher private (= within association) standards and labeling (opportunity for export and later for domestic market)

An opportunity to maintain the power and importance of the association. The PRO-BIO Association gains know-how through cooperation with the German Bioland Association, with whom they are planning to establish a common sales organization involving organic farmers in April 2008.

3/ Establishing a trade company Ltd. 100% owned by the associations

Using the „Bioland Markt” model – 50% of the company will be owned by PRO-BIO and 50% by Bioland (D) association. Farmers will be involved via the Sales Council of the company and through sleeping partners. Thus organic farmers will not be directly involved in business affairs but will be able to affect the marketing strategy via the association (e.g. orientation to a higher standard according to Bioland, orientation to the home market). Company managers will have a free hand in trading. The aim of the company is not to create a profit, just the necessary margin to ensure services vital for long-term purchasing at farmer-friendly prices. Sleeping partners will invest capital. The rest of the operation capital – founding members and loans. Investors will receive a 5-6% return on investment; they will have priority in purchasing. PRO-BIO Association will also support processors and livestock farmers, who will therefore have easier access to raw materials.

WE BELIEVE IN SUCCESS and in the increase of acreage for the cultivation of market-crops on arable land in the Czech Republic.

Irina Gurevich
Organic Product

E1: Concept « Biograd » - the successful way for organic market foundation in St. Petersburg

Концепция «Биоград» - успешный путь формирования рынка органических продуктов в Санкт-Петербурге

Ирина Гуревич, «Органик Продукт», Санкт-Петербург, Россия

В декабре 2006 выходом первого номера журнала «Биоград» и открытием первых отделов немецких органических продуктов «Биоград» в сети супермаркетов «Лэнд» в Санкт-Петербурге компания «Органик Продукт» запустила проект «Биоград».

Концепция проекта «Биоград» включает в себя три основные составляющие.

1. Пропаганда знаний об органическом земледелии, органических продуктах и европейской системе их сертификации
2. Обучение покупателей и продавцов органических продуктов
3. Продажа органических продуктов

Необходимым условием формирования органического рынка в России и успешных продаж компании является пропаганда знаний об органическом земледелии, органических продуктах, экологической косметике и европейской системе их сертификации среди широкого круга людей.

Огромную роль в пропаганде органических идей играет единственный в России журнал об органических продуктах и натуральной сертифицированной косметике «Биоград». Он выходит тиражом 50000 экз., распространяется в Санкт-Петербурге и Москве бесплатно, в основном в супермаркетах, которые торгуют биопродуктами. Любой специализированный журнал имеет большую продолжительность распространения, что сразу отличает его от буклетов, брошюр и каталогов, особенно рекламного характера. Мы постоянно сталкиваемся с ситуацией, когда люди самостоятельно распространяют наш журнал, забирая из магазина несколько экземпляров, чтобы раздать его своим знакомым и друзьям. Это связано в первую очередь с тем, что он содержит в себе статьи, касающиеся проблем здоровья и безопасности питания, информацию ранее недоступную читателям. В журнале публикуются статьи, которые напрочь меняют представления людей о самых привычных вещах: о сущности рафинированного сахара, о витаминном мифе, об опасности моющих средств и т.д. Часто люди даже не задумаются из чего и как сделана та или иная пища или косметика, часто производители умышленно скрывают технологические тайны от потребителей. Поэтому одной из задач журнала является пропаганда знаний о безопасных технологиях и продуктах.

Такую же важную роль играют два информационных сайта, созданные компанией «Органик Продукт», включая Интернет-магазин «Биоград».

Второй составляющей проекта «Биоград» является обучение покупателей и трейдеров. Как показывает практика, уровень подготовки продавцов еще ниже, чем у покупателей. Поэтому компания движется по двум направлениям одновременно. С одной стороны, постоянные консультанты отдела «Биоград» в супермаркетах ведут консультационную работу среди покупателей, с другой стороны, тренеры компании «Органик Продукт» читают семинары для директоров, товароведов, закупочных менеджеров, заведующих отделами супермаркетов и магазинов, давая основные знания по органическому земледелию, переработке продуктов, их сертификации. Также в ходе семинаров для трейдеров отрабатывается навык отличать биопродукты от псевдоорганических продуктов, так как в условиях отсутствия законодательной базы и стандартов биопродуктов в России производители активно эксплуатируют термин «био» в целях рекламы. Опыт работы компании «Органик продукт» по подготовке руководителей и специалистов торговых сетей показывает, как меняется их видение органических продуктов как таковых, приходит понимание их сущности, меняется позиция отбора биоассортимента.

Правильное позиционирование отделов биопродуктов в супермаркетах является обязательным условием успешной торговли. В результате своей работы мы наблюдаем стремительный рост продаж в отдельно взятых магазинах при следующих обязательных условиях.

1. Отдел биопродуктов должен быть выделенным и обозначен как «Экологические продукты» или «Био-Органик» или «Биоград». В случае распыления ассортимента

экологических продуктов по отделам супермаркета или магазина мы наблюдаем картину безуспешного поиска этих продуктов покупателем и систематических жалоб на его неэффективность, растворения биоассортимента в море продуктов супермаркетов, что приводит к низкому уровню продаж и высоким убыткам поставщика в связи с истечением сроков реализации биопродуктов (в условиях России это составляет 6-8 месяцев максимально для группы товаров «бакалея»).

2. Отдел биопродуктов должен иметь обязательное информационное сопровождение для покупателей: консультанты, журнал «Биоград», брошюры и буклеты.

Консультанты отдела «Биоград» являются убежденными последователями органического или натурального питания. Для них не ставится задача продать больше товара. Главная цель их работы – донести необходимые знания покупателям не только о конкретных товарах отдела «Биоград», но и принципах безопасного питания и безопасной косметики, вызвать доверие людей. Главный принцип работы консультанта-биоградовца – искренность и убежденность. Зарплата консультанта не зависит от объема продаж отдела «Биоград», что позволяет ликвидировать многие негативные моменты в его общении с покупателем. Работа консультантов отдела «Биоград» повышает продажи биопродуктов в целом всего магазина, включая продукты других поставщиков.

Печатная информация должна быть ориентирована на широкий круг покупателей, в первую очередь женщин, которые составляют до 85% покупателей продуктового магазина. Печатная продукция не должна быть перегружена сложной для восприятия информацией, должна легко читаться и запоминаться, хорошо иллюстрироваться. Качество печатной продукции должно быть высоким, так как в условиях супермаркета она вступает в жесткую конкуренцию с рекламой других производителей, которая часто раздражает покупателей.

3. Органические продукты должны иметь «зеленые ценники».

Журнал «Биоград» в апреле 2007 объявил акцию в супермаркетах и магазинах Санкт-Петербурга «Зеленый ценник», которая направлена на формирование привычки покупателя находить экологические продукты в огромной ассортименте супермаркетов по «зеленому» ценнику. Настоящий прием многие десятилетия используется торговыми сетями в Европе и Америке и полностью отсутствует в России. В Санкт-Петербурге в данной акции успешно участвуют две торговые сети. По свидетельству этих сетей, покупатели начинают привыкать искать «зеленые» ценники в зале, вне отделов экологических продуктов.

4. Традиционным результативным методом работы с покупателем и персоналом магазина являются дегустации биопродуктов в супермаркетах. В период дегустации рост продаж отделов «Биоград» составляет 300-500%, причем растут продажи не только дегустируемых продуктов, но и в целом всех биопродуктов. Отдаленным результатом дегустаций является последующее сохранение уровня продаж отдела в течение 2-3 последующих месяцев. В момент дегустации покупатели, получая яркие вкусовые впечатления, более доверительно идут на контакт с консультантами, что позволяет донести нужные знания до более широкого круга покупателей, а также познакомить с продуктами персонал торгового зала. Дегустации позволяют привлечь большое количество новых покупателей, незнакомых с отделом «Биоград» в силу своей невнимательности или недоверия.

С одной стороны, магазины и сети, открывающие отдел «Биоград», являются креативными партнерами и имеют исключительные условия работы с компанией «Органик Продукт». С другой стороны, сама компания также является исключительной с точки зрения просветительской работы и продвижения всех органических продуктов в торговой сети и получает значительные привилегии по сравнению с другими поставщиками продуктов.

Как показал опыт многих предшественников, пытавшихся сделать или делающих бизнес на продаже органических продуктов и косметики, путь органического рынка в России будет безуспешен или долог, если трейдеры не направят свои силы на объединение и пропаганду знаний об органическом земледелии во имя общего дела.

Bernhard Jansen
EkoConnect

E1: The Organic marketing Forum in Poland – a strategic approach for market development

Although Organic Agriculture has a more than 10 or even more than 20 year history in many parts of Central and Eastern Europe, the number of the organic farms and the size of the organic area has risen especially much during the last 5 to 10 years.

In order to stabilize this trend and in order to let the people in Central and Eastern European Countries and farer east benefit from rising employment and a better supply with organic food, it is important that these countries constantly work on developing their home markets. Own national markets are important for all countries, even for primarily export countries, because the financial support of the EU can get reduced very fast and there is always the danger of being replaced by cheaper competitors (from China, Australia etc.). As ideal case, good money is earned by exporting raw material and the money is spent to invest in modern facilities and know how and to build up a home market, which nobody can just take over.

