PROFIHORT MAGAZINE | ISSUE 01

ProfiHort

PROFESSIONAL & PROFITABLE HORTICULTURE

HORT CONNECTIONS:
глобальні тенденції

ASIA FRUIT LOGISTICA
безмежний світ можливостей

In-vitro
розмноження БЕЗ КОРДОНІВ

РИНОК ЧОРНИЦІ
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

РЕМОНТАНТНА СУНИЦЯ
рішення для продовження сезону

ФРУКТИ І ОВОЧІ УКРАЇНИ:

Час якісних ЗМІН

PROFESSIONAL & PROFITABLE HORTICULTURE

ТОВ «ДТК-ТРЕЙДИНГ»

НАДІЙНІСТЬ. ЯКІСТЬ. ПАРТНЕРСТВО.

Компанія ТОВ «ДТК-Трейдинг» спеціалізується на оптовій продажі нафтопродуктів бензовозними, а також З/Д нормами. Співробітництво лише з прямими імпортерами нафтопродуктів: Мажейк'ю Нафта (Литва), Мозирський НПЗ (Білорусія), Петромідія НПЗ (Ромпетрол) – дає гарантію отримання якісного продукту.

НАФТОПРОДУКТИ ГУРТОМ ДЛЯ ВАШОГО БІЗНЕСУ (СТАНДАРТ ЕВРО 5).

(050) 415-68-65, (095) 854-88-48

ЗМІСТ

ProfiHort Magazine - Листопад 2017

HORTI НОВИНИ

07 Семінар Cool Logistics Asia

09 Китай збільшив виробництво броколі на 20%

КОНФЕРЕНЦІЇ

11 Hort Connections: глобальні тенденції, що впливають на галузь

15 Futurpera 2017 – тенденції та перспективи

ВИСТАВКИ

17 Asia Fruit Logistica – безмежний світ можливостей

ІННОВАЦІЇ

20 Харчові чорнила – невидимий друк етикеток на фруктах

21 Cosmic Crisp – нова суперзірка на яблуневому небосхилі штату Вашингтон

МАРКЕТИНГ

25 Харчова промисловість у «стані революції»

27 Торгівля овочами і фруктами 2025 – ідеї, тенденції, перспективи

РИНКИ

35 Огляд глобального ринку торгівлі яблуками і грушами

ЗМІСТ

ProfiHort Magazine - Листопад 2017

РЕЗЮМЕ СПЕЦІАЛІСТА

45 Майбутнє мікроклонального розмноження рослин

ТЕПЛИЧНИЙ БІЗНЕС

49 Philips Lighting – світлодіодне освітлення теплиць

ДОСЛІДЖЕННЯ

51 Прогноз глобальної продовольчої незахищеності

53 USDA виділяє 3 млн $ на пошук нових можливостей

54 Яблука і груші в ЄС – недобір, спричинений заморозками

ОРГАНІКА

61 Рекордний рік для органічного виробництва

ЯГОДИ

64 Ремонтантна суниця – гарне рішення для продовження сезону виробництва

65 Огляд світового ринку чорниці

ПРОФІЛЬ КОМПАНІЇ

72 ABB TRADING – свіжа чорниця круглий рік

ЗБЕРІГАННЯ

77 Технологія Fresh Pod - британський ритейлер рекомендує

СЛОВО РЕДАКТОРА

Знайомтеся – новий путівник у світі плодоовочевого бізнесу – журнал «ProfiHort – Professional and Profitable Horticulture» (Horticulture (англ.) – заняття садівництвом і овочівництвом).

Ідея створення цього інформаційного ресурсу зумовлена необхідністю інформування українських товаровиробників плодоовочевої продукції актуальною – сучасною та інноваційною інформацією, яка даватиме їм можливість виробляти найякісніші продукти відповідно до міжнародних норм безпеки виробництва та маркетингових стандартів, затребуваних на вітчизняному та світових ринках, щоб вони мали можливість безперешкодно поставляти свою продукцію у будь-який куточок світу, щоб бренд «Grown and Processed in Ukraine» сам за себе говорив про якість та визнавався повсюдно.

Шановний читачу, ти напевно трохи шокований обкладинкою нашого першого номера, але ми це зробили навмисно, щоб загострити проблему і звернути увагу виробників на критичній необхідності дотримання правил і норм безпеки виробництва свіжих продуктів, адже це здоров'я наше з тобою, здоров'я дітей і майбутніх поколінь. Неодноразово спостерігалося, як виробники нехтують строками очікування, необхідною регламентованою кількістю днів від застосування препарату до збору, а продукцію відразу збирали та направляли у реалізацію. Коли у нашій країні контроль за цим майже відсутній, то для продукції, яка іде на експорт, це неприпустимо, адже в цивілізованих країнах рівень залишкової кількості хімічних речовин у продукції, що містять засоби захисту рослин, чітко контролюється та є невід'ємною вимогою систем управління безпечністю виробництва харчових продуктів GlobalG.A.P та HACCP.

Із набуттям Україною асоційованого членства в ЄС перед нею відкрилися нові перспективи, хоча сьогодні вони і обмежуються квотами постачання продукції на його ринок, проте з кожним роком експортні обсяги свіжої та переробленої продукції зростають.

Щоб Україні бути успішною, їй не потрібно зациклюватися лише на окремих споживчих ринках, а слід виробити «Стратегію 360°», щоб набути можливість постачання продукції у будь-яку країну світу, без усіляких політичних, економічних та торгівельних перешкод.

Невелика кількість українських підприємств вже постачають свою свіжу та перероблену продукцію на ринки Азії, Близького Сходу та Заходу. Кілька українських підприємств цього року вже були представлені на виставці Fruit Logistica 2017 у Берліні та велика кількість власників і керівників підприємств галузі взяли участь як відвідувачі. У вересні цього року Україна як країна-учасниця була задекларована у виставці Asia Fruit Logistica 2017, яка проходила у вересні в Гонконзі. Це невеликі кроки, але вони свідчать про заявку України, як конкурентоспроможного міжнародного гравця на світовому ринку свіжої та переробленої продукції.

Кластеризація території за спеціалізацією виробництва та створення маркетингово-логістичних центрів для консолідації, прогнозування виробництва та концентрації продукції для створення товарних партій високоякісної продукції, затребуваної внутрішнім та міжнародним трейдингом, – актуальна тенденція організації українського плодоовочевого виробництва.

UFP (Ukrainian Fresh&Frozen Products) — перший кластер з виробництва та переробки (IQF заморозки свіжої продукції), локалізований у Центральній Україні, який охоплює Київську, Черкаську, Вінницьку та Житомирську області та має своє виробництво, переробку, дистрибуцію і логістику, консолідує навколо себе інших виробників регіону для досягнення спільної мети — виробництва якісного продукту й отримання найвищого прибутку. Подібний кластер, це найбільш ліберальна форма кооперіації, де виробників об'єднують загальний інтерес і взаємна вигода.

Іще однією нашою метою, яку ми намагаємося втілити в життя, є створення Ukrainian Fresh Valley (Української Плодоовочевої Долини) — оперативно-консультативного центру галузі, який буде неупереджено забезпечувати її операторів необхідними сучасними знаннями і досвідом про інновації та світові тенденції розвитку галузі для забезпечення оптимального рівня виробництва та достойного конкурування на світових ринках, обговорення її проблем і побудови шляхів їх вирішення, забезпечення вільного доступу до продуктів та послуг. Запрошуємо до співпраці!

З повагою, команда «ProfiHort»!

Видавництво «ProfiHort»

Журнал розповсюджується в електронній формі без обмежень.

Адреса:
вул. Сім'ї Сосніних, 9, м. Київ, 03148 Україна

Телефон:
+380 44 466-66-71
+38 096 907-12-07

profihort@gmail.com

www.profihort.com

Фахівці із логістики втретє зустрінуться у Гонконгу на конференції, яка вперше відбуватиметься протягом трьох днів

COOL LOGISTICS ASIA

СТАРТУВАЛА НА ПОЧАТКУ ВЕРЕСНЯ

Контейнерні перевезення рефрижераторами, логістика для початківців та авіаперевезення стали трьома основними темами, що обговорювалися в рамках нового формату відкритого семінару Cool Logistics Asia.

Семінар Cool Logistics Asia відбулася 6–8 вересня на торговому майданчику виставки Asia Fruit Logistica у Гонконгу. Сесії були представлені фахівцями з логістики з усього світу.

У ній взяли участь Енді Коннелл (Andy Connell) з компанії A-bar-C (колишня Andy Connell) і Альфред Чеун (Alfred Cheung), засновник і директор JC Food Republic, який на другий день роботи семінару (7 вересня) розглянув приховані витрати та непрозорі договірні положення, які можуть призвести до збитків.

Експертну пораду також надали Джонатан Борд (Jonathan Beard), начальник відділу транспорту та логістики Asia at Arcadis, та Рауль Сака, глобальний керівник вантажними перевезеннями бананів і ананасів в Maersk USA. Відкриваючи семінар 6 вересня, Борд та Сака розглянули, як прогнозування попиту та пропозиції контейнерних перевезень стає балансуючим актом.

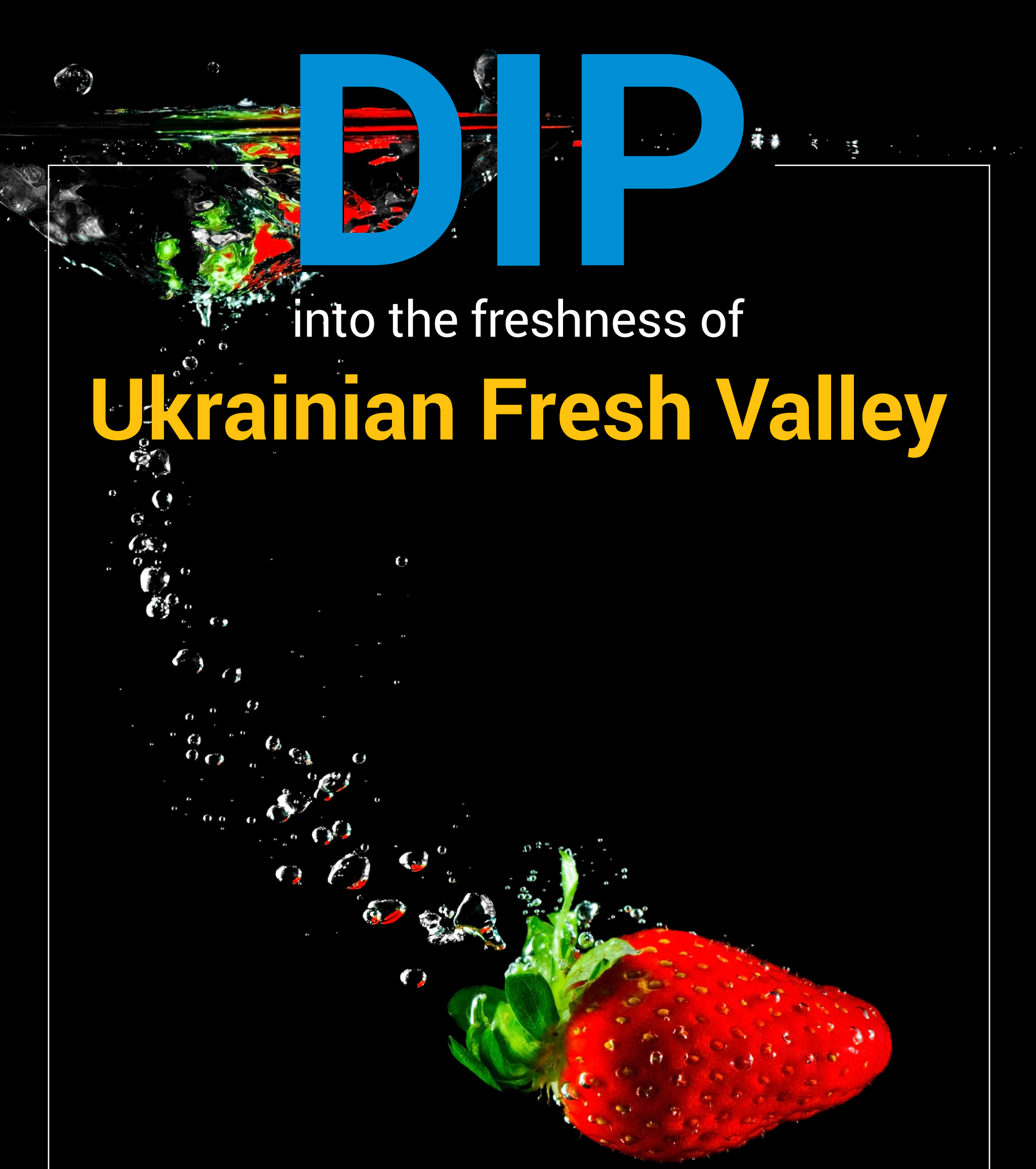
Олівер Х'юсманн (Oliver Huesmann), генеральний директор Fruit Consulting та Frank van Gelder, комерційний директор компанії Adelantex, завершили цю програму, запропонувавши мікс сміливих ідей та твердих пропозицій щодо пристосування авіаперевезень.

Семінар відбувався щодня роботи виставки о 14:00 у залі 5B, із вступним внеском для всіх відвідувачів та експонентів. Сесії очолюватиме Алекс фон Стемпель (Alex von Stempel), керуючий директор компанії Cool Logistics Resources з Великої Британії.

DIP

into the freshness of

Ukrainian Fresh Valley



9 Sim'i Sosninykh str., Kyiv, 03148 Ukraine
вул. Сім'ї Сосніних, 9, м. Київ, 03148 Україна

UKRAINIAN FRESH VALLEY

+380 44 466-66-71, +38 096 907-12-07
ukrainianfreshvalley@gmail.com

КИТАЙ ЗБІЛЬШИВ ВИРОБНИЦТВО БРОКОЛІ НА 20%

Коли справа доходить до ринку замороженого броколі, то, звичайно ж, найпопулярнішими постачальниками цього продукту є Китай, Еквадор, Мексика, Гватемала, Іспанія, Польща та Перу. Іспанія є найбільшим виробником заморожених броколі в ЄС, майже вдвічі збільшивши виробництво за останні 14 років, довівши його до 111 тис. т

Китайське виробництво постійно зростає протягом останніх п'яти років, при цьому, за оцінюванням, зростання становить 20%, що дорівнює половині світового виробництва броколі.

За даними, опублікованими іспанською асоціацією виробників заморожених овочів (ASEVEC) у 2015 році, майже 93% (103 000 тонн) загального обсягу заморо-

жених продуктів було експортовано. Виробництво броколі посідало перше місце у списку заморожених овочів, далі — зеленого горошку (96 000 тонн) перцю (83 300 тонн), кольорової капусти (35 000 тонн) та шпинату (34 000). Коли мова йде про заморожені страви, броколі посідає друге місце, відразу після міксу заморожених продуктів, маючи 13% обсягу частки у загальній сумі.

Заморожені овочі особливо важливі на європейському ринку. Навіть незважаючи на те, що цей сектор зазнає диверсифікації заморожених овочів, традиційними складовими залишаються броколі, зелені боби та горох.

«Відбувається зростання попиту на заморожений броколі приватного бренду, і виробники конкурують за постачання на ринок продукції найвищої якості, а також за відповідність високим вимогам щодо безпеки харчових продуктів. З метою досягнення високих кінцевих результатів для продуктів, призначених на продаж в супермаркетах, виробники замороженого броколі потребують якісного обладнання для заморожування та технологій, здатних зберігати поживні речовини броколі та його природний вигляд», — сказала Саліна Лян (Salina Liang) з компанії Octofrost Group.

ЛАМКІ ОВОЧІ, ТАКІ ЯК БРОКОЛІ, ЛЕГКО ПОШКОДЖУЮТЬСЯ І ПОТРЕБУЮТЬ НІЖНОЇ ОБРОБКИ

Ламкі овочі, такі як броколі, легко пошкоджуються і потребують ніжної обробки. У момент збирання у броколі розпочинається процес дихання, що означає, що продукт відразу починає втрачати воду і виділяти тепло. В подальшому це матиме негативний вплив на харчові цінності броколі. Враховуючи весь час між транспортуванням, контролем якості, обробкою та тим моментом, коли броколі зайде у супермаркет, цілком можливо, що продукт втратить більше половини вихідної кількості мінералів та вітамінів, перш ніж його буде спожито.

«Недостатньо лише продавати заморожені овочі на ринок, пропонувати продукт, який утримує свої поживні речовини, природний вигляд, преміум-якість, але й необхідно дотримуватися безпеки продуктів харчування та принципів чесної торгівлі, що є особливо важливим для європейських споживачів. Головним імпортером заморожених овочів та найбільшими країнами-споживачами, як і раніше, є західноєвропейські країни, але й країни Східної Європи також посилюють цю тенденцією завдяки запуску все більших та стійких компаній», — поділилася Лян.

«Ось чому ми в Octofrost Group рекомендуємо заморожувати IQF на місці. IQF заморожування є найпоширенішим способом заморожування овочів, таких як броколі, з преміальними результатами, тому що продукт буде індивідуально швидко заморожуватися, зберігаючи свою природну форму, колір та текстуру. Завдяки IQF замороженню на місці переробники зможуть отримати високоякісні IQF броколі, які продаватимуть за високою ціною».

КОНФЕРЕНЦІЯ HORT CONNECTIONS:

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ГАЛУЗЬ

Звички споживачів, які здійснюють покупки по всьому світу, значно впливають на функціонування усього ланцюга виробництва. Це було повідомлення від трьох провідних світових компаній, які виступили на прес-конференції Hort Connections яка нещодавно відбулася в Аделаїді

Міхаель Франкс (Michael Franks) представник новозеландської компанії Сіка (Seeka), говорить, що мігранти, які приїздять до його країни, приносять їм велику кількість знань і досвіду. Він розповів на конференції про 71 000 нових жителів (мігрантів), які прибули нещодавно до його країни, більшість з яких — з Азії, де міста щільніші, ніж у Новій Зеландії. За його словами, з постійним розширенням основних житлових центрів, місцеві споживачі змінюють спосіб покупок продовольчих товарів, а отже, виробники, оптовики та роздрібні торговці також мають адаптуватися.

Michael Franks

John Oxford

«В Японії є мікроунівермаги, розташовані на відстані пішої прогулянки від більшості супермаркетів, — говорить пан Франкс. — Товари у цих мікроунівермагах відновлюються від шести до восьми разів на день безпосередньо з фургона. Цей фургон ніколи не отримує замовлення безпосередньо з магазину. Просто система настільки налагоджена, що аналітики дивляться на те, що продано, коли і за яку ціну товар було продано, і вони автоматично відновлюють товар у цьому магазині безпосередньо з фургона, незабаром, як відбудеться наступна покупка, або відразу після неї».

«Якщо ви хочете придбати свою продукцію через Інтернет, ви звертаєтеся до певного магазину. Наприклад, якщо ви хочете придбати ківі, ви зв'язуєтеся з онлайн-трейдером, який продає такий продукт, й купуєте його, і він невдовзі буде доставлений у мікроунівермаг, який знаходиться на тій самій вулиці, неподалік від будинку, в якому ви мешкаєте. Це одна з нових демографічних тенденцій, які змінюють нас».

Також на конференції виступив Джон Оксфорд (John Oxford) з компанії ЛендМ Компаніес (L&M Companies), який також відзначив зростання мікропостачання в Північній Америці, додавши, що коли люди переміщуються в невеликі квартири в переповнених містах, кількість холодильників стає дедалі меншою, тому споживачі частіше відвідують невеликі магазини, аніж традиційні магазини «один раз на тиждень». Але продажі через Інтернеті, як він стверджує, найближчим часом продемонструють найбільше зростання.

«У США Nielsen (The Nielsen Company) прогнозує, що в 2025 році Інтернет-магазини продуктів харчування можуть становити 20 відсотків, тобто 100 мільярдів доларів у річному споживанні, — зазначив пан Оксфорд. — Але де це приносить користь?» За повідомленнями Rabobank (Рабобанк), свіжі фрукти та овочі швидко стають найбільш рентабельним та швидко зростаючим сегментом інтернет-магазинів».

L&M з нетерпінням чекає, щоб побачити, як битва супермаркетів у Сполучених Штатах нарешті скінчиться. Європейський супермаркет Lidl виходить на американський ринок у прямій конкуренції з Aldi, і очікує, що до 2018 року матиме 100 мага-

Peter McPherson

зинів. Пан Оксфорд каже, що вони зосереджують свою увагу на досягненні найдальшого сегменту ланцюга споживчого ринку, ніж у Європі. Але це будуть не лише перегони з іншими двома американськими компаніями, такими як Wegmans і Publix, які обрали для себе подібну стратегію та також додаватимуть конкуренцію, особливо в штаті Північна Кароліна.

«Кожен справді збирається конкурувати за споживача, що, на мою думку, а для споживача особливо — дійсно чудова річ, але, як виробник, я трохи стурбований тим, що цінова конкуренція буде поза увагою, — зазначив пан Оксфорд. — Нам ще залишається з'ясувати, чи це означає збільшення споживання нашої продукції, і чи буде все успішним, а це покаже лише час».

Хоча для інших компаній нові світові ринки та можливості за межами внутрішнього ринку стануть ключем до розширення та економічного зростання. Доводить це одна компанія — Коста Груп (Costa Group), яка вже має потужну генетичну основу в Марокко та Китаї щодо виробництва чорниці. Генеральний менеджер компанії Peter McPherson (Пітер МакФерсон) на конференції заявив, що одним із головних факторів успіху компанії є те, що їхня діяльність «керована ринком»; так що замість того, щоб зростати з надією на збільшення продажів, вони спочатку дослідили свій ринок.

Компанія Коста має ліцензії з виробниками третіх сторін у Чилі, Перу, Мексиці, Іспанії, Португалії та обох сторін Сполучених Штатів. Вона також має спільні підприємства в Марокко та Китаї, сподіваючись ще на одну в Африці. Пан Макферсон каже, що місце розташування його компанії означає, що Європа є домінантною.

«Наші ягоди в Європі поставляють через Інтернет раніше, аніж починає пропонувати Іспанія, і якість, відповідність та преміум-вигляд, виходячи із нашої генетики, є неперевершеними, — сказав він. — Європа спала, коли йдеться про споживання чорниці, але тепер вона прокидається. Початок нашого сезону на шість тижнів випереджає основну площу іспанського району, і ми думаємо, що зможемо пришвидшити його, розмістивши виробництво у Східній Африці, час транспортування із якої ста-

«НАШІ ЯГОДИ В ЄВРОПІ ПОСТАВЛЯЮТЬ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ РАНІШЕ, АНІЖ ПОЧИНАЄ ПРОПОНУВАТИ ІСПАНІЯ, І ЯКІСТЬ, ВІДПОВІДНІСТЬ ТА ПРЕМІУМ-ВИГЛЯД, ВИХОДЯЧИ ІЗ НАШОЇ ГЕНЕТИКИ, Є НЕПЕРЕВЕРШЕНИМИ»

новить дві доби до Європи, дві з половиною — до Великої Британії і три — до Росії, що є ідеальним».

