

Як спонукати вирощувати більше органічного бавовнику?

Нове дослідження свідчить, що органічна бавовна – це значно краще для довкілля. Зміни в структурі споживчого попиту та підтримка з боку основних брендів одягу можуть заохочувати більше число фермерів до вирощування бавовнику.



Протягом тривалого часу було не так уже й легко продавати органічну бавовну. Ті споживачі, які були готові платити більше за органічні товари, схильні були віддавати перевагу харчовим продуктам і не вважали за потрібне платити більше за бавовну.

«Люди непокояться та починають споживати органічні продукти перш за все тому, що вони зазвичай кла-

дуть ці продукти до рота», – вважає Катлін Ділейт, професор і фахівець органічного напрямку університету Iowa State University.

Проте ситуація нарешті змінюється, запевняє пані Ділейт, яка разом зі ще двома дослідниками <https://organic-center.org/site/environmental-footprint-organic-cotton> і спільно з The Organic Center провела порівняльне дослідження екологічного впливу

У США бавовна посідає третє місце після кукурудзи та сої як культура, яка в процесі виробництва потребує величезної кількості пестицидів. Тільки у США в 2019 р. на поля з бавовною внесли майже 31 млн. тон засобів захисту рослин. До того ж більшість конвенційних виробників бавовни висівають ГМ насіння, в результаті вносять більше агрохімії та отримують стійкіші до зовнішніх впливів продукти, які, як відомо, негативно позначаються на довкіллі та на здоров'ї людини. За даними USDA, понад 1/3 всіх пестицидів, якими обробляли поля бавовнику в 2019 р., склав гліфосат – активна речовина популярного гербіциду Раундап.

органічної та конвенційної бавовни. Зміни відбуваються, зокрема, тому, що споживачі виявляють дедалі більшу зацікавленість у здоров'ї екосистеми вздовж усього товарного ланцюга. Огляд, проведений у 2019 р. компанією Nielsen, виявив, що 73% світових споживачів стверджують, що готові змінювати споживчі звички задля зменшення впливу на довкілля, при цьому майже половина з них підтверджує готовність платити більше за продукти, які містять органічні або повністю натуральні складники.

Ця зміна в настроях стимулювала попит на органічний текстиль, річні темпи зростання якого в останні роки становлять 12%. За даними Органічної торгової асоціації США (ОТА), органічна бавовна – це товар, що має найбільшу серед органічних непродовольчих товарів частку на американському ринку, яка, до того ж, має найвищі темпи зростання: лише в 2019 р. чистий обсяг продажу цього продукту склав 2 млрд. дол. США.

Постачальниками є понад 222 тис. фермерів з 19 країн, які протягом сезону 2017–2018 р. виростили понад 1,1 млн. тюків органічної бавовни – другий за обсягом серед зафіксованих врожаїв органічної бавовни. Виробництво здебільшого зосереджене в Індії: звідти надходить 51% усієї бавовни, яку виробляють у світі. Органічна бавовна американського виробництва складає лише крихітну частку текстильного сектора. З 1,1 млн. тюків, вирощених на планеті в 2017–2018 р. лише трохи більше 23 тис. тюків були вирощені в США.

Це крапля в морі порівняно з виробництвом найпопулярнішого в світі волокна – конвенційної бавовни: тільки в 2019 р. на американській землі виростили майже 20 млн. тюків цієї культури на суму 7 млрд. дол. США за світовими цінами. Це багато, враховуючи, що з одного тюка виробляють понад 1200 футболок.

Водночас, нове дослідження Ділейт з колегами стало підтвердженням того, що часто припускали раніше: органічне виробництво значно менше шкодить довкіллі, і це в секторі, надзвичайно залежному від ГМ насіння та агрохімії.



Джессіка Шейд, директор наукових програм Органічного центру і одна з авторів звіту, покладається на стимулювання таких необхідних інновацій у галузі. «Університети, громадські організації та галузеві групи мусять працювати разом задля створення сектора органічної бавовни на засадах екологічності, здоров'я, чесності й турботи», – пишуть автори у звіті.

Чому органік?

У США виробництво бавовни зосереджене здебільшого в 17 теплих південних штатах, серед яких першість тримає штат Техас як найбільший виробник бавовни. «Штат Самотньої зірки» є також американським осередком органічної бавовняної галузі, яка тільки зароджується.

Вирощена в конвенційний спосіб бавовна належить не лише до найпопулярніших культур у світі, з якої щороку виготовляють мільярди предметів одягу та інших текстильних виробів, а ще й до культур, які в процесі виробництва потребують найінтенсивнішого застосування агрохімії.