For the purpose of building home markets in each of the Central and Eastern European Countries as well as bridging between the countries in Central and Eastern Europe and between East and West of Europe the Organic Marketing Forum was developed. The team which is organising the event consist of

- EkoConnect as project leader,
- The **Organic Retailers Association (ORA)**
- The Polish Farmers Association **Ekoland** and
- The Polish Governmental Advising Centre for Agriculture - **CDR**.

Also the **IFOAM EU Group** and the **Polish Minister for Agriculture** are important supporters. They both are patrons of this event.

The objectives of the Organic Marketing Forum (OMF) can be named as:

- Know-how transfer:
 - o to share the experiences and know-how on marketing tools and strategies
 - o to learn about the organic situation and markets in Central and Eastern Europe and in Western Europe
 - o companies learn from companies
- Bringing the entrepreneurs together:
 - o OMF as platform for meeting companies of one country
 - o OMF as platform for meeting companies of neighbouring countries
 - o OMF as platform to find business partners in other parts of Europe
- Bring new companies to organic food:
 - o Conventional companies can come and check out their chances by listening to the experienced organic companies
 - o Special sessions on “How to step into organic farming and food processing?”

Since the objective is to build up markets, the key players of the organic food chains are invited: The OMF is made for

- farmers, who produce organic raw material and look for processors and traders,
- organic processors who look for raw material, new strategies or buyers,
- organic wholesalers and shop owners who look for new products or new ideas,
- everybody else who supports the companies in their work.

In 2008 the **Organic Marketing Forum takes place for the 3rd time**. As in the previous years the OMF is made for entrepreneurs. That is why the information flow should be fast and intensive. And it needs a special atmosphere for getting good ideas and making good contacts. The OMF achieves this by being a medium size event (about 300 participants from 20 countries) with short presentations of key experts and company leaders as well as an **informal get together** with music between the first and the second day. The program consists of about 20 presentations which are translated in 3 languages (English, German, Polish). These presentations take place within 24 hours, from noon the first day to noon the second day. Thus even international and very busy people can use the contacts by coming one day and leaving the next. Or they stay the afternoon of the second day and take part at the **excursion to organic trade companies** in the Warsaw area.

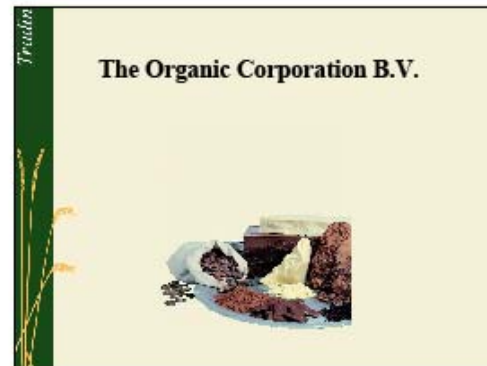
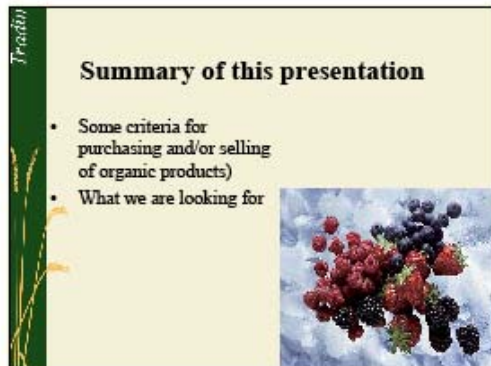
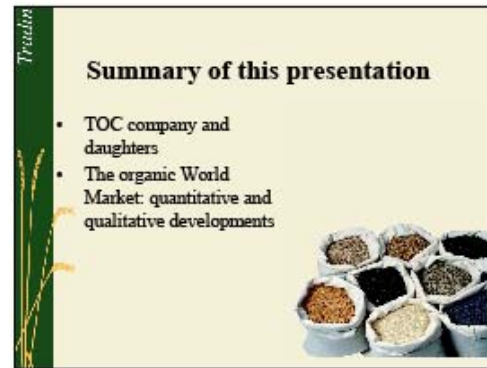
In addition to the conference there is parallel an **exhibition** of products and companies. In 2008 about 40 to 60 companies present themselves at tables in an extra area. This year the first time a “product of the year” will be elected in the “**Best of Organic**” contest. The participants of the OMF – all experts of organic food – will vote for the best product. Since communication is very important, 10 “**Flying Translators**” are helping everybody by translating in individual dialogues or small groups.

What is strategic in this approach? It is strategic to bring the key people together and to let them talk to each other. It is strategic to let do companies most of the experience transfer, because people learn most from good (and bad) examples. It is strategic to focus on Central and Eastern Europe and not on one country, because they have similar tasks and they can support each other very much. It is also strategic to cooperate between institutions and countries while organising the event: Developing markets is a multi-level-task and needs the cooperation of different players. Last but not least it is a strategy to open the circle of organic actors by inviting also conventional companies to step into the organic market and to take care at the same time that they get the information good and committed organic companies need. With all these provisions the OMF 2008 will be of big benefit for each participant. See you there!

Dr. Geert M.J. Termeer


Management advisor of Tradin Organic Agriculture B.V.

E2: Trade of organic raw material – sourcing and selling



The Organic Corporation B.V.


Is a holding company, based in Amsterdam, the Netherlands, with daughter companies specialized in international sourcing and sales of certified organic raw materials and fresh fruit and vegetables, with a turn over of Euro 87 million (2007). Goal 2008: more then Euro 100 million. Part of SunOpta Group (USD 1 billion+++ turnover)



Tradin Organic Agriculture B.V.

Tradin is a world-wide leading trader (HACCP, ISO, GMP) in certified organic raw materials for the food processing industry.

Providing the world market with a complete, continuous flow of reasonably priced certified organic raw materials.



Trabocca B.V.

Trabocca is an international trading company in certified organic coffee, tea and spices.



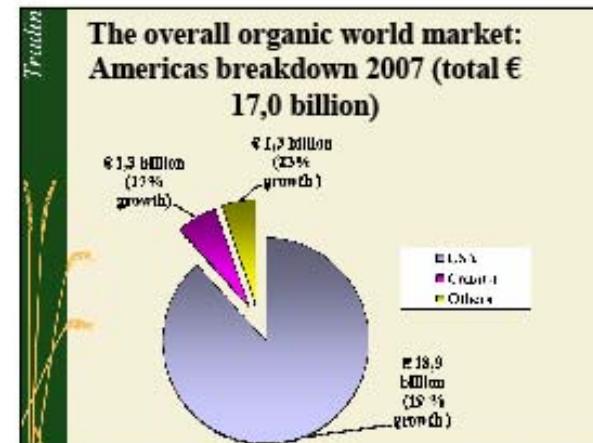
Sourcing of certified organic raw materials

- A. Own companies (sourcing 45% of our sales)
(China, Serbia (2005), South East Asia (Thailand: 2001), Ethiopia (2005))
- B. Own Projects (35% of sales)
(Bulgaria, Vietnam, Ghana, Bolivia, Indonesia etc. etc.)
- C. Third sources (20% of sales)
Our products have EU, NOP and JAS Certificate (Kosher etc.)



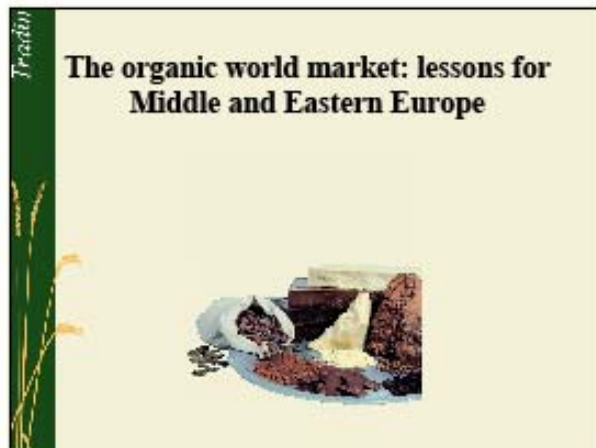
Sales offices
(selling of (certified organic) raw materials)

- Germany
- France
- Austria
- USA (incl. Canada and Mexico)
- The Netherlands (sales to all other countries. Product traders + country traders (e.g. Italy, Spain, Asia))



- The overall organic world market:
Some conclusions and trends**
- High per capita income = developed organic market(s)
 - USA by far the biggest market worldwide, Germany by far the biggest market in Europe
 - With fast estimated growth (worldwide +18%, USA +19% (!), EU +14% (Eastern Europe +28%))
 - Eastern Europe still mainly for provision to EU countries, but local markets develop (Pc Hungary, Slovenia, Croatia)



- The organic world market, history: lessons
for Middle and Eastern Europe (1)**
- European market started to boom since the EU law on organic 2092/91 (1992+)
 - With supermarkets entering in the late '90s
 - Making the business more professional
 - And speeding up growth
 - The same is observed, but faster (!) in the USA (2000+)
 - And Japan (2002+)

Trends

The organic world market, future trends: lessons for Middle and Eastern Europe (2)

- Growth is increasing in absolute terms (+Euro 7 billion+++ per year!)
- Pressure on raw material provision (lack?)
- Supermarkets (even discounters) big pushers
- Biggest absolute increases in the USA
- Big producing companies entering the business (Pepsi Cola, General Mills etc.)
- Fast resulting professionalism (logistics, price mechanism, marketing, quality etc.)



