

Международная эко-марка становится инструментом борьбы за место на полках российского ритейла?

Негосударственная экологическая сертификация Морского попечительского совета (MSC), прочно обосновавшаяся на международном рынке рыбной продукции, может превратиться в серьезное препятствие для российской рыбы даже на внутреннем рынке России. Так, уже сегодня российское подразделение сети Макдоналдс принципиально не покупает российское филе без международной марки MSC, а завтра подобные ограничения могут ввести российские дивизионы транснациональных розничных сетей, как они уже это делают за рубежом. Возможные последствия этого тренда для российского рынка рыбной продукции исследует главный редактор Fishnet.ru Вячеслав Юрьевич Сухов.

В рамках Недели российского ритейла, проходившей в Центре международной торговли в Москве со 2 по 6 июня Всемирным фондом дикой природы (WWF) совместно с Морским попечительским советом (MSC) был организован круглый стол «Рыбный день, или почему надо продавать, покупать и есть MSC-сертифицированную рыбу».

Это относительно скромное мероприятие вызвало оживленную дискуссию на форуме FishNet.ru. Некоторые комментаторы высказывались не только о несовершенстве программы сертификации Морского попечительского совета, но и заявляли о ее предвзятости и коммерческой направленности.

На заре экологического движения ни о какой коммерции, скорее всего, речи не было. Организации создавались энтузиастами и существовали на средства от добровольных пожертвований. Но насколько эта идиллическая картина мира и сейчас соответствует действительности, и как общественная организация смогла сформировать надгосударственную систему управления ресурсами и торговлей?

Подозрительность и шпиономания - вот в чем обычно обвиняют критиков природоохранных организаций, когда цели этих организаций так или иначе совпадают с отдельными экономическими или политическими интересами некоторых стран или компаний. Но факты, свидетельствующие о таких совпадениях, тем не менее, остаются фактами.

Сейчас определить количество природоохранных организаций весьма затруднительно. Помимо крупных международных широко известных организаций существуют мелкие региональные организации и объединения, занимающиеся экологическими проблемами какого-то одного города или поселка, одного биологического вида или одной региональной экологической проблемой.

Популяризация экологических проблем в целом и, в частности, необходимость сохранения ресурсов Мирового океана привели к массовому участию различных слоев населения в экологическом движении по всему миру. Процесс этот развивался стремительно, и стало совершенно очевидно,

что он необратим. А если процесс остановить нельзя, то почему бы не попытаться его возглавить.

Морской попечительский совет

Морской попечительский совет был создан в 1997 году крупнейшим мировым производителем продуктов питания и товаров бытовой химии (в том числе парфюмерии), британо-нидерландской компанией Unilever и Всемирным фондом дикой природы (WWF).

Unilever был заинтересован в обеспечении долгосрочного поступления рыбного сырья. Катастрофическое падение запасов трески на Большой Ньюфаундленской Банке (БНБ) подтолкнуло компанию к идее создания системы, обеспечивающей сохранение биологического разнообразия и устойчивости запасов. Для WWF было интересно изучение и использование возможностей рынка по стимулированию действий, направленных на рациональное использование и сохранение морских ресурсов. Такова официальная версия создания совета.

При этом надо напомнить, что БНБ, и вся северо-западная часть Атлантики — это район традиционного регулирования рыболовства. Международная комиссия по рыболовству в северо-западной Атлантике (ICNAF) была создана еще в 1951 году и являлась одной из первых в мире региональных организаций по рыболовству. Позднее, с 1979 года эта организация стала именоваться (NAFO).

Международное регулирование рыболовства в этом районе было одним из самых жестких на момент создания MSC, но, тем не менее, оказалось не достаточно эффективным. Это обстоятельство, наряду с другими фактами послужило основанием для утверждения идеи общественного контроля над ресурсами, их управлением и торговлей.

MSC хронология

1996 год	Unilever и WWF приступили к обсуждению взаимных интересов и путей достижения долгосрочной устойчивости рыбных запасов.
Конец 1996 года	Создана первая рабочая группа по международным консультациям с заинтересованными сторонами.
1997 год	Морской Попечительский Совет (MSC) получил юридическую ратификацию
Конец 1997	Соглашение о принципах и критериях устойчивого рыболовства (завершение консультаций)
1999 год	MSC становится полностью независимой некоммерческой организацией
2000 год	Добыча скального лангуста в западной Австралии становится первым промыслом, сертифицированным по стандартам MSC
2001 год	Первый ресторан разместил логотип MSC на своем меню.