Дослідники вивчали переваги органічної бавовни для довкілля, опитавши понад 100 фермерів і переробників, здебільшого в Техасі. Дослідники також зібрали інформацію про виклики з погляду агротехніки, виробництва та ринку, які стоять перед виробниками. За словами Шейд, нині екологічний вплив органічної бавовни у великих масштабах практично не вивчений і жодне з наявних досліджень реально не брало до уваги внесок дрібних виробників бавовнику.



«Ми прагнули зробити щось глибше, доповнити більш академічні дані про вплив органічного бавовнику на довкілля досвідом фермерів і переробників», – відзначає Шейд. Численні фермери говорили про очевидні зміни на краще на їхніх фермах після переходу на органік, зокрема про покращення якості ґрунту й підвищення біорозмаїття.

Опитані говорили про контроль бур'янів як про найбільшу перешкоду на шляху вирощування органічної бавовни. Як свідчить Келлі Пеппер, керівник кооперативу Texas Organic Cotton Marketing Cooperative (ТОСМС), господарство, що спеціалізується на вирощуванні органічної бавовни, в середньому працює на площі 40 га, і це гігантська цифра порівняно з їхніми колегами в інших органічних напрямках, тож контроль бур'янів на такій великій площі може бути складним. Бавовник належить до культур, що повільно ростуть: період до стиглості становить 150–180 днів, і цього більш ніж достатньо, аби бур'яни буяли.

Серед інших озвучених респондентами проблем: контроль шкідників, убезпечення від забруднення ГМ культурами, доступність органічного насіння, вплив екстремальних погодних умов (зокрема, періодичні посухи), незумисне забруднення пестицидами та безліч ринкових бар'єрів.

Органічні фермери вирощують бавовну поперемінно з іншими культурами, а конвенційні виробники віддають перевагу вирощуванню самого лише бавовників з року в рік. Крім бавовни члени ТОСМС вирощують

В аналітичному дослідженні говориться: «Управління з охорони довкілля США схвалило нові ГМ сорти бавовни – Xtend і Enlist – кожен з яких є стійким до 3 гербіцидів: перший до гліфосату, глюфосинату та дикамби, а другий до гліфосату, глюфосинату і 2,4-D. Ці нові ГМ-сорти мають замінити традиційну стійку до Раундапу бавовну, а отже очікується, що в конвенційному виробництві бавовни ці хімічні засоби захисту рослин будуть використовувати ще інтенсивніше».

арахіс, пшеницю, кукурудзу, хлібне та цукрове сорго, соєві боби, вігну китайську та кунжут.

Така сівозміна забезпечує більше біорізноманіття, говорить Ділейт. В результаті органічні ферми надають регіонам, у яких вони розташовані, цілу низку екосистемних послуг. Цей підхід реально й відчутно впливає на стан ґрунту, води, здоров'я людей і тварин. «Загалом органічне виробництво забезпечує більше переваг з погляду вловлювання вуглецю, – додає Ділейт. – В органічних системах завжди використовували покривні культури: жито, віка, конюшина. Покривні культури сприяють поповненню запасів вуглецю в ґрунті, а дехто використовує ще й компост і гній тварин, що також підвищує вміст вуглецю».

Органічна сертифікація бавовняної галузі – це ще й заборона використання шкідливих для довкілля хімічних речовин на інших етапах процесу виробництва. Цей крок захищає здоров'я тих, хто працює з бавовною на подальших етапах ланцюга створення цінності. Зокрема, щоб отримати органічну сертифікацію, продукт не можна відбілювати хлоровмісними засобами, фарби не повинні містити важких металів, амонію, формальдегіду та інших небезпечних речовин, які використовують у конвенційній обробці бавовни. А ще органічна переробна галузь використовує менше води порівняно з конвенційним виробництвом; останнє загалом потребує великої кількості води в процесі фарбування та на завершальному етапі.

«Бавовна належить до культур, які доволі складно вирощувати органічними методами», – розповідає пан Пеппер з ТОСМС. Він разом з братом обробляв органічно понад 40 га посівів американського бавовнику «Upland» на Високих рівнинах Техасу – на родючій території, де сіють і збирають понад 60% усього бавовнику, який вирощують у Техасі. Тепер він допомагає більше ніж 30 фермерів-членів ТОСМС знаходити ринки збуту для своєї продукції, зібраної з майже 8 тис. га змішаних угідь. Попри багато викликів, пов'язаних з органічним вирощуванням бавовни, Пеппер також віддає належне потенціалу цієї культури. «Попит просто шалений, – говорить він. – Нам доводиться відмовлятися від нових угод».

