DOI: 10.22394/2070-8378-2017-19-4-90-95

Геополитика в шоколаде

ЛЮДМИЛА ОЛЕГОВНА ТЕРНОВАЯ, **доктор исторических наук, профессор кафедры социологии и управления Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (125319, Российская Федерация, Москва, Ленинградский проспект, 64). E-mail: 89166272569@mail.ru**

Аннотация: Предметное поле геополитики охватывает все области международной безопасности, включая продовольственную безопасность. Ее обеспечение зависит от производства и потребления нескольких ключевых продуктов. То, что в их число входит шоколад, объясняется его целебными свойствами, известными давно, но получившими обоснование в прошлом веке. Шоколад активно применяли военные, путешественники. Шоколад входил в число товаров, поставлявшихся по ленд-лизу в годы Великой Отечественной войны. С этим продуктом связана захватывающая история его освоения в Старом Свете, которая началась пятьсот лет назад после открытия Америки. Испания, получившая какао-бобы первой, объявила их стратегическим продуктом и запретила распространение сырья и рецептуры шоколада за границу. Другие европейские страны развернули борьбу за обладание знаниями изготовления шоколада. В этой конкуренции они преуспели, захватывая новые территории и рынки. Создавалась жесткая связь между метрополиями и колониями, которые распределили роли потребителей шоколада и производителей сырья. После распада колониальных империй регулирование отношений участников рынка какао вступило в новый этап. В современном мире имеются международные организации, стремящиеся оказывать помощь государствам в улучшении практик сельского хозяйства, обеспечении здорового питания и продовольственной безопасности. Среди них — международные организации по сырьевым товарам. В отличие от организаций экспортеров углеводородов, Международная организация по какао объединяет и производителей, и потребителей шоколада. Частью геополитической борьбы стала жесткая реклама по продвижению национальных брендов шоколада на мировой рынок. Регулярность проведения международных конференций объясняется актуальностью проблем, обсуждаемых их участниками. В повестку дня входят, в первую очередь, вопросы качества и безопасность продуктов питания. ICCO разработала рекомендации по здоровому рациональному питанию с учетом питательных свойств какао и шоколада. Предметом обсуждения становятся задачи охраны окружающей среды, повышения экономической и социальной устойчивости в результате культивирования какао.

Ключевые слова: геополитика, шоколад, Международная организация по какао, колонии, санкции, реклама, национальный бренд

GEOPOLITICS IN CHOCOLATE

LUDMILA O. TERNOVAYA, **Dr. Sci. (History), Professor, Chair of Sociology and Management of Moscow State Automobile and Road Technical University (125319, Russian Federation, Moscow, Leningradsky ave.., 64). E-mail: 89166272569@mail.ru**

Abstract: The subject field of geopolitics covers all areas of international security, including food security. Its provision depends on the production and consumption of several key products. The fact that chocolate is included in their number is explained by its healing properties, known long ago, but received justification in the last century. Chocolate was actively used by the military, travelers. Chocolate was one of the goods that were supplied by Lend-Lease during the Great Patriotic War. This product is associated with an exciting history of its development in the Old World, which began five hundred years ago after the discovery of America. Having obtained the first cocoa beans Spain declared them a strategic product and banned the spread of raw materials and recipes of chocolate abroad. Other European countries have launched a battle for knowledge of producing chocolate. They succeeded in this competition, capturing new territories and markets. A rigid connection was created between the metropolitan countries and the colonies, which divided the roles of consumers of chocolate and producers of raw materials. After the collapse of the colonial empires the regulation of the relations of cocoa market participants entered a new stage. In today's world, there are international organizations seeking to help States improve their agricultural practices, ensure healthy nutrition and food security. Among them are international organizations on primary commodities. Unlike the organizations of hydrocarbon exporters, the International Cocoa Organization unites both producers and consumers of chocolate. The part of the geopolitical struggle was tough advertising for the promotion of national brands of chocolate on the world market.The holding frequency of the international conferences can be explained by the topicality of the problems, discussed by their participants. The agedna includes, first of all, the issues of the quality and the safety of the food products. ICCO developed the recomendations for the healthy rational nutrition taking into consideration the nutritive properties of cocoa and chocolate. The goals of environmental protection, improving the economical and social stability as the result of cultivation of cocoa are becoming the main topics of conversations.