	Полностью сформировалась структура управления
2002 год	Около 100 видов продукции получили лейбл MSC по всему миру

MSC - Международная неправительственная организация, примерно 60% бюджета которой формируется за счет платежей от использования логотипа, а остальные средства поступают от благотворительных фондов. Совет имеет офисы в Лондоне, Берлине, Гааге, Стокгольме, Париже, Мадриде, Сиэтле, Сиднее, Токио, Кейптауне, Сингапуре, Глазго, Рейкьявике и Галифаксе.

Успехи MSC в охвате сектора рыболовства и торговли выглядят впечатляюще. Как сообщается на сайте MSC, в настоящее время 260 промыслов и цепочек реализации имеют сертификаты, еще 113 находятся в стадии оценки и от 40 до 50 проходят предварительное рассмотрение.

С Советом сотрудничают известные мировые бренды, добровольно принимающие на себя определенные обязательства исходя из «доверия» к логотипу MSC и оплачивая процедуру сертификации и возможность использования этого логотипа.

Такие успехи MSC стали возможны в результате длительного процесса воспитания покупателя.

Воспитание покупателя

Воспитание покупателя процесс длительный. Избранная когда-то стратегия долгосрочного воздействия на потенциальных покупателей через работу с детьми, сейчас дает вполне ощутимые результаты. Дети легко поддаются внушению, их мироощущение и одушевление природы родом из добрых сказок. На них экологические постулаты действуют также, как религиозные догмы на верующих. Не требуется каких-то доказательств и разъяснений, достаточно эмоционального настроя и ощущения коллективной причастности к чему-то доброму.

Впервые эту стратегию применил Гринпис, как часть своей кампании по борьбе с китобойным промыслом. Активисты молодой еще в то время организации, среди которых были в том числе и школьные преподаватели, стали проводить в американских школах тематические мероприятия, рассказывая о китах и других морских млекопитающих, жестоком и бессмысленном промысле. Дети рисовали китов и дельфинов. Им предлагалось написать письмо в адрес руководителя той, или иной страны, ведущей китобойный промысел с просьбой прекратить убийство этих милых и незащитных животных.

Письма с рисунками на имя советского министра внутренних дел Щелокова мешками поступали в Минрыбхоз СССР. Американские дети не знали, что МВД не являлось аналогом американского Department of the Interior, занимающегося управлением и сохранением природных ресурсов. Такие же письма поступали и в другие страны.

Конечно не эти письма привели к введению в 1986 году моратория на добычу китов Международной китобойной комиссией. В 1970-е годы Гринпис проводил множество мероприятий против коммерческой охоты на китов.

Проводились экспедиции и акции протеста в районах промысла китобойных судов. Тем не менее, это было частью психологического давления и работало на создание общественного мнения.

Такая же тактика использовалась позднее для борьбы с дрефтерными сетями, для защиты дельфинов при промысле тунцов, для охраны редких животных и т.д. Все это с одной стороны является частью экологического образования, а с другой воспитывает потребительские принципы.

Дети, писавшие письма в защиту китов в начале 80-х годов прошлого века, сейчас являются активной частью трудоспособного населения и, конечно, потребителями с сформировавшейся определенным образом позицией (экологически чувствительный спрос).

Вовлечение ритейла

Сертификация рыболовства на устойчивость ориентирована на наличие экологически чувствительного спроса, т.е. на покупателей готовых платить за эту сертификацию.

Американский эксперт Michael Souza, ссылаясь на проводившееся исследование, утверждает, что по мнению большинства опрошенных потребителей, сертификация MSC точно идентифицирует благополучное состояние рыбных ресурсов и отражает достоверную информацию о безопасности их эксплуатации.

Тем не менее, для большинства покупателей определяющим фактором является цена. Из двух одинаковых продуктов такие «несознательные» покупатели выберут не экологическую маркировку, а более низкую цену.

И здесь решающее значение приобретает привлечение сектора HORECA и крупных торговых сетей. Именно это направление для MSC очевидно является приоритетным.

На первоначальном этапе, размещение логотипа экологической сертификации в меню ресторана, или на отдельных товарах в супермаркете работает как рекламный маркетинговый ход, рассчитанный на экологически чувствительный спрос. Однако, в последующем покупатель лишается возможности выбора.

