PROFIHORT MAGAZINE | ISSUE 04

ProfiHort

ПРИБУТКОВА КАРТОПЛЯНА МАЙСТЕРНІСТЬ

ГЕНЕТИЧНА ЦІННІСТЬ ПЕРЦІВ

СИЛА – В ЄДНОСТІ!

СНЕКИ ПЛОДООВОЧЕВОГО БІЗНЕСУ

КООПЕРАЦІЯ ЧИ ПРОКРАСТИНАЦІЯ?

SCAN ME

ПРЕЦИЗІЙНІ ЯБЛУНЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

УКРАЇНСЬКА ЦИБУЛЯ НА РИНКУ ЄС

PROFESSIONAL & PROFITABLE HORTICULTURE

4-6 ГРУДНЯ 2018

FRESH BUSINESS EXPO

VII МІЖНАРОДНА ВИСТАВКА ДЛЯ ГАЛУЗІ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА

ОРГАНІЗАТОРИ:

ТОВ «Компанія «Місто Мрії» (Україна)

Nova Exhibitions B.V. (Нідерланди)

АПК-Інформ (Україна)

ВКЛЮЧНО З:

GREENHOUSE TECHNOLOGIES

ГЕНЕРАЛЬНИЙ МЕДІА-ПАРТНЕР

ProfiHort

PROFESSIONAL & PROFITABLE HORTICULTURE

КИЇВ | УКРАЇНА | МВЦ

www.freshbusiness-expo.com

GLOBAL BERRY CONGRESS

25.26.27 MARCH 2019 ROTTERDAM

SAVE THE DATE

The leading annual event for the international soft fruit business… **packed with berry brilliance!**

For information on sponsorship and exhibition opportunities email **info@berrycongress.com**

berrycongress.com

Organised by EUROFRUIT

Supported by FRUIT LOGISTICA

@berrycongress

ОФІЦІЙНА МЕДІА-ПІДТРИМКА В УКРАЇНІ

ПрофіHort FRUITNET

Market Intelligence Ltd (Part of Fruitnet Media International)
132 Wandsworth Road, London SW8 2LB, United Kingdom.
Tel +44 20 7501 3700 | Fax + 44 20 7501 0306 | fruitnet.com

ЗМІСТ

ProfiHort Magazine №4 - Серпень-Вересень 2018

ІНТЕРВ'Ю

10 Василь Мартюк: В єдності – сила!

АКТУАЛЬНО

18 Про сільськогосподарську кооперацію на новий лад

ПОДІЇ

22 Яблучний сезон-2018/19 на старті марафону. Підсумки восьмої міжнародної конференції «Яблучний бізнес України – 2018»

30 FRUITNET FORUM SOUTH-EAST EUROPE – майданчик для пропагування плодоовочевого потенціалу України

МАРКЕТИНГ

34 Харчування поза домом та його значення для плодовоовочевого бізнесу

АКТУАЛЬНО

43 Снекові овочі: ключова тема цьогорічної виставки ASIA FRUIT LOGISTICA

ЛОГІСТИКА

45 Технології харчового ланцюга допомагають зменшити втрати

ЯГОДИ

54 «Лохина високоросла та інші ягідні культури в Україні 2018. Ягідні кооперативи» – ягідництво у запитаннях та відповідях

59 Найбільша в Європі пакувальна лінія для чорниці

61 Виробники малини випробовують нового робота для збору ягід

КАРТОПЛЯ

62 Засуха впливає на урожай картоплі по всій Європі

ІННОВАЦІЇ

64 Картопляний потенціал України!

LIVE

72 Прибуткова картопляна майстерність від компанії «Сингента» і ТОВ «Біотех ЛТД»

ЗМІСТ

ProfiHort Magazine №4 - Серпень-Вересень 2018

ОВОЧІ

81 Екстремальні погодні умови в європі зумовлюють найгіршу овочеву кризу останніх 40 років

82 Закордонні покупці скасовують замовлення цибулі через високі ціни

ІНТЕРВ'Ю

83 Актуальні можливості української цибулі на ринку ЄС

ОВОЧІ

85 Сила генетики – сила «Енза Заден»!

ІННОВАЦІЇ

94 Інноваційна упаковка для скибочок кавуна та дині

95 Syngenta розуміє потреби ринку кавунів і щоразу презентує черговий солодкий шедевр

ІННОВАЦІЇ

100 Нове покоління динь з хрусткою м'якоттю

РИНКИ

104 Азія – головний драйвер зростання світового ринку яблук

САДІВНИЦТВО

108 Очікується рік яблуневих тарифних боїв

109 Прецизійні технології розширюють можливості яблучного бізнесу

ІНТЕРВ'Ю

120 Не туманні яблуневі перспективи Туманного Альбіону

ВИНОГРАДАРСТВО

124 Огляд ринку столового винограду

СЛОВО РЕДАКТОРА

Шановний Трудівнику галузі плодоовочівництва!

Колектив редакції ProfiHort Media підготував для тебе черговий номер нашого інтерактивного журналу. Ми взяли на себе сміливість дати йому на перший погляд не дуже звичну назву: «Кооперація, чи прокрастинація» («прокрастинація» — ред. хронічне відкладання вирішення важливих питань на пізніше). Проте питання кооперації, а точніше співпраці між усіма операторами плодоовочевої галузі, є надзвичайно важливим.

Ми не лише ратуємо за формальну кооперативну співпрацю, юридично оформлену у певну взаємодію, але й будь-яку співпрацю, покликану допомогти іншим більш професійно налагодити своє виробництво та стати заможнішим та успішним. Адже наша закритість та небажання ділитися досвідом та взаємодіяти задля отримання спільного інтересу призводить до втрати як власних зусиль, так й інших.

Банальна позичка с.-г. реманенту своєму сусіду-фермеру чи одноосібнику, який намагається вийти на більш професійний рівень виробництва, чи надання в оренду частини власного сховища, коли воно не задіяне під власні потреби, в оренду іншому, може дозволити зберегти йому врожай та реалізувати за більш вигідною ціною, а вам — отримати орендну плату, — все це може підняти та виховати культуру взаємин та створити із нашої країни продовольчу базу, яка, завдяки своїм агрокліматичним ресурсам, має потенціал нагодувати набагато більше, ніж тут проживає.

Інша річ — це інформованість, адже кооперація у своїй основі має не лише взаємодію за рахунок спільного використання коштів та засобів виробництва, але, у першу чергу, за рахунок якісної інформованості, адже висловлювання «Хто інформований — той озброєний!» актуальне завжди. Правильна інформація, надана у необхідний час щодо того, що саме необхідно вирощувати, яким чином здійснювати, як переробляти та про потенційні ринки реалізації, слугує основою раціональної, а отже, прибуткової сільськогосподарської діяльності. Взяти для прикладу голландські підприємства, які спеціалізуються на плодоовочівництві: вони на законодавчому рівні зобов'язані ділитися досвідом зі своїми колегами-співвітчизниками.

Ми через свій обмежений світогляд часто боїмося внутрішньої конкуренції і переймаємося, щоб «у сусіда було не краще від мене», тому ми ліпше промовчимо, або ж надамо йому недостовірну інформацію, ніж допустимо, щоб він отримав аналогічні або навіть кращі результати.

Якщо ми не почнемо вважати своїх співвітчизників, які здійснюють аналогічну нам господарську діяльність, своїми партнерами, а не конкурентами, адже за вільного підходу можна у будь-якій співпраці отримати взаємну вигоду, ми будемо не в змозі достойно конкурувати із іншими країнами на експортних ринках, адже експортні стратегії наших сусідів підкріплені державним лобі та державними програмами розвитку експорту. І без виховання внутрішньої культури виробництва та взаємин ми не зможемо демонструвати культуру у зовнішніх комерційних взаєминах. Досвід поточного сезону показав, зокрема щодо ягід, що ми

вирощуємо «кожний по відру», а от сформувати товарну партію із вирощеного не можемо, і хоча ми скрізь кричимо у рупор, що Україна — аграрна плодоовочева країна, коли приходить діло до справи — розводимо руками від неспроможності виконати замовлення наших партнерів, тим самим, можливо, назавжди їх втрачаючи.

Не можна оминути стороною того, що ми не маємо єдиного бачення і єдиної стратегії позиціонування нашої країни як потенційного потужного виробника плодоовочевої продукції та гравця на міжнародному ринку. Стає незрозумілим та вводить інших в оману, чому, наприклад, Україна не є єдиним об'єднуючим стендом на таких провідних галузевих міжнародних виставках, як Fruit Logistica та Asia Fruit Logistica, а представляється декількома стендами із вивіскою «національний». І навіть тут ми розділені самі у собі, водночас прагнучи до національної політичної державної єдності, щоб схід і захід були разом.

Проте, у матеріалах цього номера ми наводимо й успішно діючі приклади кооперації, засновані на духовних та економічних засадах. Хоча держава поки «самоусунулася» від поліпшення кооперативного клімату в Україні, нещодавно відмовившись від голосування за важливий законопроект, який був покликаний допомогти аграріям, котрим важко самостійно діяти, та законодавчо врегулювати їхні взаємовідносини, саме від кожного з нас залежить, чи українці здатні кооперуватися задля досягнення спільних інтересів. Адже неодноразово ми доказували собі та іншим, що у часи труднощів та лихоліття, які Україна й нині переживає, ми спроможні об'єднуватися та консолідувати наші зусилля, незважаючи на незначні внутрішні непорозуміння.

Тому колектив редакції ProfiHort Media пропонує та започатковує соціальну об'єднуючу ініціативу і створення Всеукраїнського хабу професійних виробників та експортерів плодоовочевої продукції «Ukrainian Fresh Valley», метою якого є удосконалення існуючих практик заняття плодоовочівництвом, підвищення якісних та кількісних показників виробництва продукції для забезпечення продовольчої незалежності країни та гідного конкурування на

закордонних ринках. Якщо коротко, то така програма покликана, наприклад, одноосібнику за його бажанням стати професійним виробником, а професійному виробнику — експортером шляхом інформування їх щодо технологічних параметрів вирощування тих чи інших культур, маркетингової доцільності, планування та сертифікації, експортних вимог та документації. До такого хабу ми залучаємо найдосвідченіших вітчизняних та закордонних фахівців із тривалим досвідом роботи, які мають лише позитивні відгуки за результатами їхньої діяльності, і якщо ви потребуєте професійної консультації фахівців із будь-якого питання, як то добір сортів для певних потреб, придбання якісного сертифікованого садивного матеріалу чи насіння, планування саду, ягідника, овочевого поля, зрошення та захист від несприятливих погодних чинників, живлення та захист від хвороб та шкідників, с.-г. реманент, техніка та сховища, тара, сортування та пакування, специфіка експорту свіжої та переробленої продукції, будь ласка, зв'яжіться з нами, і ми без вагань спрямуємо вас до одного із фахівців, який спеціалізується саме на питаннях, які вас хвилюють. Адже наш медійний проект ProfiHort поклав за свою основу просвітницьку мету, публікуючи актуальні матеріали інформативного змісту. І якщо взяти статті поточного випуску, де розповідається про сортовий сортимент картоплі, хто в Україні пропонує якісний садивний матеріал, а яка компанія — продукти для якісного захисту врожаю, сортимент гібридів перцю та сортів чорниці, огляди міжнародних ринків щодо тих чи інших культур, — все це має якісно розширити ваш інформаційний простір та вказати на істину. Тому соціальна ініціатива «Ukrainian Fresh Valley» покликана допомогти вам стати успішнішим, а Україні — заможнішою!

Малюнок на обкладинці - Марія Козенко

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

/profihortmedia

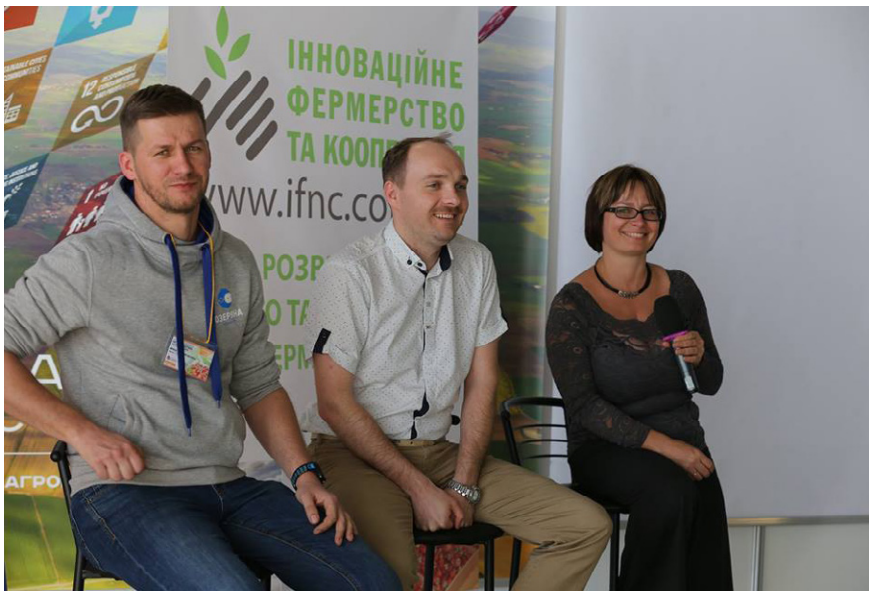
«КООПЕРАЦІЯ є одним із рушіїв світової економіки, який суттєво впливає на комплексний розвиток сільських територій та держав загалом»,

*— **Василь Мартюк,***
керівник соціально-інвестиційного відділу у «МРІЯ Агрохолдинг – MRIYA Agro Holding

ВАСИЛЬ МАРТЮК:
В ЄДНОСТІ – СИЛА!

Нинині дуже багато різного роду експертів обговорюють питання кооперації, її необхідність, та плюси і мінуси від участі у кооперативах. Щоб допомогти зорієнтуватися нашим читачам у ситуації з кооперацією в Україні, її актуальністю та необхідністю для розвитку українського суспільства, насамперед сільських громад, ми звернулися до Василя Мартюка, керівника соціально-інвестиційного відділу у «МРІЯ Агрохолдинг – MRIYA Agro Holding», консультанта ягідного СОК «Файна Поляна», кооперативного об'єднання «Файні Ґадзи» та ще близько 20 інших кооперативів, які створено за його участі в західній Україні.

– Шановний пане Василю, яка Ваша думка про законопроект 6527-д «Про сільськогосподарську кооперацію», який ВРУ збиралася розглянути 5 липня 2018 р., але його розгляд було відхилено?



– Питання законодавчої бази України з кооперації нині активно обговорюється багатьма депутатами та експертами. Сам факт такого обговорення свідчить, що законодавство не досконале і має прогалини. Зокрема потребує поправок питання трактування ДФС статусу неприбуткових СОК, реєстрації платниками ПДВ навіть під час роботи за договорами-дорученнями чи, скажімо, врахування доходу членам ОСГ без понесених витрат у разі реалізації їх продукції, що впливає у свою чергу на субсидію... Проте цілковите переписування законодавства, як на мене, не стане панацеєю для розвитку кооперативного руху в Україні.

Після реєстрації законопроекту 6527-д ми чуємо від кооператорів чимало нарікань на псевдоекспертів, які «в Києві малюють законопроекти і потім, не обговоривши із існуючими кооперативами, намагаються їх пропхати». Коли діючі кооперативи не залучають до обговорення, то закономірно, що такий підхід викликає спротив та нерозуміння ситуації. За детального вивчення законопроекту в юристів виникають обґрунтовані застереження щодо низки статей, а також звучать зустрічні пропозиції.

На мою думку, це все варто консолідувати, провести в регіонах спільні зустрічі зацікавлених осіб із залученням, перш за все, представників діючих кооперативів, та напрацювати спільний законопроект.

– Будь ласка, роз'ясніть нашим читачам відмінність між «виробничим» та «обслуговуючим» кооперативом, яку форму кооперації доцільніше застосовувати під час організації кооперативного руху?

– У чинному на сьогодні законодавстві є чітке розмежування сільськогосподарських кооперативів на два види: обслуговуючі та виробничі. Виробничий кооператив — це кооператив, який мало чим відрізняється від радянського колгоспу. Він утворюється на засадах обов'язкової трудової участі його членів у кооперативі. Тобто вам потрібно ходити від години до години на роботу і отримувати за це встановлену заробітну плату. Все майно та виробнича діяльність є спільною. Такі об'єднання малоефективні і, як бачимо, вони з кожним роком все більше зникають, а їх лідери утворюють під себе більш мобільні ТОВки чи обирають інші форми господарювання.

Обслуговуючий кооператив — це європейська форма кооперації. Такі кооперативи можуть утворюватися через об'єднання як фізичних, так і юридичних осіб. Вони об'єднуються як для

зменшення своїх власних витрат, так і для збільшення доходів під час вирощування, переробки чи реалізації індивідуально вирощеної продукції кожним членом кооперативу.

Щоб краще зрозуміти розглянемо на прикладі обидва кооперативи – є 20 осіб які вирішили вирощувати полуницю.

1 варіант. Вирішили створити виробничий кооператив. Взяли вони 40 га поля і разом його садять. Усі ходять на роботу, і як у колгоспі у частини людей (і з кожним разом їх більшає) виникають думки, навіщо особливо старатися чи поспішати під час виконання якогось завдання, є інші учасники — вони зроблять чи дороблять, можна десь трохи недосипати добрива, злити пальне чи ще щось... Відповідні отримують і результати...

2 варіант. Вирішили створити обслуговуючий кооператив. Є ті самі 20 учасників і ті самі 40 га. Але в обслуговуючому кооперативі (СОК) кожен з учасників веде індивідуальну господарську діяльність – має у власності чи орендує свою окрему земельну ділянку – в когось 2 га, у когось 1 га, у когось 1,5 га і разом тих самих 40 га. Кожен відповідає за результат на своїй плантації , що краще він її догляне, то кращий урожай отримає і більше відповідно заробить. Цей прибуток — прибуток цієї конкретної особи, а не кооперативу. Звісно, бажано усім членам СОК вирощувати однакові сорти та дотримуватися єдиної технологічної карти. Спільні закупівлі ЗЗР та добрив за оптовими цінам — це теж можливість зекономити кожному з учасників. Кооператив може придбати спільний тракторець і надавати ним послуги для своїх членів за узгодженими тарифами, які однакові для усіх членів та є, як правило, нижчими за ринкові, оскільки ви надаєте послуги винятково для себе. Це стосується і створення кооперативних переробних потужностей – лінія з виготовлення соку, заморозки, сушки чи ще чогось. Ну і, звісно, формування спільної товарної партії, що дає можливість отримати кращу ціну чи умови поставки/розрахунку під час реалізації. Для управління діяльністю та надання послуг для членів СОК наймається директор не з-по-

між членів кооперативу, щоб сприяти розвитку кожного учасника СОК та кооперативу загалом.

– На прикладі створення та функціонування СОК «Файна Поляна», який займається вирощуванням та прагне налагодити власну переробку (заморозку) ягідної продукції, будь ласка, роз'ясніть переваги створення сільськогосподарського кооперативу та яким чином здійснюється керівництво його діяльності?

– СОК «Файна поляна» створено у 2015 році. Підтримку в його створені надав Агрохолдинг «Мрія». Зокрема за підтримки агрохолдингу було придбано у Польщі саджанці малини та передано на умовах співфінансування 2 грн/шт. Отримати саджанці тоді зголосилося 60 сімей на території Августівської сільської ради. Додатково для СОК було ще надано невеличкий тракторець для обробітку міжряддя. Проте не всі, хто отримав саджанці, стали учасниками кооперативу із різних причин. Хтось не вірив, що це запрацює, хтось думав, що втратить субсидію, хтось ще щось... У 2015 році членами СОК стало 5 осіб, у 2016 — 9, 2017 — 20, зараз у 2018 уже є 26, один із них — це фермерське господарство, і ще є ціла низка кандидатів. Їх об'єднує те, що усі вони вирішили розпочати власну невеличку справу в ягідництві та проживають в радіусі 30 км. У перспективі вони мають бажання збільшити свої насадження та зареєструватися як фермерські господарства(членами СОК можуть бути також юридичні особи). Бачимо тенденцію, що кооператив постійно розвивається і охочих до нього долучитися з кожним роком більшає.

Також підкреслю, що «Мрія» не є його засновником чи учасником. Для агрохолдингу підтримка кооперативного руху — це, перш за все, соціальний інструмент для сприяння комплексному розвитку територій своєї присутності та створення робочих місць для пайовиків. Основну скрипку у діяльності «Файної поляни» відіграє Правління СОК із 5 осіб, яке обране на Загальних зборах членів СОК. Також обрано голову кооперативу для публічного представлення кооперативу та підписання юридичних документів.

Окрім підтримки від Агрохолдингу «Мрія», кооператив також брав участь в конкурсі Тернопільської обласної державної адміністрації з підтримки кооперативів і теж отримав допомогу водночас із іншими СОКами області. Кошти було використано для придбання системи крапельного поливу, шпалери та навісного обладнання для техніки.