Trends

The organic world market, future trends: lessons for Middle and Eastern Europe (3)

- Power shift (supermarkets, big companies)
- Price and margin pressures (gain in volume)
- Increasing quality demands
- More chain management and control
- More specialization
- Globalization in sales and sourcing ("new" countries)
- Lacking organic control mechanisms?
- "New" booming product groups (e.g. organic cotton (+110% per year))



Trends


The organic world market, future trends: lessons for Middle and Eastern Europe (4)

- Health is the main reason for consumers to purchase
- Social in addition to environmental aspect (the story behind the products), price plus for social
- More and more compound products
- Fresh will decrease as % of total
- Middle and Eastern Europe will start booming (Russia 1010+)
- THE part of the food business to be in!



Trends

Purchase and delivery: some criteria



Tradin

Purchase and/or delivery criteria (1):


- Products according to organic product quality requirements (e.g. EU regulations) (Knowledge build up, good internal administration)
- Products according to intrinsic quality (systems) requirements (e.g. Tradin specs) (Knowledge and systems (HACCP, GMP, ISO, Eurogap) build up)
- Organic certificates received/send with goods
- No misunderstandings about price and payment terms
- Expected and minimum quantities? (for Tradin: container loads)



Tradin

Purchase and/or delivery criteria (2):

- Be a, or work with reliable suppliers and providers
- Ideally longer term relation objectives
- Check on problem solving capacity of the other party
- Check on knowledge and experience (product, agriculture, organic)
- Availability and quality level of (local) processing solutions
- Communication is crucial (language, be reachable, visits, Fairs etc.)



Tradin

Future possible collaboration Tradin - you

We have the market, we need the products.



Tradin

WE ARE CONCRETELY LOOKING FOR:

- Organic fruit (frozen, concentrates, purees)
- (Oily) seeds and oils
- Animal feed (soy, sunflower, rape seed etc. based)
- Others



Tradin



**THE ORGANIC MARKET GROWS
FROM NICHE INTO MAINSTREAM:
COUNTRY BY COUNTRY**



**THE INNOVATOR WILL GRASP A
(DECISIVE) LEAD**

Tradin

**Tradin,
the right combination
between ecological
idealism and business
sense**



Tradin

**Thank you for your
attention**

WWW.TRADINORGANIC.COM

Rudolf Bühler
BESH

E2: A fully integrated farmers organization delivering multiple values

A fully integrated farmers' organization delivering multiple values:

Maximizing the Potential of Regional Organic Products - a Case Study -

Rudolf Bühler
Founder and Chairman of
Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall

Map of Germany and Hohenlohe

BESH as a builder of institution – Sister organizations


The Regional Values of the Region of Hohenlohe

- GMO free region
- highest density of organic farmers in Europe
- autochthonous breeds and fair climatic conditions
- healthy and clean environment and beautiful landscape
- skilled and educated farmers, experienced in livestock
- old tradition and strong ethical values within farmers group

BÄULICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de

Core Values and Commitments of BESH laid down in its legal Statutes

- being a nucleus and project center for regional development in the region of Hohenlohe
- generating regional values of the region of Hohenlohe for sustainable and integrated development
- promotion of environment friendly and social reliable production schemes in the region
- strengthen the memberfarmers position in the regional and national economy. Develop new regional market structures.
- generate a fair share for the memberfarmer products and added value out of the market price
- networking with consumer organizations and promotion of farmers rights



BÄULICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de

Projects and Business Activities of BESH


- Farmers' Extension Service and Farmers Magazine
- handbook for the autochthon bred SH landrace
- diverse animal production schemes
- operating a slaughterhouse and meat processing plant
- marketing of meat and products to premium markets
- GI and diverse registered brands of BESH
- operating Farmers' Markets and market halls
- implementing international PPP-projects




BÄULICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de

The Farmers' Association of Schwäbisch Hall: A farmers self help project for regional rural development in the region of Hohenlohe

Chart Members 1986-2007



Year	Members
1986	10
1990	15
1995	25
2000	45
2005	75
2007	100



BÄULICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de


Development of BESH Business Revenues


Chart Revenue 1986-2007









Year	Revenue (€)
1986	100,000
1990	200,000
1995	500,000
2000	1,000,000
2005	5,000,000
2007	10,000,000









 BÄUERLICHE ERZÜGERGEMEINSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de





   
Land für Verbraucher
ECCOLAND







 BÄUERLICHE ERZÜGERGEMEINSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de



   
Land für Verbraucher
ECCOLAND


 BÄUERLICHE ERZÜGERGEMEINSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de



   
Land für Verbraucher
ECCOLAND


BESH Slaughterhouse and Meat processing plant

 BÄUERLICHE ERZÜGERGEMEINSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de



Farmers' Market,
Schwäbisch Hall







Market Hall,
Stuttgart

   
Land für Verbraucher
ECCOLAND


SÄDLICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de

Vertical integration as a key to economic success
- from farmers' field to consumers' fork -

Farmer
 ↓
 Consumer

- animal breeding within Farmers' Breeding Association ZVSH
- animal raising and fattening as BESH-member
- slaughtering in BESH owned slaughter house
- meat processing in BESH owned Processing Plant
- sale via own markets and direct marketing to butchers, hotels, delicatess shops a.o.
- QS through the whole food supply chain

SÄDLICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de

Economic and social benefits to the member farmers as target group

Guaranteed prices, f.e. pork:

- conventional market price 08/07	1,34 €/kg carcasse
- BESH price GI programme	1,66 €/kg carcasse
- BESH price organic programme	2,85 €/kg carcasse

Check payment 10 days after delivery, each member gets the same price.






SÄDLICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de

Farmers' Magazine DREISPITZ

Farmers' Magazine DREISPITZ









SÄDLICHE ERZUGERGENSCHAFT SCHWÄBISCH HALL www.besh.de

Environmental, economic and social benefits to the region of Hohenlohe

- highest density of organic farms in Europe
- 2.3 Mio. € additional value p.a. to BESH members (Study of Euronatur 2006: Income Effects on regional development in Hohenlohe)
- young farmer's motivated to take over traditional family farms
- reestablishing infrastructure in the region f.e. slaughterhouse
- strengthening farmers' rights, keeping the region GMO-free
- job creation
- environmental awareness building



 www.besh.de

International Partnership Projects (PPP) of BESH

- India
Cultivation of organic spices with the tribal population in the Tiger Reserve Area, Kerala. Import under fair trade conditions.
- Serbia
Cultivation of organic paprika and soybeans in the region of the Vojvodina, Import under fair trade conditions.

Others in the Ukraine, Romania, Montenegro, Krasnodar



 www.besh.de

International Partnership Projects (IPP) of BESH




Organic Pepper harvest Kerala/India

Soybean-field in Vojvodina/Serbia under conversion.



 www.besh.de

Regional Development in Hohenlohe as Model for other Regions?

Basically each region has its own specific potentials!

- Identify the potentials of a region.
- Develop project design upon needs of target group and natural potential.
- Get potentials into value through project implementation.
- Ongoing evaluation and adjustment of strategies.



 www.besh.de

Thank you!



Schwäbisch-Hällisches Landschwein



Ulrich Helberg

Owner and director of HELBERG CONSULT

E2: Value Chain Promotion for organic medicinal and aromatic plants in Eastern Europe and Central Asia

Introduction

During the Communist era most companies in Eastern Europe and Central Asia working in the herbal sector were vertically integrated with large procurement departments which organized contract growing and collection of raw materials. Such state run companies no longer exist. Most have either been privatized, broken up into separate units or have simply disappeared.

Present day herbal companies in the region are either off-springs of the former, state-owned enterprises or are private businesses, founded during the last fifteen years, often run by former employees of the state companies. Some characteristics of the herbal sector are similar in most countries in Eastern Europe and Central Asia:

There is a lack of knowledge about regional and foreign markets (structure, stakeholders, trends, requirements). Businesses are not aware of quality standards, such as Good Agricultural and Collection Practice (GACP) and Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP). Most companies have severe working capital shortages, which constrain trading operations (the purchasing, processing and transporting of products). Processing facilities are usually inadequate, compromising product quality, the ability to meet market requirements and add value. In general, the herbal sector in most of the target countries is poorly organised and the potential, in terms of rural development and market-oriented production is underutilised. The framework for resource management at national level is often weak and should be improved. There is insufficient information on the status of naturally growing plant species and whether collection is sustainable. There is a lack of ongoing monitoring on the status of plant resources. Business associations should play a role in delivering essential services to the sector.

In order to develop the herbal sector, the value chain approach seems to be the most promising tool as all operators along the value chains, such as farmers and gatherers, processors and traders, benefit from it. Value chain promotion in this sense means to bring all actors together, analyse their problems and needs, improve the organisational structure of the sector, study market opportunities, plan and execute development strategies.