Например, Макдональдс 8 июня 2011 года во Всемирный день океанов заявил, что европейские посетители ресторанов этой сети смогут ежедневно покупать продукты из рыбы, сертифицированной MSC. Как следовало из заявления, это стало возможным благодаря тому, что 7000 ресторанов Макдоналдс в 39 европейских странах получили сертификат MSC согласно стандарту хранения и движения морепродуктов для обеспечения их прослеживаемости.

Сертификация цепочек реализации — это еще одно ноу-хау MSC, с помощью которого можно и контролировать рынок и принуждать добытчиков к сотрудничеству (сертификации промыслов).

На деле это означало, что Макдоналдс перешел на использование только MSC-сертифицированной рыбы. Российский минтай в одночасье оказался рыбой непригодной. Даже после сертификации в 2013 году российского

промысла охотоморского минтая, сеть продолжала закупать полуфабрикаты только из американского филе, в том числе и для российских ресторанов. Завод компании A.Esperson в Новгороде, поставляющий эти полуфабрикаты, лишь в конце прошлого года был вынужден начать переговоры с российскими поставщиками сырья, поскольку вступил в силу запрет на поставки рыбы из США. В июне 2014 года компания еще только вела поиск российских производителей филе минтая. FishNet.ru сообщал об этом 4 июня прошлого года.

Ежедневно российские рестораны Макдоналдс посещают около 1 млн. человек, а в общей сложности в Европе насчитывается 13 млн. посетителей в день. Естественно, что «призрак» российского минтая всегда вызывал негативную реакцию предприятий, входящих в американскую минтаевую ассоциацию (At-Sea Processors Trawlers Association, APA), контролировавшую ранее мировой рынок филе минтая морской заморозки, а также оказывавшую монопольное влияние на цену сырья. Многие крупнейшие переработчики рыбы Европы и США уже достаточно давно отказались от использования минтаевого сырья, не прошедшего экологическую сертификацию.

Несмотря на противодействие и критику со стороны APA, российский минтай Охотского моря все-таки прошел сертификацию. MSC пришел к выводу, что российских промысел является экологически устойчивым, а система управления соответствует критериям безопасности.

Во что это обошлось Ассоциации добытчиков минтая (АДМ) мы (FishNet.ru) не знаем. Но последствия сертификации оказались для одних ожидаемыми, а для других - неожиданными. Российские компании рассчитывали, что удастся повысить цену на российское сырье (это, кстати является одним из аргументов MSC при убеждении в необходимости участия в программе), а американские – опасались падения цен с выходом российского минтая на сертифицированный рынок. К сожалению, сбылись опасения американцев. Российская продукция в цене не выросла, а американская упала. Конечно, свою роль в этом сыграла и общая экономическая ситуация, и падение курса евро по отношению к доллару и ослабление российского рубля.

Коммерческая составляющая

Стоимость участия в программе сертификации в отдельных случаях может определяться как запретительная. Для оплаты услуг по проведению экспертизы согласованной с MSC третьей независимой стороны, требуется от 10 до 150 тыс. долларов, в зависимости от объема и сложности процесса.

Такие расходы как правило не по силам мелким компаниям и кустарным рыбакам. Крупные производители безусловно имеют преимущества в этом вопросе, независимо от экологических аспектов.

Даже крупные компании иногда предпочитают не участвовать в программах MSC, если выпускаемая ими продукция реализуется на внутреннем рынке. В 2013 году, например, группа американских производителей лососей вышла из сертификации Совета. Эти компании получили поддержку от губернатора

Аляски и сенаторов штата. Им удалось добиться признания основными покупателями на американском рынке национального сертификата RMF.

Однако, последовавшие затем урожайные лососевые годы и благоприятный прогноз на вылов лососевых в текущем году вынудили их вновь вернуться к теме сертификации MSC, без которой поставки на внешние рынки будут затруднены.

Объединение контроля над рыболовством и аквакультурой и глобальный охват рынка

Морской попечительский совет (MSC) и Попечительский совет по аквакультуре (ASC) в середине июня 2015 г. подписали Меморандум о взаимопонимании с целью объединения усилий для реализации наилучших практик по устойчивому рыболовству и рыбоводству.