Таким чином ягідники, завдяки об'єднанню в СОК «Файна поляна», змогли отримати відчутну допомогу, як і від місцевого агрохолдингу, так і від влади. Індивідуально розраховувати на таку підтримку — марна справа.

Крім того, наприкінці кожного року учасники кооперативу консолідують інформацію про свої потреби у мінеральних добривах та ЗЗР і закуповують оптом ці ТМЦ. У сезон збору ягід домовилися за спільний транспорт для збуту продукції та реалізовували єдиними партіями. Таким чином заощаджували на логістиці та отримували вищу ціну під час реалізації. З ініціативи кооперативу було проведено чимало семінарів із залученням фахівців для навчання технології вирощування та догляду за ягідними плантаціями для учасників СОК. Це все конкретні переваги, які отримали члени СОК «Файна поляна».

Зараз об'єднання їх власних ресурсів дозволило розпочати будівництво кооперативного цеху заморозки ягід для створення доданої вартості з власно вирощеної сировини. Завдяки кооперативу вони мають можливість подати заявку на співфінансування придбання обладнання, необхідне для зберігання та переробки продукції ягідництва згідно з постановою КМУ від 07 лютого 2018 року №106 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання фінансової підтримки розвитку фермерських господарств»

– Створення Кооперативного об'єднання СОКів «Файні Ґадзи» є певною передумовою для створення повноцінного кластера, який охоплює повний цикл виробництва — від вирощування до отримання продукту із доданою вартістю?

– Кооперативне об'єднання «Файні Ґазди» (КО) створено близько півроку тому — 19 грудня 2017 року. Воно стало певним подарунком для кооператорів області до дня Святого Миколая. Мета створення — лобіювання інтересів СОКів, що стали учасниками КО, та просування кооперативного руху в регіоні загалом. Зараз кооперативне об'єднання активно сприяє у розвитку новостворених кооперативів, які ще не можуть повноцінно заявити про себе і потребують певної «опіки» в питаннях бухгалтерії, агрономії, юридичних та інших. Також КО у перспективі допомагатиме із тими самими спільними закупівлями та збутом, але ще у більших масштабах, оскільки консолідуватиме інформацію та ресурси наявних у регіоні СОКів. На сьогодні членами КО СОК «Файних Ґаздів» є 16 кооперативів, 8 з яких — ягідного спрямування. Для малинових кооперативів КО залучає спеціалізований транспорт та допомагає із логістикою. У перспективі теж можливе будівництво певних переробних потужностей, але це завдання для наступних періодів, оскільки КО сьогодні — ще молоде формування і проходить період становлення.

> *«КООПЕРАЦІЯ є одним із рушіїв світової економіки, який суттєво впливає на комплексний розвиток сільських територій та держав загалом. Цей інструмент широко використовують практично усі розвинуті країни світу – Канада, США, Японія, Франція, Німеччина, Іспанія... Зокрема завдяки кооперації формується стійкий середній клас суспільства, який забезпечує стабільність для держав»*
>
> ***— Василь Мартюк, керівник соціально-інвестиційного відділу у «МРІЯ Агрохолдинг – MRIYA Agro Holding»***

Щодо кластерів — це теж цікаве формування, але дещо інше. Для їх повноцінного функціонування потрібно залучати додатково ще й інших учасників, які нині не проявляють особливого інтересу. Це мають бути і навчально-дослідницькі заклади, які мають проводити регіональні досліди в певних кліматичних умовах з відповідними сортами та готувати відповідних фахівців; фінансові установи, які мають допомагати із залученням «дешевих грошей» для розвитку; органи влади, які мають розробити та затвердити відповідні програми кластерного розвитку, ну і, звісно, мають бути відповідні переробні потужності, які зможуть переробити вирощену продукцію в межах цього кластеру. Щоб кластер ефективно працював, він має базуватися в певному регіоні із зручною логістикою. В Україні усе досить розкидано і рухається спонтанно, проте я впевнений, що ми до цього теж дійдемо... Зараз спостерігаємо кілька спроб формувати такі кластери, зокрема варто відзначити UFP.

— Ідея створення кооперативів як основи добробуту сільських громад не нова, адже кооперативний рух в Україні, в Галичині зокрема, успішно діяв на рубежі XIX-XX ст. аж до радянської окупації у 1939 р., який згодом був підмінений примусовою колективізацією. Головним сподвижником кооперації у Західній Україні в той час був митрополит Андрій Шептицький, який вважав, що «Кооперація — це потіха народу, на яку опирається його добробут» та який з її допомогою вбачав шлях, аби вивести народ із «соціальної депресії» — відродити вірних і громади до активного економічного, соціального, культурного та політичного життя, що йому певним чином і вдалося втілити в життя. Чи має щось спільне, звісно, окрім назви, сучасна кооперація із тими духовними та економічними засадами кооперування, які існували за А. Шептицького?

— Так ви праві, на початку XX століття українські землі, навіть будучи під окупацією інших держав, активно розвивалися, зокрема за рахунок кооперації. На Західній Україні до приходу радянської влади кооперацію пропагувала та підтримувала Церква на чолі з митрополитом Андрієм Шептицьким. У свою чергу, українські кооперативи допомагали будувати читальні «Просвіти», споруджувати нові храми, підтримували українські організації «Пласт», «Сокіл», «Січ». Українські аграрні кооперативи «Центрсоюз» і «Маслосоюз» були на той час одними з найбільших у Європі та контролювали до 50% всього експорту тодішньої Польщі, це при тому, що українці становили лише 16% від усього населення Галичини. Тому кооперація є традиційною для українців та потребує історичного відродження.

Зараз маємо слабкий розвиток малого бізнесу в Україні, роздрібненість, значну недовіру один до одного, «моя хата з краю», низьку ініціативність — це все наслідок послідовної та жорсткої політики радянської системи з винищення самодостатніх українців («куркулів»), виселення у Сибір неугодних, насильної колективізації, впровадження колгоспів та державної централізації прийняття рішень. Це той негативний багаж, який ще досі живе у свідомості кількох поколінь та гальмує наш розвиток...

У єдності — сила. В економічному плані досягти єдності українців можемо зокрема через розвиток різнопланових кооперативів. Спочатку на регіональному, а згодом і на національному рівні. Тому розвиваймо середній клас, розвиваймо кооперативи — це одна із ключових умов розбудови сильної, самостійної соборної держави Україна.

ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ ХАБ

ПРОФЕСІЙНИХ ВИРОБНИКІВ ТА ЕКСПОРТЕРІВ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

UKRAINIAN FRESH VALLEY

Партнери:

+38 096 907-12-07;
ukrainianfreshvalley@gmail.com

ПРО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ КООПЕРАЦІЮ **НА НОВИЙ ЛАД**

Редакція ProfiHort Media зробила власний аналіз ситуації із кооперацією в аграрній галузі України

Українські аграрії наголошують на необхідності кооперації. Це й не дивно, оскільки потреба виходу на закордонні ринки поставила виробників сільгосппродукції перед викликами — зокрема, щодо обсягів поставок тощо

ЧИ ВАРТИЙ ДОВІРИ СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО АГРОБІЗНЕСУ ЗАКОНОПРОЕКТ № 6527-Д?

Про переваги кооперації над розрізненістю було вже сказано достатньо, а от щодо законодавчих підвалин такого явища активно заговорили у зв'язку з появою у парламенті законопроекту № 6527-д від 25.06.2018 «Про сільськогосподарську кооперацію», який так і не було проголосовано у Верховні Раді 10.07.2018. Чому? У цьому спробував розібратися наш ресурс.

НЕМА ПАЮ — НЕМА КООПЕРАТИВУ?

Існує думка, що запропоновані проектом законодавчі новели суперечать ключовим принципам кооперації. Зокрема, йдеться про нівелювання таких понять, як «пай» та «пайовий фонд». Навіщо вони обслуговуючим кооперативам, які функціо-

нують на неприбутковій основі?! Водночас, якщо участь учасників такого кооперативу перестане бути пайовою, постане питання про засади організації такої участі, не кажучи вже про одержання виплати на відповідний пай.

«Нема паю — нема кооперативу», — зауважує з цього приводу Президент Національної асоціації сільськогосподарських дорадчих служб України. Член ради Національної сільськогосподарської палати України та Українського сільськогосподарського кооперативного союзу ***Роман Корінець***.

За словами експерта, без цього втрачає сенс будь-яка розмова про законопроект, оскільки йдеться вже не про кооперацію.

«Пай — це те, що відрізняє кооперативи від інших організаційно-правових форм господарської діяльності», — пояснює свою думку експерт на сторінці «Кооперація в Україні» у Фейсбуці.

Якщо взяти до уваги той факт, що більшість сучасних українських кооперативів є обслуговуючими, тобто діють на неприбутковій основі, хвилювання навколо законопроекту є цілком зрозумілими. Як бути із тим, що пайова участь гальмує процес залучення до кооперації іноземних інвестицій, при цьому невідомо.

НЕПРИБУТКОВІСТЬ — МОТИВАЦІЯ БЕЗ МАЙБУТНЬОГО

Водночас заступник голови Всеукраїнської Аграрної Ради (ВАР) ***Михайло Соколов*** вважає за доцільне в неприбуткових кооперативах використовувати для формування капіталу вступні внески, на які виплати не проводитимуться й які повертатимуться у разі виходу з кооперативу.

«Я особисто стикався з проектами будівництва сільгоспкооперативів в Україні різними донорами з середини 90-х років, і просто не міг зрозуміти, навколо чого вони планують об'єднати людей? Щоб люди згуртувалися, потрібна якась велика ідея та мотивація, — написав з цього приводу ***Андрій Ярмак.*** — Якщо взяти сотню дідусів та бабусь, тобто фізичних осіб, жоден з яких не має на меті отримання прибутку, і об'єднати їх в знову ж таки неприбутковий кооператив, то в такій організації мотивація буде настільки низькою, що у неї не буде особливого майбутнього».

На думку експерта, якщо новий закон буде проголосовано, це дозволить збільшити експорт продуктів харчування за рахунок вищого рівня конкурентоздатності українських продуктів внаслідок створення експортних кооперативів та об'єднання партій товару від виробників, а також сприятиме збільшенню доданої вартості, експортованої українськими виробниками агропродукції завдяки залученню нових гравців, що мають кращий доступ до якісної сировини та активніше знаходитимуть нові ніші.

«КОРПОРАТИЗАЦІЯ» КООПЕРАЦІЇ

Цікаво, що наріжним каменем у дискусії навколо законопроекту став захист інтересів малого та середнього агробізнесу. Причому думки експертів щодо цього цілком протилежні.

Так, академік НААН ***Юрій Лупенко***, наприклад, висловився у мережі про те, що проект у такій його редакції, що перебуває наразі у парламенті, містить ризик щодо експлуатації ідеї кооперації великим аграрним бізнесом. Водночас економіст інвестиційного департаменту продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) **Андрій Ярмак** впевнений: законодавчі новели 6527-д містять реальний шанс для малих та середніх виробників сільськогосподарської продукції в Україні конкурувати на рівних з агрохолдингами. Адже наближення кооперації в Україні до корпоративних стандартів значно поліпшить доступ до фінансування малим та середнім фермерам України, що об'єдналися в кооперативи, оскільки такі кооперативи стануть привабливими клієнтами банківської системи.

Юрій Лупенко, навпаки, вважає, що така «корпоратизація» кооперації в Україні ускладнить ідентифікацію вітчизняних кооперативів зарубіжними партнерами.

Направду, пропоноване проектом надання окремим кооператорам додаткової кількості голосів залежно від їхньої участі у діяльності кооперативу, а також пропозиція збільшити частки прибутку кооперативу, що розподіляється на паї, до 80% на противагу існуючим наразі обмеженням виплат на капітал, багато в чому наближає кооперативи до господарських товариств, а отже, і віддаляє їх від неефективної радянської моделі.

Не дивлячись на такий плюралізм думок, ми впевнені, що сучасному українському аграрію легко буде визначитися, чи має він на меті одержання прибутку. Розгляд законопроекту нині відкладено, тож час на роздуми ще є, так само як і простір для чергового законодавчого маневру щодо кооперації. Головне, щоб маневр цей не виявився традиційно гіршим за вже існуючу ініціативу, адже подібних прикладів українське законодавство знало чимало.

Дослідження: ProfiHort Media

FRESH BUSINESS EXPO – ЄДИНИЙ В УКРАЇНІ ЗАХІД B2B ФОРМАТУ ДЛЯ ОПЕРАТОРІВ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ!

Вже через три місяці, а саме 4-6 грудня в Міжнародному виставковому центрі у Києві розпочнеться міжнародна спеціалізована виставка Fresh Business Expo, присвячена технологіям вирощування, обробки, зберігання, переробки та маркетингу овочевої, фруктової та ягідної продукції

Fresh Business Expo – це єдиний в Україні захід B2B формату, винятково орієнтований на повний цикл виробництва свіжих овочів, фруктів та ягід. Щороку виставка підтверджує, що є чудовим додатковим маркетинговим інструментом для компаній, що займаються встановленням та зміцненням необхідного бізнесу в Україні та країнах СНД. Fresh Business Expo привертає до себе все більше уваги виробників, трейдерів, імпортерів, експортерів, переробників, а також постачальників обладнання. у 2017 році цей захід відвідали 3744 зацікавлені особи. 115 компаній з 10 країн світу взяли участь у виставці. У 2018 році організатори очікують на збільшення кількості учасників та відвідувачів, оскільки ринок росте та розвивається. Наразі до виставки вже долучилися компанії з Бельгії, Італії, Нідерландів, Німеччини, Пакистану, Польщі, України та Швеції.

Цього року на Fresh Business Expo буде представлена галузь тепличних технологій. Заступник Міністра аграрної політики та продовольства України Ольга Трофімцева зазначає, що розвиток тепличного виробництва в Україні може стати одним із цікавих нішевих напрямів бізнесу для українського аграрного виробника.

Тепличні технології в Україні набувають значної актуальності. З часом ця галузь стане ще більш прибутковою, оскільки є сприятливі умови для розвитку. Скористайтеся нагодою заявити про своє господарство на Fresh Business Expo 2018! Запрошуємо до участі тепличні підприємства! Fresh Business Expo приносить багато вигідних знайомств та особливих можливостей!

Фотогалерею з минулорічного заходу можна переглянути тут: *фотогалерея Fresh Business Expo 2017*

Детально на: *www.freshbusiness-expo.com*

«ЯБЛУЧНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ – 2018»

ПІДСУМКИ ВОСЬМОЇ МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Кам'янець-Подільський став справжнім центром яблучного бізнесу, зібравши 16-17 серпня провідних представників сектора не тільки України, а й світу в рамках восьмої міжнародної конференції «Яблучний бізнес України – 2018».

За словами організаторів заходу, представників проекту «АПК-Інформ: овочі і фрукти», в нинішньому році конференцію відвідали понад 240 делегатів з 12 країн світу, таких як Україна, Грузія, Молдова, Узбекистан, Таджикистан, Австрія, Нідерланди, Польща, Франція тощо.

Організатором конференції є проект «АПК-Інформ: овочі і фрукти». Подія відбулася за підтримки FAO (Продовольча і сільськогосподарська організація ООН) і ЄБРР (Європейський банк реконструкції та розвитку). Технологічним партнером виступала компанія «Житомирський картонний комбінат».

Партнер бізнес-туру конференції — група компаній VITAGRO. Партнерами заходу були компанія «Інсолар-Холод» і Українська плодоовочева асоціація. Генеральний медіа-партнер — проект ProfiHort Media. Спеціальний медіа-партнер — проект East-Fruit.

«Нам приємно констатувати, що географія учасників конференції розширюється з кожним роком, — зазначив **Олександр Хорєв**, керівник проекту« АПК-Інформ: овочі і фрукти». — ***Це свідчить про те, що Україна викликає все більше інтересу у іноземних «баєрів» як постачальник яблук, а також зміцнює свої позиції на міжнародній арені»***.

РИНОК СВІЖИХ ЯБЛУК УКРАЇНИ ТА СВІТУ

Перша сесія конференції була присвячена прогнозам і перспективам розвитку яблучного сектора в Україні і світі в сезоні-2018/19. За словами провідних галузевих експертів, поточний яблучний сезон тільки набирає обертів, проте вже сьогодні вони порівнюють його початок зі стартом справжнього марафону, для успішного фінішу в якому учасникам ринку необхідно буде докласти максимум зусиль.

«Вже сьогодні можна констатувати, що в новому сезоні виробників яблук, як українських, так і європейських, чекає чимало випробувань. Галузеві асоціації та аналітики прогнозують зростання врожаю цих фруктів в ЄС і Україні до рекордних показників. Водночас світовий ринок яблука продовжує стагнувати: обсяг глобальної торгівлі цією продукцією не росте вже 6 років поспіль. Більш того, глобальний ринок яблучного концентрату стрімко скорочується, оскільки відновлені соки перестали вважатися корисними. За оцінками FAO, тільки за останні 5 років світова торгівля концентратом скоротилася на 15%, а за 10 років — на 22%», — коментує ситуацію **Андрій Ярмак,** економіст Інвестиційного центру FAO.

Відповідно до початкових прогнозів Всесвітньої асоціації виробників груш і яблук (WAPA) у сезоні-2018/19 валовий збір яблука європейських садівників може стати максимальним за останнє де-

сятиліття. Очікується, що урожай цих фруктів в ЄС становитиме 12,611 млн тон, а це на 36% більше, ніж роком раніше, і на 11% перевищує середні показники за останні 5 років. За словами **Євгена Кузіна**, менеджера з маркетингу проекту «АПК-Інформ: овочі і фрукти», це пов'язано як з відновленням виробництва яблука в європейських країнах після істотних втрат від погодних катаклізмів навесні минулого року, так і з тенденцією інтенсифікації виробництва.

«У нинішньому сезоні WAPA прогнозує незначне падіння врожаю тільки в Португалії (на 15%) та Іспанії (на 1%). У всіх інших країнах Європейського союзу очікується істотне збільшення валового збору. Так, наприклад, в Польщі, провідному виробничому регіоні, зростання врожаю може становити відразу 56%! Якщо такі прогнози збудуться, нас очікує помітне збільшення експорту яблука з ЄС, а також можливі проблеми з поставками на європейський ринок з країн, які не входять до Європейського союзу», — повідомив експерт.

Водночас Є. Кузін зазначає, що посуха і підвищені температури у другій половині літа в Європі можуть негативно позначитися на калібрі і забарвленні яблука. При цьому українські фермери поки не бачать причин для занепокоєння щодо якості врожаю, проте і вони не виключають проблем зі збутом.

«У поточному році Україна не стане винятком: за попередніми прогнозами, нас очікує помітне зростання виробництва, що може призвести до надлишку продукції на ринку і чинитиме тиск на ціновий рівень. За нашими оцінками, надлишок становитиме майже 160-200 тис. тонн, реалізувати які на зовнішньому ринку буде непросто. Так, Україна помітно зміцнила свої позиції на ринку ЄС, при цьому довівши, що українське яблуко не тільки дешевше, але і часто якісніше. Однак в цьому сезоні в умовах зростання виробництва в європейських країнах поставляти у цьому напрямку буде вкрай непросто!» — коментує ситуацію **О. Хорєв**, керівник проекту«АПК-Інформ: овочі і фрукти».

При цьому експерт зазначає, що поки в Україні тільки 8 компаній сертифікували своє виробництво згідно з міжнародним стандартом, таким як Global G.A.P. Для порівняння: в сусідній Молдові таких господарств уже 43, і їх кількість щороку зростає. Крім того, за словами **Андрія Збанки**, представника Національної федерації сільгоспвиробників Молдови AGROinform, ця країна продовжує актив-

но нарощувати власне виробництво яблука. Тільки за останні 7 років площі під яблуневими садами в Молдові розширилися на 114% і в 2017 році перевищували 132 тис. га. При цьому близько 65% нових садів становлять яблука червоних сортів.

«Нині молдавські садівники все більше роблять акцент на вирощуванні червоного яблука, оскільки воно найбільш затребуване як на внутрішньому ринку, так і на експорт. При цьому особлива увага приділяється диверсифікації експортних поставок. Ми намагаємося максимально відходити від ринку Росії, оскільки він занадто політизований і нестабільний. Водночас які перспективні напрямки для експорту ми розглядаємо Єгипет та Індію», — сказав А. Збанка.