Логістика в Європу була одним з ключових факторів партнерства з Марокко, і через три роки Коста прогнозує, що матиме понад 500 гектар чорниці, а в майбутніх планах — постачати понад 15 000 тонн в сезон з січня по червень. У Китаї це так само виглядає багатообіцяючим. Сьогодні сюди імпортується 25-30 відсотків чорниці з Чилі та Перу, а також є ягоди місцевого виробництва, і пан Макферсон прогнозує значне зростання, заявивши, що до 2023 року вони планують мати понад 1000 гектарів цієї культури. Але він каже, що за одну ніч його компанія не зможе досягти таких результатів, а необхідно наполегливо працювати.

«Ви маєте утримувати критичну масу за собою, і все пропускати через призму R&D (дослідження і впровадження у виробництво), — сказав пан Макферсон. — Є багато людей, які хочуть щороку впроваджувати нові сорти у виробництво лише заради власної примхи, і немає жодних доказів, що із цим щось зміниться, а це шкодить репутації кожному в галузі, так що необхідно слідкувати за тим, щоб те, що ви пропонуєте зростаючому суспільству відповідало його очікуванням».

Ще одна тенденція, яку відзначає Сікка, — все більшає гонитва за новим ліцензуванням для сортів. Відомо, що останній тендер на право вирощування продукту Zespri SunGold становила 254 000 доларів США за один гектар, за рахунок чого компанія отримала 98 млн доларів. Пан Франкс каже, що його компанія мала вжити заходів для збереження справедливої частки вартості продукції, що поставляється на ринок.

«Проблема, яку ви маєте як виробник, — це те, що ви ризикуєте, — сказав він. – Вам дають сорт, і ви висаджуєте його в сад, але берете при цьому на себе ризик: від вас хочуть отримати відсоток від продажів вирощеної продукції. Ми зазвичай не беремо на себе подібних зобов'язань. Що ми робимо, то це укладаємо угоду з власником сорту, яка говорить, що, якщо ми не заробимо грошей, то ми не платимо йому нічого».

FUTURPERA 2017
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Світове споживання груші та порівняння з провідними країнами-виробниками; більше інформації про інновації у технологіях виробництва — деякі теми, які обговорюватимуться на двох семінарах, які відбудуться 16 і 17 листопада під час конференції FuturPera, організованої спільно з CSO (Centro Servizi Ortofrutticoli) в Феррарі, Італія

РНМ // Які тенденції на ринку груші і що ми маємо очікувати впродовж наступних кількох місяців?

«Глобальний імпорт груші збільшується, дані свідчать про зростання від 2,2 до 2,6 млн тонн», — пояснює директор CSO Еліса Маччі (Elisa Macchi).

«В Італії зростає споживання груші, і після багатьох років (2000–2013 рр.), коли сімейні закупівлі знизилися більш ніж на 30%, обсяг зростає на 29% за 2013–2016 рр., що вказує на відновлення частини втраченого споживання. За перші чотири місяці 2017 року її закупівлі зросли на 5% порівняно з попереднім роком».

РНМ // Які країни мають найбільший потенціал для споживання груші на даний момент?

«Найбільшими імпортерами залишаються Росія, Німеччина, Велика Британія та Франція, але попит на іноземну продукцію зростає і в інших країнах, таких як Бразилія, Індонезія, Мексика, Китай, В'єтнам, Об'єднані Арабські Емірати».

Що стосується яблучного сектора, то Польща є провідним виробником. Ми запитали директора CSO, чи є шанс, що вона розпочне виробляти груші в майбутньому? «На сьогодні не спостерігається, що Польща зацікавлена у розвитку грушевого сектора. Країна випускає в середньому 60 000 тонн груш з піками у 80 000 т. Країни-конкуренти для Італії — Бельгія (яка за останні кілька років досягла 380 тисяч тонн в середньому за роки), Нідерланди (з потенціалом 350 тисяч тонн) та Португалія. Всі ці країни також є зацікавленими експортерами».

ГЛОБАЛЬНИЙ ІМПОРТ ГРУШІ ЗБІЛЬШУЄТЬСЯ, ДАНІ СВІДЧАТЬ ПРО ЗРОСТАННЯ ВІД 2,2 ДО 2,6 МЛН ТОНН

РНМ // Чи є місце для клубних сортів в грушевій галузі?

«На відміну від яблук, сортів із лейблом «клубна груша» небагато. Найбільш популярним є Angelys, зростає інтерес до Falstaff, але це ще рано прогнозувати».

«Італія зосереджує свою увагу на Абаті, яку переважно вирощують у регіоні Емілія-Романья, хоча він не є «клубним сортом», а має великий потенціал через концентроване виробництво. Якби існувала його реальна агрегація, він міг би стати «клубним сортом» із великим потенціалом».

Що стосується російських санкцій, то Маччі зазначає, що: «Росія була одним з головних споживачів європейських груш, тому, звичайно, це вплинуло на ринок. Росія використовувала понад 40% експорту Бельгії. Після заборони бельгійську продукцію переважно направляли в Іспанію, Францію, Чехію, Німеччину, Польщу та інші віддалені напрямки. 15% голландського експорту груші надходив до Росії, який тепер спрямований на Велику Британію, Польщу. Іспанія направляла майже 10% експорту груші до Росії, але після заборони вона зосередилася на таких ринках, як Марокко, Бразилія, Саудівська Аравія та Ізраїль. Португалія, яка раніше доставляла 5% загального обсягу експорту до Росії, змінила постачання цього об'єму на Бразилію, Іспанію та Німеччину».

РНМ // Чи зможуть європейські груші дістатися віддалених ринків?

«Звичайно, є країни, які можуть оцінити якість нашого виробництва, але існують фітосанітарні бар'єри».

«Ми сьогодні працюємо в напрямку Китаю, який є однією з провідних країн-виробників груші, але переважно зосереджений на виробництві плодів груші Наші, дуже відмінних від наших. Також ми працюємо в напрямку Південної Африки, В'єтнаму, Тайваню та Мексики».

БЕЗМЕЖНИЙ СВІТ МОЖЛИВОСТЕЙ НА ASIA FRUIT LOGISTICA

Із 700 учасниками із більш ніж 40 країн – провідна виставка з виробництва свіжої продукції на Азійському континенті стала глобальним святом продуктів та послуг

Гонконг/Берлін, 25 липня 2017 року — відвідувачі виставки ASIA FRUIT LOGISTICA 2017 отримали багатий спектр глобальних пропозицій, коли вона відкрила свої двері 6-8 вересня у Гонконгу.

Понад 730 учасників з більш ніж 40 різних країн продемонстрували свою продукцію та послуги на прем'єрній виставці свіжих овочів і фруктів в Азії, що проходила у AsiaWorld-Expo Center.

П'ять країн вперше виставлялися на ASIA FRUIT LOGISTICA, зокрема Коста-Ріка, Фінляндія, Йорданія, Україна та Узбекистан.

Провідні компанії, що охоплюють весь ланцюжок постачань свіжих продуктів, також продемонстрували свою дебютну участь як експоненти. Серед перших експонентів — багатонаціональна компанія Chiquita, портовий оператор Hutchison Ports і провайдер електронної комер-

ції MissFresh, який спеціалізується на постачанні свіжої продукції, що знаходиться у місті Beijing (Китай).

Близько 23 національних павільйонів були представлені в ASIA FRUIT LOGISTICA, і багато країн-експонентів продемонстрували свою присутність на виставці цього року.

Південна Африка збільшила свої замовлення на виставковий простір на 150 відсотків порівняно з минулим роком та розширила свій національний павільйон на 200 відсотків. Корея також продемонструвала прогрес, замовлення якої на виставкові площі зросли більш ніж на 70 відсотків, тоді як Німеччина, Японія, Тайвань і Чилі зареєстрували збільшення більш ніж на 50 відсотків.

Відвідувачі ASIA FRUIT LOGISTICA знайшли безліч нових продуктів та послуг на виставці цього року.

Насіннєва компанія Tokita Seeds вперше виставила свій суперсолодкий японський гарбуз сорту Shogun Sweet, Polskie Jagody (Польська Ягідна Виробнича група) запускають преміум-лінію крупної чорниці (діаметром понад 18 мм) під своїм брендом «Berry Good», а Західно-Австралійський виробник-експортер дині Capogreco Farms представив два нових сорти.

Багато продуктів з доданою вартістю були представлені на виставці. Китайська компанія-експонент Yumsun представила низку нових роздрібних упако-

вок та картонних конструкцій, тоді як ThaiFarmFresh, яка використовує технологію пакування, що дозволяє вибирати та переробляти фрукти з терміном зберігання до 15 днів представила новий свіжий плід дуріану.

Із розряду інноваційних технологій, компанія FGE Korea представила те, що вона називає «абсолютною системою стерилізації» для свіжої харчової промисловості, розробленою з використанням комбінації двох екологічно чистих рішень, системи очищення повітря Airocide (виробництва США) та санітарного генератора NaOClean (виробництва Кореї).

Представник Нової Зеландії, компанія Compac, яка вперше виставила своїм новим власником компанією Tomra, представила оптичну сортувальну платформу Spectrim, зокрема оновлення до версії 2 з підвищеною функціональністю для сортування цитрусових. Контейнерний перевізник, міжнародна компанія Maersk сприяла комерційному запуску свого віддаленого контейнерного управління (RCM), системи, яка забезпечує видимість місця розташування холодильного контейнера та атмосферних умов всередині нього під час подорожі.

Майже 11 000 покупців вищої ланки та професіоналів торгівлі з більш ніж 70 країн візьмуть участь в ASIA FRUIT LOGISTICA.

Бізнес-тиждень ASIA FRUIT LOGISTICA пройшов в ASIAFRUIT CONGRESS, Азійська прем'єр-конференція з виробництва свіжої продукції відбулася за день до виставки у вівторок, 5 вересня. Ознайомитися з програмою конференції та тематикою виступів спікерів можна на сайті конференції www.asiafruitcongress.com

На шоу-майданчику ASIA FRUIT LOGISTICA відвідувачі змогли взяти участь у цьому році у двох форумах. ASIAFRUIT BUSINESS FORUM пропонував щоденні семінари з практичними ідеями та рішеннями для кращого маркетингу свіжих продуктів. Водночас другий форум звернув увагу на світи інновацій та логістичного обслуговування: SMART HORTICULTURE ASIA відбувався щоранку, а COOL LOGISTICS ASIA кожен день. Для повного огляду програми «Форум Холу» відвідайте: http://www.asiafruitlogistica.com/Visitors/Events

Запити щодо ASIA FRUIT LOGISTICA приймаються на електронну пошту:
tickets@gp-events.com

ASIA FRUIT LOGISTICA
6-8 Серпня 2017, Hong Kong, AsiaWorld-Expo
International Trade Fair for Fruit and Vegetable Marketing in Asia

ХАРЧОВІ ЧОРНИЛА ДОЗВОЛЯЮТЬ НЕВИДИМИЙ ДРУК ЕТИКЕТОК НА ФРУКТАХ

Австралійська компанія, розробник нової цифрової технології Digital Ink Technologies, використовує нові невидимі та видимі чорнила на основі POLYTRUST та пропонує унікальний спосіб маркування фруктів та овочів

Чорнила дозволяють принтерам компанії використовувати полімерні термічні струменеві технології, які наносять друк безпосередньо на фрукти та овочі і їх не можна легко змити.

У березні компанія Auspack запустила серійне виробництво подібних чорнил, які дозволяють виробникам або оптовим виробникам робити маркування на продуктах харчовими чорнилами, сертифікованими за системою HACCP, яке може бути невидимим або видимим для споживача.

«Варто сказати, що витрати на маркування «ТЕРМІН ПРИДАТНОСТІ та «ДАТА ЗБОРУ» або навіть «ЛОГОТИП» для тих, хто вирощує продукцію, на окремих фруктах, таких як яблука, апельсини, кісточкові плоди або ківі, дуже низькі», — говорять представники компанії-розробника.

Компанія сподівається, що технологія означатиме нову продукцію для клієнтів, оскільки кожен окремий фрукт може мати власну дату, щоб продемонструвати для споживачів свіжість.

НОВА СУПЕР ЗІРКА

НА ЯБЛУЧНОМУ НЕБОСХИЛІ ШТАТУ ВАШИНГТОН

'Cosmic Crisp' має усі атрибути суперзірки і шанс замінити 'Red Delicious' та інші сорти, популярність яких помітна в останні роки

Яблучна індустрія штату Вашингтон перезавантажує спосіб ведення бізнесу. Вона інвестує сотні мільйонів доларів у радикально нову, відмінну від колишніх стратегію впровадження нового сорту яблуні — 'Cosmic Crisp'. Гібрид сортів 'Enterprise' і 'Honeycrisp' — 'Cosmic Crisp' легше вирощувати і зберігати, ніж більшість інших сортів. Найголовніше — цільові групи споживачів високо оцінили його за смаком і текстурою.

Дегустація яблук Honeycrisp (зліва), Jazz, Gala, Red Delicious та Cosmic Crisp. (Dan Charles/NPR)

Сорти яблуні, зазвичай, потребують великого періоду часу, перш ніж їх поширення досягає критичної маси. Впровадження Cosmic Crisp змінить цей процес, як

Робітники висаджують саджанці Cosmic Crisp у саду McDougall and Sons, біля Wenatchee, Wash. (Dan Charles/NPR)

Роялті від реалізації 'Cosmic Crisp'™

Bruce Barritt, селекціонер яблуні на пенсії (Dan Charles/NPR)

прискорене перемотування вперед відеозапису. Цієї весни близько 50 обраних виробників зі штату Вашингтон посадили 630 000 дерев сорту 'Cosmic Crisp'. У найближчі два роки в землю увійде загалом близько 10 мільйонів саджанців цього сорту.

Людина, яка має авторський патент на сорт Cosmic Crisp, — Брюс Баррітт (Bruce Barritt), проїхав п'ять годин машиною з Канади, щоб побачити, як садять ці дерева в землю. Баррітту зараз 74 роки. Він фотографує недавно посаджені дерева, як гордий батько. «Вони мої діти», — говорить він.

Два десятиліття тому, коли Баррітт працював в університеті штату Вашингтон, він переконав університет і яблучну промисловість штату спрямувати фінанси на створення нових і смачніших сортів яблук.

«Ми знали, що пройде близько 20 років, перш ніж у нас буде щось важливе, якщо нам пощастить!» — він говорить.

Патентовласник Bruce Barritt біля материнської рослини Cosmic Crisp, яка була результатом селекційної програми у Washington State University у 1990-х. (Photo by Dan Charles, NPR.)

Баррітт створив дерево під назвою WA 38 — тепер забрендоване як Cosmic Crisp — з тисячі сіянців, які він виростив, перехресно запилюючи квітки материнських дерев. За його словами, Cosmic Crisp зберігає свій смак краще, ніж будь-який інший сорт протягом місяців зберігання. «Хрускіт, соковитість, кислотність, цукор — все, що поєднується, на такому рівні, просто не існує ні в якому іншому сорті», — говорить він.

Він не пам'ятає того дня в 1997 році, коли скуштував яблуко з дерева, яке позначалося як WA 38. Але воно, мабуть, справило гарне враження, тому що він і його колеги тримали його.

Воно все ще там, в дослідницькому саду біля Веначі. Велика частина саду заповнена рядами молодих саженців, новітніми селекційними зразками селекції WSU. В дальньому кінці саду, однак, росте оригінальна рослина WA 38 «материнське дерево».

Кожне з мільйонів дерев Cosmic Crisp, що ростуть в садах і розсадниках, є клоном цього дерева.

Ключову роль в старті компанії Cosmic Crisp відграють розсадники, такі як Willow Drive Nursery, в місті Ефрата, штат Вашингтон. Вони відтворюють цей сорт у величезних масштабах, вирощуючи саджанці з кожної бруньки, яка утворюється на існуючих деревах в їх «маточно-живцевому саду». Щоосені розсадники викопують ці маленькі дерева і переносять їх в холодильники, готові до посадки в сад наступної весни.

У 2019 р. Cosmic Crisp представить свій комерційний дебют з 200 тис. 40-фунтових ящиків. Після

Саджанці Cosmic Crisp готові до висаджування у розсаднику Willow Drive Nursery у Ephrata, Wash. (Dan Charles/NPR)

цього, в наступному сезоні очікується 1,9 мільйона ящиків; 5 мільйонів — у 2021 році і 9 мільйонів — у 2022 році, що стане найшвидшим зростанням на ринку нового сорту яблуні в історії.

Як результат, лідери галузі сподіваються щороку продавати 30 мільйонів ящиків або більше.

Головне питання, яке залишається, — це ціна. Передбачається, що споживачі будуть готові заплатити преміальну ціну, аналогічну тій, яку вони платять за Honeycrisp, тоді нове яблуко стане успішним. Але навіть за нижчими цінами Cosmic Crisp стане благом для галузі.

Cosmic Crisp відрізняється тим, що його розробили селекціонери Університету Штату Вашингтон (Washington State University), що дозволяє WSU і яблучній індустрії штату зберігати контроль над ним і роялті, які він генерує.

Роялті-ціна становить один долар США за кожний проданий саджанець і 4,75 % від ціни кожного ящика, який продається більш ніж на 20 доларів. Одна п'ята частина роялті йтиме на комерціалізацію і просування сорту.

Найголовніше, половина роялті йтиме на селекційні програми WSU, до того ж більша частина їх піде на селекцію яблуні. Частина, що залишилася від роялті, буде передана в комерційний відділ WSU, Коледж сільськогосподарських наук та природних ресурсів і селекціонерам.

Ці інвестиції, в свою чергу, створять більшу базу для розробки нових сортів яблуні в майбутньому.

Ми сподіваємося, що Cosmic Crisp стане гучним успіхом, але наша надія полягає в тому, що у подальшому успіх надасть ресурси, які дозволять вченим-селекціонерам WSU розробляти важливі нові сорти яблуні та інших культур.

Штат Вашингтон найняв приватну компанію для комерційного запуску нового яблука. Вони назвали його Cosmic Crisp, тому що жовті «веснушки» нагадали комусь про зірки у небі. Photo by Bruce Baritt. Стаття Northwest Public Radio (NPR)

Один з лідерів яблучної галузі сказав, що Cosmic Crisp може допомогти Вашингтону стати «Силіконовою долиною селекції яблуні».

Це смілива заява, але цілком досяжна.

Стаття від Capital Press

ХАРЧОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ У «СТАНІ РЕВОЛЮЦІЇ»

Джоан Денні-Фінч (Joanne Denney-Finch), IGD, розповідає Food & Grocery Australia 2017, що сьогодні харчова галузь є більш складною, аніж будь-коли

Світова харчова промисловість перебуває в стані революції, що є більш складним завданням, ніж будь-коли раніше, для роздрібних торговців та виробників, які залишаються на крок попереду зміни потреб покупців.

Це було вироком, за словами Джоан Денні-Фінч, генерального директора міжнародної дослідницької харчової організації IGD, яка виступила з основною промовою на Food & Grocery Australia 2017 — форумі, що відбувся нещодавно.

«Ця революція полягає в тому, які продукти продаються, як вони продаються і виготовляються, як покупці вибирають і що суспільство очікує від бізнесу», — сказала вона делегатам. «Це зумовлено технологіями, соціальними та культурними змінами та економікою разом взятими. Покупці та технології рухаються так швидко, що багато компаній прагнуть бути лише на один крок попереду».

«Однак ці швидкі темпи змін також свідчать про колосальні можливості для промисловості, — про-

“СВІТОВА ХАРЧОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ МАЄ БУТИ СМІЛИВІШОЮ, БРАТИ НА СЕБЕ БІЛЬШІ, АЛЕ ДОБРЕ РОЗРАХОВАНІ РИЗИКИ І НАВЧИТИСЯ БУТИ ГНУЧКІШОЮ”

довжила Денні-Фінч. — У майбутньому покупці матимуть величезний вибір у тому, де і як купувати їжу. Ми будемо більш спонтанними, але також краще плануватимемо. Ми будемо експериментальними, бажатимемо нових продуктів та досвіду. Але ми також купуватимемо багато традиційних продуктів, до яких ми вже звикли. Ми будемо більше свідомими щодо здоров’я, і ми будемо також озброєні нескінченною інформацією про виробників, продукти яких ми купуємо».

«З позиції роздрібної торгівлі, акція зосереджена на трьох великих фронтах: їжа на ходу — проти готування в домашніх умовах; он-лайн покупки — проти фізичних покупок та великі проти невеликих магазинів. В Австралії ми бачимо, що ринок реструктуризується з трьома «As» — Aldi, Amazon та Alibaba — глобальними силами, які слід враховувати.

Денні-Фінч прогнозує, що великі магазини в усьому світі будуть більш надихаючими та менш консервативними, пропонуватимуть більше свіжої їжі та нових продуктів, які можна буде спробувати на смак, вчитимуть готувати, а також додає, що роздрібні торговці надзвичайно важко працюватимуть, щоб диференціювати свій стиль продаж.

«Майбутнє буде принципово іншим, і покупці будуть його частиною, з великим вибором, зручністю та цінністю, — наголосила вона. – Роздрібні продавці та виробники пройдуть суворе випробування, але найкращі будуть дійсно процвітати. Працівники у всьому світі знають, що зараз час бути сміливим, і тому виробникам і постачальникам також потрібно бути сміливими».

Щоб допомогти виробникам та постачальникам підготуватися до різноманітних змін майбутнього, Денні-Фінч назвала п’ять ключових принципів, зокрема необхідність постійно зосереджуватися на змінах потреб покупців, приділяти більше уваги технологіям, знаходити спільну мову з роздрібними торговцями, приймати звичайні і надзвичайні рішення, і забезпечити роботу з якісними фахівцями.

«Світова харчова промисловість має бути сміливішою, брати на себе більші, але добре розраховані ризики і навчитися бути гнучкішою, — підсумувала вона. – Управляти в спокійний час – це добре, але те, що справді сповнює енергією, — це досягнення результатів під час турбулентності. Ніколи не було часу для більших можливостей. Ловіть момент, станьте першопрохідцем і формуйте майбутнє».