Как сообщалось на сайте SeafoodSource.com, исполнительный директор MSC Руперт Хоус считает, что первостепенное значение для успеха союза MSC-ASC имеет использование и упорядочение стандартов в цепи поставки (как это сейчас действует у MSC) и поощрительный подход, которого обе организации придерживаются при введении своих логотипов. «Сотрудничество между нашими организациями позволит повысить эффективность и обеспечит нашим партнерам дополнительные доходы», сказал Хаус.

"Благодаря сотрудничеству мы можем более эффективно достичь наших общих целей", заявил Крис Ниннс, генеральный директор ASC». «Делясь своими цепочками поставок, мы контролируем всю цепочку создания стоимости, что дает возможность дальнейшего развития для тех представителей промышленности, которые способствуют продовольственной безопасности и поддерживает местные общины без ущерба для экологической целостности".

Это довольно откровенные заявления, определяющие основные цели обеих организаций, а именно контроль над цепочками создания стоимости и обеспечение дополнительных доходов участникам.

Следует упомянуть, что тандем MSC-ASC существовал и до подписания меморандума о взаимопонимании. Так оргкомитет летних олимпийских игр 2016 года в Рио-де-Жанейро еще в декабре прошлого года объявил о широком соглашении по продвижению морепродуктов, сертифицированных MSC и ASC, о чем FishNet.ru сообщал ранее.

Это означает, что все морепродукты, которые будут предлагаться участникам, официальным лицам, журналистам, а также в ресторанах на объектах олимпиады будут сертифицированы по стандартам MSC и ASC. Соответствующие документы были подписаны 3 декабря 2014 года и предусматривают обязательства оргкомитета олимпиады по пропаганде устойчивого развития и сохранения окружающей среды.

По примерным оценкам в течение 27 олимпийских дней будет продано более 14 млн. блюд, что является серьезным испытанием для любой принимающей стороны и оценивается как крупнейшее в мирное время мероприятие по организации общественного питания. Заявление оргкомитета олимпиады об

использовании только сертифицированной продукции должно подстегнуть бразильские и иностранные рыбодобывающие компании, и предприятия аквакультуры к прохождению процедуры сертификации.

Критика MSC

Сотрудник Гринпис Ричард Пейдж в 2011 году высказывался о том, что решения MSC о сертификации некоторых промыслов серьезно подрывают авторитет организации и «обманывают покупателя».

К наиболее противоречивым решениям относят сертификацию антарктического клыкача в море Росса, который все еще рассматривается учеными как экспериментальное рыболовство. Сведения о состоянии запасов этой рыбы нельзя считать достоверными. Ученые до сих пор не имеют основополагающих данных для оценки, в частности ничего не знают о нересте рыбы, даже о месте нереста.

Критикуют также сертификацию антарктического криля, тунца и меч-рыбы у побережья США, минтая восточной части Берингова моря, где за период с 2004 по 2009 год уровень запасов снизился на 64%, тихоокеанского хека, биомасса которого с 1989 года упала на 89%.

Морской биолог Крисс Пинцетич считает, что MSC слишком торопится с одобрением сотен заявок на сертификацию промыслов со всего мира для расширения своей сети и бизнеса в целом. При этом ученые продолжают рассматривать эти промыслы как неустойчивые.

Некоторые ученые критикуют сертификацию MSC, поскольку она проводится с привлечением платных консультантов, а при таком подходе возможен конфликт интересов. Высокие затраты на оплату сертификации они расценивают как покупку права промысла.

Методы государственного управления и регулирования рыболовства в развитых странах Европы и Америки предусматривают ограничения количества и мощности судов, зачастую невзирая на экономические последствия для рыбаков. Сертификация MSC вносит сумятицу в этот процесс, поскольку одобрение получают и промыслы стран, не регулирующих промысловые усилия, что дает преимущества странам, не уделяющим должное внимание управлению рыболовством.

Кроме того, наиболее бедные, например, африканские страны практически не могут участвовать в программе. Основная часть рыболовного флота таких стран – это мелкие собственники, которые не в состоянии оплачивать процесс сертификации. Исходя из этого, в глобальном масштабе мелкие рыбаки не могут конкурировать с крупными объединениями. Поэтому на экологическом рынке всегда будут доминировать крупные компании.

Интересно, что WWF в свою очередь критикует Гринпис за сотрудничество с государственными органами некоторых стран с конца прошлого века. Как утверждает, в Америке Рейган когда-то назначил главой Агентства по защите окружающей среды своего человека из Гринпис, в результате чего было ослаблено влияние организации на законы об охране природы, а также потеряна треть бюджета и пятая часть персонала.