Крім того, перспективним напрямом експерти вважають органічне яблуко. За даними аналітиків, цей тренд залишається актуальним як в ЄС, так і в Україні, оскільки ціни на органічні фрукти можуть бути в рази вище, ніж на конвенційні. Як зазначила **Валентина Лановенко**, засновник Академії органічного садівництва «Ekogarden», світовий ринок органічної яблука демонструє щорічне зростання на 3-5%. Сьогодні лідерами з вирощування органічного яблука в ЄС є Італія, Німеччина і Франція. При цьому найбільш часто органічним способом вирощують фрукти таких сортів, як Гала, Голден Делішес, Ельстар, Джонаголд і Топаз. В Україні ж поки на частку органічних садів припадає лише близько 7% загальних яблуневих садів або близько 2,5 тис. га.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ ЯБЛУКА

Другий блок презентацій конференції був цілком присвячений сучасним підходам до вирощування яблука і містив доповіді провідних українських і міжнародних практиків щодо всіх аспектів виробництва — від правильного вибору посадкового матеріалу до догляду за насадженнями і підбору техніки у полі. Експерти зійшлися на тому, що в сучасних реаліях стрімко зростаючої конкуренції і посилення вимог до якості продукції саме усвідомлений підхід до всіх виробничих процесів є гарантом отримання продукції високої якості. Більш того, в ході виступів фахівці наголошували на необхідності інвестицій не тільки в саджанці і МТР, а й у співробітників, їх освіту і кваліфікацію.

Крім того, спікери запропонували учасникам конференції розглянути варіанти диверсифікації плодового бізнесу. Зокрема, **Генадій Юдін**, віце-президент Української горіхової асоціації, представив презентацію про потенціал поєднання горіхового і яблучного бізнесу в одному господарстві, а та-

кож про перспективи й тенденції горіхового сегмента в Україні.

За словами експерта, сьогодні в умовах стрімкого зростання популярності так званих «Суперфудів» досить динамічно збільшується попит на волоський горіх. Однак поки що небагато українських садівників приділяють увагу цій культурі, що зумовлено досить тривалим періодом вступу в повне плодоношення цих насаджень.

РИНОК ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ЯБЛУКА

Тенденції розвитку сектора переробки яблука стали одним з найбільш актуальних аспектів бізнесу в поточному сезоні з огляду на перспективи надлишку яблука на свіжому ринку. Як вже зазначалося раніше, ринок соків з концентратів у світі демонструє впевнене зниження, і покупці в розвинених країнах все частіше віддають перевагу сокам прямого віджиму або NFC (Not From Concentrate), до того ж популярність набирають як фруктові, так і овочеві соки. Однак, за словами **Олександра Самойленка**, керівника департаменту плодоовочевої продукції ТОВ «АПК «Маїс», в Україні поки ситуація у цьому сегменті складається дещо по-іншому: соки прямого віджиму помітно дорожчі, ніж соки з концентратів, що негативно позначається на попиті з огляду на невисоку купівельну спроможність українців. Більш того, впізнаваність таких соків на полицях досить невисока, оскільки їх рідко рекламують і популяризують.

Водночас альтернативою переробці промислового яблука на соки і концентрати може стати виробництво різного роду снеків, які стають все більш популярними як у європейських, так і українських споживачів. Перш за все, це пов'язано з глобальним трендом ЗСЖ, як результат люди стали все більше замислюватися не тільки про зручність перекусів, а й про їхню користь для здоров'я. Як альтернативі картопляним чіпсам споживачі все частіше стали віддавати перевагу чіпсам яблучним, про що в рамках своєї презентації розповіла **Наталія Зеленська**, менеджер з розвитку бізнесу компанії «Томса Україна». За словами експерта, такий варіант снеків не тільки зберігає всі корисні властивості яблук, але і більш зручний для споживання на ходу, ніж свіжі фрукти. Крім того, яблучні чіпси оптимально підійдуть для дітей, багато з яких відмовляються від свіжих фруктів, зокрема через носіння брекетів.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДЛЯ УСПІШНОГО ЕКСПОРТУ СВІЖИХ ЯБЛУК

Однак, незважаючи на зростання різноманітності яблучних снеків та інших продуктів переробки цих фруктів на ринку, головним товаром

все ще залишається свіже яблуко. При цьому вимоги покупців до якості, калібру, окрасу і упаковки яблука ростуть практично щодня в міру збільшення пропозиції. Як зазначив під час свого виступу **Кловіс Денуаль**, менеджер з імпорту та експорту компанії Distrimex, українське яблуко має дуже хорошу лежкість і може транспортуватися на досить далекі відстані, зокрема і морським транспортом. Проте далеко не всі українські фермери на цьому етапі готові до системного експорту.

«Сьогодні в кулуарах конференції я відзначив, що багато українських учасників ринку налаштовані досить оптимістично, і це мене тішить. Водночас змушений констатувати, що такий оптимізм виправданий лише частково. Вам необхідно усвідомити, що експорт — це не просто разові продажі за кордон. Це — багаторічна стратегія, починаючи від вибору сортів і клонів, до «фідбека» від іноземних покупців», — підкреслює експерт.

Другий день конференції 17 серпня був присвячений бізнес-туру до групи компаній VITAGRO, де учасники змогли на практиці ознайомитися із сучасними технологіями для яблуневого саду, зберігання яблука, а також з лініями з передпродажної доробки та пакування плодів.

Команда «АПК-Інформ: овочі і фрукти» дякує всім учасникам конференції за проявлений інтерес до події, а партнерів і спонсорів — за допомогу в проведенні цього заходу. Ми сподіваємося, що інформація, отримана в ході конференції, допоможе вам у виборі оптимальної стратегії розвитку в сформованих реаліях, обрати правильний вектор для розвитку і успішно фінішувати в цьому яблучному марафоні-2018/19! З нетерпінням чекаємо нових зустрічей!

ВІДГУКИ ПРО КОНФЕРЕНЦІЮ

Олександр Левосюк, засновник «Флора-Захід», вирощування яблук і ягід:
«Загалом враження від конференції досить позитивні, хоча і є кілька зауважень. На мій погляд, у програмі конференції слід ще більше часу приділити прогнозам, оцінкам і обговоренню думок щодо майбутнього сезону, щоб розуміти, що робити, а теми добору посадкового матеріалу, ЗЗР тощо — мінімізувати, оскільки їх краще обговорювати навесні. Місце проведення також має свої плюси і мінуси: місто гарне, регіон цікавий, але логістика досить складна.

З виступів хотілося б виділити презентацію Андрія Ярмака і експертів «АПК-Інформ: овочі і фрукти». На мій погляд, саме вони були найбільш інформативними і корисними».

Василь Гайдамащук, директор «Гай-3», вирощування яблук і слив:
«На мій погляд, захід пройшов чудово. Було так багато учасників, що зал навіть здавався замалим й іноді було трохи тісно. Саме місце проведення, на мій погляд, вибрано вельми вдало: по суті, це місце перетину трьох областей, які відіграють одну з головних ролей в яблучному секторі України.

Окремо для себе виділю доповіді Андрія Ярмака, а також експерта з Франції Кловіс Денуаля. Такі презентації завжди дуже корисні, і в подальшому хотілося б більше виступів від аналітиків на тему маркетингу та презентацій від експертів-практиків.

Обов'язково плануємо відвідати подальші заходи проекту».

Максим Буряченко, директор компанії «Фрут-Логістик», оптова торгівля овочами та фруктами:
«Особисто мені все сподобалося: цікаво, інформативно.

Майже всі доповіді вважаю цікавими і корисними, особливо виступ Андрія Ярмака: все грамотно і винятково по справі. Видно, що людина знає, про що говорить, відчуває ситуацію. Також хотілося б виділити виступ представників «Житомирського картонного комбінату 2.

Місце проведення вважаю відмінним! Так, деяким довелося подолати неблизький шлях, але воно того варте! Це ж, можна сказати, центр яблучного бізнесу!

Загалом, відвідуванням конференції я залишився задоволений і планую і далі брати участь у ваших заходах. Зокрема, вже вніс у свої плани підсумкову конференцію в грудні і торговий форум».

ЧЕТВЕРТА НАЦІОНАЛЬНА АГРАРНА КОНФЕРЕНЦІЯ

27 вересня 2018 р. | м. Кропивницький

АПК ІНФОРМ
ОВОЧІ & ФРУКТИ

В РАМКАХ ВИСТАВКИ AGROEXPO

МІЛЬЙОН ІЗ ГЕКТАРА

Диверсифікація виробництва на малій площі
Мінімізація ризиків
Максимізація прибутку

- Переваги диверсифікованості аграрного виробництва в нинішніх реаліях
- Нішеві ягідні, плодові, овочеві та інші культури
- Промислове горіхівництво
- Професійне бджільництво
- Кролівництво
- Равликівництво
- Вирощування грибів
- Вирощування лікарських трав
- Органічне виробництво та перспективні канали реалізації
- Фінансова підтримка дрібних фермерських господарств, фінансові проекти та земельне питання
- Зелений туризм
- Основні канали реалізації с/г продукції дрібними фермерськими господарствами тощо

За інформацією щодо участі в конференції звертайтеся до проекту «АПК-Інформ: овочі та фрукти»
Євген Кузін моб.: +380 96 5836323, т/ф: +380 562 320795, fruit.intl@fruit-inform.com

www.fruit-inform.com

FRUITNET FORUM SOUTH-EAST EUROPE – МАЙДАНЧИК ДЛЯ ПРОПАГУВАННЯ ПЛОДООВОЧЕВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Компанія FRUITNET – MARKETINTELLIGENCE LTD, співорганізатор популярної виставки Fruit Logistica, запрошує українські компанії-експортерів свіжої плодоовочевої продукції та тих, хто бажає налагодити експорт до країн Західної Європи – Скандинавії та Великої Британії взяти участь у Східноєвропейському торговому форумі – Fruitnet Forum South-East Europe (FFSEE)

Fruitnet Forum South-East Europe цьогоріч знову повертається до Белграда для проведення нового спілкування, спрямованого на зацікавленість, інвестиції та інновації в нових та швидкоростучих напрямах плодоовочевого бізнесу.

Захід організовує провідне галузеве видання **Eurofruit** — частина видавничої групи **Fruitnet Media International** — 21-22 листопада 2018 року в готелі «Hyatt Regency Belgrade». Акцент буде зроблено на очевидному значному потенціалі **Південно-Східної Європи** у вирощуванні свіжих, ягід, фруктів і овочевій промисловості.

Як стверджується, по всій Південно-Східній Європі інтерес до сільського господарства та особливо

до ягідництва, садівництва та овочівництва, різко зростає, оскільки інвестори останнім часом демонструють більший інтерес до потенціалу цього регіону, як постачальника якісних свіжих продуктів.

Завдяки багатим природним ресурсам регіону, багато хто вважає, що **Південно-Східна Європа** має величезні можливості не лише додавати вартість у визначені категорії, такі як яблука та груші, а й зробити цей регіон новим та альтернативним джерелом виробництва високоцінних продуктів, таких як, наприклад, спаржа, ягоди та плоди кісточкових культур.

Захід відбувається за сприяння **USAID** та у ньому візьмуть участь важливі імпортери та ритейлери з країн Західної Європи — Скандинавії, Бельгії, Нідерландів, Великої Британії та Ірландії. Програмою заходу передбачено відвідування регіональних компаній, що спеціалізуються на ви-

робництві свіжої продукції, де учасники заходу зможуть ознайомитися з передовим досвідом вирощування.

Українським компаніям пропонується організувати спільний стенд із залученням виробників різних категорій. Вітається також окрема участь компаній. **Fruitnet Forum South-East Europe** — нагода для налагодження важливих бізнес-контактів.
У минулорічному форумі взяли участь майже 125 учасників з таких країн, як Сербія, Бельгія, Велика Британія, Італія, Німеччина, Австрія, Нідерланди, Болгарія, Угорщина, Іспанія, Хорватія, Словенія, Боснія і Герцеговина, Косово, Македонія, Греція, Україна, Румунія. Порівняно із 2016 роком, відмічено зріст кількості учасників майже на 40% (у 2016 р. взяло участь 85 делегатів).

У 2108 р. у форумі очікується участь біля 200 учасників із 20-25 країн та іще більшої кількості покупців, особливо із Великої Британії у зв'язку із Brexit.

Із попередньою програмою форуму можна ознайомитися за посиланням *www.fruitnetforumsee.com/programme* Якщо якісь українські компанії вже експортують свіжу продукцію до перелічених ринків та хочуть розповісти свої успішні історії учасникам форуму, вони можуть подати свої заявки команді організаторів на розгляд.

З умовами участі у **FRUITNET FORUM SOUTH-EAST EUROPE (FFSEE)** можна ознайомитися на офіційному сайті заходу *www.fruitnetforumsee.com* Проект **Profihort Media** надає офіційну медійну підтримку форуму, тому зацікавлені можуть звернутися до нас за допомогою щодо можливості участі у заході *(media@profihort.com +380969071207)*, або ж напряму звернутися до організаторів.

FRUITNET FORUM SOUTH-EAST EUROPE

21-22 November 2018

BELGRADE

ANNUAL FRESH PRODUCE EVENT

SAVE THE DATE

UNIQUE SNAPSHOT OF MARKET TRENDS, EMERGING COMMERCIAL OPPORTUNITIES, NEW TECHNOLOGIES AND CHANGING CONSUMER DEMAND

Returning to Belgrade on 21-22 November 2018, Fruitnet Forum South-East Europe focuses on the potential for increasing the region's fresh exports and throws light on boosting sales of imported produce in its emerging consumer markets.

ОФІЦІЙНА МЕДІА-ПІДТРИМКА В УКРАЇНІ

ProfiHort

Choose from a range of sponsorship packages to help you promote your brand before, during and after the event.

Speak to us today events@fruitnet.com

@Fruitnet_SEE

fruitnetforumsee.com

FRUITNET

Market Intelligence Ltd (Part of Fruitnet Media International)
132 Wandsworth Road, London SW8 2LB, United Kingdom.
Tel +44 20 7501 3700 | Fax + 44 20 7501 0306 | fruitnet.com

POWERED BY EUROFRUIT

SUPPORTED BY FRUIT LOGISTICA

ХАРЧУВАННЯ ПОЗА ДОМОМ
ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОГО БІЗНЕСУ

Мегатренди глобального ринку овочів і фруктів (продовження)

Плодово-овочевий бізнес змінюється. Гарні новини полягають у тому, що попит на свіжу продукцію зростатиме, а це загалом призведе до стійкого зростання. Викликом для ланцюга поставок є те, що більша частина цього зростання походитиме із західних ринків, хоча тут також є очевидні можливості. В недалекому майбутньому нові технології із високим ступенем імовірності стануть всеохоплюючими у плодово-овочевому бізнесі. Звикання до них представляє окремі складності. Учасники ланцюга поставок повинні спершу освоїти основи, перш ніж почати використовувати ці нові технології, щоб виділити свою пропозицію та вийти на нові ринки.

Протягом останніх кількох десятиліть спостерігається стійка тенденція до частішого харчування поза домом. Люди дедалі частіше обирають обід у громадському закладі або перекуси на ходу. На багатьох ринках це призвело до рівнозначності у грошовому вимірі між вартістю їжі, спожитої вдома, та спожитої деінде. Це докладне дослідження розглядає імовірні перспективи розвитку у цьому напрямку.

За зростанням сфери громадського харчування стоїть декілька рушійних сил. З точки зору споживача, особливо важливим фактором є прагнення до більшого комфорту, зумовлене, принаймні частково, дедалі більшою нестачею часу та відповідним скороченням кількості часу, яку люди готові витрати на придбання та приготування їжі. З позицій пропозиції, також спостерігається значне зростання наявного асортименту готових харчових продуктів та снеків. Здебільшого, це зумовлено швидким зростанням кількості торговельних точок громадського харчування. Чимало з них мають сучасний формат або торгують стравами інноваційних кухонь.

Хоча ми й очікуємо, що здебільшого ця тенденція триватиме, існує імовірність, що протягом наступного десятиліття споживання поза домом подаватиме ознаки насичення. Втім, поки ця широка тенденція триває, ми очікуємо, що свіжі продукти почнуть відігравати дедалі важливішу роль на ринку харчування поза домом в усіх типах торговельних точок. І не тільки більш широко спостерігатиметься зростання попиту на свіжі інгредієнти високої якості, але й споживання харчових продуктів, що відносяться до категорії здорового харчування, також випередить усі інші категорії продуктів харчування. Ця тенденція супроводжуватиметься відходом від низькокалорійного раціону з низьким вмістом жирів до більш натуральних, менше оброблених продуктів харчування, а також цих продуктів з категорії «не містить», що наразі вважаються «новими здоровими». Водночас, спостерігатиметься зростання попиту на індивідуалізацію, а також регіональну та «автентичну» продукцію, у міру того як споживачі відходитимуть від звичайних продуктів масового виробництва.

РІЗНОМАНІТНІСТЬ КАНАЛІВ

В рамках цієї загальної картини можливостей для свіжих продуктів має місце значне розмаїття в тому, що стосується різних типів каналів харчування поза домом. Це розмаїття простягається від традиційних роздрібних торговельних точок до нових та інноваційних форматів. Аналогічним чином, можливості для торгівлі фруктами та овочами охоплюють цілий сектор, від обслуговування нових сегментів споживачів та пропонування нових асортиментів через добре відомі канали, до нових і розрізнених роздрібних торговельних точок, що зазвичай не були в центрі уваги виробників та постачальників. У цій статті ми докладніше розглянемо цю ситуацію.

МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ ТА ХАРЧУВАННЯ НА МІСЦІ

Завдяки масштабам їх діяльності мережі ресторанів забезпечують найбільш впорядкований та професійних підхід до харчування за столиком. Такий масштаб забезпечує їм певні переваги у таких аспектах як підбір постачальників та персоналу і управління постачальниками, водночас також забезпечуючи стабільну якість, порівняну із традиційним каналом. Масштаб таких мереж робить їх привабливим каналом для постачальників фруктів та овочів для більш структурованого підходу.

Відіграючи набагато більшу роль у деяких частинах світу, зокрема у Північній Америці, це також канал, що сформувався здебільшого внаслідок історичних обставин, у тому числі культурних уподобань. Ці зв'язки можуть забезпечити каналу перевагу у задоволенні потреб його клієнтури. Із зростанням усвідомлення споживачами цінності свіжих продуктів, обсяг попиту на свіжі фрукти та овочі зростатиме. Вплив цієї тенденції помітний вже зараз. Наприклад, ряд мереж, у тому числі «Вапіано» [Vapiano] та «Л'Остерія» [L'Osteria], роблять акцент на якості та оригінальності своїх меню, в той час як інші, у тому числі «222 Веггі Веган» [222 Veggie Vegan], «Ітос» [Ethos] та «Гуммус Брос» [Hummus Bros] зосереджуються на здоров'ї.

НЕМЕРЕЖЕВІ РЕСТОРАНИ

Що стосується обсягів, окремі, сімейні ресторани й надалі домінуватимуть у багатьох регіонах. Так само, як і у випадку мереж ресторанів, і з аналогічних причин, ми можемо очікувати стабільного зростання споживання ними свіжих фруктів та овочів. У цьому каналі також не відбудеться

FOOD TECH LINK
INPRODMASH UPAKOVKA
Голландський Павільйон
на виставці Inprodmash & Upakovka 2018
11-13 вересня, Київ, МВЦ
dutrion
MUSH COMB flexible new machinery
LEKKER KERKER - SINCE 1996 - dairy & food equipment
Grimco Trade Holland · DIFCO INTERNATIONAL · AQUA · DGS PASSION FOR EFFICIENCY · Elpress · e van wijk · HOS · JASA PACKAGING SYSTEMS · Kiremko Food Processing Equipment · metaflex · marel MEAT · OMORI EUROPE · East Netherlands Development Agency · PLASTIC FROST · rbk group · SOLIDUS SOLUTIONS · sormac · Tolsma · van Abeelen REFRIGERATION SOLUTIONS · Unifreezing FOOD PROCESSING TECHNOLOGY
Holland.

значних структурних змін. Втім, оскільки індивідуальні ресторани стають дедалі більш професійними, ми очікуємо, що спостерігатиметься певний ступінь консолідації, який цілком може привести їх до мереж ресторанів. Якщо це трапиться, досить імовірно, що ми також спостерігатимемо зміни у підборі постачальників з тенденцією до усунення дрібних дистриб'юторів у якості посередників.

РОЗДРІБНІ МАГАЗИНИ

Цей добре сформований канал залучає нові сегменти споживачів до своїх магазинів, або пропонуючи асортимент зручних перекусів на ходу – фруктові та овочеві снеки, щойно нарізані, тощо, або створюючи майданчики, де можна пообідати на території магазину, які успішно руйнують поділ між традиційною роздрібною торгівлею та закладами громадського харчування.

Наразі ми спостерігаємо дуже значні відмінності у ступені розвиненості підприємств з виробництва свіжих продуктів, які обслуговують цей канал у різних частинах світу. Навіть у межах Європи спостерігаються значні відмінності: деякі ринки, наприклад у Нідерландах, демонструють високий рівень розвитку, у той час як інші, наприклад у Німеччині, демонструють на диво низький рівень розвиненості. Яким би не був поточний стан місцевого ринку, роздрібний сектор відкриває значні можливості і ми очікуємо на інноваційні розширення асортиментів, що пропонуються виробниками для обслуговування цього каналу.

