

## РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНИЦИАТИВА, КОТОРАЯ СТАЛА УСПЕШНЫМ БРЕНДОМ

*Автор: Динара Шангареева*

Согласно опросу, проведенному Обществом исследований в области потребления в конце 2019 года, с началом пандемии у 44% респондентов изменилось потребительское поведение — теперь они всё чаще отдают предпочтение региональным продуктам. И, вероятнее всего, тенденция к региональной еде будет только расти.



*Слева-направо: Штефан Вильгельм, руководитель ООО «Унзер ланд», Динара Шангареева и Мартин Шюслер, государственный советник Департамента по вопросам Европейского союза и международного сотрудничества Министерства продовольствия, сельского и лесного хозяйства Баварии*

Выходить на региональный рынок и завоевывать доверие потребителей не просто. В условиях высокой конкуренции и, зачастую, из-за недостатка финансовых средств и навыков предпринимательства, фермеры все чаще и чаще предпочитают работать сообща и объединяются в инициативы. Региональная инициатива часто возникает из идеи, которая включает в себя особенности, присущие региону, его географическое положение и региональную идентичность.

Истина, как зачастую бывает, на поверхности. Так, из казалось простого желания — сохранить в регионе жизненные основы для людей, животных и растений — в Баварии возникла марка «Унзер ланд» (нем. [UNSER LAND](#), дословно «Наша земля»), которая сегодня включает в себя 10 обществ солидарности, союз «Унзер ланд», общество с ограниченной ответственностью «Унзер Ланд» (UNSER LAND GmbH), около 350 производителей и 12 перерабатывающих предприятий.

Сегодня инициатива ставит перед собой более масштабные цели: сохранение биологического и регионального разнообразия, охрана окружающей среды, региональное сотрудничество и долгосрочное партнерство, сохранение фермерства и укрепление региональной производственной цепочки и взаимосвязи между ее участниками, создание рабочих мест и возможностей для практики, установление справедливой цены, производство без применения генной инженерии.

Всё началось в 1994 году, когда было создано Общество солидарности «Брукер ланд» (нем. Brucker Land e.V.). Первым продуктом был хлеб. Через любовь к «домашнему» хлебу в «Брукер ланд» хотели вдохновить людей на заботу о родном регионе. Спустя более 25 лет можно с уверенностью сказать, что это у них получилось.

Поскольку марка «Унзер ланд» объединяет целую сеть организаций и предприятий, возникла дуальная система управления, где у каждого своя зона ответственности. За идею отвечают десять солидарных обществ, это около 1000 участников, которые дважды в год на бесплатной основе собираются вместе, обмениваются опытом и работают в различных направлениях по созданию решений для устойчивого развития региона (это не только сельское хозяйство, но и развитие церкви, охрана экологии и окружающей среды и так далее). Они же занимаются исследованием потребностей потребителей, специальными проектами «Унзер ланд», а также принимают участие в создании свода правил для производителей. Во главе стоит Главный союз, созданный в 2000 году для координирования работы всех десяти солидарных обществ и разработки новых проектов. Экономическими вопросами занимается Общество с ограниченной ответственностью «Унзер ланд». В обязанности входит координация производителей, переработчиков и продавцов; ценовая политика; сбыт; маркетинг и логистика.

Все производственные процессы «Унзер ланд», в том числе и реализация готовой продукции осуществляются только на определенной территории — это десять баварских регионов вокруг Мюнхена и собственно сам Мюнхен. Под маркой «Унзер ланд» выпускается около 120 видов продукции в 16 продуктовых группах — хлебобулочные изделия, молочные продукты, напитки, рыба, яйца, овощи и фрукты, консервированные продукты, готовые супы и даже сено и солома. Приобрести продукцию можно в супермаркетах крупных торговых сетей, небольших магазинах, деревенских лавках и т.п., в целом это около 850 точек продаж. Чтобы стать производителем марки, необходимо соответствовать определенным требованиям, быть членом одного из десяти обществ солидарности и принимать участие в проектах «Унзер ланд».



*Стеллаж с продуктами «Унзер ланд» в супермаркете в Мюнхене*

Большинство региональных инициатив (в том числе и «Унзер ланд») при производстве продуктов используют индивидуально разработанные под каждый

продукт требования, которые базируются на нормативно-правовых актах и правилах других государственных программ, и адаптированы под цели инициативы. Так в «Унзер ланд» особое внимание уделяется экологичности и экономической устойчивости.

Экологичное производство — одна из главных ценностей инициативы. Около 70% выпускаемой продукции отмечены маркировкой био, с 2017 года «Унзер ланд» также стал участником программы «Гепрюфте квалитет — Байерн Био» (об этом подробнее написано [здесь](#)), а с 2019 года ведется совместная работа с Альнатура (нем. Alnatura) — био предприятием, которое занимается производством продукции без упаковки. Важную роль играет и собственная система логистики. Из-за ограничений территории производства и реализации одиннадцатью регионами Баварии, расстояния между производителями и потребителями короткие, что благоприятно влияет на окружающую среду.

---

Целью «Унзер ланд» не является получение прибыли, это не коммерческая организация

---

Все производители, работающие с маркой, строго контролируются на соблюдение правил производства, установленные инициативой «Унзер ланд». Условия разнятся от продукта к продукту, однако есть требования, которые обязательны для всех продуктов:

- корма животных должны быть только домашние и без применения генной инженерии;
- запрещено применение ГМО;
- на полях разрешено применение техники и технологий, не наносящих вред земле;
- выброс грязи и химических средств защиты растений запрещены;
- для всех продуктов применяются принципы региональности и устойчивости.