Medicinal and aromatic plants - a versatile product group

Medicinal and aromatic plants (MAPs) represent one of the most challenging product groups within the agricultural sector because of their huge number of (wild) species, versatile end-uses and markets, and the important role they play for the livelihoods of thousands of gatherers and farmers. The markets for MAPs are growing steadily in Europe and the USA, especially for certified organic products. As far as wild collected plants are concerned, organic certification is becoming more and more important as a means to show sustainable use of the natural resources. For many producers, exporters and importers, organic certification also offers new opportunities to enter the market with prospects of extra margins for organically produced products.

MAPs are used for a wide range of products and purposes, such as herbal teas, culinary herbs, pharmaceuticals, cosmetics, and drinks etc. as fig 1 shows. The vertical and horizontal linkages within the medicinal herb industry are making this sector so complex and attractive to those working within it.

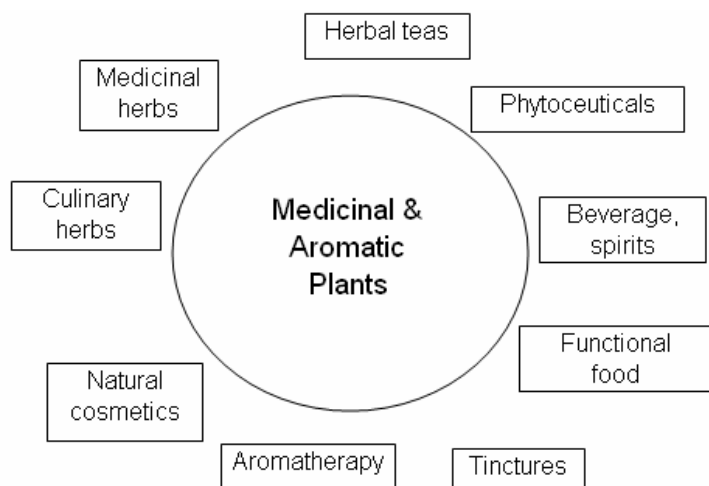


Figure 1: Uses of medicinal & aromatic plants

A wide diversity of wild plant species are used and traded for medicinal purposes. About 440,000 tonnes of medicinal and aromatic plants were traded internationally in 1996, with a reported value of USD 1.3 billion. Over 2000 medicinal and aromatic plant species are used commercially in Europe. Approximately 90% of the European species are collected from the wild, with Eastern Europe and the Mediterranean regions being the main suppliers. There is also a growing interest for certified organic wild products by consumers in many countries.

Promoting Value Chains in the Herbal Sector

A value chain (VC) is a business model for a particular commercial product whereby production and marketing are coordinated between several enterprises. The value chain consists of:

A sequence of related business activities called functions, (indicated as hollow arrows in fig. 2) from primary production, (including provision of specific inputs), processing, marketing, up to the final sale of the particular product to the consumer

Enterprises and individuals that perform these functions, i.e. the producers, processors, traders and distributors of the particular product are called operators (indicated as yellow boxes in fig. 2). Enterprises are linked by a series of business transactions in which the product is passed on from primary producers to end consumers. Operators become owners of the (raw, semi-processed or finished) product at one stage in the VC

Value chain supporters (indicated as yellow boxes at the bottom in fig. 2) provide VC support services and represent the common interests of the VC actors.

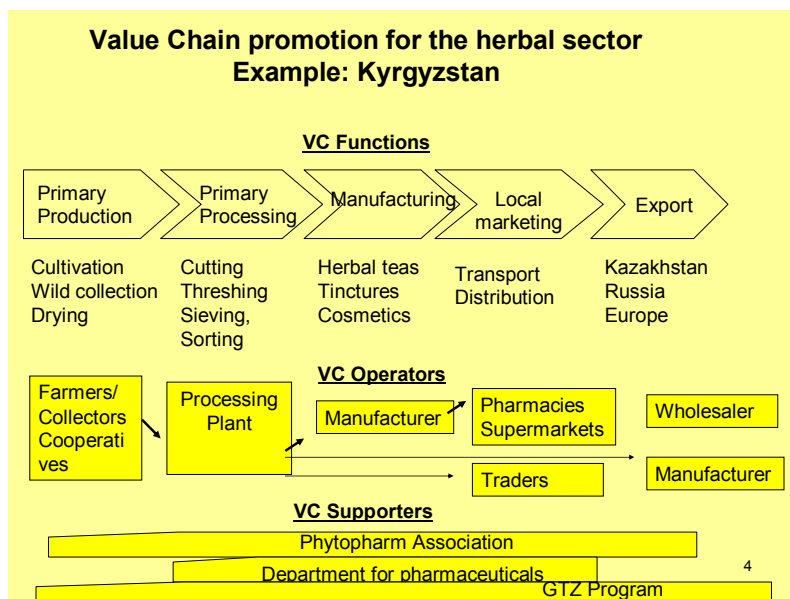


Figure 2: Promoting Value Chains in the herbal sector in Kyrgyzstan. The lengths of the boxes indicate at which stages along the value chain the operators and supporters are engaged.

Value chain promotion is a development approach oriented towards business opportunities with a public perspective. It aims at generating additional income to benefit poverty groups (farmers, collectors) by improving product development and facilitating market access. Value chain promotion thus harnesses market forces to achieve development goals.

Promoting value chains needs some thorough planning of activities:

- Selecting a value chain with good potential: conduct market research, set priorities
- Analysing the selected value chain in detail: production capacities, markets, regulations
- Determining the development strategy: vision, objectives, opportunities and constraints; identifying actors to implement the development strategy
- Facilitating the development process: public, private and donor roles, organising the chain promotion project
- Strengthening private business linkages: producer – processor; seller – buyer
- Promoting Public Private Partnerships, PPP: identify private investors and public donors
- Strengthening services: assessing service needs and service markets, improving public and private service providers
- Introducing social, ecological and product quality standards to meet market needs and requirements

Value chain promotion in the medicinal and aromatic plant sector can also be combined with natural resource protection: natural resources (natural ecosystems, wildlife, biodiversity or genetic resources) can be used economically in a sustainable manner by developing markets for their products. Consumer awareness raises market demand for these products, providing incentives for preservation of the natural resources and generating income for the people living in protected areas.

Valeriy Konovalchuk

Associate professor, Department of forestry of the National Agricultural University

E2: Current status and perspectives of the sustainable usage of non timber forest resources for the production of certified organic products in Ukraine

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТАБИЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕДРЕВЕСНЫХ ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ И ПРОИЗВОДСТВА СЕРТИФИЦИРОВАННОЙ ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ

Коновальчук В.К.

Национальный аграрный университет

Производство значительного количества органической продукции в Европе и Украине связано с лесом. В лесах, кроме древесины, сосредоточены значительные не древесные ресурсы лесных ягод, грибов, лекарственных, пищевых, медоносных растений и много другой продукции. В настоящее время особенно возрастает роль лесных ягод, которые имеют антиканцерогенные свойства, выводят из организма человека тяжелые металлы и радиоактивные элементы, успешно используются в фитотерапии. Лесные ягоды черники, голубики, клюквы, брусники, малины и произведенные с них продукты содержат биологически активные вещества, имеют ценные пищевые и лечебно-профилактические свойства.

Большие природные ресурсы лесных ягод, грибов сам бог дал для использования местным жителям Полесья и Карпат, ими необходимо рационально и правильно пользоваться.

Мировая тенденция интенсивного использования и уменьшения природных ресурсов касается и недревесных ресурсов леса, которые принадлежат к возобновляемым, что дает возможность управлять процессом их восстановления.

Основными факторами уменьшения природных не древесных лесных ресурсов в Европе являются антропогенные факторы, влияние которых усиливается. Это следующие факторы:

Интенсивная вырубка лесов (уменьшение ресурсов черники, брусники, ежевики

Осушение болот (уменьшение ресурсов клюквы, голубики и др.)

Лесные пожары

Интенсивное сельскохозяйственное освоение земель и добыча полезных ископаемых (торфа и др.)

В странах Восточной Европы и особенно в России еще сохранились большие ресурсы дикорастущих ягодных растений, в частности наибольшие в мире запасы дикорастущих клюквы, черники, голубики, малины, брусники, ежевики, земляники, морозники и некоторых других. Данные о природных ресурсах и их использовании приведенные в таблице 1.

Таблица 1

Ресурсы наиболее важных дикорастущих плодово-ягодных растений в лесах стран СНГ и их использование.

Название продукции	Площадь, тыс. га	Средняя урожайность кг/га	Ежегодный урожай тыс. тон	Использование урожая, %	
				всего	Заготовителями
Малина	10000	50	500	20	2
Брусника	40000	50	2000	10-15	1-2
Черника	30000	50	1500	10-15	1-2
Голубика	10000	40	400	15	1-2
Клюква	4000	200	800	15-20	2-3
Шиповник	80	500	40	10	3-5

*Цепляев В.П. Ресурсы дикоплодных пород в лесах СССР и их использование в продовольственных целях. М., Гослесхоз СССР., 1984-50 с.

Как видно из таблицы 1 использование урожая ягод составляет всего 10-20%.

