



## Желтый фрукт

Отечественный потребитель предпочитает китайские яблоки. Почему не российские?

**Я**блоко в России—больше чем фрукт. Как минимум, это фольклорный образ, имя политической партии, а также предмет страсти не одного поколения садоводов, по сей день культивирующих белый налив, шафран, антоновку, коричневое полосатое и прочие легендарные сорта. Вот только массовому потребителю подобные сентенции глубоко безразличны: в преддверии очередного сезона (для яблок это середина июля) отечественные яблоки встретишь разве что на рынках. Супер- и гипермаркеты завалены импортом.

По оценкам Euromonitor, яблоки в нашей стране тянут на треть всего фруктового рациона—до 13 кг в год на человека. В мире больше нет ни одной такой страны, за исключением Германии,

в которой у яблок был бы такой приоритет. А с прошлого года Россия сделалась абсолютным лидером по объемам импорта этого фрукта. Минсельхоз США в мартовском отчете подсчитал, что на долю России приходится 23% мирового импорта яблок (около 7 млн т за прошлый год). Больше только у 27 стран Евросоюза (24%).

Примечательно, что повышенным спросом у российских покупателей стали пользоваться яблоки, произведенные в Китае: «фуджи», «рубин», «желтый маршал». За последние годы КНР сделалась крупнейшим про-

изводителем яблок—дешевых, сладких, имеющих приличный товарный вид и длительные сроки хранения. Поднебесная контролирует 56% мирового производства, или 23 млн т (сезон 2007/2008 г.). Еще пять лет назад в структуре российского яблочного импорта доминировала Польша с долей

# 13 кг

яблока приходится на одного россиянина в год. Яблоко в основном импортных

22%, Китай довольствовался лишь 16%. Но чередой неурожая у поляков, судя по всему, помогла КНР выбиться в лидеры. «Если оценивать весь российский рынок с учетом Сибири и Дальнего Востока, то, скорее всего, китайские яблоки—на первом месте по объему»,—прикидывает директор по корпоративным отношениям X5 Retail Group Юрий Кобаладзе. Схожие оценки и у директора Института конъюнктуры аграрного рынка Дмитрия Рылько.

Неужели наши яблоки никуда не годятся? «В странах, где развито яблочное производство, урожайность с одного дерева в десятки раз превышает отечественные показатели,—сетует Рылько.—В мире уже лет 50 как не работают с сортами, которые у нас до сих пор еще пытаются культивировать». По его словам, ситуацию так просто не исправить. Завоз к нам импортных саженцев ничего не даст из-за климатических особенностей. «Придется заново выводить новые сорта под наши метеоусловия. А это слишком долго: чтобы добиться урожая с нового сада, нужно 5–6 лет»,—рассуждает Рылько. А пока что все российское производство яблок, даже включая плановые урожаи в рамках инвестпроектов,—капля в море импорта. Небольшую часть соков на отечественном сырье выпускает «Лебедянский». 50 000 т рассчитывает получить со своих 1300 га в Краснодарском крае бывший совладелец интернет-магазина Ozon—компания Direct Group. Правда, только к 2012 г. и в основном для переработки. Волгоградский производитель соков и детских пюре «Сады Придонья» («Бизнес Аналитика») оценила его долю на соковом рынке за прошлый год в 1,4%) едва ли не единственный целиком работает на родных яблоках, из которых 80% идет в переработку и лишь 20%—на продажу. Компания ежегодно высаживает по 500 000 новых саженцев и в последующие годы намерена довести их число до 1 млн, чтобы к 2010 г. повысить урожайность с нынешних 30 000 т до 150 000 т. Для сравнения: объем поставок яблок в Россию через средний китайский КПП (один из десятков) превышает 50 000 т. И в ближайшие годы этот поток только усилится. Не случайно Минсельхоз США прогнозирует ю-процентный рост продаж заграничных яблок в нашей стране. Видимо, чтобы добиться баланса между импортом и отечественным производством, без помощи Онищенко не обойтись.

Елизавета Никитина