ДОСТАВКА ГОТОВИХ ОБІДІВ

У багатьох частинах світу вже досить давно є можливість придбати їжу на виніс, що пропонується сімейними підприємствами. В останні роки у цьому каналі спостерігаються значні інновації, що проявляються у двох формах. У першій, канал постачає страви з будь-якого ресторанчика з великої кількості місцевих – цей формат використовують такі компанії, як: «Фудора» [Foodora], «Деліверу» [Deliveroo], «ГрабХаб» [GrubHub], «ДорДеш» [DoorDash] та «Убер Ітс» [Uber Eats]. За другим підходом мережа готує страви централізовано. Однак, на відміну від звичних закладів швидкого харчування, акцент робиться на якості та свіжості інгредієнтів. Таку стратегію використовують такі компанії, як: «Манчері» [Munchery], «Фрешлі» [Freshly] та «Хебіт» [Habit].

РЯД НОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМАТІВ

Вони включають павільйони громадського харчування у новому стилі, мобільні кафе, відзначені зірочками «Мішлен», маркети делікатесної, веганської і органічно виробленої вуличної їжі, та навіть торговельні ав-

томати люксового сегменту. Усі ці нові та інноваційні формати активно використовують та рекламують свіжі продукти. Завдяки своїй новизні вони відіграють важливу роль для бізнесу, як майданчик для експериментів з продуктами харчування, і, як такі, можуть представляти ранні ознаки тенденцій, що виникають у споживанні свіжої продукції. Втім, незважаючи на їх імовірний розвиток протягом наступного десятиліття, вони відштовхуються від досить невеликої бази, а тому малоймовірно, щоб вони зробили значний внесок у галузі з точки зору обсягів або виручки.

ПРАКТИЧНИЙ ПРИКЛАД: «ХЕБІТ» [HABIT] ЩО НОВОГО?

Стартап «Хебіт» [Habit] в Агломерації Сан-Франциської затоки пропонує індивідуалізовані, приготовані професійним шеф-кухарем страви на основі докладної характеристики клієнта. Страви доставляються безпосередньо до дверей клієнта із використанням екологічних пакувальних матеріалів. Конкурентна пропозиція компанії полягає в тому, що її страви «персоналізуються» з урахуванням потреб окремих клієнтів, із забезпеченням відповідності меню їх унікальним вимогам – у тому числі їх ДНК. Індивідуальні пропозиції щодо раціону компанії «Хебіт» [Habit] спираються на інформацію, зібрану на основі аналізів крові, та відбираються як найбільш відповідні потребам певного клієнта. Вони містять правильне співвідношення вуглеводів, жирів та білків.

ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОГО БІЗНЕСУ?

Розвиток тенденції до збільшення обсягів споживання здорової їжі зумовлюється споживачами, які шукають способи покращити свій загальний стан здоров'я та самопочуття. Це стимулює зростання попиту на фрукти та овочі у різних каналах. Непросте завдання, що стоїть перед плодово-овочевим бізнесом, полягає в тому, щоб задовольнити цей попит шляхом постачання продукції гарної якості інноваційними способами.

МОЖЛИВІ УСКЛАДНЕННЯ

Громадське харчування або харчування поза домом не може розглядатися як єдиний канал: ця сфера складається з багатьох каналів, кожен з яких має особливі вимоги в таких аспектах, як: асортимент, терміни поставок, частота поставок та гнучкість графіка поставок. Результатом такої неоднорідності та розрізненості є підвищена складність та нерідко брак прозорості у ланцюзі поставок для компаній, що займаються торгівлею плодово-овочевою продукцією.

Водночас, ринок громадського харчування та харчування поза домом пропонує значний потенціал для плодово-овочевого бізнесу, як з точки зору генерування доходів, так і з точки зору підвищення прибутковості. Для отримання цієї користі, постачальникам фруктів та овочів потрібно буде визначити найбільш перспективні сфери і зосередитися на них – з урахуванням їх початкової позиції – щоб подолати складності, характерні для каналів. Швидше за все, найбільш успішними виявляться ті гравці,

які враховують як масштаб, так і можливості розширення їх нового починання, водночас реалізуючи синергію з їх наявними діловими операціями.

Вихід на ринок громадського харчування та харчування поза домом нерідко вимагатиме від виробників та постачальників обслуговування нових каналів і/або пропонування нових асортиментів, однак зробити перший крок майже завжди буде легше, якщо вони вирішать змінити лише один із цих двох напрямків за один раз. Це, у свою чергу, посилить синергію із наявними процесами. Нижче ми розглянемо спершу додання нових асортиментів, перш ніж звернутися до нових каналів.

НОВІ ЛІНІЙКИ

Вони можуть приймати різні форми, кожна пов'язана із необхідністю внести певні зміни до діяльності виробника або постачальника. Їм потрібно буде ретельно проаналізувати, які дії слід продовжувати виконувати власними силами, з таких причин, як диференціація та збереження прибутку. У багатьох випадках постачальники послуг зможуть покрити заходи, які вони вирішать доручити сторонньому виконавцю.

Ми очікуємо, що спостерігатиметься потреба у більшій гнучкості у виробництві та можливостях обробки. Це супроводжуватиметься попитом на менші розміри партій та нове пакування – для обробки продукції після збору врожаю або в процесі виробництва, а також на нові лінійки. Ці нові лінійки та сорти продукції можуть включати сорти меншого розміру, які створювали б можливість споживати на ходу (наприклад, солодкий перець або огірки для перекусу), а також органічні варіанти. Можливий підхід компанії також може включати просто розширення наявного асортименту таким чином, щоб він включав усі продукти, необхідні певній мережі ресторанів або торговельній точці. Це також допоможе забезпечити, щоб вона розглядалася як унікальний постачальник для такої мережі.

Збільшення диференціації асортиментів фруктів та овочів, у свою чергу, зумовить більшу потребу у точному прогнозуванні, а відтак забезпеченні узгодженості такого дедалі більш роздрібненого виробництва та збору врожаю із попитом.

Хоча вимога щодо гнучкості у розмірах партій, пакування та нових сортів швидше за все лише зростатиме у наступні роки, ми вбачаємо найбільший потенціал для виробників та постачальників у сфері попередньої обробки продукції для галузі громадського харчування. Теоретично це може виявлятися у різних формах, наприклад,

постачання щойно зрізаної продукції, щойно приготованих смузі та соків, а також збирання наборів продуктів харчування. Цей варіант також передбачає обробку продуктів для використання у мережах ресторанів.

Інтеграція цих можливостей для додання вартості, як вже зробили деякі об'єднання виробників та постачальників, збільшить обхват у ланцюзі поставок. Це обіцяє значний потенціал маржі.

Оскільки попит на свіжу продукцію у галузях громадського харчування та харчування поза домом збільшується, у виробників та постачальників також буде можливість позиціонувати себе як стратегічних партнерів, які можуть запропонувати вузькоспеціалізовані знання про фрукти та овочі. Це знання, яким мережі ресторанів не зможуть – або не матимуть потреби – відповідати, і вони ставатимуть дедалі більш важливими у міру того, як споживачі вимагатимуть прозорості, автентичності та безпечності харчових продуктів.

НОВІ КАНАЛИ

Виклики ланцюга поставок фруктів та овочів порівняні із тими, що спостерігаються в інтернет-каналі. Виробники та постачальники, які прагнуть розширити свій доступ до каналів харчування поза домом зіткнуться з новими вимогами та рівнями обслуговування, які, імовірно, відрізнятимуться від тих, що мають місце у наявних каналах. Щоб подолати складність та не перевантажити ланцюг постачання, необхідно буде вирішити ряд стратегічних питань.

РЕАЛІЗАЦІЯ НА ПРАКТИЦІ

Щойно плодово-овочеве підприємство визначиться, чи запроваджувати нові лінійки продукції або використовувати нові канали в рамках своєї ділової стратегії, йому потрібно буде подумати, як реалізувати цю стратегію на практиці. Це включає прийняття рішення щодо його підходу до виведення продукції на ринок, його операційної моделі та чи вступати у співпрацю із іншими учасниками ланцюга поставок.

ПІДХІД ДО ВИВЕДЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА РИНОК

Перше рішення полягає в тому, чи орієнтувати формати за допомогою прямого чи непрямого підходу. Безпосереднє орієнтування є більш доцільним, коли мова йде про більш консолідовані формати, такі як роздрібні торговельні точки та мережі ресторанів; якщо ж мова йде про менш структуровані торговельні точки, непрямий підхід – тобто через дистриб'юторів та посередників – підвищить шанси на успіх. В результаті це означатиме прийняття нижчої маржі, однак також знизить рівень складності, характерний для ланцюга поставок.

ОПЕРАЦІЙНА МОДЕЛЬ

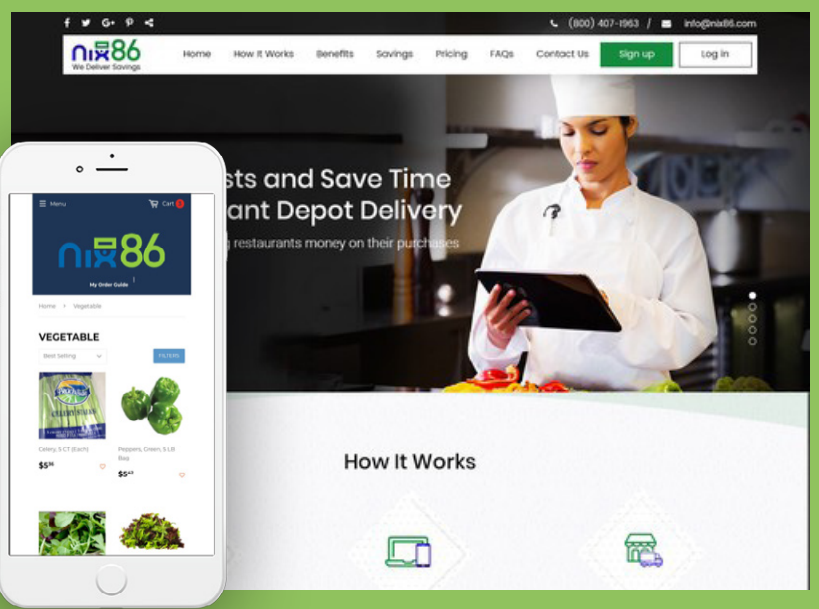
Рішення щодо того, чи обирати постачальнику або виробнику прямий підхід веде до пов'язаного питання: чи варто намагатися управляти ланцюгом поставок власними силами? Якщо відповідь ні, то підприємству знадобиться залучити спеціалізованого стороннього постачальника логістичних послуг. У багатьох випадках це стане ефективним першим кроком для постачальників фруктів та овочів, оскільки це зменшує ризики та забезпечує більшу гнучкість на початковому етапі. У тих частинах світу, де наразі спостерігаються менша структурованість та нижчі рівні спеціалізації на ринку харчування поза домом, ми можемо очікувати виникнення нових та спеціалізованих посередників, подібних до тих, яких можна побачити на більш розвинених ринках, таких як «ЮЕс Фуд» [US Food] у Північній Америці.

СПІВПРАЦЯ

Зрештою, необхідно вирішити питання, чи можливо підвищити ефективність шляхом співпраці, наприклад, між виробниками та постачальниками. Прагнення до підвищеної ефективності шляхом співпраці вже призвело до розвитку ряду інтернет-платформ, наприклад «Нікс86» [Nix86] (див. практичний приклад).

ПРАКТИЧНИЙ ПРИКЛАД: «НІКС86» [NIX86] ЩО НОВОГО?

«Нікс86» [Nix86] це мобільна та інтернет-платформа, що модернізує процес оптових закупівель для покупців та продавців у галузі громадського харчування. Вона забезпечує можливість покупцям, які представляють ресторани та роздрібні торговельні точки, розміщувати замовлення, використовуючи свій мобільний пристрій або комп'ютер. Постачальники отримують замовлення безпосередньо до свої наявних систем ERP. Платформа забезпечує дуже простий інструмент для замовлення в один клік та забезпечує просте отримання та відстеження, що робить її легкодоступною навіть для менших учасників ринку.



ЩО ЦЕ ОЗНАЧАЄ ДЛЯ ПЛОДОВО-ОВОЧЕВОГО БІЗНЕСУ?

Однією з основних перешкод на ринку фруктів та овочів є брак зв'язку між учасниками ланцюга поставок. Щойно концепція платформи закупівель встановиться, вона забезпечує прозорі засоби для зв'язку навіть найменших ресторанів безпосередньо із постачальниками. Вона забезпечує нові можливості для спільного створення вартості.

На даний момент навіть у тих регіонах, де технологія вже доступна, роздрібні торгівці та постачальники лише починають розуміти цінність такої відкритої та прозорої співпраці. Тому, швидше за все, мине декілька років, перш ніж така технологія реалізує свій потенціал повністю.

ПІДСУМОВУЮЧИ ЦЕ ВСЕ

Плодово-овочевий бізнес змінюється. Гарні новини полягають у тому, що попит на свіжу продукцію зростатиме, а це загалом призведе до стійкого зростання. Викликом для ланцюга поставок є те, що більша частина цього зростання походитиме із західних ринків, хоча тут також є очевидні можливості. В недалекому майбутньому нові технології із високим ступенем імовірності стануть всеохоплюючими у плодово-овочевому бізнесі. Звикання до них представляє окремі складності. Учасники ланцюга поставок повинні спершу освоїти основи, перш ніж почати використовувати ці нові технології, щоб виділити свою пропозицію та вийти на нові ринки.

Хоча свіжа продукція, імовірно, залишиться однією з найбільш напружених сфер у діяльності інтернет-магазинів продовольчих товарів, цей сегмент все ж представляє значні можливості для виробників. Компанії, що скористаються цією можливістю, будуть тими, що рухаються першими, запроваджуючи нові системи, розвиваючи свій бренд та забезпечуючи наявність у себе можливості забезпечити необхідну гнучкість ланцюга поставок.

Ще однією сферою, у якій є можливості на ринку фруктів та овочів, є громадське харчування. Різноманітність нових форматів відкриває простір для інновацій.

Цей мінливий світ свіжих фруктів та овочів представляє як можливість, так і загрозу. Для тих, хто успішно реагує на нові технології, використовуючи їх щоб вивести свій бізнес до нових каналів та нових ніш, є вагомий плюс. Однак ця можливість також іде рука об руку із викликом: ці зміни супроводжуються дедалі більшими вимогами споживачів, що вимагають від виробників та постачальників швидшого реагування ніж будь-коли. Запорукою успіху у цих нових умовах стане прийняття рішення, за якими можливостями прямуватиме ваш бізнес – імовірніше за все, за тими, яким найбільше відповідає ваша поточна організація – а потім зосередження на тому, що тягне за собою цей виклик, позиціонуючи поставки фруктів та овочів правильно, щоб задовольнити вимоги споживачів, водночас здобуваючи необхідні технології, навички та можливості.

Ці виклики не можна недооцінювати, і для декого вони виявляться занадто великими. Для тих, хто успішно впорається з ними, майбутнє виглядає не лише світлим, але й також свіжим та зеленим!

Джерело: www.fruitlogistica

СНЕКОВІ ОВОЧІ:
КЛЮЧОВА ТЕМА ЦЬОГОРІЧНОЇ ВИСТАВКИ ASIA FRUIT LOGISTICA

Компанія Rijk Zwaan слідує трендам швидкого харчування економічно розвиненого Азійського регіону

Коктейльні томати у різноманітних кольорах, одноразові огірки-корнішони та помідори сорту ***Silky Pink®*** у комплекті з ідеями упаковки — це лише деякі з нововведень, які ***Rijk Zwaan*** цьогоріч представляє на Asia Fruit Logistica в Гонконгу з 5-7 вересня 2018 року.

Голландська компанія з виробництва насіння овочів бере участь у цій події в дванадцятий раз. Цьогоріч основна увага приділяється овочам для снеків, тому що це тенденція, яка полягає в тому, щоб залишатися як у роздрібній торгівлі, так і бути присутньому в громадському харчуванні, що особливо актуально для регіонів, які стрімко економічно розвиваються. Споживачі в Азії, як і в решті країн світу, все частіше вибирають овочі, які вони можуть їсти «на ходу», а закусочні помідори — явні улюбленці.

ПАКУВАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ДЛЯ ЗДОРОВИХ СНЕКІВ

Rijk Zwaan цьогоріч показуватиме широкий асортимент смачних закусочних овочів у широкому виборі розмірів та кольорів: червоні, помаранчеві, жовті або грушоподібні снекові помідори, світло-зелені або двоколірні міні-огірки та міні-солодкий перець різного кольору. Один міні-огірок

має довжину лише 5 сантиметрів. Пропозиція для закусок з овочів також охоплює надійні, але привабливі концепції упаковки, які ідеально підходять для інтернет-магазинів в Азії.

ТОМАТ SILKY PINK®, ГІДРОПОНІКА І ДИНІ

На Asia Fruit Logistica овочева насіннєва компанія також представляє свої найновіші доповнення до свого діапазону Silky Pink®. Цей солодкий рожевий помідор, який надзвичайно популярний в Азії, доступний не тільки як коктейльна версія, але тепер, також як і чері-томат та «біф». Іншими новими доповненнями до асортименту ***Rijk Zwaan*** є солодкий перець Sweet Palermo, визнаний за свій приємний солодкий смак, а тепер він доступний ще й у різних кольорах. Крім того, ***Rijk Zwaan*** представлятиме низку нововведень у свій салатний діапазон, зокрема нові сорти, придатні для гідропоніки та рослинних фабрик. Відвідувачі стенду ***Rijk Zwaan*** зможуть брати і смакувати багато продуктів, такі як солодку диню Golden Emerald з коротким виробничим циклом та великою резистентністю до захворювань.

СПАРИНГ-ПАРТНЕР

Під час заходу овочева селекційна компанія з нетерпінням чекатиме зустрічей з партнерами із азіатськими продуктових мереж, щоб обговорити з ними шляхи подальшого розвитку категорії свіжих продуктів, як це нині здійснюється через Rijk Zwaan Retail Center у Берліні. Компанія поділяє висновки з своїх тестів смаку та досліджень звичок споживачів з виробниками, переробниками овочів і роздрібними торговцями та відіграє активну роль у управлінні категоріями, позиціонуванням, просуванням та дизайном упаковки.

Клієнтів, партнерів та представників преси запрошують відвідати ***Rijk Zwaan*** у залі №5, стенд T12 на Asia Fruit Logistica.

Для більшої інформації звертайтеся:

Rijk Zwaan

info@rijkzwaan.com

www.rijkzwaan.com

Джерело: www.freshplaza.com

ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВОГО ЛАНЦЮГА ДОПОМАГАЮТЬ ЗМЕНШИТИ ВТРАТИ

Холодний харчовий ланцюжок тримає полуницю свіжою від ферми до магазину і столу

Відповідно до доповіді IQ від Intel такі технології холодного харчового ланцюга, як комп'ютерне розпізнавання, штучний інтелект та аналіз даних, дозволяють простежувати свіжі продукти від ферми до вантажівок/магазинів, щоб зменшити продовольчі відходи.

В момент, коли суницю вибирають у полі, вона починає свій розпад. Звідти і розпочинається гонка, щоб постачати її свіжою споживачеві. Це було легше робити кілька поколінь тому, коли більшість людей працювали в сільському господарстві та жили поруч з виробництвом продуктів харчування. Логістика продуктів сьогодні є складнішою, оскільки більше споживачів покладаються на супермаркети, щоб отримувати їжу.

Сьогодні доставка їжі, яка швидко псується, базується на тому, що називається харчовим холодним ланцюгом. Цей надзвичайно складний комплекс дистрибуції продуктів харчування від

ферми до вилки залежить від максимального збільшення якості та здатності довготривалого зберігання.

Додавання штучного інтелекту (artificial intelligence, AI), комп'ютерного розпізнавання та хмарних обчислень для перевірки харчових продуктів, транспортування та охолодження приносить продуктивність логістиці.

«Мета прямолінійна і досить проста, — каже **Ден Ходжсон** (Dan Hodgson), партнер із групи компаній з венчурним капіталом, що базується на сільськогосподарських підприємствах **«Linn Grove Ventures»**, район Фарго, штат Північна Дакота (США). — ***Навколишнє середовище навколо зібраного урожаю, будь то у вантажівці або літаку, має бути правильним протягом усієї його подорожі, яка має складний комплекс».***

Тримати полуницю у потрібній температурі, вологості та потоці повітря є лише однією проблемою. Фрукти також слід доставити на правильні ринки в потрібних кількостях у потрібні дні, де їх фактично придбають.

Taylor Farms використовує конвеєрну систему для швидкого пакування салату (зображення Taylor Farms)

«Управління якістю означає управління багатьма різними людьми на кожному етапі дистрибуції та різними швидкостями, що відбуваються», — додає Ходжсон.

«Датчики та хмарні обчислення дійсно допомагають отримувати відповідні дані».