Ресурсы лесных ягод в Украине. Дикорастущие лесные ягоды и грибы является важными товарами, которые пользуются повышенным спросом на внутреннем и зарубежных рынках Европы. Природные ресурсы черники, голубики, брусники, клюквы в Украине составляют тысяче тон, а поэтому имеют большое ресурсное значение. Лесные ягоды имеют особенно важное материальное и социальное значение для местных жителей Полесья и Карпат и обеспечивают их работой и доходом. Прибыль от продажи дикорастущих ягод и грибов составляет основной доход для многих семей местных жителей.

По данных украинских исследователей С.Козькова и В.Краснова, дикорастущие ягодники в Полесье Украины занимают такую площадь (тыс. га): черника – 211,3; клюква болотная – 25,2;

брусника – 7,4; голубика – 5,1. По нашим данным, на территории Волынского Полесья, клюква болотная растет на болотах с верховыми, переходными и смешанными залежами торфа на площади около 14 тыс. га в Ровенской - 1 тыс. га в. Значительная часть ресурсов лесах ягод сосредоточена в Карпатском регионе (табл.2)

Таблица 2

Эксплуатационные ресурсы дикорастущих ягод по областям Карпатского региона, тон** .

Область	Запасы ягод по видам					Вместе
	черника	малина	ежевика	брусника	земляника	
Львовская	2812	939	308	124	42	4275
Ивано-Франковска	2116	1403	473	209	48	4249
Закарпатская	2492	1838	605	307	65	5307
Черновицкая	919	434	157	39	13	1562
Вместе	8339	4664	1543	679	168	15393
%	54,2	30,3	10,0	4,4	1,1	100

** Сенько Є.І., Фурдичко О.І. Экономика комплексного использования и воссоздание пищевых ресурсов леса.- Львов: Миссионер, 1996.- 296 с.

Приведенные данные в таблице 2 являются несколько завышенными (примерно у 2 раза) из-за принятых авторами завышенной средней урожайности ягодников.

В настоящее время основное количество недревесной лесной продукции в стране заготавливают, в основном, зарубежные фирмы, в частности польская группа компаний "POLKO", "FROZEN", и многие другие, которые работают в Волынской, Ровенской, Закарпатской, Ивано-Франковской и других областях, где имеются в лесах значительные природные ресурсы черники, клюквы, брусники, белых грибов и лисичек. Основная часть лесных ягод и грибов вывозится иностранными фирмами с Украины и перерабатывается на разные виды продукции в Польше, Австрии, Германии, Италии, Швейцарии. Только названные фирмы собирают и вывозят ежегодно 2-3 тыс. тон сертифицированной продукции дикорастущих ягод, Я познакомился с работой по сертификации лесных ягод на Волыни и в 2006 году даже принимал участие в работе одной из итальянских фирм.

Важным аспектом для оценки использования и восстановления природных ресурсов является прозрачность работы фирм-заготовителей, публикация их отчетов. Однако найти точные статистические данные о заготовках ягод, сертификации и вывозе недревесной продукции леса из Украины очень сложно, так как статистические данные фрагментарны лишь методом опроса отдельных фирм можно собрать правдивую информацию.

Иностранные фирмы, которые заготавливают у местного населения Украины ягоды дикорастущих растений, активно работают на международных рынках и имеют высокие прибыли. Ведь плата за ресурсы очень низкая (0,2-0,3 грн/кг). На возобновление этих ресурсов они не тратят денежных средств. Фирмы покупают так называемые „лимиты" на заготовку лесной продукции в областных администрациях, что дает право на заготовку и вывоз продукции за пределы Украины. В то же время предприятия Госкомлесхоза Украины, которые ведут хозяйство в лесах и охраняют эти угодья, не имеют прибыли. Поэтому обеспечение справедливого перераспределения прибылей на разных этапах создания готовой органической продукции является также важной задачей и необходимо принять соответствующие законы относительно использования и стимулирования возобновления этих ресурсов. Стихийная заготовка дикорастущих ягод в стране приводит к истощению ресурсов и уменьшению общих урожаев дикорастущих ягод. Уже сейчас владельцы наибольших фирм, которые используют не древесные ресурсы лесов Украины отмечают невозможность заготовки ягод, согласно выкупленных так называемых лимитов на лесные ягоды. Объем заготовки дикорастущих лесных ягод с каждым годом уменьшается.

В Украине основными причинами уменьшения недревесных ресурсов лесов является:

Интенсивная вырубка лесов (уменьшается площадь, занятая черникой, брусникой, голубикой и другими ягодами)

Осушение болот (в 60-80-х годах действовала государственная программа мелиорации болот)

загрязнение угодий лесов и болот в результате аварии на ЧАЭС

лесные пожары

стихийная заготовка ягод и других видов не древесной продукции; и безответственность заготовителей за восстановление ягодников

сбор ягод незрелыми (местные жители обычно собирают ягоды незрелыми, что приводит к значительным потерям качества и количества продукции из-за гниения продукции)

законодательная неурегулированность использования и возобновления не древесных ресурсов лесов. (категория лесных ягодников - «для общего пользования» предполагает безответственность за их использование).

заготовки лесных ягод и грибов проводят значительное количество неорганизованных заготовителей.

Существуют и другие причины, которые сдерживают развитие органического сектора производства и использования не древесных ресурсов лесов в Украине. Как уже отмечалось стихийное использование не древесных ресурсов лесов будет приводить к их уменьшению и ухудшению качества продукции.

На рынках органической продукции Европы в настоящее время работают частные фирмы. Повысить доход из гектара площади и прибыль государственных лесных предприятий можно лишь при комплексном использовании лесных ресурсов в том числе не древесных ресурсов леса. Работой Волынского областного управления под руководством Д.А.Телишевского еще в 70-80-годах доказано, что рентабельность и прибыль от недревесной лесной продукции в несколько раз больше чем от древесины на одной и той же лесной площади.

В среднем на одного жителя Украины ныне собирается дикорастущих ягод :

клюквы- 20-40 г;

черники- 200-400 г

брусники, голубики, земляники, малины и многих других - меньше 10 г.

Такое незначительное количество ягод недостаточно для полноценного питания человека даже на один день!

Увеличения продукции органического производства в Украине можно достигнуть за счет рационального использования дикорастущих ягодных ресурсов и создания органических плантаций.

Рациональное использование и возобновление лесных ягодников - важная задача для стабильного их использования:

рубки главного пользования и ухода за лесными насаждениями проводить способами направленных на сохранение лесных ягодников (лучше зимой, когда в лесу дольше держится снежный покров и отмечается меньшее повреждение ягодных растений при проведении разных видов рубок)

Использование при уборке урожая способов, которые не снижают урожайность растений на следующий год (применение нестандартных приспособлений уменьшает урожайность на следующий год на четверть из-за повреждения почек и побегов).

охрана ягодников от пожаров в лесах и на торфяных болотах

сбор ягод в стадии технической спелости (Местные жители часто собирают ягоды незрелыми и это приводит к значительным потерям качества и количества продукции)

Создание плантаций плодово-ягодных растений для производства органической продукции и их сертификация - новое направление увеличения производства органической продукции. Органические технологии требуют больших знаний экологии растений, сортов, биологических системы защиты и управления сорняками, болезнями, вредителями.) Прибыль можно получить - за счет качества и цены продукции.

Актуальность создания плантаций плодово-ягодных растений для производства органической продукции в Украине вызвана такими факторами:

уменьшаются ресурсы и заготовки дикорастущих лесных ягод (на планете интенсивно вырубается леса, осушаются болота);

наличие огромной площади кислых торфяных и минеральных земель (сотни тысяч гектаров), которые не используются в лесном и сельском хозяйствах, на этих землях наблюдается ветровая и водная эрозии, возникают пожары, загрязняется атмосфера и водоемы продуктами разложения торфа и другие негативные явления;

значительная площадь лесов и дикорастущих ягодников загрязнена радиоактивными элементами в результате аварии на Чернобыльской АЭС;

Наличие дешевой рабочей силы (высокий уровень безработицы в лесных районах Украины и создание искусственных плантаций увеличит занятость людей, которые живут в этих районах) высокие и растущие цены на лесные ягоды (в странах Европы и мира в настоящее время проводятся интенсивные исследования и создаются «органические» плантации лесных плодово-ягодных растений, особенно растений из семейства брусничных - голубики, клюквы, брусники и других.

Пример: создание фермы для выращивания органической продукции в Польше:

Фото плантации КАРВОВСКИХ

(Защита от мышей – з помощью соколов, контроль сорняков у междурядьях – специально покрытой пленкой, обеспечение водой - поддержанием высокого уровня воды в канавах - 60-80

см от поверхности. При выращивании органической продукции необходимы большие знания экологии растений, сортов, биологических системы защиты, управления сорняками, болезнями. На нашей кафедре также проводятся исследования экологии и сортоизучение растений, разработка технологии выращивания клюквы крупноплодой и голубики высокорослой, разработано несколько стандартов на лесные ягоды и такая работа продолжается.