ІДЕЇ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

ТОРГІВЛЯ ОВОЧАМИ І ФРУКТАМИ 2025

Під час підготовки цього звіту щодо тенденцій було опитано міжнародних експертів всього виробничо-збутового ланцюжка. Виходячи з цього, ми змогли визначити найбільш руйнівні фактори з позиції сектору. Досвід відомого швейцарського дослідного інституту Готліба Даттвейлера дав змогу окреслити найбільш важливі напрями діяльності

ЧАСТИНА 1

Цей звіт щодо тенденцій дозволить передбачити ключові проблеми, що впливають на торгівлю, і привернути увагу до них зацікавлених осіб і осіб, які приймають рішення, що допоможе оперативно відповісти на запитання, що стосуються вашого бізнесу:

Які серйозні зміни очікують міжнародних експертів у секторі свіжих продуктів? Які питання ми вирішуватимемо через десять років? Які інновації чекають наші клієнти? Результати опитування представлено до 25-річчя FRUIT LOGISTICA (8-10 лютого 2017 року) і постійно обговорюватимуться у нашій діяль-

ності в засобах масової інформації впродовж року. Дякуємо усім клієнтам і партнерам в секторі свіжих продуктів, які керували FRUIT LOGISTICA протягом останніх 25 років і зробили її найважливішою платформою в секторі свіжих фруктів.

Як FRUIT LOGISTICA, ми постійно прагнемо до інтенсивного обміну інформацією про майбутні перспективи сектору з вами — фермерами, торговцями, технічними фахівцями, спеціалістами з логістики, роздрібними торговцями і постачальниками послуг. Ми з нетерпінням чекаємо ваших поглядів на цю роботу і залишимося з найкращими побажаннями,

Ваша команда FRUIT LOGISTICA

Коли виробництво продовольства все більшою мірою орієнтується на ефективність і прибутковість та стає високотехнологічною галуззю, споживачі все більше прагнуть справжності та прозорості у виробництві і споживанні продуктів харчування. Однак ланцюжок створення вартості в останні роки стає все більш складним і незрозумілим. З погляду

споживачів харчова промисловість нагадує чорний ящик. Крім того, непоодинокі скандали підірвали довіру до виробників. Споживачі стали більш критичними і очікують більшої простоти і справжності. Очікується, що їжа, як і раніше, буде смачною, що діятиме як хороший фактор. Зрештою, споживачі керуються інтуїцією, а також звертають увагу на зовнішній вигляд і смак, коли справа доходить до вибору їжі. Місцеві традиції та культура споживання їжі сьогодні більш популярні, ніж будь-коли, і люди надають перевагу їжі, із якою вони знайомі.

В останні роки «несправедливі» умови виробництва продуктів харчування і нестійкі методи виробництва все частіше піддаються критиці. Як результат, регіональні продукти харчування та продукти з ярмарки та органічного виробництва набирають все більшої популярності, що є зворотною тенденцією до глобалізації у виробництві продуктів харчування. І споживачі готові «покласти руки до кишень», якщо ці критерії не будуть задоволені.

Водночас у глобальному масштабі спостерігаються кардинальні зміни. Азія, наприклад, стає все більш цікавим експортним ринком. Виникає середній клас Китаю, а урбанізація розвивається швидкими темпами. Довгострокова «політика однієї дитини» у сукупності зі збільшенням кількості клієнтів призвела до високого рівня готовності платити за продукцію найвищої якості для наступного покоління. Сильніший попит у поєднанні з більш високим рівнем цін означає, що багато виробників тепер продають в Азію, а не в Європу. Як результат торгові канали для свіжих фруктів також змінюють напрямок, від Європи з її тенденцією до зниження споживання до азіатських зростаючих ринків.

Крім того, споживачі більше не реагують на дії великих дистриб'юторів, а фермери демонструють прозорість і стійкість в ланцюжку створення дода-

ної вартості. Такі нішеві явища чинять тиск на ринок, оскільки створюють новий спосіб життя для все більш зайнятих міських жителів. Урбанізоване виробництво — це романтичні ніші, які можуть бути організовані ще краще, якщо їх підтримуватимуть високі технології.

Соціальні вимоги, щоб отримати максимальну віддачу від життя, збільшують тиск на особисту ефективність. Отже, виробництво вимагає детального планування, координації та високого рівня мобільності. Оскільки повсякденне життя стає все більш складним, споживачі шукають спрощення та оптимізації. За підтримки нових технологій персональна організація стає легшою. Цифрові технології вже зробили революцію в цілих галузях промисловості. Сьогодні вони також стають важливим фактором в харчовій промисловості. Щотижневе відвідування великого супермаркету можна замінити зручним варіантом доставки продуктів харчування безпосередньо до будинку. Прагнення досягнення ефекту укупі з бажанням підтримання здоров'я і дотримання збалансованої дієти також охоплює доступність придбання швидких та поживних страв на винос, а також можливість купувати продукти в невеликих кількостях на ходу. Тоді як онлайн-купівля сьогодні становить лише невелику частку закупівель продуктів харчування, тим не менш вона швидко набирає обертів. І це зростання іноді зумовлене новими гравцями з суто цифровими бізнес-моделями та цифровими платформами. Від служб доставки до органічних ферм, ресторанних послуг або постачальників зручних боксів для їжі — всі ці поняття узагальнюються та вимагають наявності центрів розподілу та власне й продуктів. Їх єдина мета — об'єднати широкий спектр постачальників продуктів харчування та постачальників інших засобів для розподілу та дистрибуції на єдиній торговій платформі, щоб мати можливість здійснити поставку самому споживачеві, або через партнера

з логістики. Продукт наближається до клієнта все більше і більше, замість того, щоб клієнт перейшов до роздрібного трейдера.

Споживчі вимоги сьогодні все більш різноманітні та складні. З позиції харчової промисловості, яка спроектована за моделлю ядра, споживачі все більше прагнуть простоти, автентичності і чуттєвості під час споживання їжі. Вони потребують регіональності, охорони навколишнього середовища, добробуту тварин, здоров'я і отримання життєвого задоволення. Вони прагнуть смачної і якісної їжі для хорошого життя. Проте споживчі вимоги розвиваються набагато швидше, ніж може задовольнити реальність, і це стає очевидним за все більш високих очікувань, наприклад, в «суперпродуктах». Ключовим фактором тут є те, що ми все ще маємо обмежені знання про харчування. Ми реагуємо на маркетингові гасла, а не на здорові наукові дані. «Яблуко в день тримає доктора подалі» — маркетингове гасло в США майже 100 років тому. В цьому відношенні яблука можуть навіть кваліфікуватися як перший «суперпродукт». Всякий раз, коли якийсь відомий блогер

відстоює переваги ягід Годжі, пропагує авокадо для вегетаріанського харчування або «викочує червону доріжку» перед капустою, бажаний ефект може виникнути за відсутності будь-яких наукових доказів. Такі пости дозволяють «катапультувати» фрукти на комерційну орбіту і позиціонувати їх як новий пункт в меню мільйонів прихильників. Однак індивідуалізація способу життя і технічні нововведення в дієті людей призводять до індивідуалізації рецептів і ретельного аналізу інгредієнтів. Це не обмежується такими атрибутами, як здоровий, органічний і стійкий, але також охоплює продукти, пристосовані до індивідуальних потреб і особистого стану здоров'я.

КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ І ДРАЙВЕРИ: УНІКАЛЬНІСТЬ ДЛЯ МАС

Індивідуалізм замість індивідуальності: Індивід є основою суспільства

Порівняно із аборигенною людиною оцифровування навчило нас, що майже кожен продукт або послугу можна налаштовувати і персоналізувати. Однак ці необмежені можливості самозабезпечення також відчуваються як ізоляція і перенавантаження. Оскільки ми прагнемо і шукаємо продукт, який ідеально пристосований до наших потреб і бажань, ми також наслідуємо приклад решти суспільства з перевіреними продуктами. Що стосується свіжих фруктів і овочів, це означає, що традиційні продукти, як і раніше, користуватимуться популярністю. Водночас дієти, оптимально адаптовані до наших вимог, і походження самих продуктів стануть більш значущими.

ЗДОРОВИЙ СТИЛЬ ЖИТТЯ: СУСПІЛЬСТВО З ДОВГОТРИВАЛИМ ЖИТТЯМ

Відправною точкою цього тренду є позитивна тенденція: ми стаємо старше і старіше. У глобальному масштабі тривалість життя зростає, особливо в більш розвинених країнах. Це товариство довголіття вже давно стало реальністю. Краща їжа, найкраща гігієна і кращі ліки забезпечують нам триваліше життя і краще здоров'я. Спорт і збалансована дієта є частиною нашого повсякденного життя. Раніше здоров'я ставало проблемним, коли люди дійсно відчували недуги із віком. Сьогодні навіть здорові люди стали більш відповідально ставитися до свого здоров'я. З дисципліною і зусиллями ми прагнемо оптимізувати своє тіло і душу. Водночас цей примус ведення здорового способу життя призводить до контрреакції. «Хороше життя» також означає, що ви маєте час від часу ігнорувати правила здорового глузду.

Наслідки для торгівлі свіжою продукцією 2025: у цьому контексті свіжі натуральні продукти постійно набирають популярність, майже беручи на себе роль профілактичних ліків. Це є причиною того, що споживачі все більше цікавляться складом харчових продуктів і їх перевагами. Ця тенденція проявляється, наприклад, в тому, що новий глава найбільшої в світі харчової корпорації Nestle виходить з позиції здоров'я, а не з традиційної позиції фірмової харчової промисловості, як це робили його попередники. Сектори охорони здоров'я і науки про здоров'я шкіри, які було створені Nestle в 2011 році, підкоряються безпосередньо генеральному директору. Примусові інновації, маржинальний тиск і майбутні проблеми життєздатності можуть таким чином навіть трансформувати більш консервативні компанії, які домоглися багаторічного успіху.

ФЛЕКСІБІЛІЗАЦІЯ: ЗАВЖДИ «УВІМКНЕНЕ» (ALWAYS «ON») СУСПІЛЬСТВО

Оцифровування дає нам доступ до натхнення, інформації і можливості покупок 24/7. Це досягається зокрема, завдяки наявності смартфонів і високої насиченості ними ринку. Люди використовують свої смартфони сотні разів щодня, щоб скоротити час очікування на зупинках, розважатися на нудних зустрічах або досліджувати щось в Інтернеті. Ці можливості повністю трансформують вимоги і очікування сьогоднішніх споживачів. Час очікування скорочується. Люди хочуть негайної доступності та доставки продуктів. Крім того, порівняння якості і ціни також простіше і швидше в режимі он-лайн. Водночас споживачі користуються цією прозорістю, це все більше призводить до інших зобов'язань — здатність отримувати інформацію про все он-лайн збільшує тиск на свідому торговельну діяльність. Не тільки компанії стають більш прозорими, а й споживачі. Зберігаються дані про те, які продукти було придбано в минулому, що полегшує використання стимулів, таких як знижки на майбутні покупки. Перш за все, це миттєве захоплення стає ключовою темою для цифрових технологій, оскільки зворотний зв'язок і спеціальні пропозиції завжди негайно генеруються і підлаштовуються. Всякий раз, коли в магазин на полицю надходить відповідний продукт, ви отримуєте пропозицію прямо на свій смартфон.

Наслідки для торгівлі свіжою продукцією 2025. у майбутньому свіжі продукти купуватимуть в Інтернеті так само, як і одяг, меблі або закордонні поїздки. Крім того, послуги швидкої доставки продукції в будинки людей додатково полегшують роботу. Великі роздрібні продавці вже давно експлуатують свої власні інтернет-магазини. Менші зникають або займають нішу на ринку зі спеціальними концепціями продажів. Цифрові платформи за межами сектору також стверджують себе в якості нових гравців

PHOTO ILLUSTRATION/THINKSTOCK

на ринку свіжих продуктів. Менші стартапи, а також такі глобальні гравці, як Google або Amazon, деякий час працювали над такими сервісами. Це об'єднує загальні зусилля, і, як результат, продаж свіжих продуктів стає консолідованим. Також очевидно, що ті, хто сьогодні контролює дані, можуть відповідати потребам споживачів на більш індивідуальному рівні і краще задовольняти свої потреби. У технологічних компаній тут є ключова перевага.

ПОХОДЖЕННЯ: ПІДВИЩЕННЯ ПРОЗОРОСТІ В ЛАНЦЮЖКУ ПОСТАВОК

Оцифрування також підвищило нашу обізнаність. Доступ до інформації щодо усіх аспектів виробництва сприяє прозорості. Багато виробників справляються з цим завданням, заохочуючи споживачів відстежувати в Інтернеті ланцюжок поставок аж до конкретного фермера. Природність, стійкість, прозорість і відповідальність зараз користуються великим попитом. У західних суспільствах інтерес до матеріальних речей знижується. Замість цього — унікальний і індивідуальний досвід, який стає все більш важливим. В рамках цієї тенденції їжа практично зводиться до статусу нової релігії. Знання про виробництво, походження та історію продукту являє собою нову форму розкоші. Як результат виробники стають все більш важливими з погляду стратегій маркетингу. Їх використовують у маркетингових цілях. Виробники стають новими героями.

ДОСТУП ДО ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО УСІХ АСПЕКТІВ ВИРОБНИЦТВА СПРИЯЄ ПРОЗОРОСТІ

Наслідки для торгівлі свіжими продуктами 2025: порівнюючи сектор свіжих продуктів з іншими галузями, ми бачимо, що глобальний брендинг слабо прив'язаний до бізнесу в сфері свіжих продуктів. Чи може ефект «Chiquita» (Chiquita – один з двох найбільших бананових брендів у світі) бути перенесено на іншу продукцію? Чи можна уявити апельсин, ягоди або певний тип горіха у спосіб, подібний етикетці вина, щоб він сприймався як незалежний бренд і позиціонувався як такий? Споживачі сьогодні переважно вважають фрукти товаром. Можна сподіватися, що обіцянка бренду сприятиме досягненню кращих і більш стабільних цін, а також конкурентних переваг, заснованих на диференціації продукту. Проте, ґрунтуючись винятково на їх сезонності і швидкому псуванні, тонких відмінностях між врожаями і складнощі зберігання і транспортування, очевидно, що для того, щоб підняти мандарин або авокадо до рівня світового бренду, потрібні будуть величезні зусилля аби отримати легендарне сприйняття, досягнуте такими брендами, як Nutella. Крім того, значні ресурси будуть необхідні для забезпечення успіху нового бренду на кількох каналах зв'язку. Тому ідея вибору окремих ділянок ланцюжка доданої вартості для специфічного брендингу може здатися більш привабливою. Але тут виникає питання: якою мірою виробники фруктів дійсно можуть самі визначати тенденції?

Це пов'язується з предметом фірмових товарів. Це має бути значно дешевше і простіше — про-

давати виробника і походження як бренди, ніж підвищувати окремі товари до статусу фірмових товарів. Таким чином, брендинг виробника на початку ланцюжка поставок стане більш реалістичним варіантом, як у випадку, коли виробники намагаються напряму зв'язатися з кінцевим споживачем через Інтернет. У тих областях, де взаємини з дистриб'юторами і роздрібними торговцями не відбиваються негативно, створення співтовариств, заснованих на можливостях подорожей до виробників, могло б допомогти встановити більш тісний зв'язок з кінцевим споживачем. Турботливі споживачі із розвинутих країн можуть забезпечити для себе основні м'ясні продукти як дивіденд, якщо вони інвестують в розведення великої рогатої худоби. Або молочні продукти преміум-класу через «лізинг корови». Отже, що може зупинити фанатів фруктів і овочів від відвідування плантації бананів, наприклад? Або відстежувати переміщення їх особистої частки в урожаї малини? Якщо виробник бачить в цьому ризик своїх взаємин з роздрібним продавцем, можливо, його можна розглядати в рамках концепції. Кожен менеджер супермаркетів має бути зацікавлений у створенні «островів високої якості» в сегменті свіжої продукції. Беручи до уваги зростаючі обсяги великих роздрібних мереж для збору великих обсягів даних, слід забезпечити можливість цілеспрямованої розробки таких заходів. Регіональні менеджери провідних мереж супермаркетів вже мають знати, які торгові точки будуть придатними як особливі зони продажу для таких продуктів. Продовження дослідження читайте у наступному номері ProfiHort.

Marta Kwiatkowski, Christine Schäfer
Messe Berlin GmbH
Messedamm 22
14055 Berlin, Germany
www.fruitlogistica.com

The 43rd International Food and Beverage Exhibition

FOODEX JAPAN 2018

ufi Approved Event

DATE **March 6 (Tue) ▸ 9 (Fri), 2018**
10:00～17:00 (16:30 on last day)

VENUE **Makuhari Messe Hall 1-11, Japan**

JAPAN, the Gateway to Asian Markets

Exhibitors from about 80 Nations and over 80,000 Professional Visitors

Application Due
Oct. 27 (Fri). 2017

http://www.jma.or.jp/foodex/en/

ОГЛЯД ГЛОБАЛЬНОГО **РИНКУ ТОРГІВЛІ** ЯБЛУКАМИ І ГРУШАМИ

Європейський фруктовий ринок перебуває під великим тиском. У межах континенту значні збитки були спричинені морозами та градом, але рівень цих втрат у багатьох країнах залишається невизначеним. Ми охарактеризували перспективи у більшості країн Європи та США. Очікується, що ринок на початку сезону значною мірою буде пустим. Ми також розглянемо ситуацію в Південній півкулі, де існують багато інших проблем

Європейські оцінки вказують на урожай загальною сумою 9 млн тонн, що на чверть менше, ніж в 2016 році. У деяких районах втрати виробництва яблук становлять від 50 до 70%. Основна причина — це мороз, який спостерігали навесні цього року, що пошкодив квіти. Польща, Бельгія, Нідерланди, Австрія, Італія та Балкани — це ринки, де очікуються найбільш серйозні втрати, йдеться про двозначний відсоток втрат.

ФРАНЦІЯ: ЗМІННА ВЕЛИЧИНА ШКОДИ

Розташування виробників визначає можливий збиток. На південному сході та заході практично ніяких пошкоджень не спостерігали і збиток може становити лише близько 5%. Далі на північ, у долині Луари, збиток, як повідомляється, досяг 20%, але в цьому регіоні також значні відмінності. Є виробни-

ки з величезним збитком, але й інші, які навряд чи постраждали. Згідно з першими оцінками в червні, у центральній Франції (Лімузин (Limousin)), вплив морозу коливається від 5 до 10%. У регіоні Рона, Альфен і Ельзас (Rhône and Alphen and Alsace) ситуація є жорсткішою, з шкодою від 15 до 50% залежно від саду. Зменшення загального обсягу продукції Франції становитиме близько 10%. Крім того, близько 10% плодів буде не таким якісним.

Наявність «преміум» плодів в Європі обмежена, оскільки урожай постраждав у багатьох країнах. Як результат попит на французькі яблука високий, особливо тому, що на півдні навряд чи урожаю завдано шкоди. Один із трейдерів свідчить, що його телефон «вже червоний», тому що багато трейдерів очікують, що скоро матимуть справу з нестачею. Очікується, що поставки з Південної півкулі будуть швидко розпродані, а це означає, що з початку серпня європейський яблуневий ринок буде порожній. «Ситуація з Голденом погана, особливо в Італії, де урожай у деяких виробників знизився вдвічі. Незважаючи на те, що попит на це яблуко хороший, споживачі не бажають платити за нього більше. В останні роки Голден було відкинуто з цієї причини, але з поганим роком для Голдена ситуація може поліпшитися», — говорить трейдер.

НІМЕЧЧИНА: ВЕЛИКІ ВІДМІННОСТІ В ПОЧАТКОВІЙ ОЦІНЦІ ПІСЛЯ МОРОЗУ

Збиток на півночі та сході Німеччини був не дуже поганий, оскільки втрати від морозу мають становити лише близько 10%. З іншого боку, регіон Рейнланд (Rhineland) мав більші втрати — до 50%. У Південній Німеччині теж було важко, особливо в районі Бодензе (Bodensee), де було повідомлено про втрати виробництва до 70%.

ІТАЛІЯ: ВЕЛИКІ ВТРАТИ, АЛЕ НА СОРТОВОМУ РІВНІ

Загалом втрати оцінюють від 20 до 25%. Бренд Мелінда (Melinda) повідомляє про зменшення загального обсягу, який продаватиметься під лейблом приблизно на 35%. Найбільш постраждали – Голден і Ренетта (Golden and Renetta). Інші сорти, такі як Старк, Фудзі та Гала (Stark, Fuji and Gala), не постраждали. «У нас буде продукція Мелінди на наших ринках, але в Європі, зазвичай буде набагато менше яблук», — заявив прес-секретар. Знижуючи темпи продажів, сезон 2016 року має тривати до 20 листопада.

Збитки також спостерігаються в Трінтіно-Південному Тіролі (Trentino-South Tyrol), хоча існують великі відмінності залежно від сорту. Для Голден Делішес (Golden Delicious) очікується значне падіння, тоді як урожай Гала (Gala) залишатиметься на нормальному рівні. Як результат інвестицій у вирощування Канзі (Kanzi) зафіксовано значне зростання виробництва минулого сезону, що дозволило продовжити сезон до липня.

ІСПАНІЯ: ОПТИМІСТИЧНО, НЕЗВАЖАЮЧИ НА МЕНШИЙ ОБСЯГ

Каталонія (Catalonia), найбільший виробник яблук і груш в Іспанії, зафіксувала лише незначні зміни порівняно з попереднім роком. Врожай яблук оцінюється в 284 790 тонн; падіння — на 7%. Для груш прогноз кращий, при цьому урожай становить 139 970 тонн, що на 1% більше, ніж у минулому році. Незважаючи на збільшення площі, обсяг зменшується. За словами виробника, настав час поліпшити сад і вирощувати нові сорти, які краще забарвлені і мають кращі врожаї.

Загалом, перспективи сезону є позитивними. Трейдери очікують, що холодильні камери в Європі матимуть трохи менше продукції.

ПОРТУГАЛІЯ: МАЛИЙ ВИРОБНИК

Виробник повідомляє, що в середньому збирають щороку від 1000 до 1500 тонн. Минулий рік був винятком, оскільки обсяг скоротився вдвічі. Порівняно з іншими європейськими країнами, виробництво Роял Гала (Royal Gala) в Португалії обмежене. Велика частина врожаю експортується на ринки Європи, Африки та Південної Америки.

БЕЛЬГІЯ: ЯБЛУКА — 70%, ГРУШІ — 20%

У Бельгії великі очікування нового урожаю. Сьогодні груші старого врожаю вже розпродано, а ще є яблука. Деякі виробники дійсно хочуть зберегти їх до початку нового сезону, навіть незважаючи на те, що вони не знають, чи залишатиметься їх стан

добрим. Що стосується нового врожаю, то є змішані перспективи. Виробництво яблук сильно постраждало від морозу; за оцінками, бельгійські виробники яблук зберуть врожай на 65-70% менший у цьому сезоні. Для груш ситуація менш драматична, однак очікується зниження на 15-20%. Сьогодні виробники проріджують свої груші і відкидають погану якість. Калібр плодів невеликий через посуху та лікування після морозу. На європейському рівні, можливо, груш буде зібрано більше, ніж минулого сезону. Нідерланди та Бельгія можуть мати менше, але Іспанія та Італія, ймовірно, матимуть більше, ніж у попередній кампанії.