Згідно з каліфорнійською компанією **AgShift**, яка займається створенням штучного інтелекту, саме тут додатки смартфонів для інспекції продуктів харчування стають у пригоді. Компанія використовує алгоритми, які допомагають перевіряти продукти харчування на різних етапах їхньої дистрибуції і поширення.

«Припустимо, ми розглядаємо 20 суниць, — каже **Міку Джа** (Miku Jha), генеральний директор компанії **AgShift**. — ***Двоє різних інспекторів можуть надати два різних результати. Те, що робить ця технологія, — допомагає інспекторам робити більш об'єктивні спостереження»***.

Фотографування та передача фото в хмару для аналізу дозволяє AgShift використати алгоритми комп'ютерного бачення та поглибленого вивчення для оцінювання якості продукції щоразу під час огляду в дорозі.

«Оцифрування та автоматизація дійсно впливають на ефективність», — каже Міку Джа.

Точніші перевірки дають продавцям краще уявлення про термін зберігання та ціноутворення на конкретні відвантаження продукції. Якість кожної коробки суниці та інших швидкопсувних продуктів є базовою для багатьох видів рішень у холодному ланцюжку харчових продуктів.

ТЕХНОЛОГІЯ ПЕРЕД ПОСАДКОЮ

Ланцюг виробництва харчових продуктів починається набагато раніше, навіть ніж насіння висаджують у землю. Сучасні фермери, які займаються виробництвом, буквально вивели на карту кожний дюйм поля з технологією GPS, знаючи, які фактори можуть вплинути на планові культури.

Taylor Farms використовує конвеєрну систему для швидкого пакування салату (зображення Taylor Farms)

«Ми маємо заздалегідь прогнозувати наш наступний рік, якими будуть наші потреби, тому що ми беремо на себе контракт та відповідальність на весь наш салат та плоди брокколі», — говорить **Брюс Тейлор** (Bruce Taylor), генеральний директор компанії **Taylor Farms** із Салінасу, штат Каліфорнія.

«Якщо ми втратимо клієнта, у нас залишиться занадто багато салату. Якщо ми здобуваємо клієнтів занадто швидко, у нас виявляється нестача продукції. І це потребує величезного планування».

Тейлор каже, що це потребує настільки точності, що операційні заводи мають планувати найбільший обсяг салату за кілька місяців до самого великого дня салату року в Сполучених Штатах — Дня Матері.

«І це дуже важливо, щоб ми закрили увесь попит на салат у той день», — каже Тейлор.

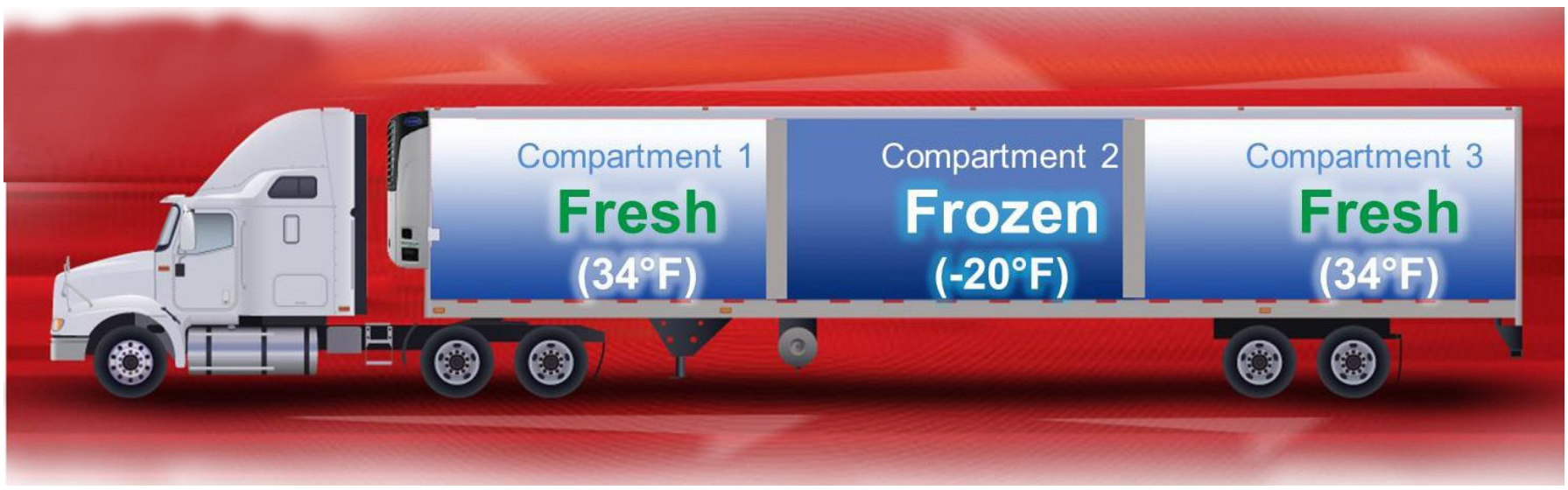
Taylor Farms відома тим, що вона швидко впроваджує такі технології, як комп'ютерне бачення, хмарне обчислення та робототехніку, особливо її рух до автоматичного збирання врожаю.

САМОСТІЙНЕ КЕРУВАННЯ

З новими автомобілями, що здатні самостійно рухатися, які наразі дуже часто анонсують у новинах, легко зрозуміти, що основа розподілу їжі — вантажоперевезення буде без водія.

«Це було б чудово», — зазначає **Стів Гераці** (Steve Geraci), директор з перевезень у **Certified Freight Logistics**, компанії, яка забезпечує розподіл продуктів для Costco в Санта-Марія на центральному узбережжі Каліфорнії.

Це не тільки підвищить ефективність, але й підтягне за собою дефіцит робочої сили.



Рефрижераторні вантажівки зменшують втрати харчових продуктів у логістиці холодного ланцюга (фото належить UTC (United Technologies Corp.))

«Винайм водіїв — це постійне питання для нас, тому що дорога і автоперевезення — це стиль життя, і це не для всіх», — каже він.

Гераці вказує на рішення урядової політики, які можуть тривати роки, щоб розібратися, перш ніж дистриб'ютори продуктів харчування потраплять у технології вантажних автомобілів без залучення людського керування. Проте можна багато дечого сказати про досягнення в холодильних установках причепів, які використовує Costco.

«Вони мають велику комп'ютерну оснащеність, — каже він. — ***Вони постійно контролюють двигун, температуру, вологість та приплив і відтік повітря, що циркулює в них»***.

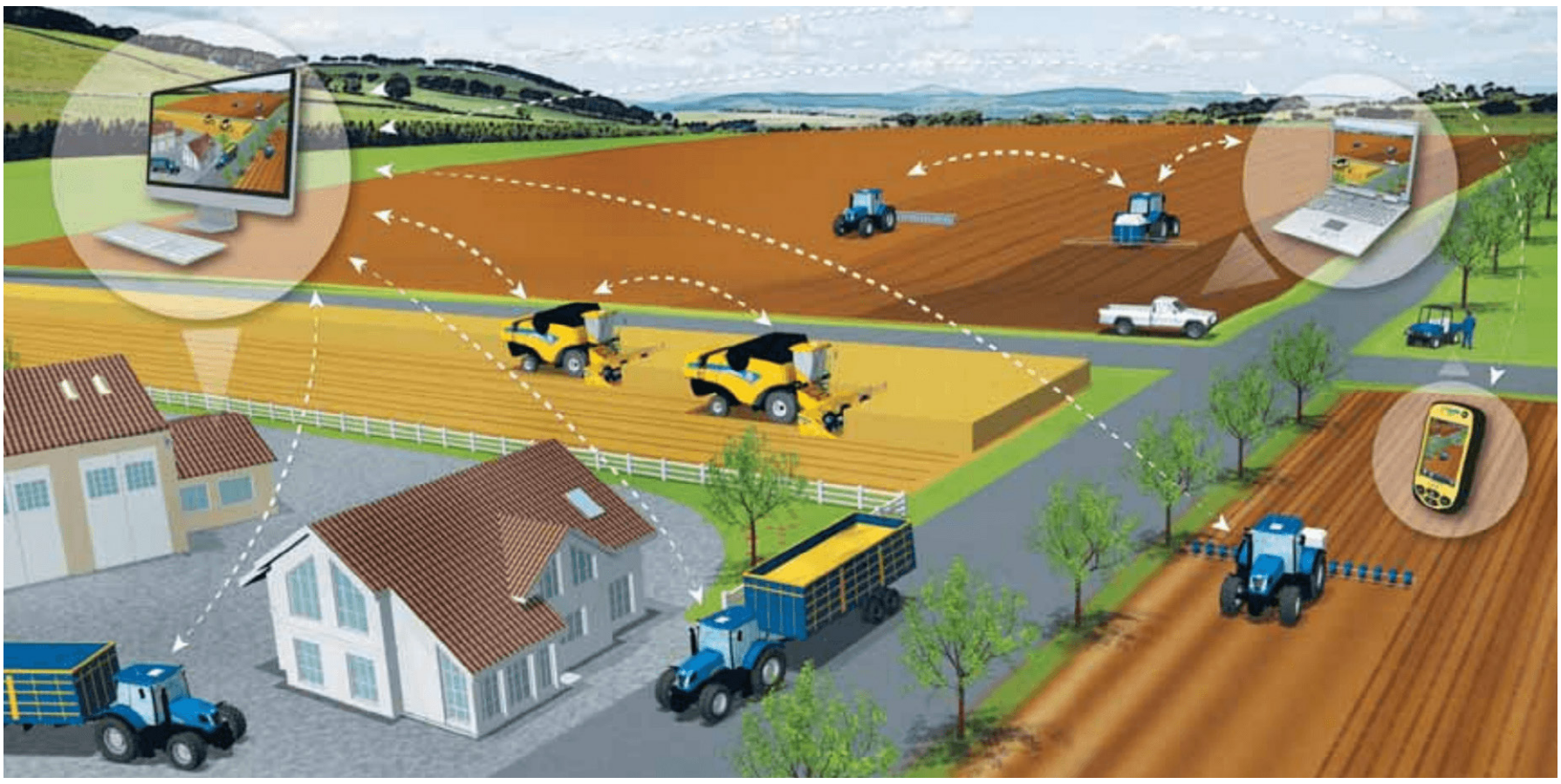
Інформація передається в хмару, де доступ до поточного стану пристрою здійснюється в режимі реального часу, коли вантажівка знаходиться в дорозі.

«Це те, чого ми не мали іще якихось п'ять років назад», — каже Гераці.

ХАРЧОВИЙ ХОЛОДНИЙ ЛАНЦЮГ ТА ВИРІШЕННЯ ПИТАННЯ ВТРАТ

United Technologies Corp. (UTC) працює над технологіями харчового холодного ланцюга, спрямованими на вирішення проблеми харчових відходів.

«Ми вирощуємо і виробляємо достатню кількість їжі на планеті, щоб годувати 10 мільярдів людей», — каже **Джон Мандік** (John Mandyck), головний співробітник служби стабільності в UTC і співавтор «Безглузда їжа: Прихований зв'язок між продовольчими відходами, голодом та зміною клімату!» (Food Foolish: The Hidden Connection Between Food Waste, Hunger and Climate Change).



Використовуючи інтернет-технології, ферми можуть краще керувати продовольчими відходами (зображення люб'язно надано New Holland)

«Ми живемо на планеті із 7 мільярдами населення, і лише близько 6 мільярдів людей отримують достатню кількість їжі, тому, прямо тут стає зрозуміло, що у нашій системі існує 40 відсотків неефективності, де близько 40 відсотків нашої їжі ніколи не потрапляє з нашої ферми до нашої виделки».

Вирішення харчових відходів з більшою ефективністю холодного ланцюга не тільки означає вирішення питання із задоволення потреб населення в їжі до 2050 року, але також, на думку Мандік, він вирішує важливі проблеми викидів вуглецю.

Організація Об'єднаних Націй повідомляє, що викинуті продукти — це 3,3 мільярда тонн вуглекислого газу.

«Якщо це взяти у масштабах країни, то продовольчі відходи стануть третім найбільшим джерелом викидів парникових газів у світі», — каже він.

Мандік передбачає скорочення продовольчих відходів шляхом впровадження основних технологій холодного харчового ланцюга до таких місць у світі, як Індія та Африка, де надзвичайно важливо, щоб половина врожаю, подібного до помідорів, не було втрачено під час перевезення.

«Якщо б фермери мали доступ до капіталу для використання невеликої холодильної вантажної машини, вони могли б доставити 100 відсотків помідорів на ринок, отримати кращий прибуток від своїх інвестицій та нагодувати більшу кількість людей», — каже Мандик.

Команда Мандіка допомогла створити просту систему охолодження вантажу для Індії та Китаю. Ця технологія може забезпечити їжу тим, кому її не вистачає. Хоча це і не інтелектуальні синхронізовані із хмарними технологіями вантажівки, на кшталт UTC, розроблені для північноамериканських та європейських ринках, ці дешеві холодильні вантажівки підтримують 40 градусів за Фаренгейтом (4,5°C), що може продовжити термін життя швидкопсувних продуктів.

Можливо, найбільша втрата їжі відбувається у найбагатших країнах, де фермери іноді дозволяють урожаю гнити, оскільки вони не можуть отримати вигідну ціну, супермаркети відкидають надлишкову продукцію, а споживачі купують занадто багато їжі та в кінцевому підсумку викидають її.

«Те, що ми робимо, допомагає з'єднувати точки між людьми, котрі зосереджені на цьому, — каже **Кевін Фай** (Kevin Fay), виконавчий директор **Глобальної Ради продовольчого холодного ланцюга** (Global Food Cold Chain Council). — ***Ми виявили, що існує безліч програм з протидії відходам харчових продуктів, але вони не поєднані воєдино»***.

Фай вважає, що вирішення проблем з харчовими продуктами — це величезна пропозиція, яка відкриває вирішення інших основних глобальних проблем.

«Сімдесят відсотків нашої прісної води в усьому світі використовують на потреби сільського господарства, — каже Фай — ***Якщо ми витрачаємо 40 відсотків їжі, яку ми ростемо, це означає, що ми витрачаємо 30 відсотків нашої прісної води»***.

Нові технології, такі як хмарні бази даних та штучний інтелект, можуть допомогти скоротити витрати на продукти харчування. Фай вказує на споживчі програми, такі як YourLocal, що інформує споживачів про місцеві супермаркети, які пропонують знижку на їжу, в іншому випадку її утилізують.

«Сполучивши точки, ви зможете годувати більше людей, зменшити викиди парникових газів, зменшити витрати прісної води та поліпшити економічне життя суспільства в усьому світі», — каже Фай.

МАЙБУТНЄ В ДАНИХ ПРО ФЕРМИ

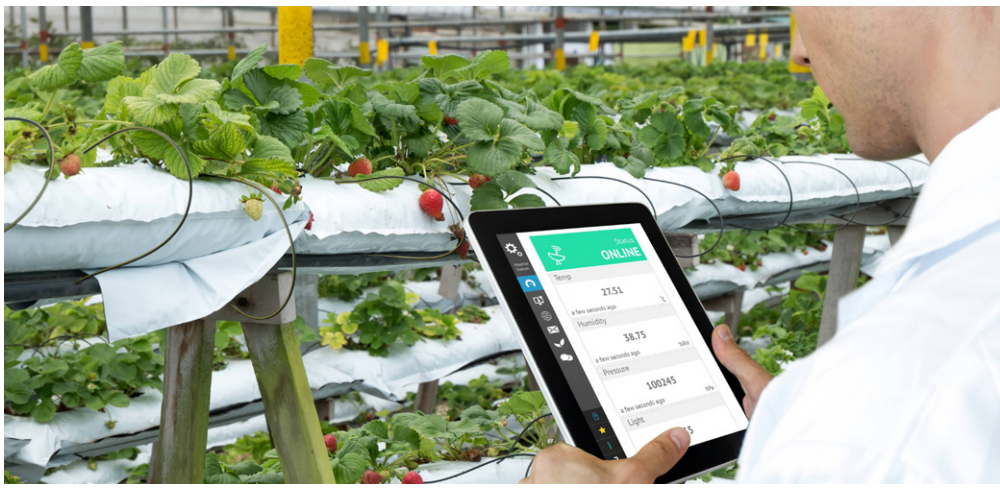
«Час до мети призначення — це одна змінна, яку багато компаній хотіли б оптимізувати в ланцюжку постачання, а тим більше — у холодному ланцюгу постачання їжі», —каже **Гібі Рафаель** (Giby Raphael), директор з логістики та рішень з управління активами в **Internet's The Things Group**.

«Спроби зробити літаки швидшими, кораблі та вантажні автомобілі допомагають лише в певній точці ланцюга», — каже Рафаель. Все це призводить лише до збільшення вартості і втрат продуктів харчування.

Тому, потрібен цілісний підхід до оптимізації, і здатність отримувати високоякісні дані від кінцевого ланцюжка постачань — ключ до скорочення продовольчих відходів.

«Необхідно об'єднати безліч технологій і стандартів, щоб зробити це можливим, – говорить він. —Технологія дозволяє отримувати дешеві, структуровані та якісні дані з допомогою Інтернет-технологій».

Сара Менькер (Sara Menker,) генеральний директор компанії **Gro Intelligence** із Нью-Йорка, має аналогічний глобальний погляд на використання даних для зменшення продовольчих відходів.



Дані є ключовим чинником у вдосконаленні холодного продовольчого ланцюга

«Мене особливо займає те, що ми робимо дані про харчову екосистему корисними», — каже Менкер.

За її словами, інформація є однією з найпотужніших засобів у сільському господарстві, розподілі та маркетингу. Проте отримання доступу до неї є однією з найбільших проблем. Інформація існує, але просто немає центрального порталу, щоб застосовувати її економічно ефективно.

Організація, очолювана Менкер, приймає великі обсяги даних про глобальну сільськогосподарську продукцію по всій екологічній системі харчування та економічно ефективно синтезує її для користувачів, зокрема консалтингових фірм, хеджевих фондів, урядів та інших груп.

Ходжсон (Hodgson) з **Linn Grove Ventures** погоджується з тим, що інформація є ключовим чинником у вдосконаленні холодного харчового ланцюга.

«Що більше я знаю про ґрунт і його умови, про здоров'я рослин, коли вони ростуть, про стан врожаю після його збору, коли він знаходиться е вантажівці, — все це означає вищу якість продукту, яку я можу вивести на ринок».

Джерело: vegetablegrowersnews.com

II МІЖНАРОДНА ВИСТАВКА ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

UKRAINIAN FOOD EXPO Food Hub

UKRAINIAN FOOD EXPO

МВЦ, м. Київ

12-14 грудня 2018

150 експонентів
5 000 відвідувачів з **50** країн світу:
іноземні закупівельники, HoReCa та Retail
10 000 киян та гостей міста

Бізнес-події виставки:

12 грудня
- М'ЯСНИЙ БІЗНЕС 2018
- CONFECTIONARY & BAKERY 2018
- MILK PROCESSING 2018

13 грудня
- БАКАЛІЯ 2018
- IV КОНГРЕС ЕКСПОРТЕРІВ UKRAINIAN FOOD 2018
- UKRAINIAN BEEF CONFERENCE 2018

14 грудня
- FISH AND SEAFOOD 2018
- FRUITS, BERRIES & VEGETABLES 2018
- Семінар «Експорт олії з України»

Networking-зона – для прямих переговорів зі закупівельниками.
Fresh-зона – майданчик для виробників свіжих фруктів, овочів та ягід.
Зона «Від лану до столу» – експозиція локальних виробників крафтової і фермерської продукції.
Зона «FoodTech» – сектор постачальників обладнання, технологій та послуг для харчовоїпромисловості.
Майстер-класи.

UKRAINIAN FOOD EXPO - це місце зустрічі виробників харчової продукції з українськими та іноземними закупівельниками!

З питань участі та відвідування звертатись:
Тел.: **+380 67 470-82-31**, E-mail: **ak@ukrainian-food.org**, www.ufexpo.com.ua
ОРГАНІЗАТОР: Рада з питань експорту продовольства (UFEB), **www.ukrainian-food.org**

II МІЖНАРОДНА ВИСТАВКА ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ
UKRAINIAN FOOD EXPO

Ukrainian Food Expo — єдиний в Україні "продовольчий хаб", який об'єднує всіх гравців ринку - від виробника до закупівельника і презентує весь ланцюг виробництва - від сировини до збуту. Виставка проходитиме 12–14 грудня 2018 р. у МВЦ (м. Київ, Броварський пр-т, 15)

Це майданчик для ділових зустрічей та переговорів українських виробників харчових продуктів та напоїв, переробних підприємств з національними та міжнародними дистриб'юторами, закупівельниками мережевого та немережевого рітейлу, представниками ресторанного бізнесу, іноземними байєрами, постачальниками обладнання та технологій для харчової промисловості.

