

БАВАРИЯ: СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЙ РЕГИОН ГЕРМАНИИ

Автор: Динара Шангареева

Находясь на этапе поисков принимающей организации и выбирая место для своего исследования, я четко знала, что хочу только в Баварию. Место, где традиции, ремесло и сельская жизнь имеют особую ценность.



Фото из личного архива автора. Гармиш-Партенкирхен

Свободное государство Бавария — самая большая федеральная земля Германии и один из редких регионов, кому, несмотря на стремительную глобализацию, в том числе рынка сельскохозяйственной продукции, удалось сохранить свой региональный рынок, традиции и укрепить фермерство.

Каждое третье сельскохозяйственное предприятие Германии находится в Баварии — на сегодняшний день это порядка 97,9 тысяч хозяйств. При общей площади в 7,06 млн.га, 3,1 млн.га федеральной земли приходится на сельскохозяйственные угодья, а 2,5 млн.га составляет лес. В целом, 85% площади Баварии представлены сельскими территориями.

Одна из главных целей развития сельского хозяйства в Баварии звучит так: «Потреблять больше родного!» Это связано, в первую очередь, с растущей популярностью региональной продукции. Если еще в 90х основой экономики был импорт и региональная продукция считалась «старомодной», то сегодняшние изменения климата как последствия глобализации вынуждают возвращаться к истокам. Так в основу марки «Бавария» в сфере продовольствия легла идея производства только в границах региона, сохранение традиционных блюд и продуктов. Ежегодный оборот рынка сельскохозяйственной продукции в Баварии составляет в среднем 47,3 миллиона евро: около 60% региональной продукции потребляется в самом регионе, около 20% — другими федеральными землями, оставшиеся 20% идут на экспорт.

Бавария обладает уникальным в Германии разнообразием и плотностью фермерских хозяйств и инициатив, нацеленных на региональный рынок

Как и в России, в Германии, по мнению экспертов, понятием «региональный» может пользоваться любой желающий, что зачастую является лишь маркетинговым ходом. Прежде всего это относится к продуктам, не имеющим историческую связь с каким либо конкретным регионом — огурцы, помидоры, салаты и т.д. Кроме того, как показывают опросы потребителей, понятие «региональная продукция» весьма размытое. Исследование, проведенное в 2013 году Обществом немецкого сельского хозяйства (Deutsche Landwirtschaft-Gesellschaft) показывает, что 37% немцев региональным считают только то, что произведено в пределах их города, 50% — продукцию федеральной земли, в которой живут, в то время, как для 8% опрошенных региональным является то, что произведено во всей Германии. Что касается других европейских стран, в статье для газеты “Франкфуртер Альгемайне” профессор по маркетингу и поведению потребителей Верена Хюттел-Маак говорит, что в Испании региональной жители признают продукцию в дистанции 150 км, а в Венгрии и вовсе лишь в пределах 40 км.

С целью установления единых правил и повышения уровня доверия потребителей к местным производителям в 2011 году в качестве организационного подразделения Министерства Баварии было создано агентство продовольствия “Альп Бавария” (нем. «Alp Bayern», ранее маркетингом занимался отдел аграрного маркетинга, рынков и выставок

Министерства Баварии). Основная сфера деятельности агентства — предоставить производителям и переработчикам возможности и маркетинговую платформу для продвижения своей продукции, развивать марку «Бавария», повысить заинтересованность потребителей региональной продукцией и представлять баварские продукты на постоянно дифференцированных потребительских рынках и в мире.



Слева-направо: фото из инстаграмм @marrbell, фото автора

В развитии любого рынка государство играет ключевую роль. Но только объединение и совместная работа всех участников «производственной цепочки» является ключевым элементом эффективности и может способствовать постоянному развитию марки «Бавария», уверены в федеральной земле. С этой же целью при агентстве продовольствия был создан консультативный совет, который состоит из представителей главных ассоциаций и организаций из важнейших отраслей, а также государственных структур и университетов. Консультативный совет выполняет важную функцию — консультирует или, иначе говоря, сопровождает работу “Альп Баварии” и дает импульсы для дальнейшего развития, что позволяет поднимать актуальные вопросы и разрабатывать конкретные меры для решения данных вопросов.

На сегодняшний день в рамках агентства разработаны и реализуются 11 долгосрочных программ, которые в первую очередь направлены на укрепление доверия потребителей к баварским продуктам и повышение качества производимой в регионе продукции, а также временные мероприятия и акции, такие как рынки фермерской продукции, фестивали, ярмарки.

Развитие своего регионального рынка, независимость от импорта, повышение осведомленности потребителей о региональных инициативах — в связи с событиями 2020 года все это приобрело особенно важное значение. Ведь использование региональных продуктов имеет несомненные преимущества: наряду со свежестью, устойчивостью и защитой окружающей среды, они отличаются прозрачной цепочкой создания стоимости и укреплением экономики.

Бавария обладает уникальным в Германии разнообразием и плотностью фермерских хозяйств и инициатив, нацеленных на региональный рынок, которые во многом способствуют сохранению ее исторического наследия и регионально ориентированного сельского хозяйства. Здесь и правда есть чему поучиться.

Спасибо за личную встречу Клаудии Гребер, заместителю руководителя агентства продовольствия «alp Bayern» и Элен Данковски, специалисту по региональному маркетингу и СММ агентства продовольствия «alp Bayern».

Источники:

1. www.alp-bayern.de
2. Брошюра “Alpmonitor. Das Arbeitsprogramm 2020 der alp bayern”
3. Бенджамин Фишер «Регионально значит хорошо?» (Benjamin Fischer “Regional- und gut?”), газета «Frankfurter Allgemeine» от 24.10.2020
4. Презентация Кристиана Крайе (Christian Kreye), руководителя Ведомства по развитию сельских территорий Швабии