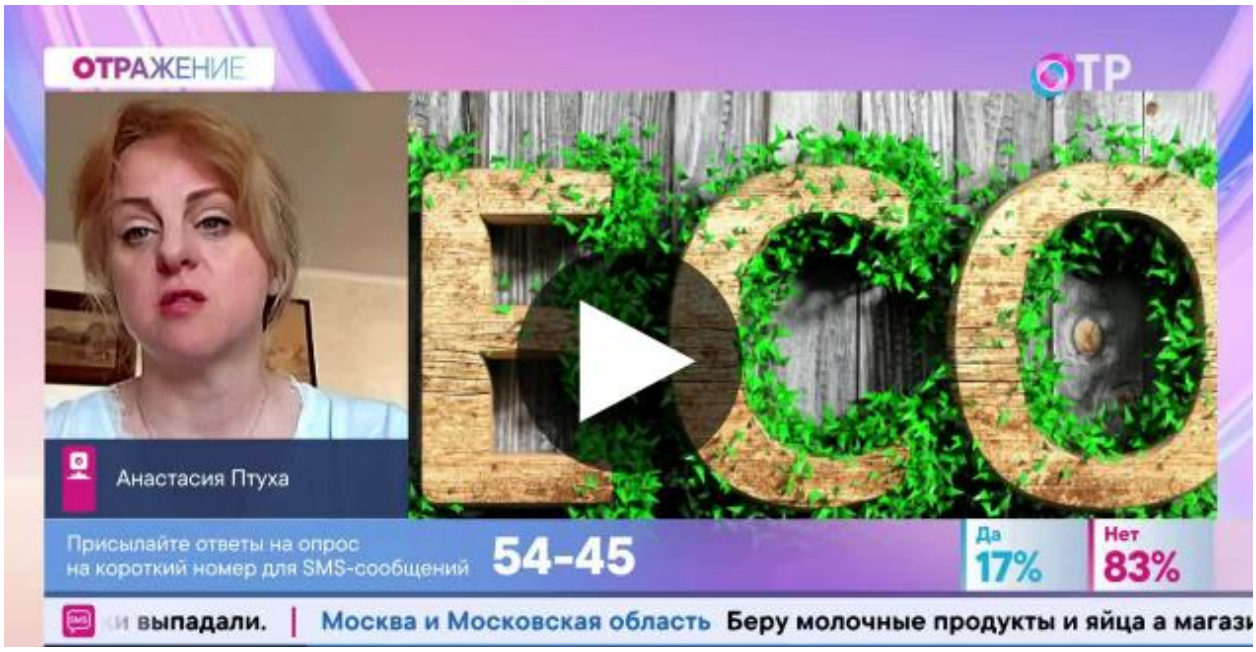

Анастасия Птуха: Абсолютного «organic», «био», «эко» продукта не существует на наших прилавках

15 мая 2023

ГОСТЬ: Анастасия Птуха
член Совета Гильдии маркетологов

Анастасия Семенова: Сейчас с нами на связи второй наш эксперт – Анастасия Птуха, член совета «Гильдии Маркетологов». Анастасия, здравствуйте.

Анастасия Птуха: Здравствуйте, друзья.

Петр Кузнецов: Здравствуйте, доброе утро.

Анастасия Семенова: Доброе утро.

Ну вот давайте, мы спрашиваем – вот вы сами покупаете био-, экопродукты, или вы не ведетесь на эти уловки?

Анастасия Птуха: Я стараюсь, конечно, покупать, потому что мне кажется, что, хотя бы какие-то элементы большего отсутствия «химии» я получу в этом продукте. Но, конечно, не абсолютное.

Анастасия Семенова: Хорошо. Ну вот Москва спрашивает: «А почему нет ответственности за эти этикетки?» Каждый, кто хочет, тот и приклеивает.