Перша виставка продовольчої продукції та обладнання для переробки відбулася 23–24 листопада 2017 року і одразу завоювала статус події міжнародного рівня, залучивши 85 експонентів та 2000 бізнес-відвідувачів з 39 країн світу.

Цьогоріч організатори очікують близько **5000 бізнес-відвідувачів**, серед яких іноземні закупівельників **з 50 країн СНД, Європи, Азії, Африки та регіону MENA**. Тематика виставки охоплює усі групи продовольчих товарів від економ до преміум сегменту, включаючи як традиційні, так і нішеві продукти. В рамках виставки діятимуть окремі експозиції постачальників обладнання, технологій та послуг для харчової промисловості; локальних виробників крафтової і фермерської продукції **«Від лану до столу»**, а також українських виробників свіжих фруктів, овочів та ягід **«Fresh зона»**.

Протягом **12–13 грудня Ukrainian Food Expo діятиме у B2B форматі**, що є унікальною можливістю представити свою продукцію потенційним закупівельникам, знайти нових партнерів, провести прямі переговори та укласти контракти з представниками мережевої та лінійної торгівлі, гравцями ресторанного бізнесу, оптовими закупівельниками та іноземними байєрами. **В останній день заходу відбудеться ярмарок-продаж для споживачів**, які визначатимуть лідерів споживчих симпатій за смаковими вподобаннями та якісними перевагами продукції експонентів.

Ukrainian Food Expo — це також більше 100 годин професійних тематичних конференцій, конгресів та семінарів. Цьогорічна ділова програма включає **12 галузевих заходів**, які ознайомлять учасників з тенденціями і перспективами розвитку вітчизняного та світового ринків, бізнес-кейсами успішних експортерів.

Реєстрація для участі
та відвідування Ukrainian Food Expo 2018 відкрита!
Контакти: ufexpo.com.ua

КОНФЕРЕНЦІЯ «FRUITS, BERRIES & VEGETABLES»

На конференції «Fruits, Berries & Vegetables» 14-го грудня 2018 року зберуться спеціалісти плодоовочевої галузі

Ми продовжуємо традицію щорічного спілкування фахівців садівничої галузі. Цього року, Вас очікує окрема конференція «Fruits, Berries & Vegetables», яка відбудеться 14 грудня 2018 року у Міжнародному Виставковому Центрі (Броварський проспект, 15, м. Київ) в рамках ІІ міжнародної виставки Ukrainian Food Expo.

Організатор: *Рада з питань експорту продовольства (UFEB).*

На конференції «Fruits, Berries & Vegetables 2018» досвідчені практикуючі експортери та знавці ринків, провідні аналітики та маркетологи розкриють такі питання:

- **Які прогнози виробництва та цін на продукцію садівництва України? Аналітика внутрішнього ринку.**
- **Як це, вирощувати овочі на кокосовому субстраті? Сорокарічний досвід вирощування овочів у закритому ґрунті.**
- **Детально розкриємо тему заморозки фруктів та ягід, а також використання обладнання відповідно до різних культур.**
- **Як ефективно організувати процес та зберегти якість продукції використовуючи статичну заморозку?**
- **Чи існують інвестиції в ягідну галузь України та можливі перспективи її розвитку?**
- **Які інновації та нові рішення у переробці? Світові тенденції розвитку обладнання для переробки ягід та фруктів.**
- **Як успішно експортувати до Європи? Розкриємо замкнений цикл виробництва: від вирощування сировини до експорту.**

Не пропустіть унікальну можливість віднайти відповіді на ці та інші питання, зустріти бізнес-партнерів, зав'язати нові контакти та ознайомитися з досвідом успішних гравців ринку на конференції!

З питань додаткової інформації
та участі звертайтеся за тел.: +38 067 470 82 31
або на e-mail: ak@ukrainian-food.org
– Анастасія Павлюк.

http://ufexpo.com.ua

«ЛОХИНА ВИСОКОРОСЛА ТА ІНШІ ЯГІДНІ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ 2018. ЯГІДНІ КООПЕРАТИВИ» – ЯГІДНИЦТВО У ЗАПИТАННЯХ ТА ВІДПОВІДЯХ

Огляд світового ринку лохини (чорниці) високорослої, стан і перспективи в Україні, який озвучили знавці галузі на VII Міжнародному ягідному форумі

Як працюють господарства, які займаються товарним ягідним виробництвом? Яким чином розвивати сільські територіальні громади? Як отримати компенсацію від держави, якщо ти вклався у ягідний бізнес? Відповіді на ці та інші злободенні питання проект ProfiHort отримав під час VII Міжнародного форуму «Лохина високоросла та інші ягідні культури в Україні 2018. Ягідні кооперативи».

Цього літа місцем проведення форуму стала Житомирщина, яка, на думку експертів, має всі шанси перетворитися на українську Мекку з виробництва лохини чи то пак чорниці високорослої.

Так, про поліські перспективи плодово-ягідного напрямку вітчизняного фермерства учасникам форуму розповів Заступник Міністра аграрної політики та продовольства України Віктор Шеремета. За його словами, цей напрямок є особливо актуальним для Житомирщини, чиї ґрунти, зокрема, найбільш придатні для ягідництва серед усіх українських.

Заступник Міністра аграрної політики та продовольства України Віктор Шеремета (в центрі) про державні програми 70% компенсації вартості обладнання, необхідного для ведення кооперативної діяльності

ОПЕРАЦІЯ «КООПЕРАЦІЯ»

Окрім іншого, з доповіді В. Шеремета стало відомо, що держава передбачає 70% компенсації вартості обладнання, необхідного для ведення зазначеної фермерської діяльності, до того ж йдеться не лише про вітчизняне обладнання, але й про вживане обладнання, придбане закордоном. Здавалося б, це невеличке, але істотне уточнення може стати визначним для розвитку кооперації в Україні, однак пересічні громадяни на селі, як відомо, не дуже квапляться створювати кооперативи. Не в останню чергу через негативний досвід колгоспного господарства. Та й шукати за кордоном постачальника — теж клопіт, а для компенсації витрачених ресурсів за державною програмою неодмінно потрібен кооператив. Донедавна у такому кооперативі мало б бути 20 осіб, але згуртувати таку кількість людей навколо ідеї кооперації викликає здебільшого саму лише пересторогу...

Розуміючи, що така масштабна консолідація малоймовірна, Міністерство аграрної політики та продовольства України намагається зупинитися на цифрі сім, коли йдеться про мінімальну кількість учасників кооперативу, що підпадав би під дію державної програми з компенсації сільськогосподарського обладнання. Але не дарма ж кажуть, що там, де два українці, там три гетьмани: більшість наших співвітчизників наразі вирощують те, що споживають самотужки, й інтегруватися у світове господарство найближчим часом не збираються.

Саме на їхній захист та соціалізацію спрямований нещодавно прийнятий Закон України «Про сімейне фермерське господарство», що дозволяє таким родинам долучатися до державних програм підтримки. Одним з таких приємних бонусів, запропонованих державою аграрію, є кредитування під 1%, за умовами якого 1,5 облікової ставки компенсується державою. Особливо це актуально для фермерів, які займаються зерном. А от для зони Полісся більш цікавими є наробітки міністерства та експертів з приводу можливості експорту диких, природних ягід та грибів. На жаль, ця тема не була розкрита заступником Міністра аграрної політики повною мірою: він лише зауважив, що у дитинстві мав змогу оцінити дикі ягоди регіону на смак, тож потяг закордонного споживача до неокультурених плодів видався йому цілком зрозумілим.

Олександр Ярещенко, кандидат с.-г. наук, заступник директора Інституту садівництва НААН України, про світовий ринок лохини високорослої і журавлини великоплідної, їх стан та перспективи в Україні

ЛОХИНА ПІДКОРЮЄ СВІТ

«Огляд світового ринку лохини високорослої та журавлини великоплідної, стан і перспективи в Україні 2018» — саме так окреслив коло висвітлених ним питань ***Олександр Ярещенко***, кандидат сільськогосподарських наук, заступник директора **Інституту садівництва НААН України**. За його словами, світове виробництво чорниці високорослої зростає у геометричній прогресії. Так, за 20 років світовий валовий збір чорниці виріс у 25 разів, а суниці — вдвічі. Чорниця високоросла налічує 27 країн-виробників, до того ж 2/3 її виробництва зосереджено в Європі. Іспанія Німеччина, Португалія, Нідерланди — всі ці країни можуть бути цікавими українському виробникові щодо досвіду й конкуренції на ринку ЄС. При цьому безперечними лідерами з виробництва чорниці високорослої були й залишаються поляки. Прикметно, що США й Канада мають у своєму розпорядженні понад половину світових площ, на яких зростає чорниця. Країни тихоокеанського регіону останнім часом активно розвиваються у напрямі зазначеного ягідного виробництва. При цьому США, Чилі, Канада, Китай велику кількість ягід відправляють на переробку. Водночас Китай є найбільшим ринком збуту лохини. Країни Близького сходу, Туреччина та Індонезія традиційно не вирощують та не споживають лохину, але найближчим часом, на думку експерта, це зміниться.

В Україні офіційна статистика виглядає скромніше: близько 600 га насаджень та невеликий валовий збір. Водночас незалежні дослідження свідчать про 25-30 % чорниці високорослої у структурі насаджень професійних ягідників. При цьому 45% відповідних насаджень припадають на Житомирщину, решта — це Волинська, Вінницька, Івано-Франківська області.

Найбільш поширеними сортами у нашій кліматичній зоні є Дюк, Елліот, Блюголд та Аврора. З 2014 року лохина з маловідомої нішевої культури перетворилася на одну з провідних. Сьогодні Україна входить у ТОП-5 виробників лохини в Європі; лохина має найбільші темпи зростання попиту серед інших плодово-ягідних культур. Тож українська лохина має експортні перспективи. Водночас експерт передрікає просідання ціни на лохину протягом 2-3 років на 10-15 %. А з урахуванням невисокої купівельної спроможності українського населення на внутрішньому ринку попит суттєво відставатиме від пропозиції.

Як би там не склалося з коливаннями цінового діапазону найближчим часом, а завдяки лохині вже сьогодні на селі створюється сучасне виробництво, люди з інших бізнесів починають опікуватися сільським господарством, розвивається місцева громада, формуються робочі місця. Адже наша країна має природні умови, які дозволяють вирощеній у її межах лохині вдало конкурувати з ягідними здобутками решти країн світу. Додайте до цього географічне положення, яке забезпечує зручну логістику та прагнення українських аграріїв до успіху, на чому окремо наголосила директор ТОВ *«Брусвяна»* ***Ліліана Дмітрієва***, й ви отримаєте рецепт успіху у ягідництві. Особливо це актуально для Житомирщини, яка обіцяє стати вітчизняним лідером з вирощування лохини та має всі шанси бути площадкою для об'єднання вітчизняних виробників чорниці високорослої.

Ліліана Дмітрієва, директор ТОВ «Брусвяна», про вдале географічне розташування України, яке забезпечує зручну логістику і прагнення українських аграріїв до успіху та, зокрема Житомирщину, яка обіцяє стати вітчизняним лідером з вирощування лохини та має всі шанси бути площадкою для об'єднання вітчизняних виробників чорниці високорослої

ПОКУПЕЦЬ, ЩО КУПУЄ ОЧАМИ

Але не будемо забігати наперед. Як сказав представник Міністерства сільського господарства Німеччини ***Андре Пілінг***: розвиток потребує часу. ***«Якщо ви хочете експортувати свою продукцію, її треба пристосувати до вимог, що існують на відповідному ринку»***, — порадив експерт.

Розповідаючи, як треба постачати продукцію у європейські країни, він також обмовився про запит, що надійшов від німецького імпортера, щодо імпорту 30 т української чорниці та про потенціал кооперації між Україною та Німеччиною, що передбачає постійний розвиток, адже експорт української аграрної продукції виріс до 42 %. Тобто йдеться про приріст на 37% порівняно з 2014 роком, а це, погодьтеся, вражає.

Позитивну динаміку українського експорту відмітила також керівник проектів **«УкрАгроКонсалт»**

Андре Пілінг, представник Міністерства сільського господарства Німеччини, про реалії та перспективи розвитку ягідної співпраці між Україною та ЄС

Ольга Мозгова. При цьому основним напрямом збуту експерт назвала країни Європейського Союзу. Водночас зростають наші поставки ягід у Канаду, а решта експортерів світу наразі придивляються до Мексики як до ринку збуту ягідної продукції. В останні роки там, як і скрізь, пожвавився попит не лише на лохину, але й на суницю з

ожиною. З ожиною Україна опинилася у тренді, чого не скажеш про смородину й малину, які залишаються найпопулярнішими позиціями (після лохини) серед вітчизняних експортерів. Переважно йдеться про заморожену ягоду, однак лохину й малину експортують й свіжими. Так само український виробник експортує звичайну свіжу чорницю, але показник такого експорту нині низький. Справа в тім, що з 18 країн-покупців, завдяки яким Україна увійшла у ТОП-5 з експорту малини та лохини в Європу, найвдячнішим нашим покупцем лишається Польща. У зв'язку із цим експерт порадила українським експортерам не жаліти зусиль та фантазії, коли йдеться про упаковку та звертати увагу на розвиток світових трендів у цьому напрямі, адже не всі купують ягоди в звичайній упаковці, декому подавай снековий продукт у пакетику чи стаканчику тощо.

«Купівля продукту з доданою вартістю сприяє повнішому задоволенню споживача, а от якість продукту вже підвищує довіру до бренду, — зауважила О. Мозгова. — ***Ящики по десять кілограмів перетинають кордон, після чого ягода змінює своє громадянство. Кінцевий споживач не знатиме, звідки ця ягода»***.

Ольга Мозгова, керівник проектів «УкрАгроКонсалт», про позитивну динаміку росту експорту українських ягід до країн Європейського Союзу та Канади

З метою ознайомлення з передовим вітчизняним досвідом вирощування чорниці високорослої у другий день форуму відбулося відвідування **ТОВ «Агрофірма «Весна-2011», ТОВ «Вайсбері» (сертифікат Global GAP)** і **ТОВ «ВЛТ Флора» (сертифікат Organic Standard)**, екскурсія по розсаднику «Брусвяна» та участь у Ягідному фестивалі, де учасники отримали багато практичного досвіду, поспілкувалися із чорничниками-практиками та мали можливість продегустувати ягоди великого спектру сортів лохини, які культивуються в Україні.

Тож для підтримки іміджу свого бренду та іміджу України як країни-виробника експортну ягоду потрібно відправляти за кордон (та й для внутрішнього споживача) гарно запакованою, окремо вивчати специфічні вподобання на ринку збуту, перш ніж вибрати свій ринок, зважати на популяризацію торгівлі онлайн та якомога вигідніше використовувати пріоритетне логістичне положення, яке Україна має завдяки своїй географії. Пам'ятайте: покупець купує очима, й лише після цього формується його лояльність до вашої продукції. Успіхів вам у ягідництві, шановні читачі!

Нова пакувальна лінія Unitec в Coophuelva

НАЙБІЛЬША В ЄВРОПІ ПАКУВАЛЬНА ЛІНІЯ **ДЛЯ ЧОРНИЦІ**

Іспанська група Coophuelva, частина Onubafruit, повідомила про запуск 32-лінійної системи Unitec

Іспанський постачальник ягід Coophuelva заявила, що встановлення і запуск найбільшої в Європі пакувальної лінії для чорниці і однієї з найбільших у будь-якій точці світу мало безпосередній позитивний вплив на перспективи їхнього бізнесу.

Coophuelva або **Sociedad Cooperativa Andaluza Costa De Huelva** є виробником, що базується в Лусена-дель-Пуерто (Lucena del Puerto), у провінції Уельва (Huelva) регіону Андалузія (Andalusia). Він

є частиною **Onubafruit**, асоціації іспанських ягідних кооперативів і великого експортера на ринки всього світу.

Швидке зростання виробництва чорниці, як основного експортного продукту в регіоні, зумовило Coophuelva прийняти рішенням щодо придбання 32-лінійної системи сортування та калібрування від італійської технологічної компанії Unitec, яке, як повідомляється, призвело до зростання комерційного інтересу.

«Як тільки ми купили технології Unitec для оптичного сортування чорниці, одразу відчули переваги, — пояснює директор **Бартоломе Фернандес** (Bartolome Fernandez). — ***Усі клієнти просять продукти, відсортовані цією лінією, оскільки це гарантія повної якості; і дозволяє нам мати більше можливостей для майбутнього бізнесу»***.

Установка, яка ділиться на два набори по 16 смуг, кожна з яких обладнана сортувальним засобом Unitec Blueberry Vision 2, може, мабуть, обробляти близько трьох мільйонів штук ягід на годину, середня вартість якої залежить від відповідного продукту.

Крістобаль Регідор (Cristobal Picon Regidor), президент Coophuelva, заявив, що компанія вирішила використовувати технологію Unitec для обробки та сортування чорниці через її рекордну надійність.

«Після огляду всіх існуючих на ринку пропозицій, це та, яка запропонувала нам більшу надійність, —пояснив він. — ***Ви можете робити ставку на технології з цими функціями, вони на 100 % надійні»***. Фернандес також зазначив, що деякі проблеми, пов'язані з якістю, були повністю усунені завдяки новій системі.

«Ми змогли вирішити основні проблеми якості, які ми спостерігали до минулого сезону, коли клієнти відмовлялися від наших ягід декілька разів. У цьому році ми майже не мали жодних скарг», — сказав він, додавши, що значно збільшився попит на продукцію.

«Це те, що, в дуже короткий проміжок часу — не більше трьох років, дозволить окупити наші інвестиції».

Джерело: www.fruitnet.com

ВИРОБНИКИ МАЛИНИ ВИПРОБОВУЮТЬ НОВОГО РОБОТА ДЛЯ ЗБОРУ ЯГІД

Останній проект, яким займається доктор Мартін Стоелен (Dr Martin Stoelen) із Університету Плімута (University of Plymouth's), спрямований на автоматизацію збору малини

Британський виробник ягід Хол Хантер Партнершіп (Hall Hunter Partnership) об'єднався з групою розробників робототехніки Великої Британії, щоб допомогти створити автоматичного збирача ягід малини.

Взаємодія між **Філдвок Роботікс (Fieldwork Robotics)** та лектором Університету Плімута доктором **Мартіном Стоеленом**, є частиною нової хвилі британської агротехнології, метою якої є розробка роботів, здатних збирати цілу низку фруктів та овочів.

Метою програми передбачено, що створений робот зможе працювати у різних середовищах, у полях або тунелях, за різних умов клімату та інтенсивності освітлення.

Доктор Стоелен вже має подібний досвід у повному обсязі, який він отримав, працюючи над створенням робота для збору врожаю помідорів в Китаї, а також займаючись розробкою робота для збору цвітної капусти, після того, як він отримав фінансування від організації Agri-Tech Cornwall у лютому цього року.

Коментуючи новітнє партнерство, **Стоелен** зазначає: *"Угода про співробітництво, яку ми підписали з Хол Хантер Партнершіп, є великим кроком для Філдвок Роботікс та команди Університету Плімута. Я з нетерпінням чекаю бачити наших роботів, що працюватимуть у цій галузі".*

Компанія **Хол Хантер Партнершіп** щороку збирає майже 14 000 тонн малини, полуниці, ожини та чорниці, її основними клієнтами є провідні британські мережі супермаркетів: **Waitrose, Marks & Spencer та Tesco**. Сімейний бізнес володіє фермами та скляними теплицями в графствах Беркшир, Суррей і Західному Сассексі, також керує фермою в Португалії.

Девід Грін (David Green) головний операційний директор **Hall Hunter Partnership** каже: "*Наша компанія завжди задавала напрям розвитку індустрії виробництва ягід у підвищенні продуктивності та якості стандартів, які ми застосовуємо на наших фермах та розсадниках. Це партнерство з Fieldwork Robotics є новим захоплюючим напрямом розвитку, щоб стати піонером у збиранні ягід малини за допомогою роботів у комерційному масштабі, ми з нетерпінням чекаємо, коли урожай з першого гектара малини буде зібраний автоматизовано".*

Джерело: fruitnet.com

ПОСУХА ВПЛИВАЄ НА УРОЖАЙ КАРТОПЛІ ПО ВСІЙ ЄВРОПІ

Та відкриває можливості для експорту української картоплі до ЄС у цьому сезоні

Доменіко Циттеріо (Domenico Citterio) є власником компанії, що спеціалізується на імпорті та експорті картоплі для сівби та споживання, яка розташована в S. Martino Buon Albergo (у провінції Верона, Італія). Нещодавно він зробив заяву щодо посухи, яка зачепила більшість європейських країн. Він стверджує, що «ми зараз стикнулася з епохальною та безпрецедентною ситуацією. Тривалий дефіцит водопостачання є вражаючим. Не сам факт засухи є шокуючим, а те, що вона поширилася на величезну територію. Європа постраждала від Ла-Манш до Балтії!». Про це він заявив після тривалої подорожі по Шотландії, Литві, Франції, Данії, Німеччині та Нідерландах.