Настрій в бельгійському фруктовому секторі дуже негативний. Згідно з різними звітами, багато виробників дуже стурбовані. Якщо це продовжуватиметься, то побоюються, що деякі виробники відмовляться від своєї діяльності. Дехто звинувачує у цьому ситуацію з Росією. яка була споживачем з кінця 1990-х років, і туди доставляли величезні обсяги продукції. Коли тепер кордони закрито, багато хто зазнав сильного удару. Крім того, відіграють певну роль погані погодні умови останніх двох років, такі як град, бурі, надмірна вологість, посуха та мороз. Очікується, що в плодоовочевому секторі будуть дві жертви, і деякі компанії зникнуть у найближчі роки. І не схоже на те, що Росія повертається як споживчий ринок.

Через кілька років уряд, нарешті, робить щось конкретне. У середині липня Департамент сільського господарства та рибальства (Department for Agriculture and Fisheries) вирішив скласти план дій для фруктового сектору. Весь ланцюг працює з ним. Розглядаються нові ринки, нові культури та різні інші варіанти. Всі прагнуть якості, прибутковості та конкретного порядку денного, що дозволить сектору отримати додатковий поштовх і вижити.

НІДЕРЛАНДИ: ЯБЛУКА — 26%, ГРУШІ — 18%

Врожай в Нідерландах буде скорочений. Для яблук оцінка становить 233 тис. т; падіння приблизно на 26% порівняно з минулим роком. Для груш ситуація виглядає не набагато краще; зі зниженням на 18%, обсяг має становити 307 тис. тонн. Спад викликаний впливом морозу та холодної весни.

Результати значно відрізняються залежно від регіону або компанії. Виробники на півдні країни очікують найбільших втрат. Завдяки великій кількості годин сонячного світла плоди на дереві будуть матимуть гарну якість. До теперішнього часу не було повідомлень про ушкодження градом.

Табл. 1 Прогноз виробництва яблук і груш в Нідерландах у сезоні 2017

Forecast Dutch top fruit season 2017 (x1.000 tons)				
	2015	2016	forecast 2017	+/- in %
Total apples	**336**	**317**	**233**	**-26%**
Elstar	129	133	104	-22%
Jonagold (incl. Jonagored)	98	95	66	-31%
Rode Boskoop	18	15	11	-29%
Junami	14	15	8	-46%
Golden Delicious	15	13	8	-35%
Other apples (incl. Kanzi) *)	62	46	36	-22%
Total pears	**349**	**374**	**307**	**-18%**
Conference	275	293	254	-13%
Doyenné du Comice	28	31	14	-55%
Other pears	46	50	39	-21%
Source: NFO / GroentenFruit Huis				
*) forecast Kanzi not available				

Площа голландських яблуневих садів становить 6950 га. Протягом декількох років загальна площа земельних ділянок зменшується. Ельстар (Elstar) — найбільш «розрослий» сорт із часткою 45%. Очікується, що в цьому році врожай Elstar досягне 104 тис. тонн, що на 22% менше, ніж у минулому році.

Площа груші становить 9 750 га. Конференція (Conference) є найпопулярнішим сортом, що становить понад 80% голландського виробництва груші. Цього року буде зібрано близько 254 тис. т плодів Конференції; а це зменшення на 13%. Площа під Конференцією зростає з кожним роком; цього року на 3%.

ПОЛЬЩА: ЯБЛУКА — 30%, ГРУШІ — 40%

Існує ще велика невизначеність щодо ситуації в Польщі та опубліковано різні цифри. Польська оцінка виробництва яблук становить 2,85 млн тонн, що на 30% менше, ніж у минулому році. Врожай груші оцінюється на 40% нижче, ніж у 2016 році, що означає, що загальний обсяг виробництва становитиме 40 тис. тонн. Це прогнози професора Еберхарда Макоша (Eberhard Makosz), президента Товариства сприяння карликовим фруктовим садам (Society for the Promotion of Dwarf Fruit Orchards).

Існує ще можливість поліпшити ці цифри. Якщо до кінця вересня буде багато хорошої погоди, виробництво яблук може перевищити 3 мільйони тонн. У минулому році врожай яблук та груш досяг рекордного рівня.

Оцінка Макоша є першою для майбутнього сезону, і вона базується на даних 52-ти найбільших виробників фруктів, 10-ти експертів і радників для садів. Точне оцінювання ще важко зробити, оскільки вплив весняних заморозків сильно відрізняється залежно від саду.

Інші говорять про більші втрати, які можуть сягнути 50%. «Цей сезон катастрофічний», — пояснює трейдер. Не кожен виробник постраждав від заморозків однаково, є виробники, які зазнали менших втрат. Тим не менш, є багато виробників, стурбованих тим, чи зможуть вони виконати свої контракти. Остаточні оцінки очікуються приблизно через чотири тижні.

РОСІЯ: ВЕЛИЧЕЗНА КІЛЬКІСТЬ ВЕРШКІВ У СЕЗОН КАМ'ЯНИХ ФРУКТІВ

Ринок «топ» фруктів (яблук і груш), на думку трейдера, знаходиться в критичній точці. Через надлишки для багатьох фруктів ціни піддаються тиску. «Тепер сезон кісточкових фруктів, і торговці хотіли отримати прибуток від цього, купуючи великі партії», — пояснює трейдер. Як результат ринок затоплено персиками та нектаринами з Туреччини, Тунісу, Узбекистану та Китаю. І хоча попит на яблука в цей період обмежений, ринок все ще переповнений ними. Існує помірний попит на Гренні Сміт (Granny Smith), але з Аргентини до Росії доставлено багато червоних яблук. Ці яблука сьогодні дорожчі, ніж кавуни. Аргентинські яблука коштували 90 рублів (1,32 євро) за кілограм порівняно з 15-20 рублями (0,22-0,29 євро), сплаченими за один кілограм кавунів з південно-східної Європи.

УКРАЇНА: ХОРОШИЙ ПОПИТ НА НОВИЙ ГОЛДЕН

Незважаючи на те, що урожай починався на початку цього року, Golden Delicious справляється добре. Ціна висока, але це виняток, що підтверджує правило. Голден потрапив на ринок на приблизно півтора місяця раніше, ніж зазвичай, що стало сюрпризом для трейдерів. Як правило, виробники не починають збирати врожаї до середини серпня, щоб запобігти перекриттю старого врожаю. Яблука зі сховищ часто доступні до вересня.

Інші сорти яблуні ще не дозріли, а ціна знижується до 85% порівняно з минулим роком. «Виробник пояснив, що після весняної поганої погоди вони почали продавати за низькими цінами. Деякі виробники, вочевидь, зазнали значних втрат», — повідомив трейдер.

США: ЯБЛУКА + 2%, ГРУШІ –1%

Вашингтон, Нью-Йорк і Мічиган є найбільшими виробниками яблук у США. Збір урожаю зазвичай починається в серпні на півночі. У вересні починають збирати урожай на сході та заході. Для Вашингтона очікується врожай від 140 до 150 бушелів (бушель (корзина) – традиційний вимір врожаю в США). Це новий рекорд, оскільки нові сади вступили у плодоношення. Виробники у Вашингтоні оптимістично налаштовані на сезон і очікують дещо більшого обсягу. У зв'язку зі сприятливими погодними умовами виробники не матимуть труднощів у постачанні фруктів на внутрішній та експортний ринки.

У Мічигані цей плід був пошкоджений пізнім заморозком у травні. За оцінками, врожай на 43% нижче, ніж у минулому році. Зі свого боку, Нью-Йорк очікує зростання обсягу на 12% порівняно з 2016 роком. У цих початкових оцінках очікується подвоєння урожаю сортів Рубіфрост та Снапдрагон (Rubyfrost and Snapdragon).

ГОЛДЕН ПОТРАПИВ НА РИНОК НА ПРИБЛИЗНО ПІВТОРА МІСЯЦЯ РАНІШЕ, НІЖ ЗАЗВИЧАЙ, ЩО СТАЛО СЮРПРИЗОМ ДЛЯ ТРЕЙДЕРІВ

Причиною є суттєве розширення площ під цими новими сортами з відносно невеликих розмірів плодами. Західний Нью-Йорк очікує хорошого виробництва.

Загалом, США сподіваються на збір на 2% більше яблук, ніж у 2016 році. Частка органічного виробництва постійно зростає, а також зростає кількість сортів Honeycrisp та клубних сортів. Виробники продовжують висаджувати Honeycrisp, Pink Lady, Jazz, Envy та інші клубні сорти. Червоні сорти, Red Delicious і Golden Delicious, Jonagold, Braeburn і Cameo всі мають частку ринку. У цьому році, можливо, буде більше Гала, ніж Red Delicious.

Final USDA 16 and Premier 2017 Apple Production Estimate (000 42-lb. units)

	2015	2016 USDA final	5-year average	premier 2017 estimate	% Change from USDA 2016
New York	32.381	28.095	28.500	29.000	3,2%
Pennsylvania	12.357	10.524	11.738	12.000	14,0%
Virginia	4.648	4.286	4.763	5.250	22,5%
North Carolina	2.500	2.476	2.517	2.375	-4,1%
West Virginia	2.148	1.905	2.087	2.000	5,0%
New Jersey	874	826	751	500	-39,5%
Maryland	976	914	902	1.000	9,4%
Vermont	862	640	743	850	32,7%
Maine	848	869	822	1.000	15,1%
Massachusetts	1.026	690	938	1.100	59,3%
Connecticut	598	307	531	600	95,3%
Total East	**59.218**	**51.532**	**54.292**	**55.675**	**8,0%**
Michigan	23.690	27.976	21.881	20.000	-28,5%
Ohio	1.202	798	1.064	1.222	53,2%
Wisconsin	1.226	976	1.076	1.288	31,9%
Illinois	488	445	536	536	20,4%
Minnesota	621	460	517	655	42,4%
Total Midwest	**27.227**	**30.655**	**25.074**	**23.701**	**-22,7%**
Washington	141.667	174.286	152.381	165.000	-5,3%
California	3.476	5.976	5.410	5.500	-8,0%
Oregon	2.986	4.652	3.411	4.200	-9,7%
Idaho	1.098	1.314	1.500	1.500	14,1%
Total West	**149.227**	**186.228**	**162.702**	**176.200**	**-5,4%**
Total USA	**235.672**	**268.415**	**242.068**	**255.576**	**-4,8%**

Source: USDA, National Agricultural Statistics Service, Noncitrus Fruits and Nuts Summary, various years and USApple

Перші ранні яблука збирають у США у серпні; потім підходять сорти, такі як Jersey Mac, Ginger Gold and Paula Red. Багато виробників закріпили невелику частину саду для цих ранніх сортів. Через місяць, інші сорти слідують за ними.

Станом на 1 червня 2017 р. 85% Вашингтонського яблучного запасу було в холодильних камерах. Держава розраховує продати їх до початку нового сезону. Запаси становлять переважно Red Delicious, Granny, Fuji, Gala та Cripps Pink. У Нью-Йорку та через кордон у канадському Онтаріо та Британській Колумбії запаси практично порожні. Трейдери очікують плавного переходу між сезонами.

Для груш ситуація виглядає по-різному. Вашингтон і Орегон очікують зниження на 2%. Ці дві країни становлять близько 85% комерційних обсягів виробництва груші, що на 10% нижче середнього за п'ять років. Існують деякі відмінності на рівні сортів. Наприклад, Green і Red d'Anjou зростуть на 7% і 10%, а з Bartlett і Williams очікується, що обсяг виробництва зменшиться на 4%. Виробництво сорту Bosc зафіксує 29% падіння.

Каліфорнія налічує близько 15% американської виробництва груші. Держава очікує збільшення обсягу близько 27%. У Нью-Йорку більшість насаджень груші було ліквідовано, а їхні площі зайняли персики і виноград. У середньому очікується 1% зниження загального обсягу виробництва.

Станом на 14 липня 2% урожаю груші з попереднього сезону, що становить близько 8500 тонн, все ще знаходилося на зберіганні. Трейдери сподіваються продати цей обсяг до початку нового сезону, а отже, що ринкові умови мають бути хорошими.

ПІВДЕННА АФРИКА: FUJI ДАЄ ПОШТОВХ ЕКСПОРТУ

Обсяги виробництва Pink Lady знижуються в поточному році, оскільки забарвлення не відповідає вимогам. Як наслідок, обсяг Cripps Pink збільшиться на ринку Східної Африки, ринок Бангладешу, одного з основних експортних ринків, та внутрішній ринок збільшився. До кінця вересня експортери перестануть доставляти Cripps Pink до Великої Британії та ЄС. Через місяць експорт в інші райони також припиниться.

Golden Delicious продають цілий рік. Найбільший ринок цих яблук знаходиться на африканському континенті, а Нігерія – є його головним покупцем. Granny Smith також доступний цілий рік, але основними ринками споживання у цьому випадку є Велика Британія та Малайзія. Fuji знаходить свій шлях на ринки Далекого Сходу, особливо на Тайвані, а потім Малайзії. Це один із сортів, який найбільше сприяв зростанню експорту яблук. За офіційними даними, експорт Fuji збільшився на 7%. Обсяг Cripps Red на ринку зросте, після того, як нові насадження вступлять у плодоношення. Очікується, що цей сезон триватиме до листопада або грудня.

Сорти груші Packhams та Forelles, як і раніше, продовжують експортуватися. Обидва сорти груші очікують зростання на 3% на початку сезону. Кампанія Packham триває до вересня або початку жовтня. Індія, Африка та Далекий Схід — найважливіші ринки із споживання плодів сорту Packham. Forelles вивозять переважно на Далекий та Близький Схід, але очікується, що сезон закінчиться на початку серпня. Для сезону загалом обсяг експорту груші залишається подібним до минулого року.

ЧИЛІ РОЗШИРЮЄТЬСЯ В ЛАТИНСЬКІЙ АМЕРИЦІ

Фрукти Чилі стають все більш домінуючими на полицях континенту. Чилійці отримують вигоду від більшої економічної відкритості, зниження виробничих витрат та сприятливого обмінного курсу валюти, що призводить до зростання експорту,

СОРТИ ГРУШІ PACKHAMS ТА FORELLES, ЯК І РАНІШЕ, ПРОДОВЖУЮТЬ ЕКСПОРТУВАТИСЯ. ОБИДВА СОРТИ ГРУШІ ОЧІКУЮТЬ ЗРОСТАННЯ НА 3% НА ПОЧАТКУ СЕЗОНУ

АРГЕНТИНСЬКИЙ ЕКСПОРТ ПАДАЄ

У першій половині поточного року було експортовано 185 265 тонн яблук та груш, що на 13% менше, аніж за той самий період роком раніше. Експорт становив рекордно низький показник. Цифри з різних регіонів, відомих своїми показниками з вирощування фруктів, також були негативними. Цього року Пуерто Патагонія Норте порт термінал (Puerto Patagonia Norte Port Terminal) повідомив про експорт 150 000 тонн груш (-13%) і 35 000 тонн яблук. Ця тенденція зниження була зрозумілою протягом кількох років і є результатом того, що виробники відмовляються від своїх культур.

Незважаючи на складну ситуацію для аргентинських виробників, найпопулярніші фрукти також імпортуються, головним чином із сусідніх країн, таких як Чилі, Еквадор та Бразилія.

зокрема і яблук. В інших країнах виробники зараз стурбовані чилійським змаганням.

Хоча результати на ринку груші можуть бути кращими цього року, цей сектор фактично не фіксує вибуховий ріст. Найбільш вдалий прикметник для ринку — «застійний». Аргентина та Південна Африка є важливими конкурентами на ринку груші. Якщо Китай відкриє межі для чилійських груш, це може дати позитивний приріст. Ринок сильно залежить від результатів, досягнутих у північній півкулі. Коли в цих країнах є великі врожаї, перед Чилі постає важка кампанія. Якщо урожай Північної півкулі не вдається, то Чилі виграє від цього. Цей сезон був гарним для сорту груші Abate Fetel. Крім конкуренції з іншими країнами, ще одним ключовим фактором для чилійських виробників груші є те, що більша частина попиту на фрукти перебуває в Північній півкулі; проте груші, зібрані там, можуть зберігатися в холодильних камерах протягом 11 місяців, що свідчить про більшу конкуренцію.

КИТАЙ ОЧІКУЄ БІЛЬШЕ ГРУШІ ТА ЯБЛУК

Китай має 40% ринку світового виробництва яблук. Бохайська затока, Пласа Лосс, Жовта річка (Gulf of Bohai, the Loess Plateau, the Yellow River) та південний захід від нагір'я є найважливішими областями виробництва яблук в країні. На відміну від минулого року, коли частина урожаю постраждала від граду та дощів, очікується великий врожай цього сезону. У провінції Хенань (Henan), важлива площа виробництва, де очікується збільшення приблизно на 20% порівняно з минулим роком.

Китайські яблука популярні в Південно-Східній Азії та на Близькому Сході. Місцеве виробництво в цих

регіонах обмежене, а найпопулярніший китайський сорт Fuji добре працює у гарячих районах. Імпорт поставляють переважно з Нової Зеландії, США та Чилі, зосереджуючись на яблуках преміум-класу. Після падіння в минулому році ринок, здається, відновлюється.

Грушевий сезон для більшості сортів починається в середині липня, і урожай триває до кінця серпня. Сорт груші Ya збирають до кінця вересня. Загальний обсяг оцінюють на 5% вище, ніж торік. Проте Шаньдун (Shandong) — один з найбільших районів вирощування — очікує зниження від 15% до 20% внаслідок опадів протягом періоду цвітіння. Китай імпортує груші з Бельгії та Нідерландів. Конференція з цих країн продається у великих містах.

З 1 червня індійський уряд оголосив про бойкот на китайські яблука після перевірки, яка виявило порушення фітосанітарних вимог. Індія є величезним ринком для китайських яблук, оскільки Китай має 70% частки імпорту індійського яблука. Досі неясно, коли ринок знову відкриється.

ОКЕАНІЯ ІНВЕСТУЄ У ВИРОБНИЦТВО ФРУКТІВ

Об'єднана яблучно-грушева галузь Австралії виробляє більше плодів для споживання свіжої продукції, ніж будь-яка інша фруктова промисловість в Австралії. Виробництво яблук в Тасманії в 2015-2016 фінансовому році збільшилося на 28%, досягнувши 45 млн $ США, повідомляє Австралійське бюро статистики. Виробники по всій державі посадять десятки тисяч нових дерев, щоб утримати зростаючий попит. Вперше за роки закладено значні насадження. Австралійці експортують лише невелику частку своїх яблук та груш, проте загалом Apple і Pear Australia Limited заявляє, що експорт у першому кварталі цього року знизився на 33%, хоча і досягнув рекордних показників минулого року.

За прогнозом, виробництво яблук та груш в Новій Зеландії може зрости до 2020 року на 10% до 11000 га. що переважно пояснюється високим попитом та доступом до капіталу в Азії та нових сортів. Ранні звіти за сезон вказують на ідеальні умови для вирощування.

Автор: ***Рудольф Малдерій***
Авторське право: *www.freshplaza.com*

МАЙБУТНЄ мікроклонального розмноження рослин

Представляємо нашого італійського колегу Андреа Вітале, міжнародного експерта, з яким ми у цьому номері вирішили познайомити нашу читацьку аудиторію, і знання та досвід якого, на нашу думку, можуть знадобитися і конче потрібні українському садівництву і ягідництву

Андреа працював у лабораторії мікроклонального розмноження в Центрі національних досліджень Флоренції в Італії (Centre of National Research of Florence, Italy), потім спеціалістом з акліматизації мікроклонально розмножених рослин у розсаднику Battistini Vivai (Італія), однієї з найбільших компаній, що спеціалізується на мікроклональному розмноженні в Європі. З червня 2016 р. працює як вільний консультант в Італії та інших країнах, таких як Китай, Україна, Казахстан та на інших нових

Andrea Vitale, міжнародний консультант з мікроклонального розмноження рослин, Італія

ринках, які показують економічне поліпшення та потребують дорадництва щодо мікроклонального розмноження та адаптації рослин.

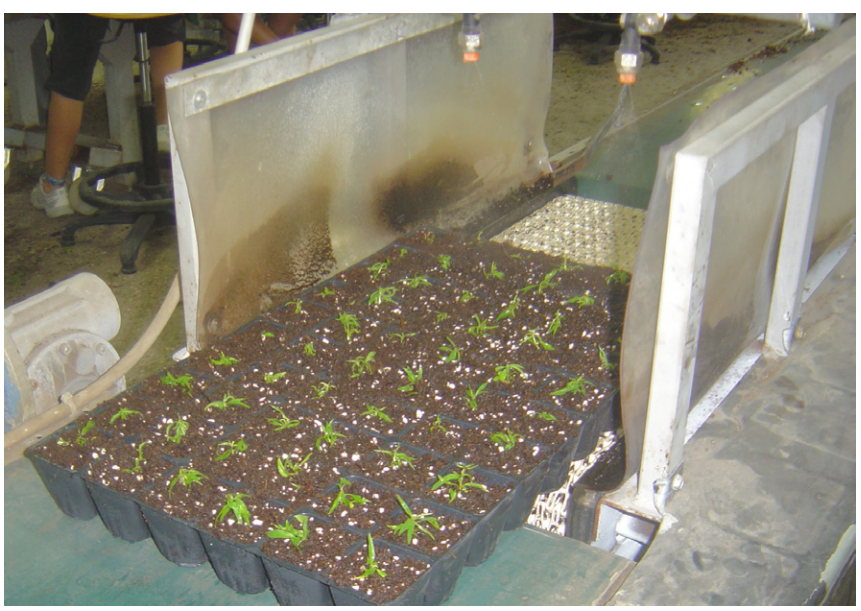
Пан А. Вітале із задоволенням надав коментар журналу «Profihort» стосовно тенденцій мікроклонального розмноження рослин та перспективи України у цьому напрямі:

– У світі виробництво садивного матеріалу шляхом культури тканин (in-vitro) зростає надшвидкими темпами. Це переважно стосується плодових та ягідних культур, а також декоративних. Зокрема, ринок фруктових рослин настільки великий, що найбільші компанії щороку не мають достатньо розмноженого матеріалу щоб задовольнити попит, вони вкладають кошти в технології поліпшення виробництва, а з роками кожен приймає нових працівників для задоволення попиту своїх клієнтів. Тому важливим моментом для тих, хто хотів би почати бізнес з виробництва мікроклонально розмноженого садивного матеріалу, полягає в тому, що великі компанії докладають певних спільних зусиль для поліпшення виробництва, а також для залучення нових ринків, які знаходяться занадто далеко. Наприклад, рослини можуть бути мікроклонально розмножені в одній із лабораторій Східної Європи, де доступна і порівняно недорога кваліфікована робоча сила ніж у Європі. Потім мікророслини можуть бути транспортовані в умовах in-vitro до одного із адаптаційних центрів в країну, де більш сприятливі погодні умови для їх росту та розвитку, наприклад в Італію, де вегетаційний період довший майже на два місяці, аніж в Україні. Там вони можуть бути адаптовані до умов in-vivo та дорощені до стандартних розмірів. Потім стандартизований садивний матеріал можна реалізовувати на ринках Азії Європи чи Америки.