Keywords: geopolitics, chocolate, International Cocoa Organization, colonies, sanctions, advertising, national brand

Вскоре исполнится пятьсот лет, как сначала по Европе, потом и по всему миру стал распространяться шоколад. Первоначально так назывался холодный напиток, получаемый из привезенных из Америки бобов какао, отличающийся терпким и горьковатым вкусом. Затем напиток стал сладким и горячим, а еще позже, со второй трети XIX века, это слово уже обозначало затвердевшее какао-масло, оформленное в плитку. Есть загадка не только причины такого перерождения наиболее популярного способа употребления шоколада, но и происхождения его названия. Считается, оно основано на ацтекском слове «xocolātl», буквально означающим «горькая вода», однако, ни в одном из источников доколониального периода этого слова нет. Поиск ответов на эти загадки, как и на ряд других, затрагивает самые разные области знаний, включая, как бы это ни показалось странным, геополитические.

Что обычно понимается под геополитикой? В классическом варианте она представляет собой науку о политических возможностях контроля над пространством и практику реализации этих возможностей различными субъектами международных отношений. Разумеется, любой аспект продовольственной проблематики оказывается значимым для понимания состояния продовольственной безопасности. А такой незаурядный продукт, как шоколад, на протяжении долгого времени считался стратегически ценным, требующим защиты от геополитических соперников. Неудивительно, что за обладание секретами его приготовления шли тайные сражения.

Питательные и целебные свойства какао были известны еще жрецам ацтеков. На протяжении XX века шоколад широко использовался в рационе военных летчиков, моряков и альпинистов. Известно, что шоколадом поддерживала себя Марина Раскова, когда была вынуждена катапультироваться из самолета «Родина», совершавшего в сентябре 1938 года беспосадочный перелет по маршруту «Москва — Дальний Восток». В первый день, рассчитывая быстро добраться до самолета, Раскова съела полплитки шоколада, но затем она стала беречь шоколад и уменьшила порции, дойдя до одного квадратика в день. Во время Великой Отечественной войны шоколад был частью поставок по ленд-лизу. Перед уходом в разведку бойцы Ленинградского фронта получали плитки горького американского шоколада. А еще среди ленд-лизовских продуктов были мясо и курица в шоколаде, сочетающие высокую калорийность и малый вес. Подобные изделия изготавливались и в СССР для полярных экспедиций 1930-х годов. Несмотря на то, что люди ощущали тонизирующее воздействие шоколада на организм, особенно важное в экстремальных ситуациях, доказательств причин этого долгое время не было. Обнаружение в составе какао-бобов натуральных антиоксидантов флавоноидов, способствующих уничтожению свободных радикалов, которые отвечают за старение, а также веществ, необходимых мозгу для выработки серотонина, создающего хорошее настроение и снимающего стресс, позволило по-новому прочитать историю шоколада [Колева, 2013].

Она началась задолго до открытия Нового Света европейцами [Ершова, Беляев, 2012]. У майя напиток, изготовленный из перетертых в пасту плодов вечнозеленого дерева какао, или шоколадного дерева (лат. *Theobrōma sacāo*), считался священным, существовали представления о связи шоколада и крови. Ацтеки видели в шоколаде дар бога Кетцалькоатля, что не мешало им не только использовать его как напиток, но и как средство денежного обращения. Конкистадоры Эрнана Кортеса смогли отведать густой напиток из какао-бобов с ванилью, жгучим перцем и специями в 1519 году на приеме в честь испанских гостей, устроенном вождем ацтеков Монтесумой II. Сложно сказать, что тогда произвело на них большее впечатление: шоколад или чаши из чистого золота, в которых он был подан. Вероятно, были те, кого напиток заинтересовал больше. Испанский миссионер, монах-францисканец Бернардино де Саагун, изучавший историю Мексики, собрал знания ацтеков о какао, которое помогало восстанавливать силы, освежать, и успокаивать сердце [Саагун, 2013].