Основные направления работы в Украине для развития органического сектора производства продукции и использования не древесных лесных ресурсов следующие:

Усиление контроля за рациональным использованием и возобновлением природных ресурсов лесных ягод и другой продукции леса со стороны государства в том числе прозрачности работы фирм (публикация годовых отчетов о работе, статистическая информация);

Принятие соответствующих законов для стимулирования развития органического сектора производства в том числе сертифицированной органической лесной продукции;

Разработка и финансирование специальных программ по созданию органических плантаций в том числе фермерских хозяйств с поддержкой государства;

Обмен передовым опытом и достижениями в разных странах по производству органической продукции, проведение научных конференций, семинаров, по сертификации производств в том числе недревесной лесной продукции;

разработка национальных и международных стандартов на органическую продукцию и освоение сертификации производства продукции

активизация работы «консалтинговых служб» по органическому производству и рациональному использованию и возобновлению недревесных ресурсов леса;

более широкое ознакомление специалистов и населения с позитивным опытом в других странах, в частности, работой Ассоциации дикой черники в США, отдельных производителей органической продукции в Польше и других странах;

организация специального международного проекта по разработке технологий производства органической продукции (по группам культур. Мы могли бы принять участие по брусничным культурам);

организация и проведение тренингов и школ производителей органической продукции и создание ассоциаций лесных ягод.

Мы назвали лишь часть тех мероприятий, которые необходимо реализовывать в нашей стране. В настоящее время проводится значительная работа в направлении развития органического производства. В Украине начаты работы относительно законодательного обеспечения органического производства продукции - есть проект закона

Реализация названных мероприятий, надеемся, будет содействовать развитию органического сектора производства в Украине и конечно для этого понадобится определенное время. Как отмечал один известный американский сотрудник Корнелисского университета Дж. Стайкос все самые важные социальные и экологические проблемы и перемены проходят следующие 4 фазы:

ни разговоров, ни действий

только разговоры, нет действий;

и разговоры, и действия;

нет разговоров - одни действия.

Мы сейчас находимся на средних стадиях этого процесса и развития производства органической продукции в Украине. Так что в нас много работы и все самое интересное еще впереди.

Благодарю организаторов конференции за предоставленную возможность принять участие и выступить, за Ваше внимание к докладу. Желаю всем нам успеха на важном пути увеличения производства органической продукции и конструктивной работы нашей конферен

Denys Koshechkin

General Director of Weleda North-East

E2 : Weleda – 15 years experience in the Russian market

«WELEDA» - 15-ЛЕТНИЙ ОПЫТ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Кошечкин Д.В. («Веледа Северо-Запад»)

В 1993 году на российском рынке впервые появилась швейцарско-немецкая компания «Weleda AG», открыв своё первое представительство в Москве. Компания, являющаяся одним из лидеров органического рынка Европы, изготавливает продукцию из собственного сырья, выращенного на собственных биодинамических и органических сельхозугодиях или дикорастущих растений из сертифицированных экологическими сертификатами регионов земного шара. Это широкий спектр средств по уходу за телом, диететики, антропософских и гомеопатических лекарственных средств.

На тот момент российский потребитель не имел никакого представления о том, что такое органическое и, тем более, биодинамическое земледелие. Понятие об органической косметике и диететике полностью отсутствовало на рынке. В отсутствие законодательства под видом натуральных косметических средств представлялась косметика, содержащая огромное количество химических и синтетических ингредиентов. Поэтому основным направлением деятельности компании стала пропаганда знаний об истинно натуральной косметике, органических принципах выращивания сырья для нее, переработки, сохранения и отличия от «так называемой натуральной». Это требовало проведения многочисленных специализированных семинаров и учебных циклов для работников аптек, которые являются основной, а до 2003 - единственной сферой продажи косметики «Веледа» в России.

Маркетинговая стратегия «Weleda» основана на осознанном выборе покупателя косметики. Для обучения и развития знаний потребителей сертифицированной натуральной косметики было создано специальное издание – журнал «Вести Веледа», который с 1999 года рассказывает о том, каковы международные требования к сырью и качеству продукции «био», в чем отличие этой категории продуктов от имеющихся на рынке. Интерес к изданию стал настолько высок, что несколько номеров журнала были выпущены для распространения в странах Прибалтики

За прошедшие годы была подготовлена армия консультантов из рядов студентов Фармацевтической Академии, врачей и провизоров аптек для работы с покупателями. После 2003 косметика «Веледа» появилась в биомагазинах Москвы, с 2006 - в специализированных отделах «Биоград» в Санкт-Петербурге.

В настоящее время критерии создания косметики «Weleda», основанные почти 90 лет назад Рудольфом Штайнером, являются наиболее высокими в мире и ставят обязательным условием работы полную декларацию состава и скрупулезную работу с покупателем, его сознательным началом.

Dr. Urzula Soltysiak

General Manager of Agro Bio Test Certification body

F: What is subject to inspection in organic farming

I. Limited usefulness of laboratory analyses

Many, if not most consumers purchase organic foods with the conviction that it is “healthier”, i.e. that it contributes to maintaining one’s health. Many believe that it has greater nutritive value; more vitamins, minerals, active substances, and that it is free from chemical residues. And though analytical tests confirm this is almost always the case – it is not always true.

The chemical composition of agricultural products depends on their genotype and thus plant varieties and animal breeds, the age of the organism, the season, soil type, weather patterns and many other external factors. Plant products from organic farming usually have a greater proportion of dry mass, though not always more vitamins or minerals. Regarding the level of contamination, it largely depends on the type and amount of pesticide used in crop production, but environmental contamination i.e. the penetration of unwanted substances from the environment cannot be ruled out in any production system.

Chemical analysis of the product composition, after reduction to the simple elements, highlights only the quantity of a given element, regardless of the type of compounds in which they are present. Mineralization of a material draws together all sources of a given element: from the structural compounds and from contamination (e.g. nitrogen from proteins, free amino acids, amines, nitrites and nitrates – without differentiating whether from tissue or a transported saltpeter ion). Identification of nitrite and nitrate content by various methods produces different results. Admittedly, the gas and liquid chromatography permits precise determination of the type and quantity of pesticide residues, but – if chemical pesticides were used as recommended, and that should be the rule in conventional farming – it should be expected they will break down over time, and thus residues should not appear in the final products. Hence, the analytical result that pesticides are not present does not prove that they were not applied during production. Thus, the lack of contamination does not comprise proof of origin that a product comes from organic farming. In other words: laboratory tests are not able to define whether a product was organically produced.

II. The concept of inspections in organic farming

If the chemical composition of products cannot be programmed, and the lack of pesticides and other prohibited substances should be the rule regardless of the production method, what is the distinguishing proof of organic production? What is its added value, for which consumers will pay a higher price?

Pioneers of organic farming answered this question as early as the 1980s. Consumers paying more for organic products need to be sure that the entire production process – from the field and the cowshed, through all stages of processing, packaging and retail sales conforms to the standards for organic production and that this is verified by control measures. This concept, worked out at the grass-roots level, was developed into law. In the united Europe (1991) and in the USA (1990) legal regulations were accepted, standardizing the production methods of organic farming and the way controls are carried out, both are conditions of labelling products as organically grown. Nearly 70 countries have already passed national legislation, regulating production and control systems in organic farming. Moreover Codex Alimentarius Commission of FAO/WHO agreed Guidelines for Production, Processing Labelling and Marketing of Organically Produced Foods, which is acknowledged as the basis for possible arbitrage by the World Trade Organization.

Council Regulation (EEC) No 2092/91 of 24 June 1991 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs (OJ No L 198, 22.7.1991), as amended

Organic Foods Production Act of 1990, Title XXI – Organic Certification. National Organic Program, 2000

Codex Guidelines for the Production, Processing, Labelling and Marketing of Organically Produced Foods. GL 32 – 1999. Food and Agriculture Organization of the UN & World Health Organization

Though legally decreed production standards vary in terms of specific provisions – which restricts the imports of organic products from another area of regulation than those in a given country, similar control systems are set up, hence:

1/ control of the production method in terms of compliance with mandatory requirements of organic farming is a condition for marketing products labelled as organic;

2/ the control of organic production, aimed at product certification, can be conducted by authorized control bodies, meeting the requirements of ISO Guide 65 (EN-45011) "General requirements for bodies operating product certification systems".

The basis of such an approach lies in the fact, that the positive impact of organic production practices on the environment and food quality does not manifest itself externally in products. Organic origins cannot currently be identified by analyzing the final product. Thus, it is necessary to document production measures – on operator level and to evaluate them in light of requirements – by an authorized control body.

III. What is subject to control in organic farming?

Controls of organic operations cover two areas: the physical inspection of production premises and facilities, production in progress and products in stock, review of all documentation concerning the operation and, if makes sense, parallel conventional production, carried out at the same business.

In order to properly prepare for an inspection, the applying operator must submit a description of the undertaking to the control body, normally on standardized forms, attaching field maps, plans for production facilities, documents used for production records and list of products. It should be emphasized, that responsibility of the inspection body is limited to assessment of the scope that was requested for the control. If the producer applying for an inspection overlooks or conceals some elements, the legal liability for misleading the control body falls on the applicant.