За даними німецьких метеорологів, не лише травень і квітень 2018 р. виявилися рекордно спекотними в Німеччині, але в країні також спостерігалася ціла низка високих температур протягом п'ятимісячного періоду квітня – серпня, які перевищили піки, зафіксовані у 2003 році.

Погода була дуже сухою по всьому континенту. У районах, де можливе зрошування, ситуація виглядає відносно кращою; проте здебільшого сільськогосподарські землі не були зрошувані через відсутність структур, або через чіткі заборони влади, яка виступала за цивілізоване

використання існуючих (недостатніх) водних ресурсів.

«Урожаї значно нижчі порівняно із середньостатичними за п'ятирічний період. Місцями спостерігається зменшення урожайності на 25% або 30%, і це дуже актуально, оскільки стосується всього європейського континенту. Кілька країн, у яких ситуація виглядає дещо кращою, це Італія, Іспанія, Португалія та Греція, оскільки вони є переважно покупцями», — каже Доменіко Циттеріо.

Окрім дефіциту врожайності, який вимірюється двозначними цифрами, виникає пересторога щодо якості: бульби сформувалися раніше, тому вони менш придатні для зберігання. ***«За відсутності опадів навіть неможливо копати бульби через ущільнення ґрунту, а якщо опади в подальшому***

Наслідки посухи на полях картоплі у Східній Німеччині

Промислові насадження картоплі, які явно постраждали від посухи. Наступні зображення також стосуються ситуації (станом на 10 серпня) у Франції в районі Аррас

виявляться надто інтенсивними, то урожай може бути знищений», — попереджає експерт.

Розмір бульб в середньому малий або середній, і вони рідко досягають 60 мм+ за розміром. Тому, якщо на насінний продукт це не сильно впливає (коли калібр менш релевантний), то це матиме значні наслідки для споживання.

«Італійський ринок не пропонує таких малих розмірів. До теперішнього часу було зібрано тільки ранні сорти, які, на щастя, не зазнали сильного впливу кліматичних умов. Проблема зараз виникає з основними сортами, які загалом розвиваються в серпні, тобто ще не підлягли збору. Оскільки продукт ще не готовий до споживання, важко усвідомлювати наслідки умов, що склалися. Однак я з жалем говорю про те, що, коли ми досягнемо листопада, ситуація може стати трагічною».

Тим часом переробна промисловість купує картоплю для виготовлення картоплі-фрі у п'ять разів більше, аніж в 2017 році, коли продукту було достатньою.

«На жаль, також існує дуже мало надії на імпортний продукт, який зазвичай покриває розрив між попитом та пропозицією: виробництва в Єгипті немає в цей період, садіння розпочнеться лише через два місяці, а врожай отримають лише через шість місяців, тому нічого не може прибути в Європу до лютого/березня 2019 року. Я бачу дедалі частіше і тривожніше коливання між екстремальними ситуаціями, такими, що створюють серйозні ризики для існування десятків тисяч фермерських господарств у всій Європі. Напруженість з цінами вже спостерігається, і з урахуванням нинішніх умов, мені важко сказати, що нинішня кричущість невиправдана», — завершує Доменіко.

Contact:
Domenico Citterio & C. Srl
Via delll'Industria, 1/b
37036 S. Martino B.A. (Verona, VR) - Italy
Tel.: (+39) 045 8780144
Fax: (+39) 045 8780311
Email: info@citteriopatate.it
Website: www.citteriopatate.it

Джерело: www.freshplaza.com

КАРТОПЛЯНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ!

На святі «Картопля –2018» у Немішаєві презентували нові та ті, що вже добре себе зарекомендували, сорти української, голландської та німецької селекції

В *Інституті картоплярства НААН України* на святі «Картопля – 2018» 20 липня відбулася демонстрація сортів картоплі. На заході продемонстровано сорти картоплі вітчизняної, голландської та німецької селекції. Окрім селекції Інституту картоплярства, було представлено сорти компаній ***«Агріко Україна»*** та ***«Норіка-Україна»***. Поряд із сортами, які вже добре зарекомендували себе в Україні як в технологічному, так і маркетинговому плані, учасникам було представлено також новинки, які згодом посядуть гідне місце на ринку України.

Компанія ***«Агрітема»*** презентувала інноваційний біологічний препарат ***Райс Пі®***, застосування якого у дослідженнях Інституту картоплярства показало значний приріст урожайності картоплі, а компанія ***«Акватек»*** — тензіометри, незамінні прилади для економного зрошення. Також обговорювалися питання селекції нових сортів картоплі, захисту від хвороб і шкідників та ефективного живлення.

СЕЛЕКЦІЯ ІНСТИТУТУ КАРТОПЛЯРСТВА НААН — СМАК, РОЗМІР УРОЖАЙНІСТЬ!

Микола Фурдига, розпочав демонстрацію сортів селекції Інституту картоплярства сортом *Слаута*, який за досить короткий період часу (40 днів) зда-

Заступник директора з наукової роботи з питань селекції та насінництва Інституту картоплярства НААН Микола Фурдига демонструє сорти картоплі вітчизняної селекції

тен формувати високий врожай на рівні 20-25 га, а також відзначається високим вмістом крохмалю та високими товарними якостями.

Серед сортів Поліського дослідного відділення Інституту картоплярства НААН окремо йшлося про **Взірець** — надранній багатобульбовий сорт з високим вмістом крохмалю, що являє собою гібрид сортів Белароза та *Тирас.* Його бульби мають дуже привабливу текстуру. Сорт відрізняється надвисокою врожайністю. Його внесено до реєстру сортів рослин України минулого року як надранній.

Радомисль — ще один надранній сорт зазначеного інституту — має дуже привабливу форму бульб із світло-жовтим забарвленням м'якуша, дуже врожайний. Це великобульбовий сорт, який здатен формувати високий ранній врожай, та ще більший — пізній.

Скарбниця — сорт на межі раннього та середньораннього терміну дозрівання, що займає великі с.-г. площі та популярний серед професійних виробників, відрізняється високою

врожайністю та стійкістю до посухи. Картоплі цього сорту притаманні надзвичайні смакові якості, висока лежкість та товарність бульби, що має привабливе кремове внутрішнє забарвлення.

Сорт *Кіммерія* поєднав найкращі риси сортів Світанок Київський та *Слов'янка*: дуже смачний з довгим періодом фізіологічного спокою.

Головний агроном Наталія Сидорчук демонструє сорти картоплі селекції Поліського дослідного відділення Інституту картоплярства НААН

Сорт *Щедрик* має стійкість проти колорадського жука, високі показники врожайності, особливо якщо йдеться про чорнозем, білий м'якуш, білі, ідеально видовжені бульби; за вмістом сухих речовин та редукуючих цукрів придатний для переробки на чіпси.

Іванківська рання — середньостиглий великобульбовий сорт картоплі, якій притаманні висока товарність, світло-жовтий м'якуш, польова стійкість до вірусів та до парші.

Сингаївка — стійкий до посухи сорт, який відрізняє також висока товарність та стійкість проти вірусів; картопля розвариста, з білим м'якушем.

Предслава — середньостиглий сорт білоруського походження. Його характеризують низький вміст редукуючих цукрів, світло-жовтий м'якуш, високий вміст крохмалю. Сорт сухостійкий, компактний, нематодостійкий, має багатобульбовий кущ.

Княгиня — великобульбовий сорт-гібрид двох популярних сортів: **Слов'янка** та Белароза.

Сорт Слов'янка, до речі, наразі зберігає свої провідні позиції завдяки тому, що витримує засоленість ґрунту на півдні країни.

Олександрит — середньопізній сорт, великобульбовий, має високий вміст крохмалю (більше 20%) та ніжний, розваристий м'якуш.

Случ — багатобульбовий, середньопізній сорт, що має високий вміст сухих речовин, надзвичайний смак та характеризується доброю лежкістю.

Солоха та *Хортиця*, що мають синю та червону шкірку, а також відповідного забарвлення і м'якуш, на думку редакції, виявилися особливо цікавими сортами, адже за вмістом антиоксидантів та крохмалю картопля цих сортів являє собою справжній дієтичний продукт. З урахуванням світових тенденцій у напрямі здорового харчування ці сорти є надзвичайно багатообіцяючими, адже пекти покупець буде таку картоплю, жарити чи варити, вона зберігатиме речовини, які допомагають людині протистояти хворобам. До того ж самі бульби обох сортів мають привабливий, товарний вигляд — хоч на плакат бери.

ТОВ «АГРІКО УКРАЇНА» — ВИШУКАНА ДОСКОНАЛІСТЬ!

Окрім визнаної насіннєвим ринком картоплі в Україні **Рів'єри**, що дає врожайність 35 т товарної картоплі на 60 день після садіння, компанія представила на заході такі сорти:

Еволюшн — середньоранній сорт, що має кремове забарвлення м'якуша та ідеально видовжені бульби, що особливо смакують у пюре. Від Рів'єри сорт відстає за дозріванням днів на десять, але

Агроном компанії «Агріко Україна» Ігор Мотько представляє сорти картоплі голландської селекції

має більший врожай за рахунок кількості й розміру бульб.

Констанс — сорт середньоранньої групи, що формує 14-16 бульб у кущі; картопля має відмінні смакові якості, придатна для механічної доробки після збирання, а також до пакування, має жовтий м'якуш. Сорт введено у реєстр цього року.

Есмі — ще один сорт середньоранньої групи, що більше тяжіє до ранньої та дає 40-45 т врожаю з га, формує видовжені, овальної форми бульби, які мають жовте забарвлення м'якуша.

Воларе має ідеально-білий м'якуш. Це — надрання картопля, другий за популярністю сорт після Рів'єри. До речі, якщо порівнювати Арізону, Воларе й Рів'єру, минулого сезону Арізона була номером два за врожайністю, реалізацією та збутом, зокрема на півдні України.

Мадлен — середньоранній сорт, що формує 12-22 бульби, придатний до механізованого збору, а також для післязбиральної доробки. Бульби мають трохи видовжену овальну форму й кремове забарвлення м'якуша. Неглибокі вічка дозволяють

мити, шліфувати й пакувати картоплю без великих виробничих втрат врожаю.

Сорт *Пікассо* називають українським стандартом середньопізньої групи за смаковими якостями; кущ формує в середньому 10-14 бульб, придатних до довготривалого зберігання.

Рудольф — середньопізній сорт, що формує в середньому 14-20 бульб. Його введено у товарну лінійку «Агріко Україна» замість добре знаного українцями Роко, якому Рудольф поступається хіба що в кількості бульб з куща, а от за зовнішніми якісними показниками сорт має свої переваги. Рудольф добре зберігається й достигає раніше за Роко; сорт стійкий до механічних пошкоджень, його можна збирати шляхом прямого комбайнування. Має ідеально-біле забарвлення м'якуша. Кількість сухих речовин сягає близько 22 %.

Арсенал — середньо-плідний сорт, що формує 14-22 бульби, придатний для переробки на чіпси. Середня товарність за умови такої переробки становить нині 32-40 т залікової картоплі.

Курас — сорт, придатний для переробки на крохмаль, формує в середньому 16-22 бульби з куща.

ТОВ «НОРІКА-УКРАЇНА» — НІМЕЦЬКА НАДІЙНІСТЬ!

Компанія **Norica** представлена на українському ринку декількома перевіреними часом сортами, однак цього разу німецькі селекціонери вирішили потішити вітчизняних аграріїв своїми новинками. Під час демонстрації відповідних сортів увагу нашої редакції зокрема привернули:

Ніксе — середньоранній сорт, що дає багато бульб з куща; бульби мають гарні смакові якості.

Генеральний директор компанії «Норіка-Україна» Андрій Колесник представляє сорти картоплі німецької селекції

Романце — «найромантичніший» сорт компанії, який поступово підкорює українського покупця. Цей пізній сорт дає чудовий врожай, що добре зберігається й має гладеньку шкірку та жовтий м'якуш.

Сорая — середньостиглий, стресостійкий, новий та перспективний сорт, що характеризується відмінною врожайністю.

Мерлот — середньостиглий сорт, що заслуговує на відомість завдяки своїм винятковим смаковим якостям.

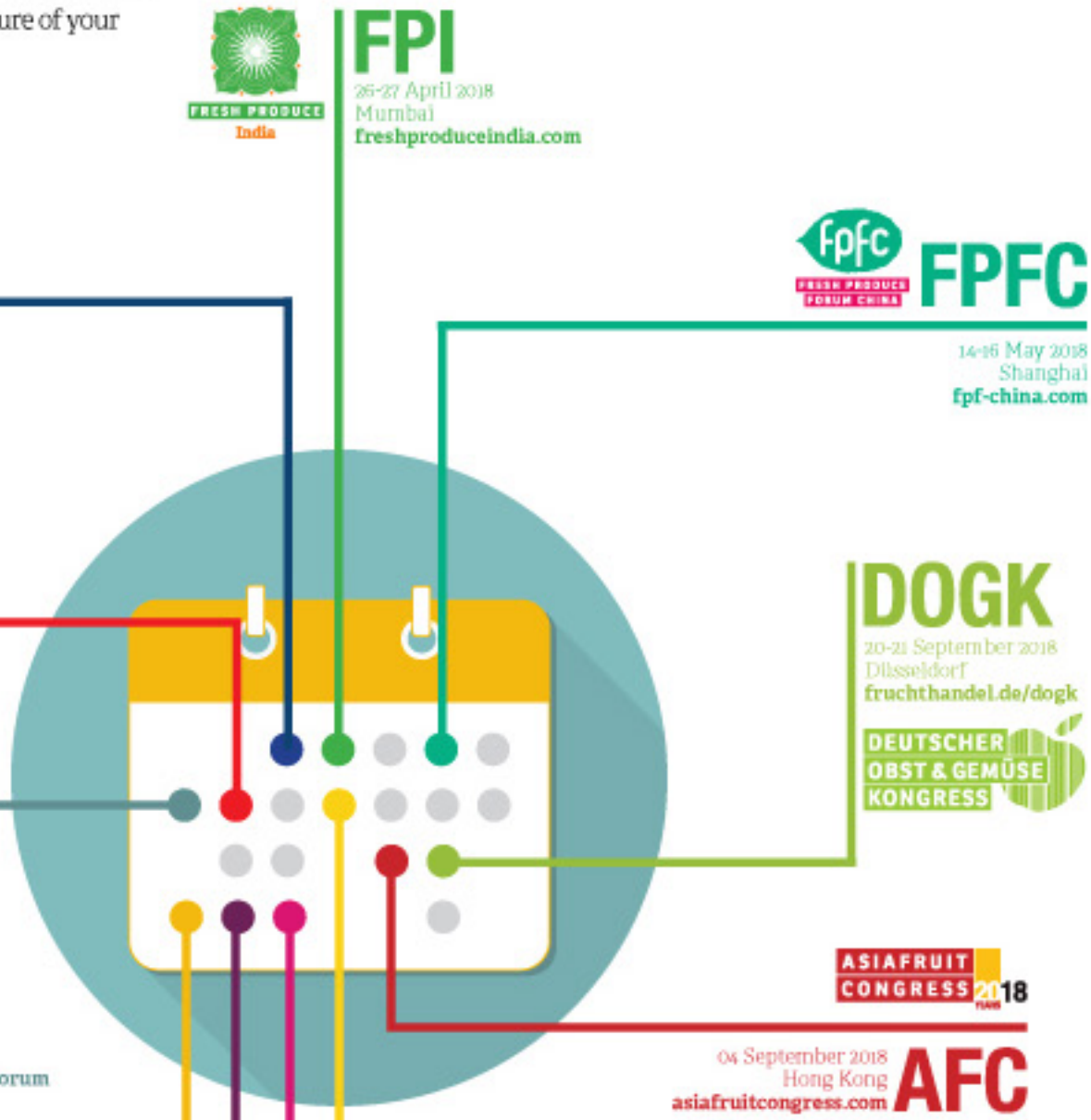
Голд Марі — середньоранній сорт, що має видовжені за формою бульби з жовтим м'якушем, які добре розварюються, хоча й тримають форму. Врожай добре зберігається та має добрі смакові якості.

Наш проект вдячний організаторам заходу за отриману інформацію та смачну дегустацію. Ми плануємо уважно стежити за подальшою долею представлених сортів та інформувати наших читачів про ці та інші новинки вітчизняного картоплярства.

FRUITNET EVENTS 2018

Official Cooperation Partner

Fruitnet Live specialises in creating high quality, content rich, commercial networking conferences for the fresh produce industry held around the globe. These live events provide the best arena to connect with present and future clients, discover new trade opportunities and to shape the future of your business.



ОФІЦІЙНА МЕДІА-ПІДТРИМКА В УКРАЇНІ

ProfiHort

For more information contact events team:
+44 20 7501 3725 | events@fruitnet.com

FRUITNET
Market Intelligence Ltd (Part of Fruitnet Media International)
132 Wandsworth Road, London SW8 2LB, United Kingdom.
Tel +44 20 7501 3700 | Fax +44 20 7501 0306 | fruitnet.com

ПРИБУТКОВА КАРТОПЛЯНА МАЙСТЕРНІСТЬ

ВІД КОМПАНІЇ «СИНГЕНТА» І ТОВ «БІОТЕХ ЛТД»

Про секрети прибуткового картоплярства з вуст лідерів галузі

Майже 100 учасників із різних регіонів України та з-за кордону зібралися, щоб ознайомитися із інноваціями у професійному картоплярстві. Щорічна «Картопляна Майстерня», організована компанією «Сингента», відбулася на початку липня у с. Городище на Бориспільщині. Захід охоплював лекційну та польову частини, де було представлено основні складові технологій вирощування картоплі: від оператора глобального ринку ЗЗР — система захисту насаджень, а від ТОВ «Біотех ЛТД» — система живлення та удобрення. ТОВ «Чіпси Люкс» навело стандарти якості та безпечності вирощування картоплі промислової для переробки

Картопляна Майстерня — бренд, що не потребує особливого представлення, адже давно на слуху у людей, дотичних до картопляного бізнесу. Щороку компанія «Сингента» запрошує усіх, хто цікавиться інноваціями у професійному картоплярстві, отримати актуальну інформацію щодо організації прибуткового виробництва. Отже, 5 липня 2018 р. у с. Городище Бориспільського р-ну, на базі ТОВ «Біотех ЛТД», товаровиробники картоплі мали змогу оновити свої знання та поліпшити майстерність: у підготовці ґрунту та бульб до садіння, у догляді за насадженнями (зокрема з удобренням та живленням); оцінити, як працює система захисту картоплі від компанії «Сингента» в умовах реального господар-

ства; ознайомитися із сучасним сортиментом картоплі вітчизняної та зарубіжної селекції; дізнатися про технологічні вимоги до вирощування бульб для переробки; наочно побачити досягнення автоматизації та механізації основних виробничих процесів, зокрема захоплення учасників викликало викопування картоплі інноваційним причіпним комбайном. Не викликає сумніву те, що після впровадження усіх цих інновацій фермери зможуть зробити якісний крок вперед задля сталого розвитку своїх господарств та держави.

ЗНАННЯ ЗА ПЛЕЧИМА НЕ НОСИТИ

Гостинно вітаючи учасників заходу, до них звернувся керівник підрозділу маркетингу засобів захисту рослин компанії «Сингента» **Микола Довгаль:** ***«Раді вітати вас, друзі, на нашій сьогоднішній «Картопляній майстерні». Ми знаходимося на землі справжніх майстрів своєї справи, які із задоволенням приймають нас і дають можливість поділитися нашим досвідом з вами. Напевно, 80 % інформації, яку ви сьогодні почуєте, вже знайомо вам. Але, якщо ви застосуєте у своїй практиці ті 15-20% нових для вас знань, впевнений, це забезпечить ваш успіх у бізнесі. Я бажаю вам продуктивного дня, сонячної погоди і запрошую на наш захід»***.

Далі слово взяв керівник товариства «Біотех ЛТД» **Анатолій Бикін:** ***«Шановна картопляна сім'я, дуже радий вітати на території нашого господарства. Нам дуже легко було співпрацювати з компанією «Сингента» для підготовки цього заходу, але довелося докласти певних зусиль, щоб зробити комфортним ваше перебування тут. Хотів би завжди вас бачити такими усміхненими, з гарним настроєм. Також ми підготували вам певні технологічні новинки, які будуть представлені на локації нашого господарства. Бажаю усім плідної праці та корисної інформації»***.