Из Нового Света в Испанию Кортес прибыл в 1528 году. Тогда же он привез какао-бобы, которые быстро завоевали популярность. А когда в середине XVI века ученым монахом Бенцони королю был представлен доклад об улучшении снабжения армии, в котором говорилось о высокой питательной ценности напитка из какао-бобов, места их произрастания и рецептура напитка стали государственной тайной. Источники утверждают, что число казненных за ее разглашение приближалось к сотне человек. Но надолго сохранить секрет шоколада испанцам не удалось. В 1606 году после путешествия флорентинца Франческо Карлетти к берегам Америки у Италии появляется возможность получать какао напрямую из Нового Света. Это позволило итальянским кулинарам организовать шоколадное производство. В крупных итальянских городах, прежде всего в Венеции, стали открываться шоколадные кафе. Путешественники быстро распространили напиток в соседние страны.

В 1615 году испанская принцесса Анна, известная как Анна Австрийская, выходит замуж на французского короля Людовика XIII. Испанские лакомства, включая шоколад, становятся достоянием французского двора, а затем и общественности. *La Mère de Famille,* самая старая шоколадная лавка Парижа, работающая и в настоящее время, была открыта в 1761 году. Накануне революционных событий конца XVIII века в столице Франции насчитывалось около полутысячи шоколадных кафе. Эти заведения были

не менее популярны, чем обычные кофейни.

Чуть позже, чем французы, обладателями знаний приготовления напитка из какао-бобов становятся голландцы, которые смогли выкрасть рецепт или выменять его на что-то у испанских монахов. В начале XVII века после захвата Кюрасао голландские мореплаватели привозят плоды какао в Нидерланды. В 1621 году Голландская Вест-Индская компания, которая импортировала какао из Испании через порт Амстердама, начала продавать небольшие партии контрабандного какао торговцам из других стран. В Голландии были сделаны важные для развития шоколадной отрасли изобретения, позволившие получать плиточный шоколад. На этой ниве особенно прославился Конрад Ван Гутен. Его фирма отличилась не только изобретением пресса, но и настойчивой рекламой, в которой не пренебрегалось ни одной маркетинговой возможностью. В 1865 году некий преступник, осужденный на смертную казнь, за приличную сумму, доставшуюся его родственникам, на глазах у многотысячной толпы перед казнью выкрикнул свое последнее слово: «Пейте какао Ван Гутена!». Естественно, столь эксцентричный поступок способствовал резкому повышению интереса к продукции фирмы. На внешнем рынке она была не менее упорна и оригинальна. Например, для потребителей шоколада в России сотрудники фирмы Ван Гутена подготовили рекламный лозунг: «Какао Ван Гутена – нервы крепки, как канаты». Реклама с таким лозунгом печаталась в журнале «Нива». Но когда обнаружилось, что она не имеет успеха, то экспортируемое в Россию какао Ван Гутена стали снабжать листовками, в которых отражалась попытка сблизить богатых и бедных, утверждая, что первые не смогут найти более качественного продукта, а вторые — более дешевого. Когда российский потребитель оказался глух и к таким убеждениям, фирма Ван Гутена перешла на порошковое какао для детей.

Англичане получают доступ к какао-бобам после того, как в ходе англо-испанской войны (1654–1660) смогли завоевать Ямайку. Вскоре после войны в Лондоне открывается первый «шоколадный дом». Британская империя пыталась укрепляться и за счет распространения культуры шоколада. Английский посол в североамериканских колониях Джон Ханнон совместно с предпринимателем Джеймсом Бейкером создают в 1765 году в Массачусетсе первую американскую шоколадную фабрику. За сто лет производство разрослось до масштабов собственной шоколадной империи, которая могла себе позволить в качестве рекламы использовать одну из самых известных картин, связанных с шоколадом, — «Прекрасную шоколадницу» (фр. *La Belle Chocolatière*, нем. *Das Schokoladenmädchen*), изображающую служанку, которая несет на подносе горячий шоколад. Она была создана в середине 1740-х годов швейцарским живописцем Жаном Этьеном Лиотаром. Портрет шоколадницы экспонировался в Дрезденской галерее, где его увидел Генри Л. Пирс, президент американской фирмы по торговле шоколадом, и в 1862 году американская компания *Baker's Chocolate* приобрела права на использование картины. Есть разные версии, кого именно художник изобразил на полотне. Но для пропаганды американской мечты лучше всего подошла легенда о Золушке в следующем аристократическом варианте: в 1745 году князь Дитрихштейн зашел в венскую кофейню, чтобы попробовать новый шоколадный напиток. Его официанткой оказалась дочь обедневшего дворянина Анна Бальтауф. Князь был покорен ее обаянием, и, несмотря на возражения своей семьи, взял девушку в жены. Картина, заказанная у модного художника, была свадебным подарком молодой княгине, которая на полотне была представлена в костюме официантки. Эту историю рассказывали все буклеты компании *Baker's.* А копия картины находится в доме-музее этой компании в Дорчестере, штат Массачусетс.