ВИ МОЖЕТЕ ВИРОБЛЯТИ МІЛЬЙОНИ РОСЛИН НА ВІДНОСНО НЕВЕЛИКІЙ ПЛОЩІ І ЗА КОРОТКИЙ ЧАС З ОСОБЛИВИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ

Україна в цьому плані є стратегічним партнером і для великих компаній. Тут дуже мало консультантів-професіоналів. Ті, хто на цьому добре розуміється і знає специфіку цього бізнесу та знає, як побудувати виробничий процес, мають допомагати іншим, хто того потребує, оскільки помилки тут дуже небезпечні, як на перших етапах розмноження, так і на етапі адаптації та дорощування. В Україні для мікроклонального розмноження можна розглядати регіони із більш помірними температурами. Які культури розмножати? Багато хто з українців думає, що може виробляти рослини з культури тканин для регіонів, розміщених занадто далеко від великих лабораторій в Європі. Потенціал запиту там величезний, оскільки багато відомих сортів, які культивують в Європі, культивують і в інших регіонах. Якщо є запит на садивний матеріал в нових стратегічних країнах для закладання великих плантацій, то переможе той, хто прийде першим, хто найближче розміщений до цього регіону.

Перевага мікроклонального розмноження полягає в тому, що ви можете виробляти мільйони рослин на відносно невеликій площі і за короткий час з особливими характеристиками. Той, хто у вас їх купує, знає, що ви продаєте рослини без вірусів або бактерій, тоді як традиційні методи не можуть гарантувати цю безпеку. Ті, хто планує інвестувати великий капітал у закладку великих площ, не купують рослини із ризиком наявності бактерій або вірусів, оскільки проблеми можуть виникнути через кілька років. У разі наявності бактерій або вірусу фермер знищить усі рослини на полі і чекатиме кілька років, якщо він захоче знову розпочати такий вид діяльності. Ці аспекти є основою для розуміння того, чому культура тканин зростає у всьому світі. Прогноз наступний – безперечно, це збільшення, тому що вартість роботи нижча, оскільки нижчі витрати на це виробництво, і це питання вартості робочої сили. Тому ви можете зрозуміти, чому багато компаній інвестують у такі країни, як Україна. На мій погляд, і я думаю, що культура тканин у фруктових рослинах зараз надто важлива, але вона буде ще більш важливою у майбутньому, причиною чого є потепління клімату та зростання кількості населення планети. Стосовно декоративних рослин, то також дуже важливо, якщо у вас є співпраця із селекціонерами, або для налагодження співпраці з великими компаніями, які щороку створюють нові сорти і потребують виробництва великої кількості рослин за сезон у декілька етапів. У Європі витрати на робочу силу дуже високі, тому лише великі компанії мають можливість розмножувати декоративні рослини мікроклональним способом. Коли вартість робочої сили нижча, то виробництво декоративних рослин може бути доступним і для невеликих компаній. Щороку виробництво з культури тканин у світі становить 7-8 млрд шт. рослин на рік, 70%



— фрукти та 30% — декоративні рослини. Щодо виробництва плодових рослини, то на першому місті стоїть Італія, яка виробляє 40 млн шт. рослин ягідних культур та підщеп для плодових, переважно кісточкової групи, за нею ідуть Іспанія, Німеччина та Туреччина. Що стосується декоративних рослин, то першим виробником є Німеччина, потім Бельгія та Голландія. В Азії, зокрема Китаї, також добре налагоджено виробництво. Китай, в першу чергу, спеціалізується на розмноженні орхідей. У найближчому майбутньому Китай вироблятиме багато фруктових рослин. Нині я беру участь у великому проекті в Китаї, де компанія хоче вийти на виробництво до 15 млн шт. на рік. Інші країни, які також стрімко розвиваються у напрямі розмноження рослин шляхом культури тканин, — це Росія, Індія, Пакистан, Іран та країни Африки (Марокко, Туніс та Єгипет). Великі проекти нещодавно створено у Казахстані, Азербайджані та Ірані. У США є кілька великих лабораторій, які виробляють переважно фруктові рослини, але останнім часом інтерес стрімко зростає і в цій країні, тому що я мав багато контактів, які потребували з'ясування питань щодо деяких технологічних моментів. На світовому ринку, де транспортування є занадто дорогим, компанії, що за короткий час можуть наростити значну кількість якісного садивного матеріалу, який компактно упаковується, мають можливість відправляти велику кількість саджанців з меншими витратами на транспортування, тому у них є багато можливостей.

СВІТЛОДІОДНЕ ОСВІТЛЕННЯ ТЕПЛИЦЬ PHILIPS LIGHTING

Philips Lighting (Euronext Amsterdam ticker: LUZ), світовий лідер у сфері освітлення, анонсував те, що вони забезпечать ТОВ «Агро-Інвест» — найбільш інноваційну російську компанію з виробництва тепличних овочів світильниками з LED світлодіодами для підтримки вирощування помідорів та огірків у теплицях, що охоплюють площу більше 25 гектарів (еквівалент до 40 футбольних полів)

Проект, який є найбільшим у світі зі світлодіодного освітлення агропромислових комплексів, забезпечить цілорічний цикл вирощування, допоможе збільшити врожай, особливо взимку, і заощадити витрати на електроенергію до 50 відсотків порівняно із звичайними натрієвими світильниками високого тиску. Проект також підкреслює глобальну тенденцію до широкомасштабних впроваджень у садівництві, які можуть підтримувати попит на місцеві продукти.

Philips Lighting співпрацює з голландським партнером Agrolux та російським інсталятором ТОВ «ST Solutions» для оснащення теплиць у Людиново Калузької області в 350 км на південний захід від Москви протягом наступних трьох місяців. Philips Lighting забезпечить оптимізоване освітлення для вирощування помідорів та огірків, навчальні послуги та 65000 1,25 м довжини світлодіодів GreenPower та світлодіодні прожектори Philips GreenPower 57 000 2,5 м. Розташовані з кінця в кінець теплиці, діоди пройдуть більше 223 км, а це еквівалент перетинання Ла-Манш (English Channel), від Дувра до Кале (Dover to Calais), збільшений вп'ятеро.

«Ми маємо репутацію компанії з широкомасштабним впровадженням інновацій, а світлодіодні ліхтарі для вирощування, безумовно, є майбутнім.

Вони забезпечують правильне освітлення рослин, саме тоді, коли це найбільше потребує підприємство, до того ж випромінюючи набагато менше тепла, ніж звичайне освітлення, що дозволяє нам наблизити їх до рослин», — сказала Ірина Мєшкова, генеральний директор компанії» Агрон-Інвест». «Завдяки цій технології ми можемо збільшити врожай в найтемніші місяці року та значно скоротити споживання енергії», — додала вона.

«Це найбільший світлодіодний проект в галузі садівництва, який дозволить скоротити споживання електроенергі, для освітлення виробничих процесів на 50% порівняно з традиційним освітленням для садівництва, а також використати світлові можливості, призначені для підвищення якості та урожайності на 30% у темний зимовий період», — сказав Удо ван Слотен (Udo van Slooten), лідер освітлювального бізнесу для садівництва у Philips Lighting. «Наші освітлювальні прилади — це чудове доповнення до денного світла, щоб урожай можна було ефективно вирощувати протягом усього року. Проект також підкреслює зростаючу тенденцію в напрямі заміни імпорту на продукти, вирощені в країні, зменшуючи транспортування їжі та забезпечуючи її свіжість», — додав він.

Джерело: elpuntocritico.com

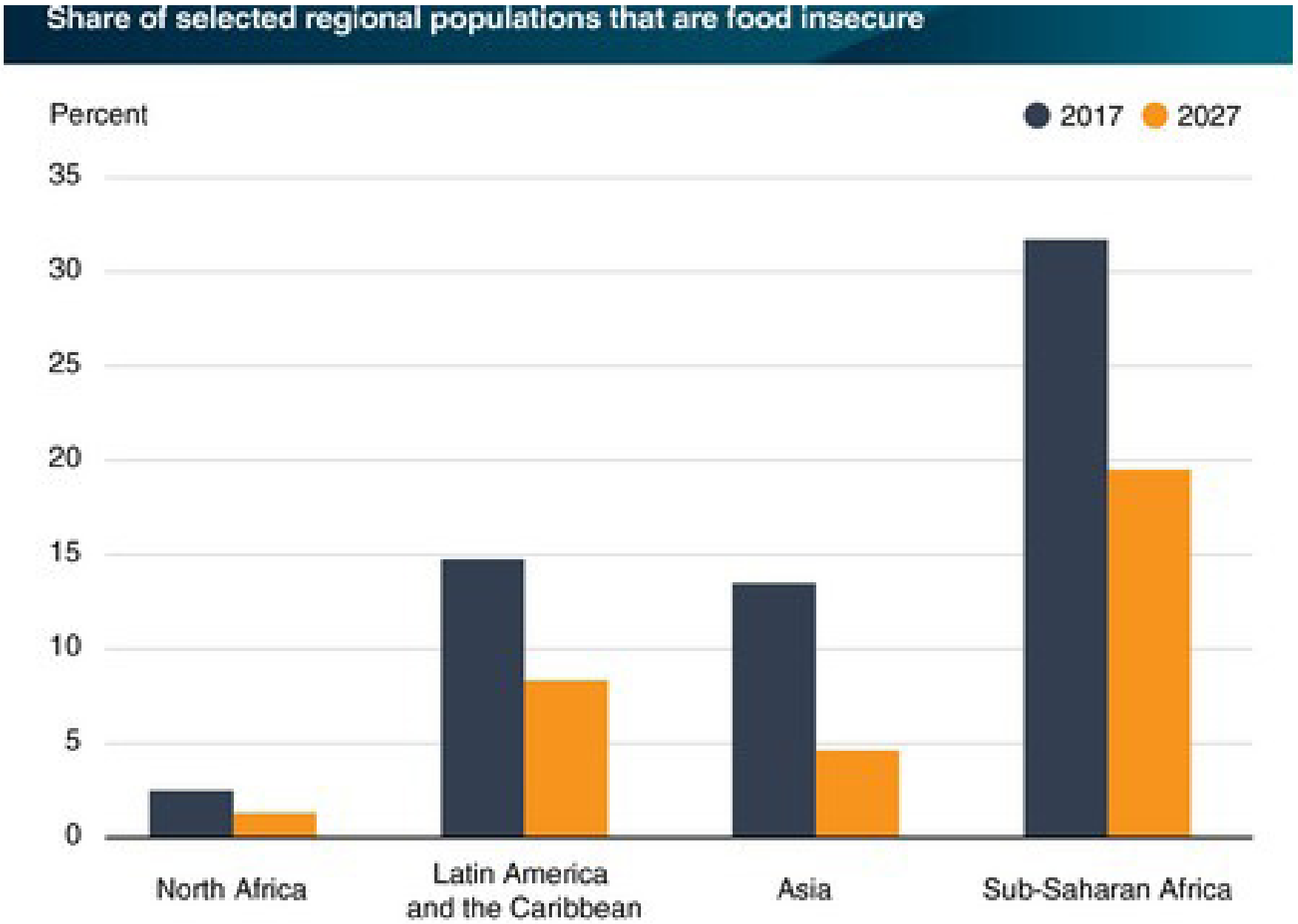
ПРОГНОЗ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ НЕЗАХИЩЕНОСТІ

З огляду на прогнози щодо низьких цін на продукти харчування та зростаючих доходів, очікується, що рівень безпеки продовольства буде поліпшено до 2027 року для 76 країн з низьким і середнім рівнем доходу, охоплюваних Міжнародною оцінкою безпеки продуктів харчування 2017-27 (ERS's International Food Security Assessment)

Прогнозовано, що частка населення в 76 країнах, які не мають доступу до їжі та щонайменше 2100 калорій на день, знизяться з 17,7 відсотка у 2017 році до 8,9 відсотка у 2027 році, а кількість людей, що не мають доступу до їжі, знизиться від 650 мільйонів, що спостерігається сьогодні, до приблизно 370 мільйонів.

Індикатори продовольчої безпеки значно відрізняються за регіонами. У країнах Африки на південь від Сахари найбільша частка людей, які знаходяться під загрозою нестачі продовольства, У цьому регіоні 31,7% у 2017 році незабезпечені у достатній кількості продовольством. Очікується, що до 2027 року ця частка зменшиться до приблизно 20 % від населення регіону. За про-

гнозами, Азія планує значно скоротити свою частку людей, незабезпечених продовольством до 2027 року, до менш ніж 5 %, що майже втричі зменшиться з нинішніх 13,5 %. Очікується, що Латинська Америка та Карибський басейн також поліпшать показники, але меншою мірою. Найбільш безпечним продовольчим регіоном, який охоплює дослідження, залишається Північна Африка, яка, за очікуваннями, матиме лише 1,3 % незабезпеченого населення до 2027 року.



Цю таблицю наведено у Звіті про міжнародну безпеку харчових продуктів 2017–2027 років, опублікованому 30 червня 2017 року.

USDA ВИДАЄ ГРАНТ НА $ 3 МЛН,

ЩОБ ЗНАЙТИ БІЛЬШЕ МІСЦЬ ДЛЯ ВИРОЩУВАННЯ СВІЖОЇ ПРОДУКЦІЇ

Зміна клімату, втрата прісної води, конкуренція за ресурси — це головні проблеми, які продовжують загрожувати здатності фермера підтримувати та збільшувати виробництво фруктів та овочів. Коли «зачиняються стіни», що це означає для майбутнього сільського господарства?

Завдяки новому федеральному гранту обсягом $ 3 млн від Національного інституту продовольства та сільського господарства USDA (USDA's National Institute of Food and Agriculture), Сендхолд Ассенг (Senthold Asseng), професор сільськогосподарської та біологічної інженерії UF/IFAS та вчений Девід Густафсон (David Gustafson) з Науково-дослідного фонду Міжнародного інституту наук про життя (ILSI) проведуть чотирирічний дослідницький проект, щоб знайти більше місць для вирощування продукції.

Ассенг, Густафсон і команда провідних вчених з Міжнародного інституту досліджень продовольчої політики, Університету Арканзасу, Університету штату Вашингтон, штат Вашингтон, а також Світова аграрна економічна та екологічна служба (World Agricultural Economic and Environmental Services) використовуватимуть моделювання культур, екології, економіки та клімату, щоб передбачити поточні та майбутні впливи на вирощування та прибутковість.

Вони також вивчать якість відібраних фруктів та овочів культур у штатах, де їх зараз вирощують, і визначать майбутні найбільш оптимальні місця, що дозволить продовжувати або потенційно збільшувати виробництво. Вони також використовуватимуть кліматичні дані, щоб знайти нові місця з достатньою кількістю води для вирощування фруктів та овочів.

Команда дослідників, задіяних у цьому проекті, об'єднає економічні та культурні моделі, щоб визначити поточні та майбутні ціни та виробничі витрати таких культур, як морква, зелена квасоля, апельсини, картопля, шпинат, полуниця, кукурудза та помідори.

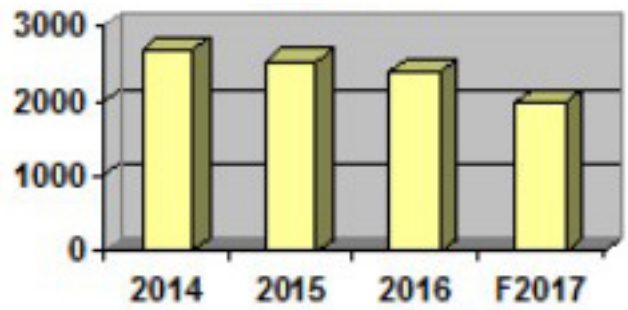
Дізнайтеся більше на growproduce.com

НИЗЬКИЙ ОБСЯГ ВИРОБНИЦТВА ЯБЛУК ТА ГРУШ ЄС

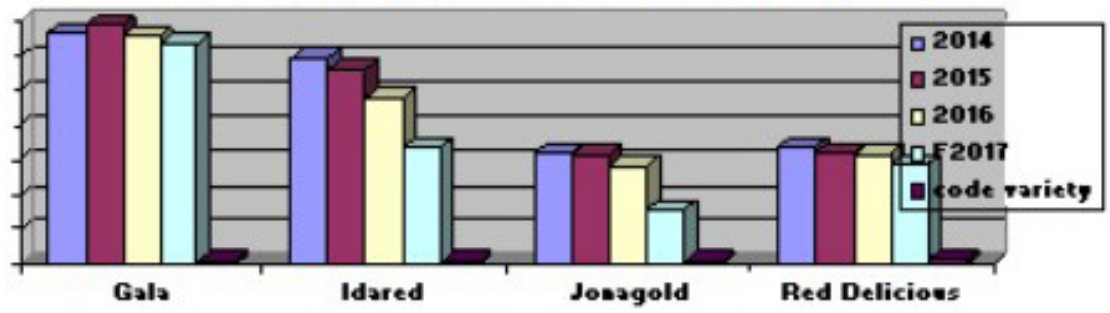
Виробництво яблук в ЄС було спрогнозовано на рівні 9 343 000 тонн. Виробництво груші оцінюється в 2 148 000 тонн. Прогноз яблук на 21% нижче, ніж минулого року, і на 23% нижче, ніж у середньому за 2014-2016 роки. Для груші оцінюється на 1% нижче, ніж у минулому році, і на 8% нижче, ніж у середньому за 2014-2016 рр. Урожай яблук є найменшим за останнє десятиліття. Урожай груші є другим найменшим за останні 10 років. Тільки в 2012 році врожай був менший. Особливою проблемою цього року стали інтенсивні заморозки під час цвітіння, а також посуха навесні та на початку літа.

Ці цифри були оголошені сьогодні на Prognosfruit в Лейді, Іспанія. Цифри, оприлюднені на Prognosfruit, залишають можливість для ретельного оптимізму щодо майбутнього сезону, де простежується більш збалансована ситуація між пропозицією та попитом за останні три сезони, зокрема, на яблука, піковий урожай.

Голден Делішес — топ № 1 сорт яблуні за обсягами виробництва



Топ 4 сорти яблуні за рівнем виробництва після Голден Делішес



ЄС 28. Рівень виробництва яблук в розрізі сортів

x 1000 tons

Variety	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	F2017	(1)	(2)
Annurca	45	35	34	35	35	35	40	35	35	35	0	-5
Boskoop	100	82	60	73	58	58	85	77	71	33	-54	-58
Braeburn	295	338	289	324	264	302	322	327	320	229	-28	-29
Bramley	95	95	95	91	59	70	35	24	24	19	-20	-31
Cortland	136	80	50	70	40	25	25	26				
Cox Orange	103	65	89	89	38	42	33	34	29	19	-36	-42
Cripps Pink	70	162	160	184	144	187	249	244	261	256	-2	2
Elstar	471	488	362	453	353	346	431	399	387	267	-31	-34
Fuji	205	245	251	261	212	311	321	338	288	283	-2	-10
Gala	1.051	1.077	989	1.137	1.111	1.204	1.327	1.382	1.314	1.276	-3	-5
Gloster	166	114	112	148	187	196	201	183	197	169	-14	-13
Golden Delicious	2.582	2.636	2.413	2.628	2.286	2.535	2.677	2.534	2.406	1.982	-18	-22
Granny Smith	313	343	342	413	302	361	383	405	384	351	-9	-10
Idared	895	828	619	692	986	1.069	1.192	1.129	965	679	-30	-38
Jonagold	812	742	544	652	475	500	644	633	567	320	-44	-48
Jonagored	198	204	180	194	367	341	491	519	539	328	-39	-36
Jonathan	353	305	282	242	201	178	193	143	123	127	3	-17
Lobo	203	100	60	100	50	30	30	31				
Morgendurf/impera	91	67	81	61	53	57	74	46	49	46	-5	-18
Pinova	30	35	27	37	43	62	79	100	80	63	-21	-27
Red Delicious	769	724	663	680	541	597	675	643	632	576	-9	-11
Red Jonaprince	31	38	29	33	48	53	98	104	156	91	-42	-24
Reinette Grise du	86	99	101	108	73	121	126	134	108	80	-26	-35
Shampion	395	323	257	327	423	457	494	513	522	418	-20	-18
Spartan	11	8	6	6	6	6	6	6	4	3	-27	-45
Stayman	18	16	18	17	12	18	14	14	14	9	-34	-35
Other new varietie	65	108	134	152	100	152	168	162	157	133	-15	-18
Other	1.804	1.652	1.495	1.541	1.377	1.358	1.808	1.776	1.815	1.302	-28	-28
Ligol					250	260	290	303	330	250	-24	-19
Total:	**11.395**	**11.008**	**9.740**	**10.746**	**10.095**	**10.929**	**12.510**	**12.265**	**11.779**	**9.343**	**-21**	**-23**

1) Співвідношення 2017 (прогноз) до 2016 р. (виражене у відсотках)
(2) Співвідношення 2017 (прогноз) до середнє за 2014—2016 рр. (виражене у відсотках)
(3) Інші нові сорти: Ariane. Belgica. Cameo. Diwa. Green Star. Honey Crunch. Jazz. Junami. Kanzi. Mariac. Rubans. Tentation. Wellant. ін.

СОРТИ ЯБЛУК

Щодо сортів, то виробництво Голден Делішес (Golden Delicious) зменшиться на 18% до 1982000 тонн. Обсяги сорту Гала (Gala), за оцінками, зменшаться, на 3% — до 1 276 000 тонн. Айдаред (Idared) знизиться на 30 % — до 679 тис. тонн, а виробництво Ред Делішес (Red Delicious) оцінюють у 576 000 тонн, що на 9% менше, ніж у минулому році. Також інші нові сорти (тобто клубні сорти) зменшаться на 15%, з 157 000 тон до 133 000 тонн.