Система контроля, разработанная в «Унзер ланд», регулирует соблюдение правил на всех этапах производства — от посева до момента упаковки продукта. Создан экспертный консультативный совет, который проводит нейтральную проверку соблюдения требований и предписанных проверок. Большинство состоит из представителей обществ солидарности. Экспертный

консультативный совет также несет ответственность за все подготовительные работы по разработке правил для новых продуктов, которые затем будут представлены солидарным сообществам для окончательного согласования.



*Слева-направо: расфасованный картофель — оборудование по сортировке и упаковке картофеля — тары с картофелем с обозначением производителя, сорта, веса и класса*

Обладателем логотипа марки является солидарное общество «Брукер ланд», то самое, с которого все когда-то и началось. Хозяйства могут пользоваться логотипом после заключения договора и при соблюдении определенных правил. У каждого из 11 регионов есть свой логотип. Если процесс производства сырья и/или продуктов и их переработка осуществляются в пределах одного региона, то на логотипе будет указано название данного региона. Если это условие невозможно выполнить или сырье поступает из нескольких областей, то на упаковке будет стоять общий логотип. Таким образом производители открыты и честны по отношению к своим потребителям.

Честной является и ценовая политика. Целью «Унзер ланд» не является получение прибыли, это не коммерческая организация, поэтому существует понятие «справедливой цены». У производителей всегда спрашивают, сколько они хотят получить за свой товар, добавляют к названной цене транспортные и логистические затраты и 15-20% на зарплату сотрудникам и обслуживание предприятия.

Среднегодовая выручка «Унзер ланд» составляет 14 млн евро. Несмотря на локдаун, выручка в 2020 году была больше, чем обычно — «излишки» распределили между сотрудниками (это 70 человек) в качестве премии.

Для расширения идеи и вовлечения большего числа людей, «Унзер ланд» ведет широкую деятельность в регионе. На данный момент функционируют семь проектов:

1. Садоводам-любителям за небольшую арендную плату предоставляется участок земли, где они могут выращивать различные однолетние культуры. Таким образом, возникает возможность наблюдать весь процесс производства и выращивать свои собственные продукты без химикатов.

2. 80% питьевой воды Мюнхена, которая считается одной из самых лучших в мире, поступает из долины реки Мисбах. Для сохранения качества воды и природы, с 1992 года в этом регионе продвигается исключительно экологическое сельское хозяйство. «Унзер ланд» запустил проект «Земля, в которой течет вода и молоко». Фермеры, имеющие молочные фермы, строго контролируются стандартами «Гепрюфте квалитет — Био Байерн» и благодаря системе справедливой цены, вносят существенный вклад в сохранение ландшафта, биоразнообразия и качества питьевой воды в этом регионе.

3. Проект в кооперации с животноводческим парком Мюнхена по сохранению породы коров Мурнау-Верденфельзер (Murnau-Werdenfelser), которая имеет баварские корни. В силу невысокой продуктивности, фермеры все чаще отдавали предпочтение более продуктивным породам, что привело практически к вымиранию вида. Основными целями проекта является сохранение вида и воспитание осознания у населения важности биологического и регионального разнообразия.

4. Проект по защите окружающей среды. В «Унзер ланд» огромное внимание уделяется экологичности производственных процессов и экологии в целом. С конца 2018 года управление и логистика, а также некоторые виды упаковки (на сегодня это упаковка био-молока и яиц) являются климатически нейтральными, благодаря сотрудничеству с компанией ClimatePartner. Кроме того, ассоциация поддерживает мировые проекты по охране окружающей среды, например, проект по защите лесов Kariba REDD+ на севере Зимбабве.

5. Поскольку основной идеей ассоциации является сохранение жизненных основ для людей, животных и растений в регионе, важно передать данную идею следующим поколениям. Поэтому был создан проект для детей и молодежи, который включает в себя различные мероприятия, школы на фруктовых полях, на пасеках и на молочных фермах, курсы юных поваров и прочее.

6. Проект по совместному сбору урожая яблок с фруктовых лугов с целью сохранения существующих и посадки новых садов.

7. Проект по расширению полей с многолетними цветами. Идея — сохранить и укрепить биоразнообразие в регионе. Из-за активного земледелия сокращается естественная среда обитания пчел и других насекомых. Такого рода поля способствуют сохранению популяции насекомых, являются природными источниками кормов или местом укрытия для диких животных.

«Унзер ланд» — прекрасный пример того, как общие стремления и желания людей, их любовь к родной земле могут привести к одному из самых успешных брендов Баварии. Инициативы дают уникальную возможность не только производить большое разнообразие региональных продуктов и способствовать росту регионального рынка, но и вовлекают множество людей в развитие родного региона и сохранение его уникальности.

*Спасибо за личную встречу Штефану Вильгельму, руководителю ООО «Унзер ланд».*

*Источники:*

1. [www.unserland.info](http://www.unserland.info)
2. *Изабелла Мария Вайс, сеть «Унзер ланд» «Близость, мужество и разнообразие. Региональность действует! (Isabella Maria Weiss, UNSER LAND Netzwerk «Nähe, mit und vielfalt. Regionalität wirkt!»), Мюнхен, 2020*
3. *Результаты опроса Общества исследований в области потребления <https://www.stmelf.bayern.de/ernaehrung/253378/index.php>*