«Прекрасная шоколадница» явилась старейшей торговой маркой в Соединенных Штатах и одной из первых в мире. Этот нежный образ соединил в себе множество смыслов и создал основу для распространения представлений о сказочных возможностях, которые реализуются не только благодаря шоколаду, но и вере в американскую мечту. Проблема видится в том, что фактор национальной мечты, который помогает гражданам государства добиваться и персонального, и коллективного успеха, не корректируемый в изменяющихся внутри- и внешнеполитических реалиях, способен вызывать «головокружение от успехов». В итоге не формируется критичность мышления, а, наоборот, укрепляется готовность воспринимать информацию в виде удобных схем. Иногда это выглядит абсурдно. Так, согласно данным опроса, проведенного «Инновационным центром молочных продуктов США» (англ. *Innovation Center for U.S.*), свыше 16 млн американцев (7% всего населения) полагают, что шоколадное молоко получают от коричневых коров. Опрос проводился в 50 штатах среди людей старше 18 лет. Хотя пропорции во всех территориях были примерно одинаковые, оказалось, что на юге Соединенных Штатов уже 10% жителей считают, что шоколадное молоко — продукт жизнедеятельности коричневых коров [Плавская, 2017].

Безусловно, страной, с которой ассоциируется высококачественный шоколад, чаще всего называют Швейцарию. В самом конце XVII века, в 1697 году, шоколадное увлечение проникает туда благодаря бургомистру Цюриха Генриху Эшеру, который привез напиток из Брюсселя. Постепенно из пункта меню праздничных застолий городских гильдий шоколад превращается в важнейший национальный продукт. Этому способствовало расположение страны на пересечении торговых путей, по которым поставлялось шоколадное сырье. Сказывалась непо-

средственная близость к Италии, где к этому времени кондитеры весьма преуспели в приготовлении шоколада.

Что касается России, то шоколад в XVIII веке не выходил за пределы узкого круга знати, а вот в следующем столетии сделался уже очень распространенным, настолько, что статья о шоколаде была включена в Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. С 1891 года редактором химико-технического и фабрично-заводского отдела этого издания становится Дмитрий Иванович Менделеев. Для словаря он написал 54 статьи. Посчитав, что его фамилия в качестве автора упоминается слишком часто, Менделеев заменил ее знаком Δ. Так случилось и со статьей о шоколаде [Менделеев, 1890—1907]. В конце XIX века в России получают популярность красочно оформленные наборы шоколадных конфет. Фабрика товарищества «Эйнем» в 1908 году выпустила десертный шоколад «Золотой ярлык» в изысканной упаковке. Одновременно с этим шоколадом появляется шоколад «Серебряный ярлык». Была развернута активная реклама этих продуктов. Использовались красочные календари и рекламные листовки в виде художественных открыток. Точно так же, как и в европейских странах, в России потребителя убеждали в медицинской пользе какао-порошка. Какао-порошок «Золотой ярлык» приготовлялся из высших сортов какао-бобов, что подтверждали рекламные утверждения о его высоком качестве. «Золотой ярлык» вместе с шоколадом «Аленка», выпущенным уже в советские годы, и сейчас представляют те старые национальные бренды, которые успешно продвигает Россия на внутреннем и внешнем рынках.

В XIX веке в истории шоколада возникает новый геополитический фактор, связанный с зарождением международного туризма. В Швейцарии популярность напитка росла прямо пропорционально росту потока туристов, которым после прогулок по живописным альпийским окрестностям приятно было согреться шоколадным напитком. Неудивительно, что именно в Швейцарии рождаются новые технологии производства продуктов из какао-бобов и появляются торговые марки, до настоящего времени занимающие лидирующие позиции на мировом рынке шоколада. Одной из таких фирм становится *Nestlé S.A.* (*Nestlé Société Anonyme*). Любопытно, что торговые знаки подобных предприятий позволяют отслеживать течение важнейших социальных процессов порой лучше, чем государственная символика. Поскольку фамилия *Nestlé* переводится как «маленькое гнездо», создатель корпорации Анри Нестле стал помещать на своих товарах торговый знак в виде гнезда с птичками, используя для логотипа фамильный герб своей семьи, содержащий изображение гнезда с тремя птенцами и их мамой-птицей. Это в полной мере отражало состав традиционной семьи конца XIX – первой половины XX веков, включавшей родителей и троих детей. Однако по мере падения рождаемости логотип терял связь с реальностью. И в середине XX столетия в «гнезде» торговой марки *Nestlé* осталось всего два птенца.