ІНШІ КРАЇНИ ПІВНІЧНОЇ ПІВКУЛІ, ЯКІ НЕ Є ЧЛЕНАМИ ЄС

В інших країнах Північної півкулі, які не входять до ЄС, спостерігається значне зменшення: Росія (–37%), Мексика (–30%), Швейцарія (–21%), Білорусія (–19%), Україна (–10%) та Канада (–5%), а США очікують стабільного врожаю близько 4 800 000 тонн. Крім того, Китай чекає на подальше зростання на 3% порівняно з минулим роком до 43 800 000 тонн. Прогноз обсягів американського яблука буде оновлено після американської конференції Apple Outlook в Чикаго 24–25 серпня.

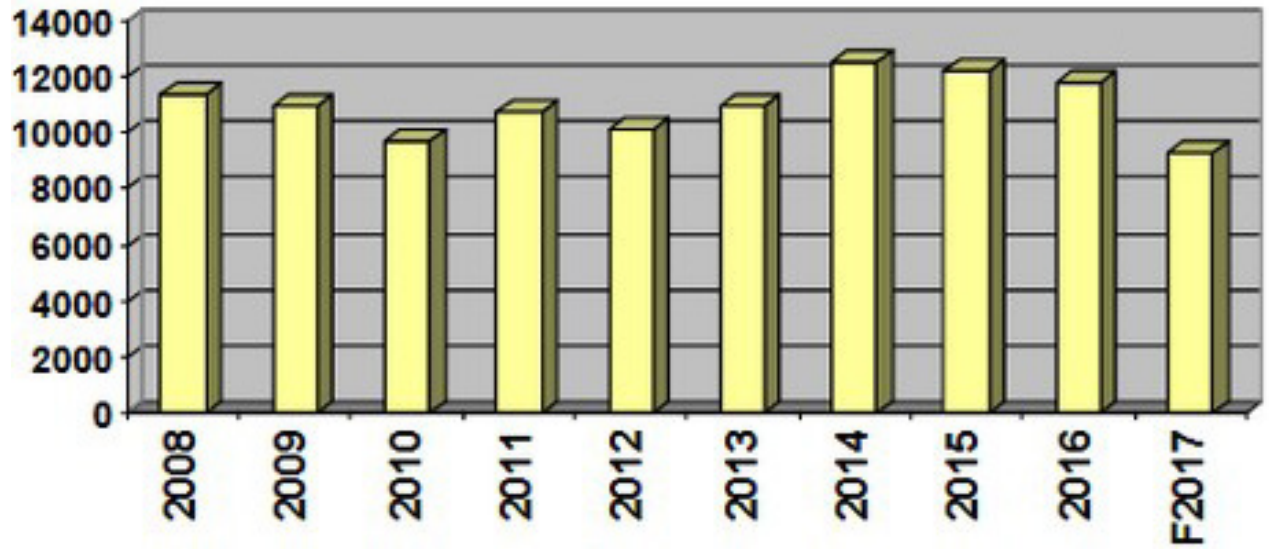
ЄС 28. Рівень виробництва яблук в розрізі країн

x 1000 tons

Country	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	F2017	(1)	(2)
Austria	159	185	169	199	157	155	188	177	40	67	68	-50
Belgium	336	344	288	305	220	220	318	285	234	74	-68	-73
Croatia	49	60	89	83	59	96	62	101	35	66	89	0
Czech Rep	157	145	103	79	118	121	131	156	139	108	-22	-24
Denmark	26	24	21	20	18	23	26	24	24	19	-21	-23
France	1.528	1.651	1.579	1.701	1.169	1.576	1.444	1.674	1.515	1.396	-8	-10
Germany	1.047	1.071	835	953	972	804	1.116	973	1.033	555	-46	-47
Greece	231	224	254	305	242	236	245	242	259	232	-10	-7
Hungary	583	514	488	301	750	585	920	522	498	628	26	-3
Italy	2.164	2.237	2.179	2.293	1.939	2.122	2.456	2.280	2.272	1.757	-23	-25
Latvia	34	13	12	8	9	15	10	8	10	5	-50	-46
Lithuania	74	74	46	49	39	40	27	46	50	44	-12	7
Netherlands	376	402	334	418	281	314	353	336	317	234	-26	-30
Poland	3.200	2.600	1.850	2.500	2.900	3.170	3.750	3.979	4.035	2.870	-29	-27
Portugal	245	274	251	265	221	284	272	329	263	314	19	9
Romania	329	379	423	412	351	387	382	336	327	309	-6	-11
Slovakia	42	48	32	33	36	42	46	40	17	31	82	-10
Slovenia	68	64	66	73	45	56	68	71	12	6	-50	-88
Spain	528	470	486	507	391	464	505	482	495	474	-4	-4
Sweden	18	18	20	17	14	17	16	21	20	18	-10	-5
UK	201	212	214	226	162	204	175	183	183	137	-25	-24
Total:	**11.395**	**11.008**	**9.740**	**10.746**	**10.095**	**10.929**	**12.510**	**12.265**	**11.779**	**9.343**	**-21**	**-23**

(1) Співвідношення 2017 р. (прогноз) до 2016 р. (виражене у відсотках)
(2) Співвідношення 2017 р. (прогноз) до середнє за 2014—2016 рр. (виражене у відсотках)

Виробництво яблук у ЄС

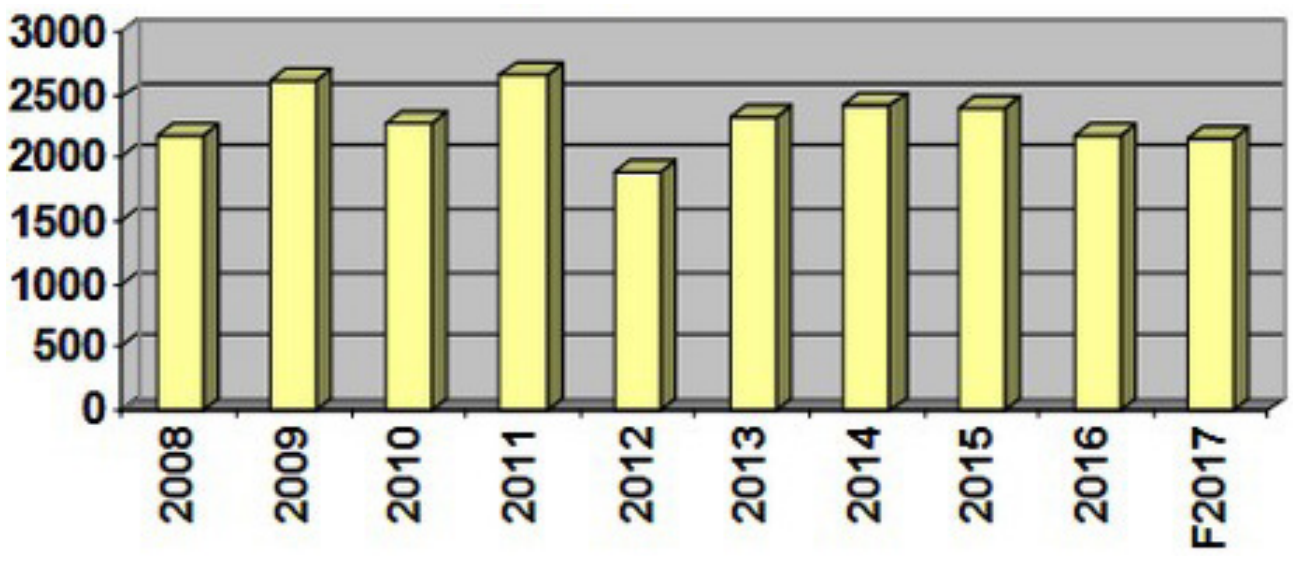


ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК ЯБЛУК

Останніми роками яблучний ринок ЄС потерпає від наслідків російського ембарго та зіштовхується нині із зменшенням обсягів експорту на ринки Північної Америки. Тому новий урожай може призвести до кращого балансу пропозиції. Ринок почне очищати запаси для більшості сортів, з очікуваним хорошим імпортом з Південної півкулі. Загалом, новий сезон має розпочатися на два тижні раніше, ніж в середньому.

Там можуть бути різні тенденції ринку для кожного з сортів, з кращим балансом Гали та зменшенням обсягів для Golden або Jonagold та Elstar. У найближчі тижні виробники уважно стежитимуть за якістю, яка все ще може вплинути на баланс ринку фруктів, призначених для свіжого ринку, та фруктів для переробки. Сьогодні прогнозується, що на свіжому ринку буде переміщено 6,2 млн. тонн, а для переробки — 3,2 млн. тонн.

Виробництво груші у ЄС



ЄС 28. Рівень виробництва груші в розрізі країн

x 1000 tons

Country	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	F2017	(1)	(2)
Belgium	170	307	285	295	236	315	374	369	322	301	-7	-15
Croatia	7	5	6	6	2	3	2	2	1	6	450	233
Czech Rep	3	6	3	3	6	7	4	10	7	6	-13	-15
Denmark	5	7	6	5	5	6	6	6	6	5	-17	-17
France	157	202	164	176	124	154	131	155	138	130	-6	-8
Germany	38	52	39	47	34	34	45	43	35	19	-46	-54
Greece	51	43	54	36	42	32	37	60	47	41	-13	-15
Hungary	40	40	36	21	25	36	40	33	38	35	-7	-5
Italy	759	858	680	934	650	726	736	764	681	719	5	-1
Latvia	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	-73	-81
Netherlands	172	301	274	336	199	327	349	349	374	307	-18	-14
Poland	40	90	40	55	45	65	50	80	55	40	-27	-35
Portugal	168	198	172	210	115	162	203	134	113	186	65	24
Romania	53	24	20	28	19	24	17	13	16	16	-5	0
Slovakia	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	60	46
Slovenia	4	6	6	4	3	3	4	4	1	0	-57	-88
Spain	476	429	456	461	355	403	400	344	311	312	0	-11
Sweden	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	0	14
UK	23	31	33	32	28	26	25	25	27	25	-7	-3
Total:	**2.168**	**2.603**	**2.276**	**2.652**	**1.888**	**2.327**	**2.426**	**2.394**	**2.173**	**2.148**	**-1**	**-8**

(1) Співвідношення 2017 р. (прогноз) до 2016 р. (виражене у відсотках)
(2) Співвідношення 2017 р. (прогноз) до середнє за 2014—2016 рр. (виражене у відсотках)

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК ГРУШІ

Щодо груші, то загальний європейський урожай цієї культури в 2017 році оцінюється в 2 148 000 тонн, що на 1% нижче, ніж у минулому році, і на 8% менше, ніж у середньому за останні три роки. Цей показник стосується виробництва 19 провідних держав-членів ЄС-28, які вирощують грушу, і надали свої дані для цього звіту. У 2017 р. обсяги Конференції скоротяться на 7% — до 844 тис. тонн, а Вільямса (William BC) знизяться на 6% — до 247 тис. тонн. З іншого боку, Абат Фетель (Abate F), за оцінками, збільшиться на 12%, досягнувши 332 тис. тонн. У деяких місцях Північної півкулі урожай зростатиме порівняно з минулим роком: у Туреччині (+11%), Канаді (+20%), Молдові (+50%), а в інших падатиме — у Білорусі (–20%), Швейцарії (–34%) та США (–3%).

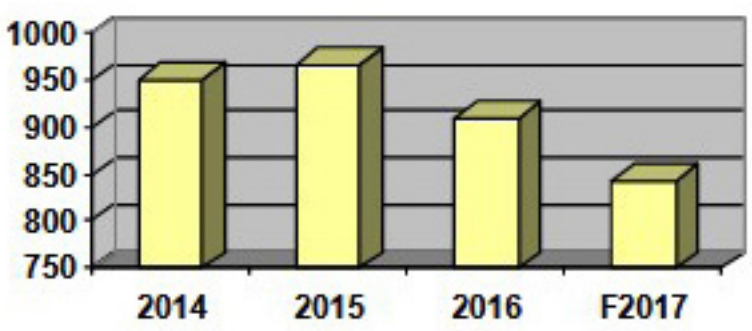
ЄС 28. Рівень виробництва груші в розрізі сортів

x 1000 tons

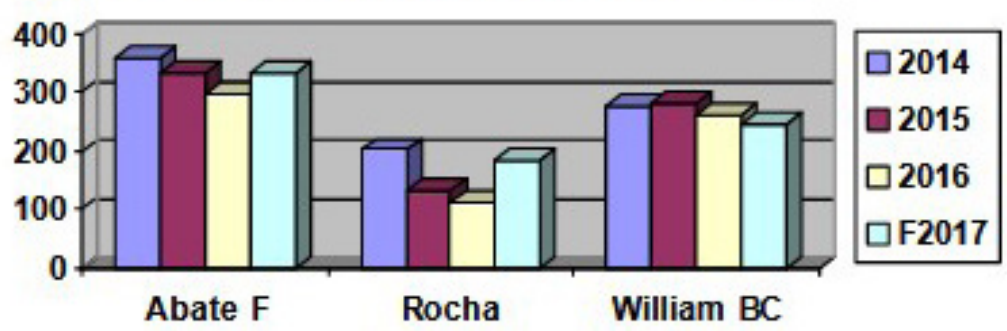
Variety	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*F2017*	*(1)*	*(2)*
Abate F	249	306	224	404	256	304	358	333	296	332	12	1
Blanquilla	82	86	81	78	59	54	49	44	40	45	11	1
Conference	639	903	832	928	693	894	952	967	910	844	-7	-11
Coscia-Ercollini	107	106	98	80	77	80	66	79	67	76	12	7
Doyenne du Comice	82	116	97	107	58	83	94	87	81	52	-36	-40
Durondeau	6	8	6	7	5	6	6	5	3	3	1	-32
Guyot	98	102	92	96	70	80	67	74	59	64	9	-4
Kaiser	39	65	42	60	39	54	33	45	38	38	0	-2
Passacrassana	21	19	15	17	17	14	11	12	11	10	-12	-17
Rocha	168	197	171	209	115	162	203	134	113	186	65	24
William BC	309	312	286	332	252	283	278	283	261	247	-6	-10
Other	369	382	331	333	246	315	309	330	293	251	-14	-19
Total:	**2.168**	**2.603**	**2.276**	**2.652**	**1.888**	**2.327**	**2.426**	**2.394**	**2.173**	**2.148**	**-1**	**-8**

(1) Співвідношення 2017 р. (прогноз) до 2016 р. (виражене у відсотках)
(2) Співвідношення 2017 р. (прогноз) до середнє за 2014—2016 рр. (виражене у відсотках)

Топ №1 сорт груші — Конференція



Топ 3 сорти груші за рівнем виробництва після Конференції



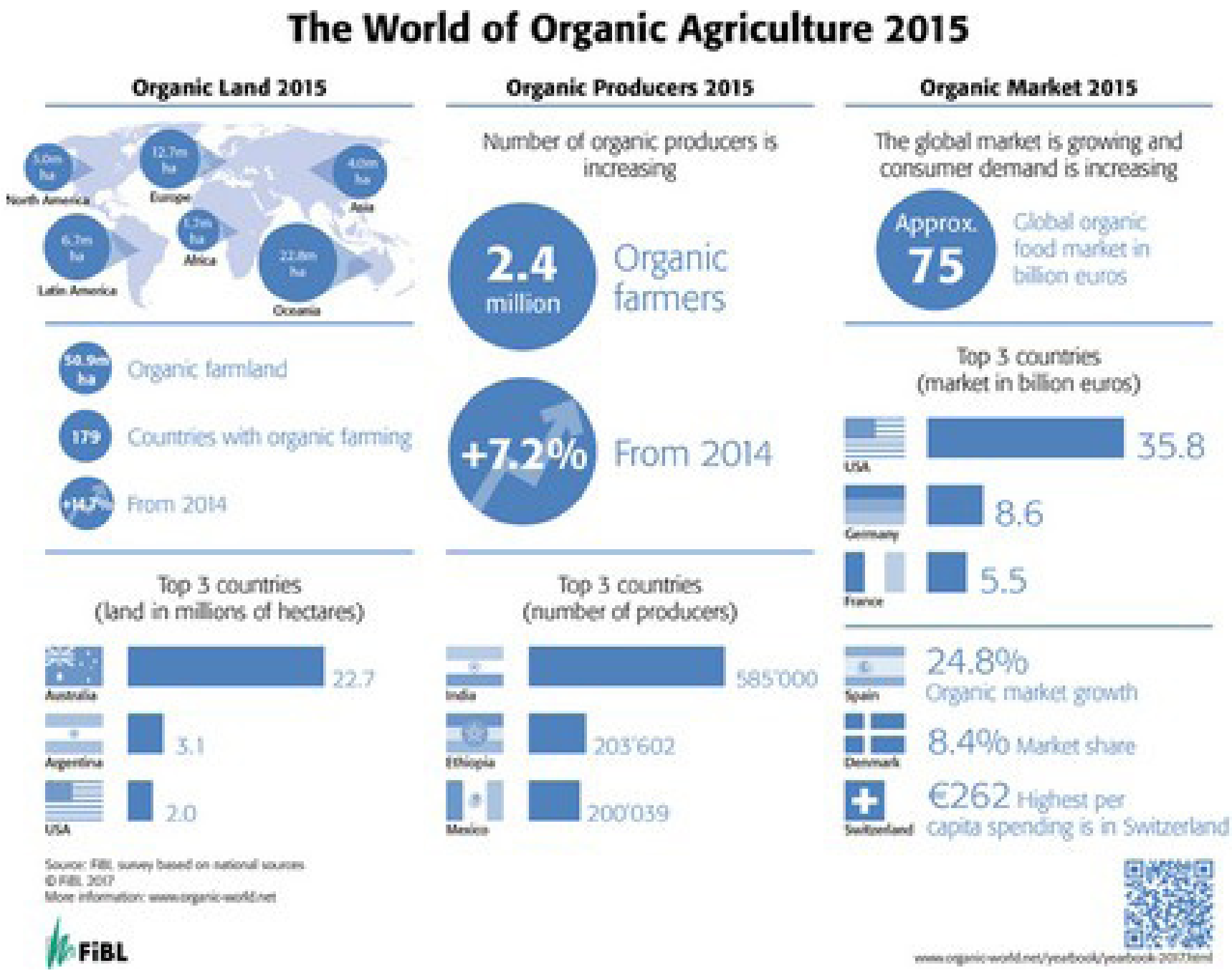
Специфіка: ринок відчуватиме різні тенденції на ринках півдня та півночі ЄС, що відбиватиметься також на вищих обсягах виробництва сортів Abate і Rocha, водночас обсяги Конференції падатимуть. Грушевий сезон розпочнеться з меншого тиску, ніж у минулому році. Протягом останніх років в експорті на нові ринки відбувся певний позитивний розвиток, але вплив російського ембарго виробники все ще відчувають.

Джерело: WAPA

РЕКОРДНИЙ РІК ДЛЯ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

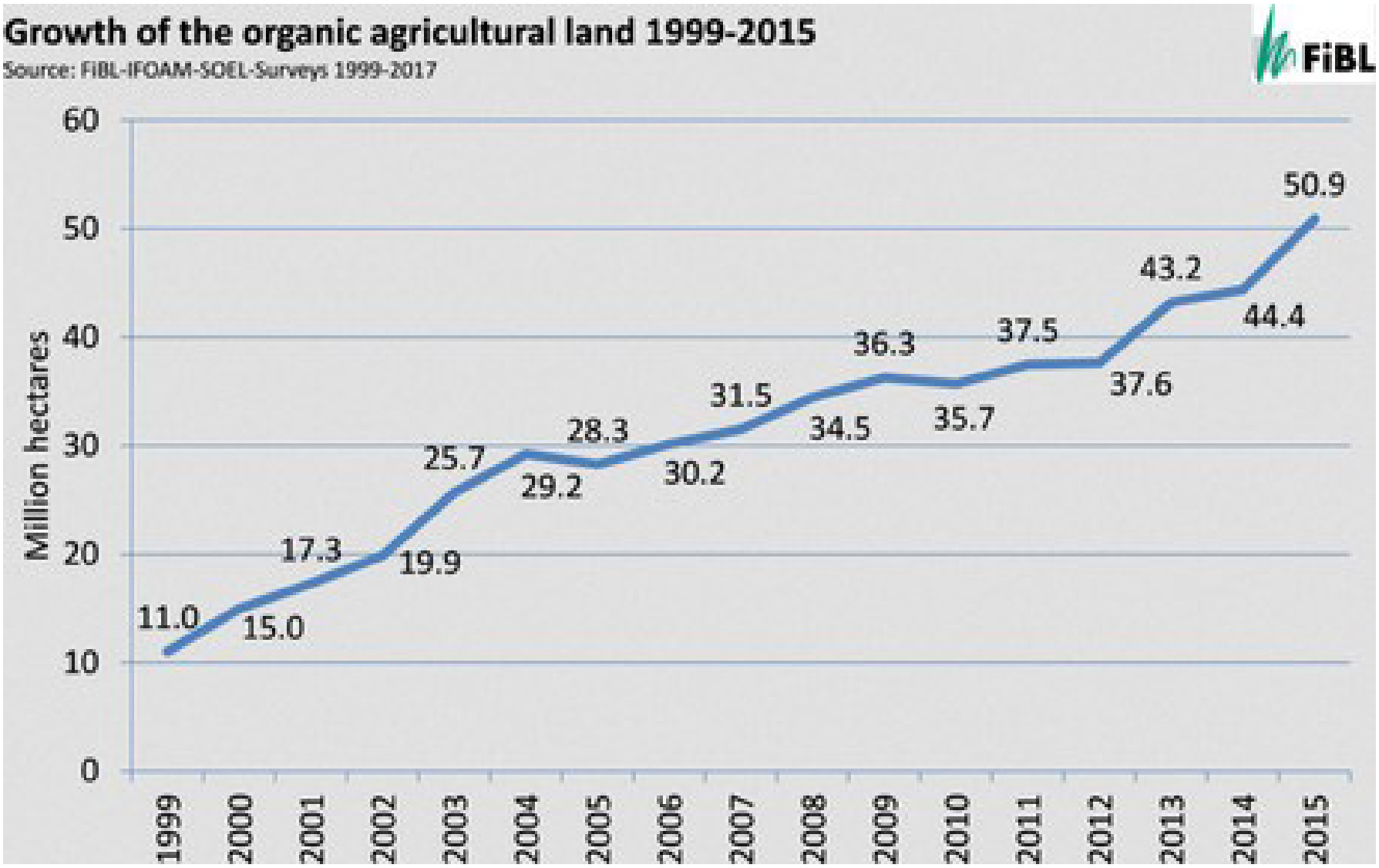
Останні глобальні дані щодо органічного сільського господарства в усьому світі представлено в статистичному щорічнику «Світ органічного сільського господарства» науково-дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL) і IFOAM — Organics International

Позитивна тенденція, яка спостерігалася останніми роками, продовжується: споживчий попит зростає, що відбивається на значному зростанні ринку (11%) в Сполучених Штатах, найбільшому в світі органічному ринку. Більше фермерів вирощують органічно, більше землі сертифіковано як органічна і 179 країн повідомляють про активність у напрямі органічного сільського господарства (порівняно з 172 раніше). Таку інформацію наведено у дослідженні FiBL і IFOAM — Organics International, опублікованому в 2017 році «Світ органічного сільського господарства» (дані на кінець 2015 року). Дослідження проведено за підтримки Державного секретаріату Швейцарії з економічних питань (SECO), Міжнародного торгового центру (ITC) і NürnbergMesse, організатору ярмарку BIOFACH.