Анастасия Птуха: Интересный вопрос. В нашей стране нет обязательной сертификации эко- и биопродукции. У нас есть добровольная сертификация. Это что значит? Это общественная сертификация, т. е. за этот шильдик кто-то заплатил какой-то общественной организации, которая получила от этого доход. Понятно, что без государственного контроля доверять полностью вот этой маркировке, эко- и биопродукции, и тем более organic-продукции, вот сейчас идет на экране, ну абсолютно невозможно. То есть это фактически чуть-чуть лучше, чем то, что было бы с полным применением «химии».

Анастасия Семенова: Хорошо. А вот не превратилось ли... ? Как вы, маркетолог, сами говорите, что покупаете, – это какой-то маркетинг, чтобы подороже продать? Ведь могут лежать одинаковые яблоки: одни будут лежать в обычной коробке, ты сам их берешь, такие же яблоки будут в пакете, где написано «био», «organic», ну все четыре наклейки, и они будут стоить на 20–30% дороже.

Анастасия Птуха: От 15% повышение цены за этот шильдик. И собственно говоря, конечно, это маркетинговый ход. Но нельзя сказать, что это полный обман, но ради маркетинга это делается, безусловно.

Петр Кузнецов: Анастасия, вот сейчас в магазине конкретный человек распознать, где плюс-минус настоящие «эко» и «био», не сможет, да? Никаких признаков?

Анастасия Птуха: У нас нет настоящего «эко» и «био», дорогие друзья.

Петр Кузнецов: Просто запомним.

Анастасия Птуха: Его просто не существует.

Мы сейчас ездили в Крым на машине, и я смотрела на прекрасные поля Краснодарского края. Я проезжала мимо них на машине, вы понимаете, т. е. вся загазованность находится внутри того продукта, который высажен на этих полях, и т. д., и т. д., и т. д. Качество земли должно быть совершенно другое, должна быть абсолютно четко отслеженная бытовая и остальная «химия», которая применяется при выращивании этого продукта, и т. д. То есть абсолютного «organic», абсолютного «био», абсолютного «эко» не существует на наших прилавках.

Петр Кузнецов: Ага. Собственно, этим, наверное, объясняется отсутствие четкой государственной гарантии, сертификации, да, потому что государство просто не может гарантировать?

Анастасия Семенова: Проверить все это.

Анастасия Птуха: Даже если оставить какое-то минимальное количество требований к эко- и биопродукции, эту сертификацию пройдут опять же минимальное количество производителей, т. е. это будет менее 1% от той продукции, которая называет себя «эко» и «био», изменив свои технологии. То есть это просто нет такого рынка, нет такого производства, это просто нерентабельно, соответственно, никто это и не делает.

Анастасия Семенова: То есть, если мы это сделаем, то получится крах рынка, по сути? То есть мы останемся без продуктов?

Анастасия Птуха: Получится крах рынка.

Максимально, что мы можем иметь, – это маленькие хозяйства, которые буквально в режиме реального времени расскажут нам, как они выращивают свою продукцию. Эти маленькие хозяйства никогда не смогут удовлетворить ту потребность, которая есть, скажем, в супермаркетах, т. е. мы не получим эту продукцию в супермаркетах. Вот зритель в вашей передаче сказала, что она покупает на рынке, – мы будем покупать эту продукцию на рынке, сможем ли мы ей доверять? И так далее, и так далее. То есть это просто нереально.

Анастасия Семенова: Но ведь считается, что рынки, ты же там сдаешь анализ какой-то, т. е. в принципе какой-то контроль там есть продукции.

Петр Кузнецов: Не посетитель сам, который приходит на рынок...

Анастасия Семенова: Да-да-да, продавец, который продает.

Анастасия Птуха: Эти анализы не на «эко» и не на «био», это дополнительные большие затраты, и здесь одними анализами дело не обходится, нужно отслеживать весь производственный процесс. Никакая лаборатория на рынке это не сделает, это дополнительная услуга, дополнительные деньги... То есть это, в общем-то, по большому счету, нереализуемо. Договориться с конкретным производителем, с мужчиной или женщиной, которая торгует на рынке, вы можете доверять, как мы все это делаем, этот бабушкин рецепт, конечно, для всех нас работает.