Мировые потребности в шоколаде постоянно возрастали, а территории возделывания шоколадного дерева были ограничены колониями европейских держав в Южной Америке. В XVII–XIX веках на плантациях широко использовался рабский труд. С начала XIX века плантации шоколадного дерева стали закладывать на черном континенте, во французских колониях Конго и Берега Слоновой Кости (с 1985 года – Кот-д'Ивуар), а также в Азии, в зависимой от нидерландской короны Индонезии. Таким образом, первый период истории распространения шоколада можно с полным правом связывать с колониальной геополитикой. Метрополия выступала потребителем шоколада, а колония — производителем шоколадного сырья. Деколонизация эти связи разорвала. И потребовалось урегулировать отношения на мировом рынке шоколада.

Международная организация по какао (англ. *International cocoa organization, ICCO*) основана в 1973 году. Она призвана контролировать выполнение Международного соглашения по какао (англ. *International Cocoa Agreement*), выработанного в Женеве на Международной конференции по какао, проведенной под эгидой ООН годом ранее. В 2010 году было утверждено уже седьмое по счету Международное соглашение по какао. В специальной статье соглашения, где рассматриваются информация и транспарентность рынка, на Организацию возлагается роль всемирного информационного центра для эффективного сбора, обработки, обмена и распространения информации обо всех факторах, относящихся к какао и какао-продуктам. С этой целью, как отмечается в статье, *ICCO* должна «собирать самую свежую статистическую информацию о мировом производстве, промышленной переработке, потреблении, экспорте, реэкспорте, импорте, ценах и запасах какао и какао-продуктов, а также запрашивать необходимую техническую информацию» [1]. Мы живем в век суррогатов, поэтому участники конференции выразили озабоченность применением заменителей какао, особенно в производстве дешевых сортов шоколада, а также при поставках на новые рынки со слаборазвитой культурой потребления. Например, отмечалась замена дорогого какао-масла, обеспечивающего неповторимый эффект таяния шоколада во рту, дешевыми растительными маслами. Следует учесть, что даже внутри европейского рынка, строго регулируемого регламентами Евросоюза, есть разница в качестве одних и тех же продуктов, сделанных для западноевропейских и восточноевропейских потребителей. Разделение

1 Международное соглашение по какао 2010 год // URL: https://treaties.un.org/doc/source/signature/2010/russian.pdf

территорий потребления шоколада на первый и второй класс было замечено раньше, чем внутри ЕС, и оказалось более разительным. Правда, в данном случае интересы производителей и потребителей поменялись полюсами: представители стран-экспортеров какао выступали за строгие ограничения выпуска эрзац-шоколада, так как снижение дегустационных качеств способствует падению спроса на эту продукцию. А представители потребителей убеждали, что удешевление шоколада, благодаря использованию заменителей какао, соответствует правилам либеральной экономики, где каждый человек сам выбирает качество продукта, согласно собственным доходам. В результате бурных дискуссий участников конференции появилась компромиссная статья «Заменители какао». В ней констатируется факт, что использование заменителей может оказывать негативное воздействие на расширение потребления какао. Отсюда последовал вывод о необходимости отслеживать развитие ситуации с заменителями, в случае необходимости обсуждать ее, принимать соответствующие меры [Сафронов, 2010]. Россия ратифицировала это соглашение в 2015 году.