ГЛОБАЛЬНИЙ ОРГАНІЧНИЙ РИНОК ПРОДОВЖУЄ РОСТИ

Дослідницька компанія Organic Monitor оцінює світовий ринок органічних продуктів харчування сумою 81,6 млрд доларів США в 2015 році (близько 75 млрд євро). Сполучені Штати є провідним ринком з 35,9 млрд євро, далі — Німеччина (8,6 млрд євро), Франція (5,5 млрд євро) і Китай (4,7 мільярда євро). У 2015 році більшість великих ринків продемонстрували подвійні темпи зростання. Найвищі витрати на душу населення в Швейцарії (262 євро), а Данія має найвищу частку ринку органічної продукції (8,4 відсотка від загального обсягу ринку продуктів харчування).



ПОНАД ДВА МІЛЬЙОНИ ВИРОБНИКІВ

У 2015 році було зареєстровано 2,4 мільйона виробників органічної продукції. Індія продовжує залишатися країною з найбільшою кількістю виробників (585200), далі — Ефіопія (203602) та Мексика (200039).

ПОНАД 50 МІЛЬЙОНІВ ГЕКТАРІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ ЗАЙНЯТО ПІД ОРГАНІЧНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Загалом 50,9 мільйона гектарів перебувало під органічним виробництвом на кінець 2015 року, що становить зростання на 6,5 млн га до 2014 р. (найбільше зростання за всю історію спостережень). Австралія є країною з найбільшою кількістю земель під органічним сільським господарством (22,7 млн га), далі йдуть Аргентина (3,1 млн га) та Сполучені Штати Америки (2 млн га). Сорок п'ять відсотків світових органічних сільськогосподарських земель в Океанії (22,8 млн га), за якою слідувала Європа (25 відсотків; 12,7 млн га) і Латинська Америка (13 відсотків, 6,7 млн га). Десять або більше відсотків сільськогосподарських угідь є органічними в одинадцяти країнах. Країни з найбільшою часткою органічних сільськогосподарських земель від загального обсягу їх сільськогосподарських угідь: Ліхтенштейн (30,2%), Австрія (21,3) і Швеція (16,9%).

Для отримання додаткової інформації:
www.organic-world.net

РЕМОНТАНТНА СУНИЦЯ

ГАРНЕ РІШЕННЯ ДЛЯ ПРОДОВЖЕННЯ СЕЗОНУ ВИРОБНИЦТВА

Диверсифікація, розширення календаря дозрівання і більш врожайні рослини суниці — відмінне рішення для реалізації цих цілей — ремонтантні сорти. Саме так робить Антоніо Бенці (Antonio Benzi), один з провідних виробників суниці в районі Емілія-Романія (Італія), продовжуючи сезон виробництва, щоб збільшити свій дохід

«Через мороз справи справді були поганими навесні, я зрізав рослини після травневого урожаю, щоб спробувати щось відновити, і завдяки гарній силі сорту Брілла (Brilla) я знову збираю урожай».

Ціни показують, що виробник був правий, зробивши ставку на вирощування ремонтантної суниці, 4,5-5 €/кг. Його канали збуту – оптовий ринок в Риміні, а також інші ринки та роздрібні торговці. «Деякі покупці хвилюються через невеликий розмір плодів, але вони змінюють свою думку, як тільки вони їх куштують Я вважаю, що споживачі та навіть покупці навчилися відрізняти «літню ягоду» від «весняної», хоча вона і невелика. Вирощена в літній період, ягода є ароматною і дуже солодкою завдяки спекотній температурі».

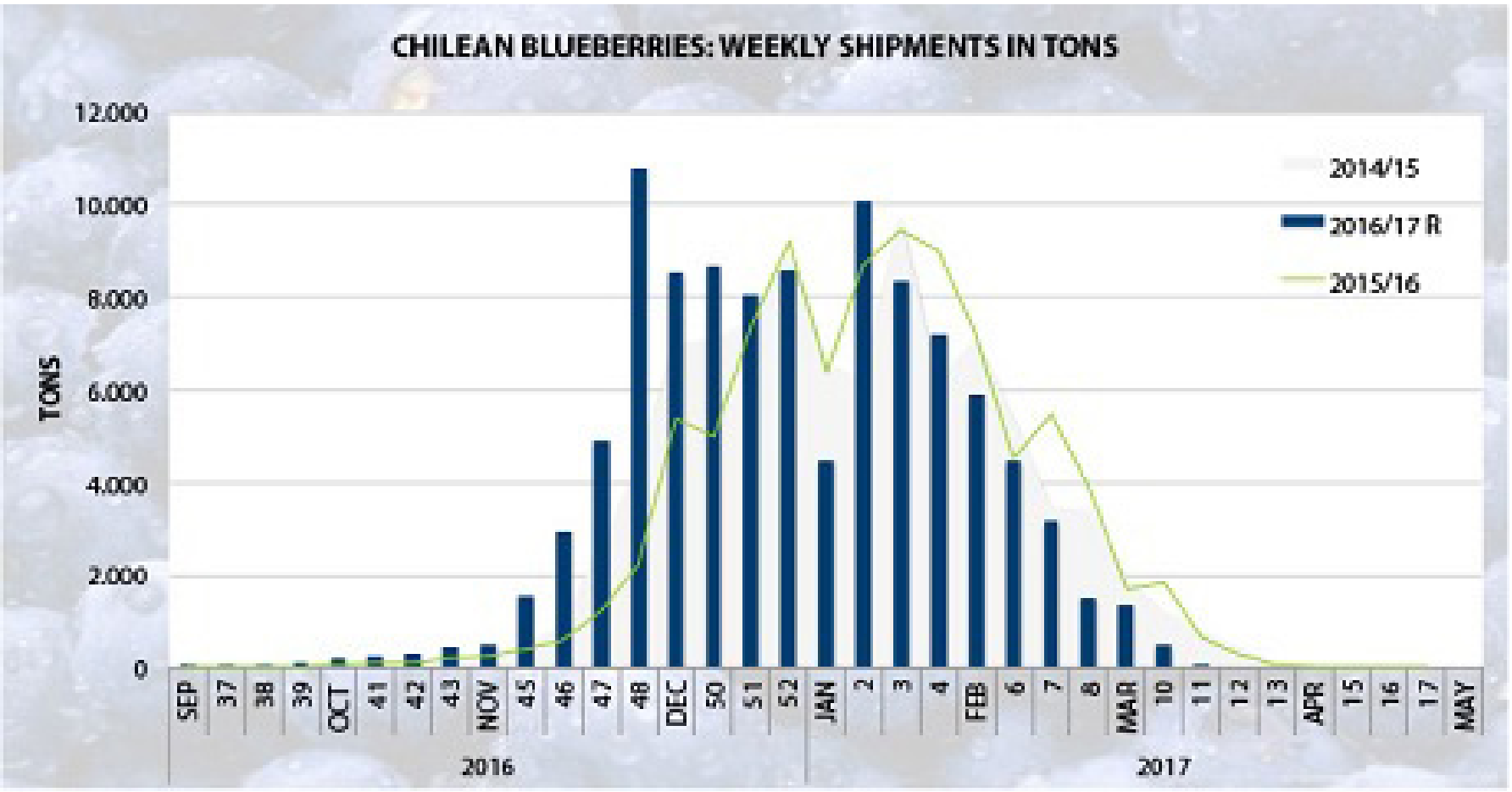
Виробник обрав варіант зрошення без застосування великої кількості поживних речовин і затінення сіткою, що дає йому можливість виростити літню суницю з відмінними органолептичними якостями.

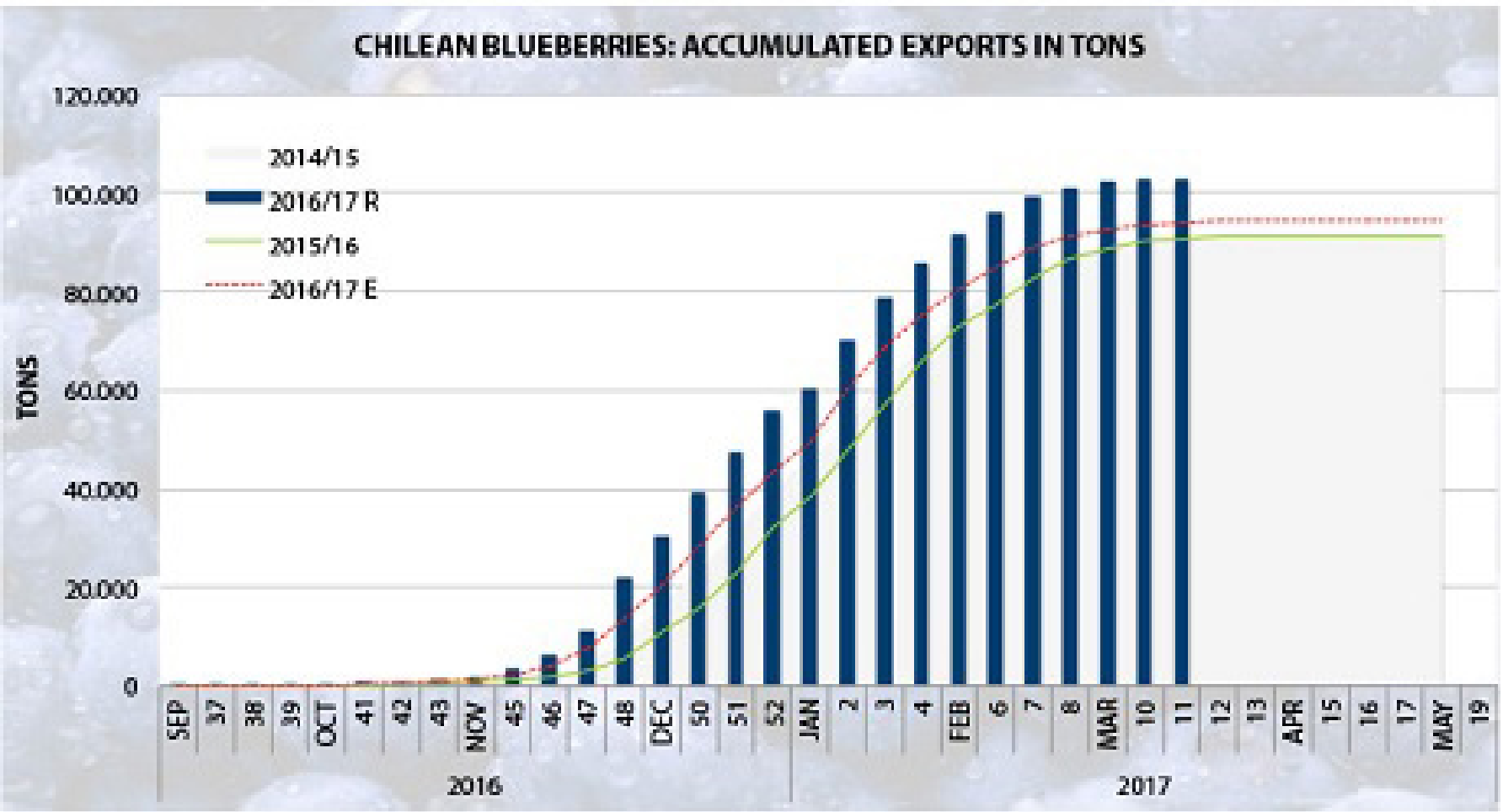
Антоніо Бензі (архів фото)

ОГЛЯД СВІТОВОГО РИНКУ ЧОРНИЦІ

Хоча ніхто не впевнений, але є очікування зростання споживання чорниці, особливо в Європі, де є багато можливостей. Крім того, на американському ринку трейдери шукають нових способів збільшення споживання

Чилійський сезон б'є рекорди. Сезон закінчено, хоча все ще є деякі обсяги для експорту, вони не суттєво змінюватимуть загальні риси сезону 2016-2017, який ознаменував новий запис в чилійському експорті чорниці, перевершуючи всі прогнози, і вперше перетнув межу 100000 тонн. Загальний обсяг експорту до 11 тижня — близько 103000 тонн, що на 13% більше, ніж загальна кількість експортованих в 2015/16 і на 9% більше, ніж прогнозувалося в цій кампанії. Цей історичний рекорд призвів до зростання обсягів відвантаження на азіатські і європейські ринки, які виросли на 54% і 14% відповідно, водночас в Північній Америці вони зросли на 7%. Загалом 63% обсягів цієї кампанії було спрямовано на США, 22% — в Європу і 12% — на Далекий Схід.





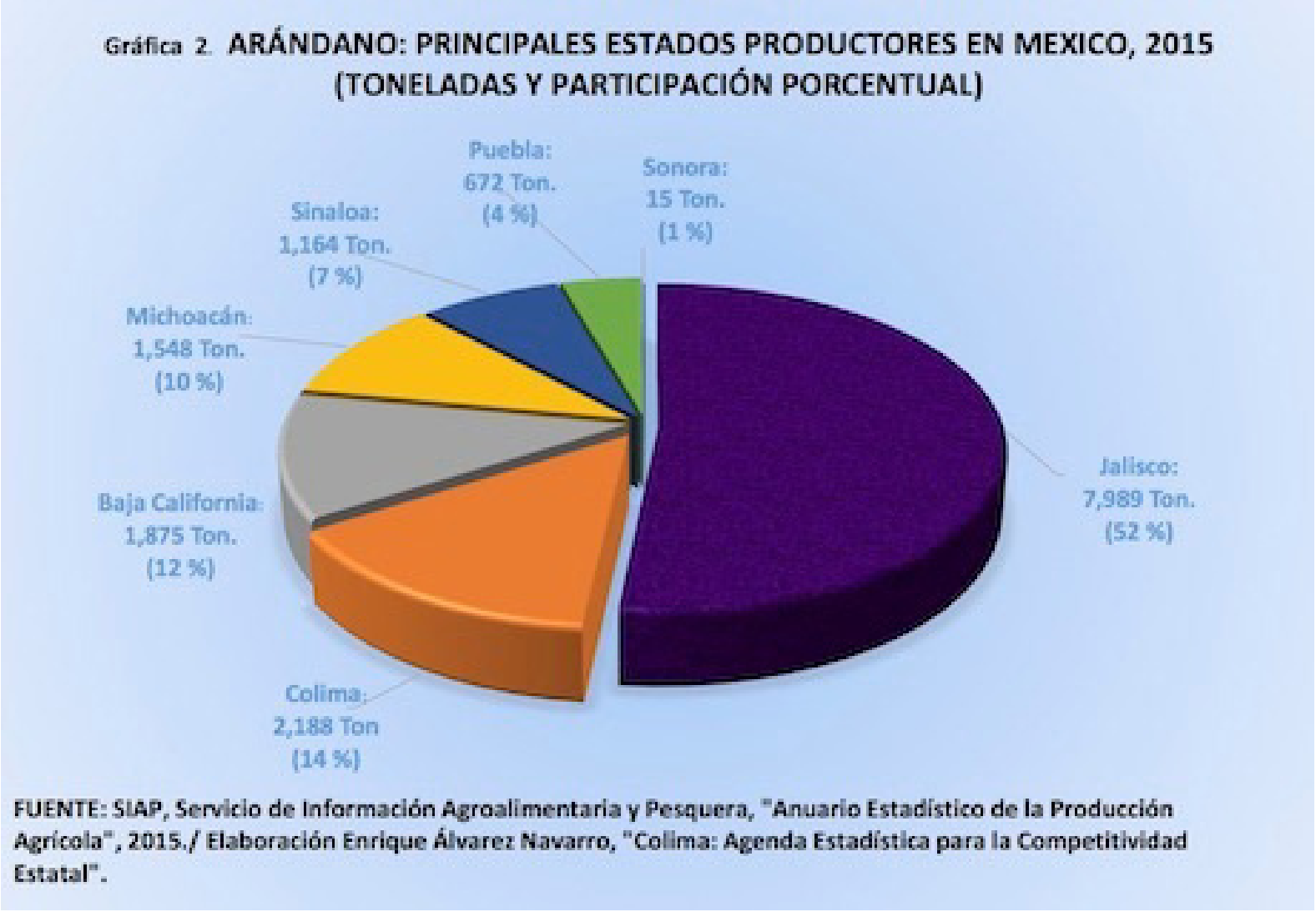
Ще одним важливим етапом в сезоні стало більше нагромадження тепла, яке зазвичай не спостерігається раніше 50 тижня. Як результат, пікові тижні, які історично відбуваються близько 50 тижня, розпочалися на два тижні раніше — десь на 48 тижні. Таким чином, загальний обсяг експорту до кінця 50 тижня становив 23600 тонн, що перевищило поставки минулорічної кампанії за той самий період на + 152%.

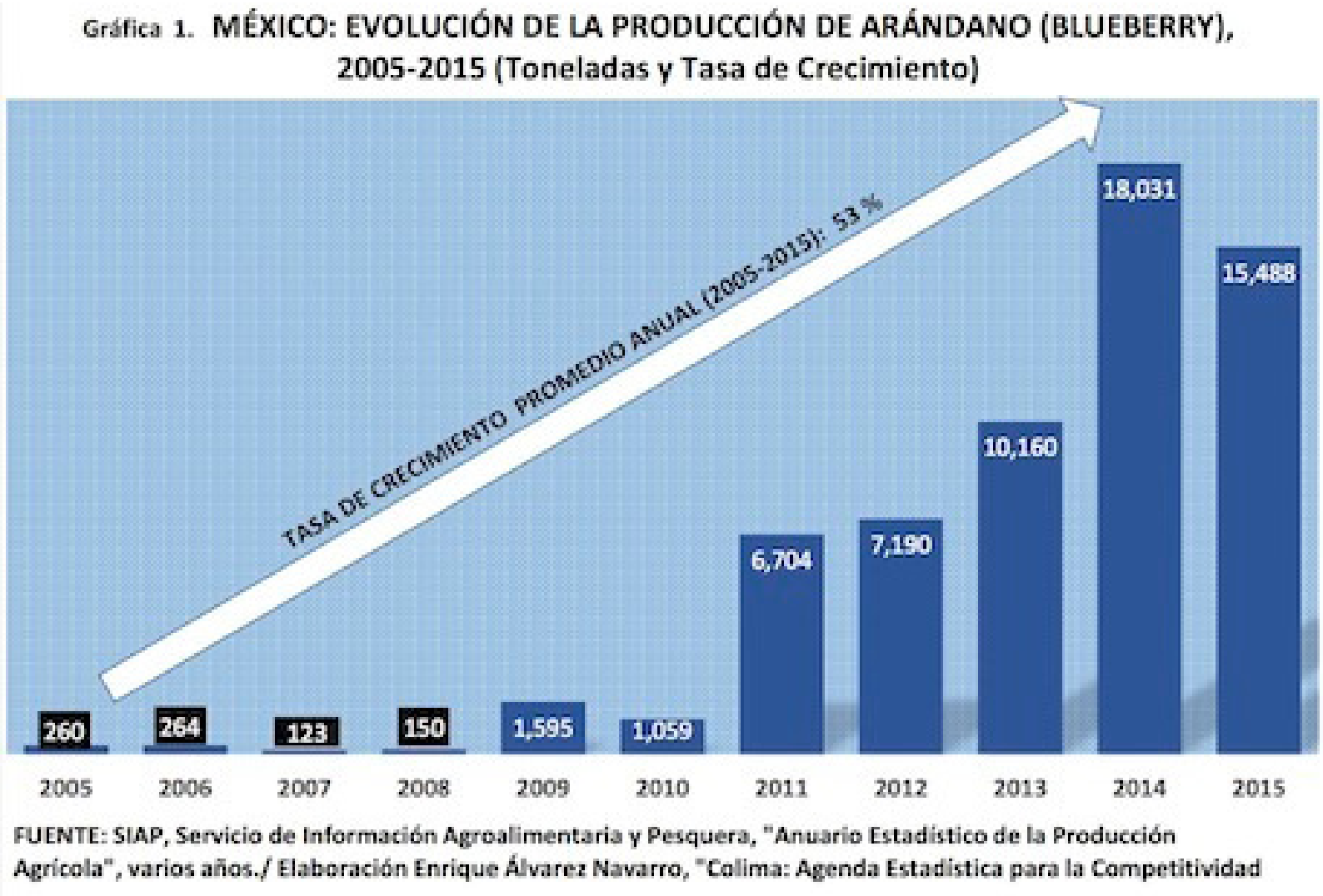
Найбільші обсяги, досягнуті в 2016-17 рр. засновано на двох факторах. По-перше, високі запаси замороженої чорниці в США і, по-друге, більше чітких ринків в пізній стадії сезону. Таким чином, спостерігається сценарій кращого стану ринку наприкінці сезону. Отже, наприкінці збирального періоду Чилі орієнтовано на експорт свіжих ягід, так що зменшення обсягу на завершальному етапі було нижче, ніж передбачалося.

Аргентина фокусується на нових ринках. Відкриття нових ринків в порядку денному Аргентини. Надія полягає в тому, що Китай відкриється для експорту в цьому році. Національне виробництво постійно розвивається, і вони очікують мати великий сезон 2017 року.

Перу націлена на США. За даними Міністерства торгівлі США, перуанський експорт чорниці збільшився на 494,5% протягом останніх п'яти років, і Перу почали витісняти інші країни-експортери, які колись панували на ринку США. Це відбувається за рахунок інших країн Латинської Америки. І Канада — найбільш постраждалий постачальник від розширення участі Перу.

Мексика бачить зростання виробництва. За останніми даними, з Мексики, в період з 2005 по 2015 рік виробництво чорниці досягло середньорічного темпу зростання 53% (15,488 тонн в 2015 році порівняно з 260 тоннами у 2005 році). Основними штатами-виробниками чорниці в Мексиці за обсягом виробництва, є Халіско з 7,989 тонн (52%); Колима з 2,188 тонн (14%) і Нижня Каліфорнія з 1,875 тонн (12%), які в сукупності становлять (78%) від 15,488 тонн. У Колімі площа під чорницею збільшувалася щороку в середньому на 11,3% за період 2012-2015 рр. від 222 до 306 га. Виробництво ягід також мало


Gráfica 2. ARÁNDANO: PRINCIPALES ESTADOS PRODUCTORES EN MEXICO, 2015
(TONELADAS Y PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)
Puebla: 672 Ton. (4 %)
Sonora: 15 Ton. (1 %)
Sinaloa: 1,164 Ton. (7 %)
Michoacán: 1,548 Ton. (10 %)
Jalisco: 7,989 Ton. (52 %)
Baja California: 1,875 Ton. (12 %)
Colima: 2,188 Ton (14 %)
FUENTE: SIAP, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, "Anuario Estadístico de la Producción Agrícola", 2015./ Elaboración Enrique Álvarez Navarro, "Colima: Agenda Estadística para la Competitividad Estatal".