Анастасия Семенова: Покупка на уровне доверия.

Петр Кузнецов: Ладно, в финале совет ваш как маркетолога – не обращать вообще внимания на этикетки? Что еще?

Анастасия Птуха: Друзья, я обращаю внимание на этикетки, это все-таки почище. Но не надо доверять полностью тому, что мы видим на этих этикетках. Нужно быть грамотными потребителями, выбирать свои марки, ходить на рынки, искать...

Анастасия Семенова: ...своего продавца...

Анастасия Птуха: ...домашние хозяйства, которым вы доверяете. И самое главное – не есть, что называется, «мусорную еду». «Мусорная еда» совершенно точно не «эко» и не «био».

Петр Кузнецов: Спасибо за откровенность.

Анастасия Семенова: И сейчас вот еще вопрос. Мы вот все про еду, про еду – а про одежду? Вот искусственная кожа в переработке экологичнее, чем натуральная? Потому что нам даже писали, задавали этот вопрос. Так ли она полезна?

Анастасия Птуха: Нет-нет-нет, это все лукавство. Та «химия», которая применяется при кожевенных производствах искусственной кожи, она ужасает. Есть многочисленные исследования на эти темы. Кроме этого, сейчас вот эта волна по производству электроэнергии и так далее... То есть все эти ветряки и все остальное, они в самом производстве самих себя ужасают, т. е. они портят природу гораздо больше, чем какие-то традиционные методы производства электроэнергии... В общем, коллеги...

Анастасия Семенова: То есть, подождите, получается, лучше, если брать кожу, покупать натуральную кожу, да, и никак не переработанный, не знаю? Сейчас же очень полиэстер переработанный, вы сдаете одежду в магазин, потом получаете скидку, это переработанный пластик, и не так это все на самом деле... Ну, синтетика чистой воды получается, это все загрязняет окружающую среду.

Анастасия Птуха: Это все похвально, это, конечно, все замечательно, но это никак не решает нашу проблему. То есть эта одежда не всегда идет в переработку, она может идти на секонд-хенд, это тоже все похвально. То есть потреблять в целом нужно меньше...

Анастасия Семенова: То есть к меньшему потреблению идем.

Петр Кузнецов: Еще один совет.

Спасибо! Член совета «Гильдии Маркетологов» Анастасия Птуха была с нами на связи.

Настя в этой куче всего неполезного хоть что-то пыталась полезное найти, не совсем получилось: ни куртку, ни яблоко...

Анастасия Семенова: Не нашли ничего, ничего.

Петр Кузнецов: ...ни моющее средство.

Анастасия Семенова: Прекрасное сообщение из Саратовской области: «Дочка в детстве приезжала из деревни и говорила: «Как я соскучилась по молоку из пакета и по воде из-под крана!»» Это вот Николай нам звонил и сказал, что химическое для него вкуснее, чем настоящий экопродукт.

Петр Кузнецов: Кстати, об экопродуктах. «Покупаете ли вы био- и экопродукты?» – мы вас спрашивали весь этот час: только 15% «да», не только обращают внимание на этикетки, но и берут с соответствующими этикетками, «нет» – 85%.

Анастасия Семенова: Ну молодцы.

Петр Кузнецов: Наш эксперт, собственно, вас бы похвалил.

Анастасия Семенова: Подтвердил.

Петр Кузнецов: Мы похвалим вас, если вы с нами останетесь и во втором часе. Совсем скоро вернемся.

https://otr-online.ru/programmy/otrazhenie-1/anastasiya-ptuha-absolyutnogo-organic-bio-eko-produkta-ne-sushchestvuet-na-nashih-prilavkah-68833.html