Членами Международной организации по какао являются 49 государств: 19 стран-экспортеров какао-бобов и 30 стран-импортеров. На страны-участницы приходится свыше 80% мирового производства и 60% мирового потребления какао. Любопытно, что *ICCO* так же, как и Международная организация по кофе, Международная организация по сахару, Международный совет по зерну и ряд других международных органов по сырьевым товарам, объединяют производителей и потребителей[2]. Этим они отличаются от организаций, действующих в сфере углеводородной энергетики: Организации стран-экспортеров нефти (ОПЕК) и Форума стран-экспортеров газа (ФСЭГ). Также в конференциях *ICCO* принимают участие страны, не входящие в Организацию (Китай, Индонезия, Таиланд, Мексика, Куба, ЮАР, Алжир, Марокко), но не крупнейший в мире импортер и потребитель какао, которым являются Соединенные Штаты. Можно провести параллели с выходом США из Парижского соглашения по климату, неучастием в Международном уголовном суде или отсутствием ратификации Конвенции по правам ребенка. Несомненно, важнейшей ценностью американского государства и граждан является свобода, которая включает свободу действий в тех экономических, политических и правовых вопросах, которые представляются особо чувствительными для США, где любые внешние меры, направленные на регулирование международных взаимодействий, могут затронуть национальные интересы. Шоколад попал в их число.

В 2012 году в Кот-д'Ивуаре собралась I Всемирная конференция по какао (англ. *World Cocoa Conference*). В ней участвовали свыше 1200 заинтересованных сторон, которые работают на рынке какао. Они представляли самые разные государства. Столь широкий форум способствовал принятию дорожной карты, освещающей проблемные вопросы на пути к устойчивому развитию мирового какао-сектора. Стремление участников конференции найти ответы на такие вопросы получило отражение в Абиджанской декларации по какао. Проведение конференции в ивуарийской столице, безусловно, было признанием лидерских позиций этой страны в сборе урожая какао (на это государство приходится около трети общемирового урожая). Кот-д'Ивуар ежегодно экспортирует около миллиона тонн какао. Но с геополитической точки зрения интересно, что место организации конференции не было изменено из-за введенных за год до этого санкций. Тогда Совет Безопасности ООН единогласно одобрил резолюцию, в соответствии с которой вводились санкции против Лорана Гбагбо, отказывающегося уходить с поста президента Кот-д'Ивуара и уступить место избранному Алассану Уаттаре. В этом документе содержался призыв к незамедлительному прекращению разрастающегося насилия и обращение ко всем сторонам конфликта уважать волю народа и результаты выборов. Санкции распространялись на импорт ивуарийских какао-бобов. В начале 2011 года мировые цены на какао достигли рекордных отметок на фоне беспорядков в Кот-д'Ивуаре. Тема контроля производства и экспорта какао-бобов была одной из центральных в споре этих политиков. Гбагбо объявил, что государство становится единственным покупателем какао-бобов у производителей, а также берет под контроль экспорт этого продукта, который обеспечивает 20% ВВП Кот-д'Ивуара. Уаттара неоднократно указами накладывал эмбарго на вывоз из страны плодов какао и требовал от крупных мировых компаний соблюдения этих распоряжений. После того, как власть перешла в руки законно избранного президента, эмбарго на порты Абиджан и Сан-Педро, где находятся главные пакгаузы с запасом какао-бобов, были сняты. Главные ивуарийские трейдеры какао *Ivorian Refining Company and the Coffee* и *Cocoa Trade Management Committee* получили от Совета Европы разрешение к беспрепятственной торговле своей продукцией[3]. Этот пример расширяет представления о причинах и характере санкционной политики, показывает, что она может быть достаточно гибкой и эффективной. Однако на практике чаще встречаются варианты жестких и неэффективных санкций, особенно в тех случаях,

2 Комитет по проблемам сырьевых товаров. Шестьдесят девятая сессия. Рим, 28-30 мая 2012 года. Международные органы по сырьевым товарам. Рим: ФАО, 2012. 14 с. // URL:fao.org›docrep/meeting/025/md779r.pdf

3 Кот-д'Ивуар планирует после снятия санкций ЕС начать экспорт какао // http://news.bigmir.net/business/399998

когда они затрагивают продовольственные товары.