Втім американський ринок все ще більше орієнтований на конвенційних виробників. «Оскільки конвенційна бавовна загалом значно дешевша, органічним виробникам важко конкурувати», – говорить Пеппер у відповідь на питання про нинішню нестабільність у секторі. Заклавши більше гнучкості у вигляді продуктів, у яких поєднується органічна й конвенційна бавовна, або через дозвіл використовувати бавовну від фермерів, які ще перебувають на етапі трирічного переходу до органічного виробництва, можна було б залучити більше виробників, додає він.

«Найкращий спосіб забезпечити значне зростання – щоб великі бренди (а деякі з них це вже робили раніше), запроваджували програму, в рамках якої змішували б органічну або отриману в перехідний період бавовну з конвенційною, – говорить Пеппер. – Якщо вони йтимуть до фермерів із зобов'язанням придбати певну кількість бавовни, знаючи, що погода та інші фактори можуть обмежити пропозицію, та якщо угода допускає кілька варіантів і в ній пропонують привабливу ціну, з'являться можливості для зростання».

Бренд Patagonia пропонує такий варіант – лінійку продуктів «Cotton in Conversion», яку запустили минулого року. «Підтримуючи цю культуру, ми віддаємо належне зусиллям фермерів, які взяли за мету отримати сертифікацію органічної бавовни, та допомагаємо їм іти до органічного виробництва», – зазначено на веб-сайті бренду. Інші бренди одягу, від гігантів типу Nike до дрібних представників галузі, таких як Everlane, також орієнтують свої лінійки продуктів на органічне виробництво.

«Нам потрібні бренди-піонери, які б спонукали фермерів до переходу», – говорить Анжела Вартес-Каль, віце-президент ради OTA Fiber Council: «Несправедливо перекладати все на плечі самого фермера» і пояснює, що, аби стимулювати розширення виробництва органічної бавовни, потрібна така структура як контракти з покупцями з професійної спільноти.

Джесс Дейстар, головний фахівець з питань сталості галузевої асоціації Cotton Incorporated, вважає, що недостатньо зосереджуватися на самому лише органічному аспекті. «В той час як органічне виробництво бавовни є ключовим для багатьох стратегій підбору постачальників бренду, проблематично було би поклатися лише на органічне виробництво, і тому є багато причин, – розповів Дейстар. – По-перше, у закупівлях бавовни виходять з якості волокон, а не з системи виробництва чи географічних міркувань. Придбання органічної бавовни певної якості в кількості, достатній для виготовлення лінійки одягу, може викликати неабиякі труднощі, особливо у великих брендів».

Дейстар зазначає, що одним з ключових моментів для підвищення сталості в секторі є підтримка інших галузевих інструментів, зокрема нещодавно запущеного протоколу U. S. Cotton Trust, яким його компанія



керує спільно з радою National Cotton Council. Протокол позиціонує себе як інструмент «встановлення нового стандарту для бавовни, вирощеної більш сталими методами», і відбирає бавовну з урахуванням даних про використання землі й води, про вміст вуглецю в ґрунті та втрату ґрунту, а також про енергоефективність.

«Вивести виробництво органічної бавовни на новий рівень для задоволення потреб галузі в волокнах певної якості було б досить складно, якщо взгалі можливо, у встановлені багатьма брендами й організаціями часові рамки, – вважає Дейстар. Він хоче бачити в сталому виробництві бавовни ментальність «і те, й інше», тобто і органічне виробництво, і суворіші стандарти для конвенційної бавовни згідно з U.S. Cotton Trust Protocol.

Автори нового аналітичного дослідження говорять, що центром їхніх зусиль є прагнення підштовхнути партнерів галузі до проведення глибших агрономічних і ринкових досліджень задля сприяння сектору. Єдине зусилля, яке, на думку Ділейта, могло б бути монументальним – це підтримка програм виробництва насіння, подібних до програм університету Texas A&M University, мета яких – розширювати фонд органічного насіння високоврожайних сортів і забезпечувати його більшу доступність. Ця наукова установа реалізовує єдину в США програму виробництва органічного насіння бавовни.

Між тим у штаті Айова, де працює Ділейт, є дві програми досліджень, присвячені банку органічного насіння кукурудзи, і це на додачу до цілої низки інших академічних установ і приватних лабораторій, які працюють в цій темі. «Органік потребує значно більше дослідницьких потужностей», – говорить Ділейт.

Шейд називає звіт «риштованням» для росту ще неопереного сектора органічної бавовни: «В органічній галузі загалом проводять багато досліджень, та бавовну якість прогледіли». Попри це, на її думку, «економічна можливість існує, тому сподіваюся що інструменти, розвиваючись, можуть допомагати людям долати бар'єри на шляху переходу від конвенційного виробництва».