Gráfica 1. MÉXICO: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ARÁNDANO (BLUEBERRY), 2005-2015 (Toneladas y Tasa de Crecimiento)
TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (2005-2015): 53 %
260
264
123
150
1,595
1,059
6,704
7,190
10,160
18,031
15,488
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
FUENTE: SIAP, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, "Anuario Estadístico de la Producción Agrícola", varios años./ Elaboración Enrique Álvarez Navarro, "Colima: Agenda Estadística para la Competitividad

схожу тенденцію і збільшувалося щороку на 18,5% за той самий період з 1318 до 2188 тонн. Найбільша частка експорту — в США і Канаду.

США розчаровані у внутрішньому виробництві. Американський ринок тільки виходить з найкоротшого вікна подачі року. Сезон у Чилі закінчився, і внутрішнє виробництво запускається. Флорида розпочала збирати урожай чорниці у минулому місяці, і досягає максимуму прямо зараз. Була сонячна м'яка зима, що сприяло урожайності. Джорджія і Північна Кароліна, два важливих чорничних штати, мали катастрофічні втрати врожаю через мороз. Виробництво в Джорджії, одному з найбільших чорничних штатів, як очікується, знизиться приблизно на 60-70 відсотків через мороз, що вдарив у березні. Сезон в Джорджії, як правило, починається 15 квітня і триває до 1 липня. Північна Кароліна, за оцінками, матиме 50-70 відсотків втрат від морозу. У цьому штаті урожай чорниці починають збирати в середині травня, і також до 1 липня. За інформацією Локмана, мороз викличе розрив у виробництві між 15 травня і 10 червня.

Ціни в Китаї падають через зростання виробництва. Чорниця неухильно стає все більш популярною ягодою в Китаї. Чотири чи п'ять років тому, коли чорниця розпочала привертати увагу людей, її продавали більш ніж по 150 юанів (20 євро) за 500 грам. Як результат, фермери були готові розпочати вирощування чорниці. Виробництво чорниці в провінції Шаньдун, де сконцентровано її значну кількість, збільшилося щонайменше на 50% порівняно з минулими роками. Внутрішня чорниця буде доступна на ринку близько 25 квітня, а поставки триватимуть до кінця липня. Кілька років тому багато фермерів розширили площі під чорницею, що зумовлено високим прибутком і призвело до неухильного падіння цін на чорницю. Цього року загальна площа та обсяг виробництва відносно стабільні, тому ринкові ціни, як очікується, будуть на одному рівні з цінами минулого року. Китай спочатку імпортує чорницю з Чилі. Раніше в цьому році перші партії перуанської чорниці з'явилися на ринку.

Ізраїль: Екстремальні ціни, зростання споживання. Попит на чорницю в Ізраїлі був на підйомі, і як наслідок, співвідношення попиту і пропозиції опинилися поза балансом протягом декількох років. Ціни на локально вирощену чорницю становлять близько 20 євро за кілограм і досягають зростання на 25% у періоди дефіциту. Навіть імпортована свіжа чорниця продається не дешевше 15 євро за кілограм, а заморожена — до 10 євро за кілограм. Високі ціни, однак, не зупиняють ізраїльських споживачів, оскільки продаж чорниці зростав з року в рік.

Ізраїльські виробники докладають зусиль щоб збільшити місцеве постачання для задоволення попиту і згенерувати прибуткову нову категорію на місцевому ринку, але зростаючі труднощі перешкоджали цьому розвитку. Нині більшість успішних комерційних ферм чорниці розташовані в північній частині країни, в регіонах з холодними погодними умовами і обмеженим впливом тепла в період вегетації. Виробники очікують, що розвиток нових сортів, спеціально адаптованих до місцевого клімату, дозволить ринку рости в найближчі роки. Це, як очікується, справа майбутнього, а отже, поточні ринкові умови і ціни залишаться принаймні на цей та наступний сезон.

Плавний перехід іспанського сезону. Збір урожаю чорниці пройшов у звичайний час цього року в Уельві порівняно з минулим сезоном, коли це сталося набагато раніше через високі температури. З іншого боку, перехід на ринку між чорницею з південної півкулі та іспанською був дуже гладким. Після двох місяців з дуже однорідними цінами вони почали знижуватися в той момент, коли обсяги виробництва в Уельві значно зросли. Виробники визнають, що, хоча в Уельві вони виросли в обсягах виробництва чорниці, це все ще відносно нова культура, до якої вони мають пристосовуватися як в агрономічному, так і комерційному значенні. У секторі існує деяка невизначеність щодо можливого надвиробництва чорниці в поточному і в наступному сезоні. Площі під чорницею дуже в Уельві збільшилися і очікуються великі врожаї, отже, є деякі сумніви щодо того, чи буде ринок в змозі поглинути такі великі кількості.

Італія очікує хороший сезон. У П'ємонті, 2016 р. був дуже хороший з погляду якості виробництва і ціни. Площа, зайнята чорницею, зростає, як передбачалося. Цього року цвітіння було добре; нині немає проблем, так що очікуються гарне виробництво і ціни. Збір врожаю розпочато в травні. Для того щоб охопити всю територію країни, з півночі на південь, і особливо передбачити комерційне виробництво за рахунок розширення календаря, вирощують чорницю також в Калабрії.

ВИРОБНИКИ ОЧІКУЮТЬ, ЩО РОЗВИТОК НОВИХ СОРТІВ, СПЕЦІАЛЬНО АДАПТОВАНИХ ДО МІСЦЕВОГО КЛІМАТУ, ДОЗВОЛИТЬ РИНКУ РОСТИ В НАЙБЛИЖЧІ РОКИ

Дефіцит на ринку Норвегії. «Продажі чорниці виросли, після того, як супермаркети запустили кампанії, продаючи їх за низькими цінами, — свідчить трейдер. – Чорнична кампанія проходить важко, тому що, в той час як супермаркети продають ягоди між € 1,00 до € 2,25 за 125 г коробку (іноді дві), імпортери платять € 22,50 за 12 125 г коробок. Ми платимо вищі ціни на цей момент через розрив в поставках, доки у південній півкулі ринок згортається, і ми чекаємо на нові партії з Марокко та Іспанії».

Французький ринок зростає. Європейське виробництво зростає, що є ознакою того, що ринок, зокрема французький, зростає. Яких-небудь

серйозних насаджень не було створено останнім часом, тому у Франції в цьому сезоні не очікується величезного зростання. Виробництво у Франції виглядає цього року добре і досягне близько 3000 тонн, що є стабільним порівняно з минулим роком. Близько 75% французької продукції експортується. Французький ринок добре збалансований на цей момент з погляду попиту і пропозиції. Є конкуренція збоку імпортної чорниці з Голландії, наприклад, де її збирають механізовано і вона дешевша, ніж французька. Проте французька чорниця має прямий доступ до національної роздрібної торгівлі, водночас іноземним операторам важко отримати доступ на французький ринок. Тому сьогодні французька продукція захищена від занадто великої імпортної конкуренції. Найбільші загрози для французького виробництва лохини походять з Португалії, Північної Іспанії, Румунії та Болгарії.

Бельгія робить великі кроки. Як і в інших країнах, бельгійські трейдери відзначають зростання споживання. Роздрібний ринок представлений в різній упаковці від 125 до 500 грамів. Найбільш важливими постачальниками чорниці є Іспанія, Марокко, Нідерланди, Перу, ПАР і Чилі.

Нідерланди: Абсолютно немає попиту на ягоди чорниці, а також очікуються великі обсяги з Іспанії та Марокко. На сьогодні немає попиту на чорницю. Минулого тижня споживач платив від 1,30 до 1,40 євро за коробочку чорниці 125 грам. Спожито вже досить продукту, а Іспанія і Марокко є найбільшими постачальниками. Ці країни здійснили значне зростання виробництва. Трейдери турбуються за найближчі тижні, а пік імпорту з цих країн, очікується, припаде на 16-19 тиждень.

Мінлива погода в Польщі буде визначати виробництво. Важко оцінити в цей момент, оскільки погода дуже нестійка. Польща мала значні зимові морози на початку року. Після двох тижнів — винятково теплу погоду. Польща очікує більші похолодання і ми боремося з нічними заморозками. Основними ринками збуту є Велика Британія, Німеччина і Скандинавія. Деякі ягоди йдуть в Азію, але на сьогодні тільки в обмежених обсягах.

ОАЕ інвестують у виробництво. Там були інвестиції у виробництво в Близькому Сході і попит зростає. У період з 2014 по 2015 рр. споживання в Еміратах зросло на 7,6%. Сезон розпочався наприкінці літа. Крім того, компанії намагаються забезпечити поставки, маючи виробничі проекти за межами регіону, в таких країнах, як Марокко і Сербія.

Автор: ***Sander Bruins Slot***
Copyright: www.freshplaza.com

ABB TRADING: **СВІЖА ЧОРНИЦЯ ТА СПАРЖА** КРУГЛИЙ РІК

Після того, як він пішов у відставку з ZON наприкінці 2013 року, Тео Доувен (Theo Douven) продав компанію Douven Blauwe Bessen BV двом своїм дітям

Нині він залишається власником бренду B-Berry, який продає свіжу чорницю та традиційно перероблені продукти чорниці: «У 2014 році ми розпочали власний маркетинг та упакування. Незабаром з'ясувалося, що ми не були достатньо потужними, щоб упаковувати та продавати найбільші обсяги чорниці самостійно, а це означало, що ми маємо знайти швидке рішення до початку сезону збору врожаю. Після того як Тео продав свою зростаючу компанію, він разом з трьома іншими партнерами планував запустити абсолютно нову, якою стала ABB Trading BV, що знаходиться в Бізнес-парку Хогвелд-та-Хорст (Hoogveld te Horst) і офіційно розпочала свою діяльність безпосередньо перед сезоном чорниці «2015».

НОВА КОМПАНІЯ

Тео: «У нас не було достатньо місця для роботи з чорницею, частково через те, що обсяги в 2015 році суттєво зросли, тому чотири партнери Дріссен Бладберріс BV (Driessen Blueberries BV), Фред Дувен (Fred Douven), Гаррі Янссен (Harry Janssen) та я вирішили оселитися в бізнес-парку Te Horst. Компанія має тут 2500 квадратних метрів площі, все обладнання нове: холодильні приміщення для зберігання, місця для сортування, пакувальні машини та необхідний персонал. Хоча будівлю ще не завершено, у нас поки що немає офісів, приймальних місць і приміщень для персоналу, ці приміщення тимчасово розміщено в причепах».

ЧОРНИЦЯ ТА ЗЕЛЕНА СПАРЖА КРУГЛИЙ РІК

Бізнес у новому місці розпочався в червні 2015-го року. «Сьогодні все пройшло добре, і все склалося так, щоб ми могли продовжувати працювати й у зимовий період. ABB Trading BV упаковує і продає чорницю та зелену спаржу цілорічно. Ми імпортуємо спаржу з Перу, коли чорниця поза сезоном, тут ми отримуємо її переважно з країн Південної Америки. Новий сезон ми розпочинаємо з наших теплиць в Німеччині, і сподіваємося, що незабаром також розпочнемо продавати чорницю з Косова. Ми зв'язувалися з урядом і виробниками в тій країні, щоб вони допомогти у вирощуванні та продажі чорниці«.

ЕКСПОРТ

Більшість чорниці від'їжджає за кордон: «Ми доставляємо в США, Німеччину, Скандинавію та інші європейські країни». Тео розчарований в тому, що споживання чорниці в Нідерландах все ще досить низьке: «Один з найбільших постачальників – це компанія ЕйЕйч (AH), яка дуже багато імпортує з Польщі. Сподіваємось, це буде змінюватися в майбутньому, оскільки голландські споживачі все частіше вимагають місцевий продукт. Чорниці, які їм наразі пропонують в супермаркетах не завжди

достатньо дозріли, в порівнянні з місцевими чорницями, також є занадто багато гірких ягід, і це не сприяє просуванню ягід».

ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ

Тео очікує зростання попиту на голландський продукт: «Ми знаємо, як отримати більший інтерес для місцевих продуктів, але це, безумовно, все ще потребує більшого пропагування. У Німеччині більшість споживачів хочуть отримати свої «власні»продукти. Там є компанія з виробництва чорниці, яка називається Rheinland Blaubeeren te Straelen. Її мета полягає в тому, щоб продати якомога більше товару безпосередньо напряму і зробити ланцюжок «виробник-споживач» якомога коротшим. ABB Trading BV і B-Berry шукають різних рішень: під час експорту в далекі країни ми, звичайно, постачаємо оптовим покупцям. Там потрібні оптові магазини, щоб завоювати клієнтів. У Німеччині прямі продажі відбуваються добре, ми продаємо безпосередньо споживачам, магазинам, пекарням та супермаркетам».

Сортування та упакування чорниці та спаржі є основним бізнесом компанії ABB Trading, де використовують найсучаснішу техніку, а інноваційні технологічні розробки в галузі сортування та упакування ретельно контролюють, щоб реагувати на бажання замовника та забезпечити довгий термін зберігання.

Відстежується переміщення продукції всередині та за межами компанії. Стандарти якості, передбачені сертифікатами BRC та HACCP, розповсюджуються на всі компанії, які задіяні у ланцюгу виробництво – споживач, так що основні гравці роздрібного ринку в Нідерландах та за кордоном можуть бути впевнені, що якість роботи в ABB Trading досягає найвищих стандартів.

Стандартні упаковки складаються із панеток у 125, 150, 200 і 250 г з кришкою на застібках, з вставкою або без неї, контейнери з щільною кришкою, а також насипом у ящиках. Вибір з верхньою щільною кришкою має перевагу, оскільки продукт залишається свіжим довше через мікроперфорацію для оптимального доступу повітря. Крім того, упаковка може бути виготовлена відповідно до побажань і специфікацій замовника, або клієнт може надати власну упаковку.

СВІЖІ ЧОРНИЦІ ТА СПАРЖІ

Свіжі чорниці доставляються цілий рік. Не тільки голландські виробники є постачальниками ягід чорниці для ABB Trading, а й виробники за кордоном, використовуючи прямі надійні взаємини з ABB Trading.

Свіжість продукту має величезне значення. Для якості також дуже важливо підтримання правильної температури, щоб забезпечити належне охолодження, тому її ретельно контролюють та підтримують у кожній ланці ланцюга.

Охолодження, а отже, свіжість продукту гарантується з першого кроку – збирання чорниці на полі. Тоді ягоди поставляють на сортувальний та пакувальний майданчик ABB Trading. Ягоди знаходяться охолодженими і на останньому етапі, коли продукт передають перевізнику, який доставляє його замовнику.

ЧОРНИЦЯ: ТИПИ УПАКОВКИ, В ЯКИХ ЇЇ ПОСТАЧАЮТЬ ЗАМОВНИКАМ

BB35 125 г/150 г
12 панеток/ящик 40*30*7,5
240 ящиків/піддон

BB42 200 г
12 панеток/ящик 40*30*7,5
200 ящиків/піддон

BB50 250 г
12 панеток/ящик 40*30*10
200 ящиків/піддон

BB75 300 г 6 панеток/ящик
40*30*7,5 240 ящиків/піддон
12 панеток/ящик 60*40*7,5
120 ящиків/піддон

SPS30 150 г 10 панеток/ящик
60*40*7,5 120 ящиків/піддон,
30 панеток/ящик 60*40*10,5
100 ящиків/піддон

SPS40 250 г 10 панеток/ящик
60*40*7,5 120 ящиків/піддон
20 панеток/ящик 60*40*10,5
100 ящиків/піддон

SPS50 300 г 10 панеток/ящик
60*40*7,5 120 ящиків/піддон
20 панеток/ящик 60*40*10,5
100 ящиків/піддон

SPS60 400 г
10 панеток/ящик 60*40*7,5
120 ящиків/піддон

SPS70 500 г
10 панеток/ящик 60*40*7,5
120 ящиків/піддон

SP400-40
300 г /350 г /400 г
12 панеток/ящик 60*40*9
120 ящиків/піддон

BFS16H34 125 г / 150 г
8 панеток/ящик 40*30*7,5 240
ящиків/піддон 16 панеток/ящик
60*40*7,5 120 ящиків/піддон

BFS16H50 200 г / 250 г
8 панеток/ящик 40*30*7,5 240
ящиків/піддон 16 панеток/ящик
60*40*7,5 120 ящиків/піддон

СПАРЖА: ТИПИ ПРОДУКЦІЇ ТА УПАКОВКА

Спаржа зелена
Jumbo, 450 г
11 пучків/Peru-ящик
100 ящиків/піддон

Спаржа зелена XL
450 г, 11 пучків/
Peru-ящик
100 ящиків/піддон

Паростки зеленої спаржі
200 г, 10 панеток/
ящик 60*40*7,5
200 ящиків/піддон

Спаржа біла (неочищена, запакована)
1000/ 700 г, 5 панеток/
ящик 40*30*14
128 ящиків/піддон
500/ 300 г

Спаржа біла неочищена
5000 g / блакитний
лоток, 100 ящиків/
піддон

ЗАМОРОЖЕНА ТА ПЕРЕРОБЛЕНА ПРОДУКЦІЯ B-BERRY

Заморожена чорниця та продукти переробки, такі як варення, соки та алкогольні напої, компанія ABB Trading може поставляти цілий рік.

ABB Trading — це власний бренд компанії ABB Trading, який відрізняється смаком та якістю, а упаковка має яскравий, кольоровий та свіжий вигляд. Упаковка може бути адаптована до вимог замовника.

- Мармелад
- Лікер
- Сироп
- Солодке вино
- Сухе вино

Для детальнішої інформації звертатися:
Theo Douven, ABB Trading, Herenbosweg 24,
5962 NX Melderslo, Tel.: 06-53154459
Email: theodouven@home.nl
www.b-berry.nl

БРИТАНСЬКИЙ РИТЕЙЛЕР SAINSBURY'S РЕКОМЕНДУЄ ЗАСТОСОВУВАТИ ТЕХНОЛОГІЮ FRESH POD

Компанія-виробник технології Fresh Pod для холодильників виграла право про роботу над проектом Sainsbury's – «Waste less, save more» (Викидай менше, економ більше) в графстві Саффолк (Велика Британія)

Шестимісячний проект передбачатиме освіту громадськості округу Сент-Едмундсбері щодо скорочення відходів та постачання 10 000 домогосподарств засобами Fresh Pod для встановлення у їх побутові холодильники. Майже 7000 з них контролюватимуться, щоб встановити ступінь скорочення продовольчих відходів.

Технологія Fresh Pod працює шляхом нейтралізації етиленового газу, який природно виділяється фруктами, овочами та квітами, коли вони дозрівають.

Проект «Waste less, save more» було розроблено у відповідь на дослідження урядової організації WRAP, що вказує на те, що середнє сімейне господарство щороку викидає продуктів на 700 фунтів стерлінгів. Уряд виділив 1 млн фунтів стерлінгів громадам на проекти, які працюють над зменшенням цих відходів.

ТЕХНОЛОГІЯ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ FRESH POD ОТРИМАЛА КОНТРАКТ НА СПІВПРАЦЮ З РАДОЮ РАЙОНУ СЕНТ-ЕДМУНДСБЕРІ ЗА ЛОЗУНГОМ SAINSBURY'S «ВИКИДАЙ МЕНШЕ, ЕКОНОМ БІЛЬШЕ»

Міську раду Сент-Едмундсбері було обрано Спільнотою «Діскавері» для спільної роботи з Fresh Pod. Пітер Стівенс (Peter Stevens), член кабінету міністрів із реалізації подібних суспільних проектів, розповів про важливість схеми у скороченні кількості відходів, збір і утилізацію яких оплачує округ». Він заявив, що Рада «була у захваті від співпраці з Sainsbury's як частиною харчового ланцюга, і в рівній мірі використовувати локально розвинуте і надійне рішення — Fresh Pod».

Валері Уотсон-Браун (Valerie Watson-Brown), директор компанії Fresh Pod, зазначила: «Продовження строку зберігання в чотири рази зробить величезний внесок у зменшення викиду вуглецю, водночас економія коштів буде корисною для всіх».

DIP

into the freshness of

Ukrainian Fresh Valley

9 Sim'i Sosninykh str., Kyiv, 03148 Ukraine
вул. Сім'ї Сосніних, 9, м. Київ, 03148 Україна

UKRAINIAN FRESH VALLEY

+380 44 466-66-71, +38 096 907-12-07
ukrainianfreshvalley@gmail.com

UFP
UKRAINIAN FRESH&FROZEN PRODUCTS

CERTIFIED BY ORGANIC STANDARD.

FIELDS

More than **400 hectares** of fields on which we and our partners grow various berry crops

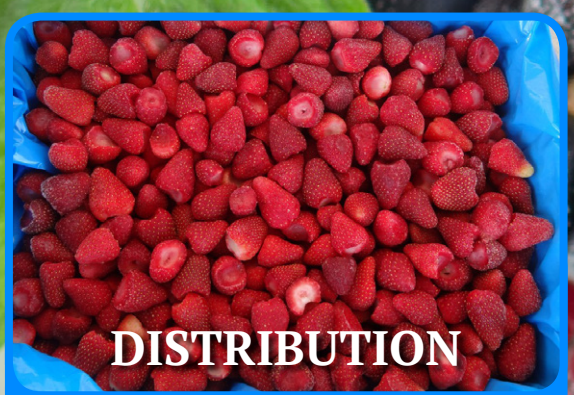
FACTORIES

Three chambers of shock freezing. Products are frozen no more than 12 hours after harvesting

in organic we trust

Ukrainian **Fresh&Frozen** Products **Cluster**

Est. 2015



DISTRIBUTION

+/- 3000 pallets in storage at -20 °C. Constant monitoring of room temperature and the product temperature. Marking of each lot.

LOGISTICS

More than **15 own trucks refrigerators.** UFP is a member of RENAMAX Group, which allows us to deliver anywhere in the world

CONTACTS:
+380 44 466 66 71
Manufacture: 54 Ogienka str., Malyn, 11600 Ukraine
Office: 9 Sim'i Sosninykh str., Kyiv, 03148 Ukraine

hello@ufp.kiev.ua www.ufp.kiev.ua