В июне 2014 года в Амстердаме состоялась II Всемирная конференция по какао, в мае 2016 года — III-я в Пунта-Кане в Доминиканской Республике, которая является мировым лидером по производству органических какао-бобов. Регулярность проведения международных конференций объясняется актуальностью проблем, обсуждаемых их участниками. В повестку дня входят, в первую очередь, вопросы качества и безопасность продуктов питания. *ICCO* разработала рекомендации по здоровому рациональному питанию с учетом питательных свойств какао и шоколада. Предметом обсуждения становятся задачи охраны окружающей среды, повышения экономической и социальной устойчивости в результате культивирования какао. Сложности определяются тем, что какао является сельскохозяйственной культурой, которую выращивают, в основном, в мелких хозяйствах, на долю которых приходится 90% мирового производства какао. В странах Африки и Азии подавляющее большинство ферм какао-производителей имеет площадь от двух до пяти га земли. На них затруднено применение сельскохозяйственной техники, по-прежнему используется подневольный труд и труд детей. В 2012 году Кот-д'Ивуар обратился к Ирану с просьбой построить в стране тракторосборочную линию для производства сельскохозяйственной техники, которая может облегчить традиционный способ возделывания какао. В Гане правительство ежегодно бесплатно раздает 20 млн саженцев какао местным фермерам [4].

ICCO совместно с Общим фондом для сырьевых товаров и такими международными организациями, как ФАО и ЮНКТАД, разрабатывает и реализует проекты в области повышения качества какао; маркетинга и торговли, в том числе технико-экономическое обоснование общего продвижения потребления какао в России; управления ценовыми рисками, борьбы с вредителями и заболеваниями.

В настоящее время шоколад уже не продают в аптеках как средство для придания сил и бодрости. При этом уверенность в том, что он способствует повышению настроения, носит всеобщий характер. Возможно, поэтому среди многочисленных праздников в мире выделяется Всемирный день шоколада (англ. *International Chocolate Day*), который отмечается 11 июля. Еще есть собственные национальные дни шоколада в разных странах. В мире имеется несколько шоколадных музеев. Но только в российском городе Покров установлен памятник шоколаду, представляющий собой сказочную Фею с шоколадкой в руке. Феи могут исполнять желания, а с шоколадом связаны только самые счастливые мечты. И неважно, это мечты персональные или национальные.

4 Страны-лидеры по производству какао // URL:https://www.kakprosto.ru/kak-877640-strany-lidery-po-proizvodstvu-kakao#ixzz4k37kQdQi

Литература

Ершова Г.Г., Беляев Д.Д. Взбивая пену шоколада. Какао в Древней Америке. М.: Этерна, 2012.

Колева М.С. Шоколад. История любви. М.: Олма Медиа Групп, 2013.

Менделеев Д.И., Борман Ж. Шоколад // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). СПб.: Семеновская Типолитография (И.А. Ефрона), 1890—1907.

Плавская Е. Американцы верят, что шоколадное молоко дают коричневые коровы // Известия. 2017. 17 июня.

Саагун Б. де. Общая история о делах Новой Испании. Книги X—XI: Познания ацтеков в медицине и ботанике / ред. и пер. С. А. Куприенко. К.: Видавець Купрієнко С.А., 2013.

Сафронов С.В. Черному шоколаду – светлое будущее. К итогам Конференции ООН по какао // Независимая газета. 2010. 23 июля.

References

Ershova G.G., Beljaev D.D. Vzbivaja penu shokolada. Kakao v Drevnej Amerike. [Beating up the foam of chocolate. Cocoa in the ancient America.] — M.: Jeterna, 2012. In Russian.

Koleva M.S. Shokolad. Istorija ljubvi. [Chocolate. The history of love.] — M.: Olma Media Grupp, 2013. In Russian.

Mendeleev D.I., Borman Zh. Shokolad [Chocolate.] // Jenciklopedicheskij slovar' Brokgauza i Efrona: v 86 t. (82 t. i 4 dop.). SPb.: Semenovskaja Tipolitografija (I.A. Efrona), 1890—1907. In Russian.

Plavskaja E. Amerikancy verjat, chto shokoladnoe moloko dajut korichnevye korovy [The Americans believe that the chocolate milk is produced by brown cows] // Izvestija. 2017. 17 ijunja. In Russian.

Saagun B. de. Obshhaja istorija o delah Novoj Ispanii. Knigi X—XI: Poznanija astekov v medicine i botanike [General history about the affairs of the New Spain, books X-XI: knowledge of the Aztecs in medicine and botanics.] / Red. i per. S. A. Kuprienko. — K.: Vidavec' Kuprienko S.A., 2013. In Russian.

Safronov S.V. Chernomu shokoladu – svetloe budushhee. K itogam Konferencii OON po kakao [Black chocolate will have the bright future. Summarizing the results of the UN conference dedicated to cocoa.] // Nezavisimaja gazeta. 2010. 23 ijulja.. In Russian.