The physical inspection of the production process (on-site visit) covers all the locations, facilities and equipment used for production. In the case of a farm this would include fields, meadows, pastures, open-air runs, description of the installations for the storage of livestock manure, farm buildings, milking rooms, feed preparation units and feed products, as well as premises used for preparing and storage of products (e.g. chilling of milk, preparing vegetables for sale), packaging for sale, etc. The inspection extends to tool storehouses, garages, workshops, transportation means and other auxiliary facilities. The inspector may take samples to test for non-authorized substances or for checking production techniques not conforming with organic production rules. The physical inspection of the production areas is also aimed at checking whether technical separation of non-organic products was implemented, ensuring the avoidance of mistakes, intentional mixing, or incidental contamination of materials. The first inspection visit often permits identification of threats which the producer is unaware of, e.g. use of the same seeder for sowing chemically treated material and seeds used in organic farming, which is not permitted. The physical inspection of production facilities aims at checking the compliance of the description submitted by the applicant with the actual state.

The inspection report must be a comprehensive assessment of the organic undertaking, and not just a "photo clip on the inspection date"! The comprehensive assessment of the production method takes place by reviewing documentary evidence mapping out the schedule of production measures and techniques used and ultimately, the effects of such work, namely the products. Other evidence which should be assessed includes: proofs of purchase of inputs (sowing material, fertilizers, plant protection agents, feeds, animals for breeding, cleaning and disinfection agents, etc.), records of farming (field cards, records of techniques and treatments, harvest records, livestock records, veterinary treatments, the nature and the quantities of organic products held in storage at the premises, etc.) and finally – sales evidence (invoices, bills, sales listings and other commercial documents) are submitted to check. Documentation of management in the controlled period provide a form of producer "alibi": proving inspectors that the production is carried out according to the requirements of organic farming. This is also a condition of the further certification of products, which the producer intends to market with reference to organic origin on the labels.

In the organic production system, all links in the production and processing of products are subject to controls: farm production and the collection of wild plants, technological processing, preparing for marketing, packaging, repackaging, imports from third countries (to the extent production and control measures meet relevant requirements), as well as possible subcontractors. All operators are subject to the same control pattern: a description of the undertaking + actual on-site inspection + review of documentation. The producer applying for an organic status is obliged to make available to inspectors all facilities and full documentary evidence of the undertaking, as well as parallel conventional production.

Organic control is documented on standard forms of the control body, and the result of the inspection visit and documentation, in the form of a report, is countersigned by the producer and the inspector. The inspection report, with attachments proving the organic management, is analyzed at the office of the control body by someone other than the actual inspector. In the case of compliance with requirements, the producer receives a certificate authorizing the marketing of defined products as originating from organic agriculture. The certificate does not comprise a guarantee of the chemical composition of the products, rather a guarantee that the requirements of organic production are adhered to at every stage, and that the production is covered by a special control system.

Florian Diez

Project Manager, Institute for Marketecology – IMO

F: An overview about the certification sector in Eastern Europe and Central Asia - lessons to be learnt

Introduction

Organic Certification according to several different regulations has been a necessary step in organic production for decades. It is the step that assures the quality of a label and builds-up consumer trust. With the varieties of labels that exist now the consumers need a functioning third-party certification scheme that assures products have been grown and processed according to the requirements of specific standard.

For this system to work properly and a standard's compliance criteria really be assessed the responsible certification body needs the correct kind of know-how, efficient procedures and a good quality manual.

Organic projects and products exist from the vast majority of Eastern European and Central Asian countries. Usually with participation of pioneers from the area that have clients interested to market the products in Europe and an international certifier. The constantly increasing prominence of such markets and the activities of the certifiers may spark a movement to get a local influence, share and control over the market. This is often done by setting up local certification bodies that will be able to offer services at competitive prices with good insight on local circumstances. This development might also be accompanied by the definition of local organic regulations or private labels products.

IMO has much experience in building-up local certifiers in the most different countries. This includes local IMO Offices as well as local certifiers built-up in cooperation with other partners in a new market.

Process

The systematic in building-up local certifiers can be approached in different ways as there usually is a very different background of funding and priorities involved in such a task. However the challenges faced will very often be similar.

Costs

The funding of the process is of course the most central theme at the beginning. The speed and pace of the know-how transfer and training of the new staff is also linked to this and can be limited by it.

As externally funded projects to establish and build local certifiers are commonly a foreign initiative, these always start with a local stakeholder process. This is not necessary in all cases when a certifier is founded but it is a sensible process for such cases. Its aim is to unite as much of local interest around organic production, processing and marketing into one group that will the found the certification body. This is also to some extent a possibility of protection against the internationally active competitors the local certifier will in future invariably have. The fact that a country bears a real potential for organic production and a local organic market this will have to be considered in any project. The fees of the local certifier will have to be adapted to this fact from the beginning. Temptation might exits to offer reduced fess at the beginning while the process still benefits from external funds. But an increase in fees with no change in services will not be welcomed by the clients. The foreign competition also has to be taken into consideration as a new market will be of big interest to all certifiers. If a certifier offers very cheap prices while it is in the initial phase, as soon as the external funding is cut it has top be able to carry all its operative costs for office staff, wages, support services, etc. Fees have to be very well calculated from the first moment.

Although there is funding the fees for services of the new certifier should be fixed in a way that they will allow for a coverage of the costs in future. The extra funding being directed to training and know-how transfer only and not as a means of subvention of the certifier's initial activities. A subvention of services costs would have the result that the certifier enters the market with very low prices but later on has to increase its fees so that costs of operation are really covered. This will never be perceived in a positive way by the market.

In cooperation projects the training is externally funded. This allows a very intensive training during the beginning of the project. Staff will gain a very high level of training very fast. The training issues can

quickly be transformed into experience with the first inspections. Emphasis is given in the topics most relevant for the area and the market so that the new certifier can provide the services to the biggest number of potential clients from the beginning onwards. However it is necessary to respect a certain order of experiences that have to be made when considering the training of staff. As organic certification is very know-how intensive and can become a quite complex issue with a very big variation of nuances and details to be considered in the process it is not possible to provide services to the most complex kind of clients already in the beginning of operation. Staff has to gain insight into the various aspects of certain types of operations before stepping up to the next level. It is also important that such a certifier has the means to keep the qualified staff it acquires during the initial phase.

Partnerships

The costs for training the staff of a certification agency in the example of Ukraine sum up to approx. € 110'000.- This being only the part referring to inspection and certification procedures directly related to one partner. The market contacts, accreditation and all additional trainings and inputs concerning accreditation not being included here. This quantity is, of course, invested during several years and it can be divided into two main areas: re-certification and staff training. Staff training consists of trainings, technical backstopping and re-inspections. The Re-Certification in this case amounts to approx. 25% of the investments and Staff Training accounts for approx. 55 % of total investments. The re-certification and the chosen partner in this area is very crucial because it will greatly influence the new certifier's acceptance in EU Member States (or any other market) and will this also have an influence on the certifier's acceptance between the local exporters who export to these countries. It is very important that a reliable and broadly accepted partner is chosen for this activity. The share of investments for such activities also represents the importance they have in the initial phase of such a project, or at least until the new office is accredited.

Such externally supported projects are usually flanked by several other programs which will usually include the development of local market initiatives, consultancy services, policy making and framework agreements at possibly an earlier stage or at later stages also. These are central for the new certifier to penetrate the market quickly and be able to rely on a certain level of consumer awareness that is vital for its operation.

It is usually an advantage for a plan to be based on local services and clients (no neighbouring countries) with emphasis on export operations that will offer the necessary volume for the offices to start getting into business. The local market or labels can included at this stage but shouldn't necessarily be counted on from the beginning. They will often evolve and develop to a very big importance at a future project stage.

Philosophy

Continuing this line, when training an office towards accreditation, own decision making and responsibility, this is accompanied by the thoughts and expectations that go along with a more "western" philosophy. Philosophies can be quite different between "Western" European countries and "eastern" European countries or even Central Asian countries. The differences include but are not limited too: inspection objectivity, abstraction of a neutral certification decision or sanctioning procedure.

This "western" approach has advantages and disadvantages and other philosophies or even procedures for inspection and certification might also be effective or adapted. The fact remains that the expectations linked to "certification activities" has this "western" influence and expectation to it. A big challenge for a local certifier set up in Eastern Europe or any other country is if it will be willing to do this step.

Framework

It is important for any certifier active in new countries to get familiar with the local conditions, aspects of local culture and sources of information.

Outlook

The project in Ukraine is a big and positive step for the development of the organic sector and services in the country. Such projects always offer challenges and hardships. These are a part of any new market segment that is evolving. This development will achieve coverage of the local market for export produce and also for national labels provided by a local service provider.

Dr. Nune Darbinyan
General Director of ECOGLOBE

F: Achievements in the development of organic certification “Green Caucasus” on the examples of Armenia and other countries of South Caucasus

Доклада "Достижения органической сертификации в Армении и других стран Южного Кавказа".

Опыт внедрения сертифицирования органического земледелия и органических продуктов питания на Южном Кавказе увенчался присвоением в январе 2008 года международного сертификата аккредитации – признания - компаниям из Армении ООО “ЭКОГЛОБ” и из Грузии ООО “Кавказсерт” со стороны немецкого аккредитующего органа DAP/ DAR сроком на пять лет.