Что несет надгосударственная система

Директор MSC по региону Европы Камиль Дерикс, представляя Морской попечительский совет 3 декабря 2013 года в Москве во время проведения «круглого стола» на тему «От ответственного рыболовства к экологически ориентированному рыбному рынку», охарактеризовал MSC как независимую международную некоммерческую организацию, созданную с целью сохранения биоресурсов Мирового океана и перевода рыбного рынка на устойчивую основу.

С таким определением можно было бы согласиться, хотя тот факт, что 60% бюджета организации формируется за счет поступлений от предоставления права на размещение логотипа вызывает некоторый диссонанс с понятием некоммерческая организация.

Далее директор MSC объяснил, что с помощью программы сертификации и экомаркировки Совет осуществляет поощрение экологически ответственной практики рыбного промысла и влияет на выбор потребителей при покупке морепродуктов.

По мнению FishNet.ru формулировка должна быть несколько другой. Более точно было бы сказать, что **Совет осуществляет принуждение к экологически ответственной практике рыбного промысла за счет контроля над ритейлом, опираясь на сформированный природоохранными организациями экологически чувствительный спрос.**

В этом нет ничего оскорбительного, или обидного для MSC. В конце концов, любые меры по регулированию рыболовства и управлению ресурсами, осуществляемые на национальном, или международном уровне, направлены, прежде всего, на принуждение.

Вопрос в том, каковы критерии экологически ответственной практики рыболовства и насколько они объективны. Сам факт появления подобной сертификации как бы указывает покупателям на то, что они не должны доверять мерам национального и международного регулирования, если они не прошли одобрения MSC.

То есть MSC, также, как и ASC, через контроль над мировым рынком могут не только контролировать, но и навязывать необходимые по их мнению меры регулирования и управления ресурсами. Этот факт в 2013 году вызвал возмущение на Аляске, когда Совет отказался сертифицировать лососевые промыслы штата.

Некоторые эксперты, в частности президент ВАРПЭ Александр Фомин, считают, что любая сертификация является торговым барьером, «который мешает зайти на рынок и к тому же приводит к увеличению стоимости рыбопродукции».

«На внешних рынках мы, к сожалению, не вправе диктовать условия. Правила, которые существуют в той же Европе, где без MSC-сертификата реализовать продукцию невозможно, это данность, с которой приходится считаться. Поэтому наши предприятия, для того чтобы расширить сферы сбыта своей продукции, идут на получение этого сертификата и тратят деньги, в том числе на его последующее подтверждение. Но что касается

внутреннего рынка, мы категорически не согласны. По сути продукция, которая имеет сертификат, ничем не отличается от продукции без сертификата, а стоит дороже. Мы считаем, что это неправильно. Рыба, которую добывают наши рыбаки, – это законная продукция, выловленная в экологически чистых районах с соблюдением всех требований кодекса ответственного рыболовства», – убежден глава ВАРПЭ.

MSC постоянно подчеркивает, что сертификация дело коммерческое и сугубо добровольное. Но, давайте представим, что с завтрашнего дня крупные национальные и иностранные розничные и гостиничные сети на территории России вдруг объявят о вступлении в программу сертификации и будут покупать только MSC-сертифицированную продукцию. Как будет продаваться российская несертифицированная рыба, и о какой продовольственной безопасности можно говорить в таком случае.

Сейчас не принято ссылаться на американский опыт, но в данном случае неплохо было бы им воспользоваться. В сентябре 2013 года сенатор от Аляски Лиза Мурковски внесла на рассмотрение проект закона назван «Акт сертификации и маркировки продукции ответственного рыболовства» (Responsible Seafood Certification and Labeling Act). В соответствии с этим законопроектом всем федеральным ведомствам США запрещается требовать использование сертификационных систем и маркировки продукции неправительственных организаций (НПО) третьих сторон, определяющих устойчивость национального рыболовства.

Проект был разработан в связи с тем, что ранее крупнейшие игроки на рынке продовольствия заявили об отказе от приобретения лососевых Аляски в связи с отсутствием сертификации MSC. Закон не запрещает частным компаниям-экспортерам сертифицировать продукцию для поставок на внешний рынок. Но при продаже в США упоминание о такой сертификации не требуется.