Сложный процесс создания органической сертификации в Армении и Грузии, а затем и в регионе Южного Кавказа, охватывающем также Азербайджан, был заложен проектом “Поддержка развитию био-сертификации и биологического сельского хозяйства на Южном Кавказе”, поддерживаемым Швейцарским Агентством по Сотрудничеству и швейцарско-немецкой организацией помощи евангелистской церкви EPER, который стартовал в конце 2002 года. Проект установил взаимоприемлемые рамки для всех партнеров по сертификации с точки зрения сотрудничества, ответственности, выгод, взаимопомощи, и т.д. Несмотря на то, что процесс этот не был легким, в результате интересы всех сторон были учтены и удовлетворены.

В качестве окончательной договоренности между партнерами по сертификации в регионе и как пример регионального сотрудничества была разработана общая система сертификации и общий стандарт органического производства, маркировки, переработки и торговли, названный "Green Caucasus", соответствующий EEC Regulation 2092/91 и Codex Alimentarius. Международное европейское признание систем качества, сертификации и стандарта "Green Caucasus" определяет соответствие последних стандартам ISO 65 , EN 4511 , а также EEC Regulation 2092/91.

Помимо сертификации проект имел целью также способствовать развитию органического сельскохозяйственного производства посредством предоставления консультантских услуг, пропагандирования органического земледелия среди фермерства, предоставления поддержки отобранным фермерским хозяйствам для оплаты сертификационных услуг в процессе перехода к органическому земледелию, а также некоторых других видов технической помощи. Проект осуществлялся в два этапа : 1-ый этап с конца 2002 по 2004 год, 2-й этап с 2005 по 2008 год. Партнерами проекта в области сертификации являются ООО “Экоглоб” в Армении, ООО “Кавказсерт” в Грузии, ООО “Азэкосерт” в Азербайджане. Партнерами проекта по развитию органического земледелия являются Ассоциация биофермеров “Элкана” в Грузии, НПО “Шен” в Армении и НПО “ГАБА” в Азербайджане.

В Армении система органической сертификации была запущена в феврале 2003 года благодаря чему уже с этого года стало возможным осуществление контролируемого земледелия и переход от конвенционального к органическому. С тех пор в Экоглоб постоянно подготавливаются квалифицированные кадры - инспектора, ведутся работы по поддержанию и улучшению системы качества организации и системы сертифицирования, проводятся тренинги по заказу различных заинтересованных групп. Таким образом под контролем местной компании уже в 2003 году оказались пионеры органического производства Лусакн, Аргина и Сад “Института Физических исследований” общей площадью 128 га, которые получили органический сертификат в 2006 году по истечении 3 лет.

Урожай с этих садов уже успешно находят своего потребителя как на местном рынке в свежем и переработанном виде, так и на европейском рынке. Продукция в Армении охватывает такие сектора как производство зерновых, плодоводство, виноград, овощеводство, спаржу, новые овоще- бахчевые культуры для ресторано-гостиничного комплекса, пчеловодство и мед, лекарственные и ароматические растения, переработанные продукты такие как соки, замороженные фрукты, сухофрукты, растительные чаи, варенья, джемы и т.д. Ожидается производство органических вин, кормов, зерновых, органической аквакультуры, биокосметики и т.д.

Демонстрационные фермы в Армении были основаны в 2006-2007 годах как результат сотрудничества UNDP, FAO, Eco-Globe, Avalon, USAID/DAI и других партнеров. Общее число фермерских хозяйств и переработчиков возросло с 2003 года в 15 раз. Наличие компетентных, международно признанных и конкурентоспособных услуг по органической сертификации в стране привлекает внимание переживающего экономический рост сектора производства продуктов питания. Самые передовые компании включили органическую продукцию в свой ассортимент.

Важное значение Экоглоб придает международному сотрудничеству, тесным контактам с коллегами на местах, обменным программам, ознакомительным поездкам в зарубежье, как например уже состоявшиеся поездки в страны Бенелюкс, Германию, Турцию, США, Болгарию, Румынию, Хорватию, Среднюю Азию, Италию, Грузию, Молдову, Чехию, Польшу, а также участие в тренингах в рамках европейских университетов в Касселе, Вагенингене, в GTZ, Германия, сотрудничеству с экспертами из Швейцарии, Германии, Голландии, Латинской Америки, США.

ООО Экоглоб лоббировал и консультировал в Армении процесс разработки Закона Республики Армения "Об органическом сельском хозяйстве", который в ближайшее время будет утвержден в третьем чтении Национальным собранием. Проекты подзаконных актов находятся в процессе разработки и обсуждения. Законодательный пакет Армении разрабатывается в рамках соглашения между Европейским Союзом и Республикой Армения, а также в рамках программы финансируемой ЕС "AEPLAC" о гармонизации законодательства Республики Армения с европейским законодательством.

Государственная Стратегия по развитию агропродовольственной системы Республики Армения провозгласила органическое сельское хозяйство как одно из стратегических направлений устойчивого сельскохозяйственного развития, направленного как на формирование внутреннего рынка, так и на повышение экспортного потенциала агросектора Республики.

Серьезно продвигает идею развития экологического земледелия в Армении также другой региональный проект по развитию органической цепи, поддерживаемый голландской организацией Авалон. В рамках этого проекта проводятся ежегодные тренинги, нацеленные на различные группы производителей, осуществляются мероприятия по маркетингу, повышению потребительского спроса. Этот проект способствовал активному обмену со специалистами из проектных стран Армении, Грузии, Молдовы и Азербайджана, а также со специалистами из Болгарии, Молдовы, Голландии.

Органическое производство объединяет местные организации. Уже с 2002 года в разных форматах существуют круглые столы заинтересованных в экологическом земледелии сторон, на которых обсуждаются проблемы и достижения в этой области. Вот уже два раза организация "Фруйтфул Армения", созданная армянской зарубежной диаспорой, организовывала в столице Армении г. Ереван международные конференции большого размаха, посвященные органическому производству, последствия которых безусловны с точки зрения привлечения внимания к Армении как страны благодатной для органического земледелия, а также для лоббирования органического производства в самой стране.

ООО Экоглоб преуспел в обучении кадров не только в стране, но и за ее пределами. Так в 2005 году группа специалистов из Киргизии была подготовлена для дальнейшей деятельности в этой сфере, в том числе в качестве инспекторов.

Последние развития в секторе сулят в скором будущем открытие некоторыми супермаркетами "органических" витрин. Эта деятельность опирается на несколько исследований, проведенных среди потребителей, розничных сетей и заинтересованных организаций. Проект "органической витрины" разработан совместно между Центром Сельского Развития и Агробизнеса и Эко-Глоб. В рамках этого проекта ожидаются тренинги и рекламные мероприятия направленные в равной степени на потребителей, розничную торговлю и импортно-экспортные компании.

Dr. Federica Nasi

Control and certification manager assistant of the Certification and Inspection Body CCPB

F: Experiences in developing a certification body – past and current challenges

20 years have already gone by since the birth of CCPB as a Control and Certification Body of organic production. During these years CCPB witnessed a remarkable expansion and diversification of the market that initially saw consumers trying to orientate themselves through a multitude of private Standards, often very different from one another and applied by the limited number of companies which were operating at the time.

Later, by issuing the Reg. EEC 2092/91, the European Community has progressively tried to harmonise the area of organic production and the labelling of products obtained in compliance with this method, in order to ensure consumers a higher level of transparency.

At first the decision made by the European Community certainly represented a simplification from the point of view of organic production and processing.

This European Regulation issued defined rules about organic production and furthermore it made it necessary for the Control Body to be recognized by the European Community.

The national recognition is granted through the release of an authorization by the Public Authority as a result of supervisory activities.

Most Control Bodies, including CCPB, which was among the first, decided to apply for the voluntary accreditation by SINCERT in order to increase consumers' trust in the evaluation system of organic products conformity, during a period of market booming, and also to ensure a more effective and fairer approach by the companies to this method and therefore increasing the national productive system competitiveness.

Accreditation is essentially defined as a third part attestation constituting formal demonstration of the Control Body competence to carry out specific activities about conformity assessment.

In this way, Control Bodies like CCPB, can independently and commonly harmonized their way of working on issues that could be interpreted in different ways as they are not enough detailed in legislation.

In the following years, due to the creation of new specific national legislation for organic production (eg.: USA and Japan) and as a result of local and international market choices, the "necessary" accreditation began to increase and diversify, causing, in most cases a higher number of accomplishments due to the absence of a mutual recognition between Standards, many times very similar to each other.

The current situation provides a multitude of acronyms and related marks that may result from legislation or private Standards (e.g.: Bio-Suisse, Krav, Bio Siegel, Demeter) to the operator (who wants to get closer to) approaching the "global" market of organic products.

To satisfy the export needs of their customers, Control Bodies must often obtain the recognitions and accreditation required by the legislation of the importing countries (eg. ECC Reg. 2092/91 for those who want to sell organic products around Europe, the National Organic programme – NOP in the USA, the Japanese Agricultural System in Japan, and the upcoming Organic Products regulation for Canada). At other times, such requests are intended as voluntary (e.g.: South Korea has a national law on organic production but recognises IFOAM accreditation as a guarantee for foreign Control Bodies).

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ



**Развитие органического сектора
в Центральной/Восточной Европе
и странах Средней Азии**