Керівник підрозділу маркетингу засобів захисту рослин компанії «Сингента» Микола Довгаль побажав присутнім нових знань

Коли є що обговорювати: Анатолій Бикін та Володимир Корбеляк будують плани на новий сезон

БІОТЕХНОЛОГІЧНЕ ПІДҐРУНТЯ У ВПРОВАДЖЕННІ СУЧАСНИХ СОРТІВ

Завдячуючи двом тисячам гектарів родючої землі Чернігівщини та Бориспільщини, досвідченому керівництву та наполегливій праці, компанія **ТОВ «Біотех ЛТД»** понад 10 років успішно співпрацює з гігантами харчової промисловості ТОВ «Крафт Фудз Україна» та ТОВ «Чіпси Люкс». «Наше господарство протягом 18-ти років займається вирощуванням картоплі. Насіння еліти та першої репродукції вирощуємо щороку на площі 200 га, в умовах максимального обмеження розвитку пе-

реносників вірусних захворювань. Більший масив відведено під товарну картоплю», — говорить головний агроном компанії **Сергій Жереб**.

Керівник господарства, доктор с.-г. наук, професор, завідувач кафедри агрохімії та якості продукції рослинництва НУБіП України **Анатолій Бикін** розкрив секрети вирощування якісної, конкурентної за ціною картоплі. Він дуже простий, але потребує чималих зусиль — основні свої інновації у технології колектив спрямовує на те, щоб допомогти рослині подолати дефіцит вологи і температурний стрес вегетаційного періоду.

Як зазначив головний агроном, господарство щороку випробовує нові сорти з метою вияву кращих та вдосконалення елементів сортової технології. Учасники «Картопляної майстерні» мали можливість на власні очі побачити цей своєрідний випробувальний полігон. Тут проводять свої досліди науковці, студенти, представники вітчизняних та світових компаній. За отриманими результатами захищаються кандидатські та докторські дисертації, а кращі рішення впроваджуються у виробничу діяльність підприємства.

На ділянках сортовивчення присутніх вразило потужне здорове зелене бадилля, а також було продемонстровано потенціал кожного сорту за накопиченням бульб. Проте остаточно про врожайність сортів можна буде говорити восени, а про лежкість бульб — весною наступного року.

У розрізі сучасних сортів столової картоплі, нині плідною є співпраця господарства з ТОВ «HZPC-Україна», яка представляє сорти Коломба, Каррера, Ред Скарлет, Евора, Мемфіс, Фламенко, *Інноватор*, Сіфра, кожен з яких має як свої переваги, так і недоліки та вимагають підбору сортових технологій вирощування.

Головний агроном Сергій Жереб і керівник господарства Анатолій Бикін демонструють нові сорти картоплі та технологічні новинки їх вирощування

Знайомство з технікою, що використовується для водоощадної технології у ТОВ «Біотех ЛТД»

На фоні голландських сортів не погано себе показала лінійка сортів селекції Інституту картоплярства НААН України: Летана, Околиця, Случ, *Скарбниця*. Спираючись на дані попередніх випробувань, головний агроном рекомендував звернути увагу на сорт Скарбниця, який на поливі минулого року забезпечував 30 т/га насіннєвої фракції. Нині господарство вже має близько 20 га товарних насаджень цього сорту, тож зможе забезпечити потреби покупців.

Основна перепона у поширенні сортів вітчизняної селекції — це відсутність необхідних обсягів насіннєвого матеріалу. Для прискореного розмноження українських сортів та забезпечення потреб ринку господарство створило власну біотехнологічну лабораторію. ***«У цьому році ми висадили на адаптацію у теплицю 15 тис. мікророслинок картоплі сортів української селекції — Тирас і Скарбниця»***, — повідомив **Анатолій Вікторович**. Раніше господарство вже мало позитивний досвід клонального мікророзмноження сорту Фантазія, коли з 1,5 тис. мікророслинок за 5 років було отримано 1 тис. тонн першої репродукції. «Для захисту рослин картоплі від хвороб і шкідників застосовуємо, переважно, препарати компанії «Сингента». Починаючи від протруювання бульб, баковою сумішшю *Юніформ* та *Селест Топ* і далі впродовж вегетації *Ревус Топ*, *Ридоміл Голд*, *Ширлан*, *Воліам Флексі* та інші».

ЗАХИСТИТИ ВРОЖАЙ ТА ЗБЕРЕГТИ ДОВКІЛЛЯ

Лекційна частина заходу пройшла цікаво, оскільки містила елементи інтерактивного навчання. Вона була насичена цікавою інформацією про нові препарати та необхідність їх застосування у певну фазу вегетації картоплі, також увагу було приділено важливості правильного налаштування розпилювачів та безпечному поводженню з пестицидами.

За словами фахівців, «Сингента» інвестує значні кошти у розвиток досліджень і випробувань нових препаратів. Цю віртуозну роботу спочатку проводять у лабораторіях, потім на дослідних ділянках не менше трьох років спостерігають вплив препарату на рослини. Таким чином, проходить 7-8 років, допоки новий продукт вийде на ринок.

Олександр Бондар, який в компанії «Сингента» відповідає за портфель фунгіцидів для захисту овочів, картоплі, садів, виноградників у Східній Європі, аргументовано переконав присутніх у тому, що система захисту від світового лідера побудована таким чином, щоб мінімізувати ризик виникнення резистентності та допомогти рослині максимально реалізувати потенціал, захистивши її від пошкодження шкідниками та ураження хворобами. Також він представив два нових продукти від компанії «Сингента». Отже, *Квадріс Топ* — це системний та трансламінарний фунгіцид, який швидко проникає в рослину та водночас працює проти фітофторозу та альтернаріозу, має потужну лікувальну і тривалу захисну дію. Друга новинка — це двокомпонентний інсектицид *Ампліго*, який характеризується гарним нокдаун-ефектом, ви-

Олександр Бондар представив два нових продукти від компанії «Сингента»: трансламінарний фунгіцид Квадріс Топ та двокомпонентний інсектицид Ампліго

Менеджер з охорони праці «Сингента» Світлана Рубель розповіла учасникам заходу про п'ять золотих правил безпечного використання пестицидів

Представники компаній «3М» Максим Шостак продемонстрував присутнім засоби індивідуального захисту

сокою ефективністю у широкому діапазоні температур та тривалою захисною дією. «Нині компанія «Сингента» пропонує найширший портфель продуктів, які мають світову визнану якість та авторитет. Використовуючи наші пестициди, українські виробники можуть вільно експортувати свою продукцію, оскільки вони працюють із зареєстрованими в Європі препаратами за правильними регламентами застосування».

Для своїх клієнтів компанія пропонує унікальну програму технічного сервісу *АгроГід*, яка покликана допомогти аграріям розкрити потенціал урожайності рослини, а отже, збільшити прибутковість бізнесу. Інтерактивний *майстер-клас* у виконанні **Степана Деркача**, менеджера з якості внесення продуктів, був присвячений особливостям внесення продукту *Юніформ* в борозни під час садіння картоплі. «Перш за все, необхідно перевірити реальний вилив робочого розчину на гектар (попередньо вимірявши вилив з кожного розпилювача) та правильно налаштувати кути розпилу розпилювачів, один з яких має наносити робочий розчин на дно, а другий — на боки борозни».

Окрім прибутковості, на думку експертів, важливим є безпечність агровиробництва, адже саме від докладених тут зусиль залежить тривалість та якість життя людей. Саме на цьому акцентувала менеджер з охорони праці «Сингента» **Світлана Рубель**, яка розповіла учасникам заходу про п'ять золотих правил безпечного використання пестицидів. Коротко вони звучать так: будьте максимально уважні під час роботи, усвідомлено читайте етикетку, підтримуйте особисту гігієну, правильно добирайте засоби індивідуального захисту, слідкуйте за технічним станом форсунок та інших деталей оприскувачів. Представники компаній «3М» **Максим Шостак** та «Укртекстиль» **Оксана Панова** продемонстрували присутнім засоби індивідуального захисту, спецодяг, рукавички, взуття та особливості правильного їх вибору за роботи з агресивними аерозолями, парами газів, кислотами та іншими небезпечними речовинами.

РИНОК ПЕРЕРОБКИ ВИМАГАЄ ВИСОКОЯКІСНУ ПРОДУКЦІЮ

Дружна команда представників найбільшого виробника картопляних чіпсів в Україні — **ТОВ «Чіпси Люкс»** навела технологічні вимоги до вирощування якісної картоплі промислової для переробки на чіпси. Зокрема, **Володимир Корбеляк** подякував приймаючій стороні за багаторічну співпрацю і зазначив, що господарство «Біотех» справжній лідер у справі картоплярства, стрімко розвивається, інвестує у технології, працює відкрито і намагається поширити кращі практики серед картоплярів України. ***«Ми працюємо більше ніж з 40 господарствами по всій Україні. Нині уже розпочали переробку нового урожаю, зокрема, вперше в історії нашої багаторічної співпраці компанія «Біотех» постачає ранню картоплю. І це ще одне свідчення того, як розвиваючи технології, можна в умовах Київщини конкурувати з південними виробниками в частині вирощування ранньої картоплі на переробку».***

Завдяки постійному поліпшенню якості продукції, в Україні спостерігається зростання ринку картопляних чіпсів. Відповідно зростатиме потреба у сортах картоплі для переробки. Проте виробникам необхідно звернути увагу на застосування сучасних технологій і робити інвестиції у зрошення насаджень. ***«Без поливу та використання сучасних препаратів для захисту рослин виростити якісну картоплю для переробки неможливо»***, — впевнений пан Володимир.

«Після надходження партії картоплі (з супровідними документами, що підтверджують її якість) на фабрику, ми відбираємо зразки для проведення аналізів відповідно до показників ДСТУ», — зазначила технолог компанії-переробника **Світлана Порохніцька**, характеризуючи залежність якості чіпсів від сировини. ***«Основну увагу звертаємо на вміст сухих речовин у бульбах (від 19 до 25%), фракційний склад (40—80 мм, але оптимальний діаметр — 60 мм), наявність пошкоджень (понад 20 видів) та інші показники».***

«Без поливу та використання сучасних препаратів для захисту рослин виростити якісну картоплю для переробки неможливо», — впевнений Володимир Корбеляк

Представник ТОВ «Чіпси Люкс» Світлана Порохніцька охарактеризувала залежність якості чіпсів від сировини

Координатор аграрної програми ТОВ «Чіпси Люкс» **Володимир Левківський** акцентував увагу на тому, що у контракті з фермером передбачена рамкова технологія вирощування із зазначенням норм та строків внесення лише якісних сучасних пестицидів, які не мають післядії на картоплю. Переважно це препарати компанії «Сингента».

«Оскільки наша продукція йде на експорт, ми закріплюємо фахівця, який веде супровід вирощування картоплі у господарствах-партнерах від садіння аж до збирання, що гарантує повну простежуваність польових процесів».

ФІЛОСОФІЯ ВИРОЩУВАННЯ ЯКІСНОЇ КАРТОПЛІ: ВІД САДІННЯ ДО ЗБОРУ ВРОЖАЮ

У кожного свій рецепт успіху. Так, у польовому класі товариства «Біотех» **Анатолій Бикін** представив власну філософію водоощадного господарювання, яка спирається на багаторічний досвід вирощування високих врожаїв якісних бульб.

«Ми вирощуємо картоплю без оранки, останній раз плуг працював на полі у 2009 році. Натомість застосовуємо щілювання — цей захід допомагає накопичити близько 60 мм додаткової вологи. Після збору попередника, переважно це рання картопля або колосові зернові, робимо органо-мінеральну мульчу з решток, дискуємо на глибину 5–6 см з сівбою насіння сидератів. Восени скошуємо сидерати і щілюємо на глибину 40 см. Весною закриття вологи здійснюється дискатором, а потому комплексний агрегат забезпечує передпосівну підготовку ґрунту із зонним різноглибинним внесенням добрив. Саджалка у нас дообладнана пристроєм для одночасного внесення ґрунтового гербіциду».

За словами директора, для створення картопляного конвеєра використовують у промисловому виробництві близько 15-ти сортів картоплі вітчизняної та зарубіжної селекції різних груп стиглості. *«Для ринку дуже важливим є напрям використання сорту (смаження, запікання, пюре, чіпси, фрі). З поширених в Україні сортів вирощуємо Коломба, Карерра, Тирас (дієтичний), Скарбниця (для перших страв), Фламенко, Сіфра (запікання), Інноватор (переробка)»*.

Координатор аграрної програми компанії-переробника Володимир Левківський повідомив, що вони співпрацюють із 40 фермерами по всій Україні

Для створення оптимальних умов росту і розвитку рослин картоплі необхідно накопичити, зберегти і правильно використати природну вологу, а також застосовувати штучний полив. Для цього, вирощуючи ранню картоплю сорту Карлена, у 2018 р. провели 4 поливи по 250 мм, що становить 1 тис. м3 води на гектар. У господарстві використовують сучасну дощувальну техніку, зокрема, унікальну фронтальну машину з шириною захвату 300 м і робочою витратою 60 л/с.

Захоплення присутніх викликала демонстрація промислового збирання картоплі сорту Карлена для переробки на чіпси за допомогою причіпного комбайна Кайлер. Присутні на заході керівни-

Технічний експерт з напряму «овочі та картопля» Володимир Борисенко детально охарактеризував комплексну систему захисту картоплі від компанії «Сингента»

ки кількох господарств підтвердили ефективність цього агрегату в умовах підвищеної вологості ґрунту в сезоні 2017 р.

Оптимальний фітосанітарний стан насаджень картоплі має виняткове значення для отримання високих врожаїв крохмалистої, а для цього необхідно захистити рослини на перших етапах органогенезу. Своїм досвідом у цьому з присутніми поділився головний агроном Сергій Жереб: ***«Ми постійно займаємося пошуком ефективних інсекто-фунгіцидів для обробки бульб картоплі. Останніми роками проводимо дослідження з препаратом Юніформ. Внесення цього препарату забезпечило нам приріст врожаю 20% і якісну насіннєву картоплю без ознак ураження ризоктонією. крім того, було встановлено, що він поліпшує схожість картоплі»***.

Технічний експерт з напряму овочі та картопля **Володимир Борисенко** під час польового класу компанії «Сингента» на демонстраційному майданчику представив якість захисту рослин картоплі сортів Скарбниця, Фламенко та Інноватор за застосування «Юніформ-технології», яка мінімізує ураження кореневої системи і забезпечує дружні сходи та максимальну кількість продуктивних стебел на гектарі. На викопаних рослинах візуально не було помітно ознак ураження кореневої системи та стебел від ризоктоніозу. Коренева система була біла, отже, фізіологічні процеси в рослині йдуть за планом.

«Для зниження шкодочинності основних ґрунтових патогенів: ризоктонії, антракнозу, сріблястої парші та пітіуму першу обробку провели безпосередньо під час садіння картоплі в борозну. Для цього застосовували бакову суміш двох продуктів від компанії «Сингента»: добре відомого вам протруйника Селест Топ (1 л/га) і нового ґрунтового фунгіциду — Юніформ (1,5 л/га), який протягом 60 діб захищає корені та стебло від фітофторозу, ризоктоніозу та антракнозу. Коли рослини досягли висоти 15—20 см, провели обробку фунгіцидом Ширлан з нормою 0,4 л/га — для пригнічення розвитку збудників фітофторозу, що знаходяться на поверхні ґрунту. Третя обробка відбулася через 10 днів: баковою сумішшю фунгіциду Ридоміл Голд (2,5 кг/га), який захищає листкову поверхню від фітофтори і альтернарії) та амінокислотного препарату Ізабіон (1 л/га) який зменшує стрес рослин картоплі від застосування гербіцидів та допомагає фунгіциду краще проникати в рослину. Четверту обробку провели 7.06 сумішшю Ридоміл Голд (2,5 кг/га) та інсектициду Ампліго (0,2 л/га) для захисту

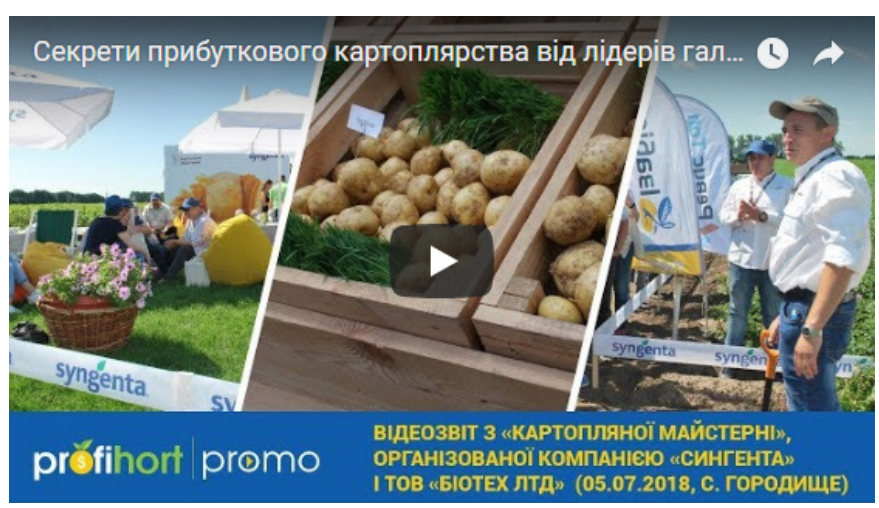
від підгризаючої совки та сисних шкідників. Через 10 днів, для уникнення резистентності, провели внесення препарату з іншого класу діючих речовин — Ревус Топ (0,6 л/га) який продовжує захист від фітофтори та альтернарії +Ізабіон (2,0 л/га), задля збільшення кількості столонів. Через 10 днів проводили обробку одним з кращих препаратів від фітофтори — Ревус (0,6 л/га). Далі заплановане внесення Квадріс + Ампліго з дозуванням 0,6 і 0,2 л/га відповідно, а наступна восьма обробка буде здійснена фунгіцидом Ревус Топ (0,6 л/га). Остання обробка перед викопуванням буде проведена баковою сумішшю трьох препаратів: для десикації — Реглон Супер (2,0 л/га); для запобігання зараженню бульб фітофторою під час збирання — Ширлан (0,4), а Карате Зеон (0,2) — забезпечить рослинам захист від переносників вірусів».

НЕ РОБОТОЮ ЄДИНОЮ

Завдяки старанням організаторів, у центрі уваги гостей під час відкриття заходу був доглянутий смарагдовий газон, що розкинувся на площі близько 7 га. Тут було організовано зручну лаунж-зону та місце для фотосесії. На завершення офіційної частини там, неначе з-під землі, виросло міні гольф-поле, де усі охочі могли відпрацьовувати техніку влучного удару. Крім того, виробники, переробники, науковці, студенти, постачальники обладнання та інші оператори ринку мали можливість у невимушеній обстановці обмінятися інформацією, дізнатися про тенденції ринку та стандарти якості картоплі промислової для переробки, підвищити свій професіоналізм, зрештою, приємно провести час зі старими знайомими та встановити нові ділові контакти.

Команда ProfiHort Media залишала захід, усвідомлюючи, що українська картопляна сім'я рухається у правильному напрямку, але, щоб оминути перепони на шляху, потрібно час від час зустрічатися та обмінюватися знаннями, аналізувати нову інформацію, переймати передовий досвід – вдосконалювати свою майстерність.

Фотографии: Mykyta Zavilinskyi



ЕКСТРЕМАЛЬНІ ПОГОДНІ УМОВИ В ЄВРОПІ
ЗУМОВЛЮЮТЬ НАЙГІРШУ ОВОЧЕВУ КРИЗУ ОСТАННІХ 40 РОКІВ

Недобір врожаю овочів в ЄС відкриває додаткові експортні можливості українським виробникам у поточному сезоні

Європейська Плодоовочева Асоціація (The European Association for Fruit and Vegetable Growers) повідомила, що постійна висока температура в Європі викликала одну з найгірших криз у європейській галузі плодоовочівництва за останні 40 років. У доповіді зазначається: «Обсяги виробництва овочів у багатьох районах різко скоротилися внаслідок постійних високих температур та сухих погодних умов. Фермери та виробники овочів стикаються з найгіршою кризою за останні 40 років».

Асоціація заявила, що найбільше постраждали Франція, Нідерланди, Німеччина, Великобританія, Угорщина та Польща. Вплив зменшеного обсягу поставок суттєво вплинув на заморожені овочеві та консервні підприємства, оскільки пропозиція була зменшена та непередбачувана. Це спричинило зростання собівартості та зменшення обсягу виробництва переробних підприємств. Асоціація не передбачала зростання цін на овочі.

Дані Асоціації показують, що 2018 рік — третій рік поспіль, в якому європейська плодоовочева промисловості стикається з труднощами, пов'язаними з погодними умовами. Виробничі обсяги овочевого гороху та бобів знизилися на 20-50%. «Виробничі площі Південної Європи також постраждали від сильних штормів (паводків і граду), урожай цибулі знизився на 15-50%, через суху погоду багато виробничих площ виявилися непридатними для вирощування гарбуза, шпинату, бобів та цвітної капусти».

Зниження виробництва овочевої продукції в Європі надає експортні можливості для китайських експортерів плодоовочевої продукції.

Джерело: freshplaza.com

ЗАКОРДОННІ ПОКУПЦІ СКАСОВУЮТЬ ЗАМОВЛЕННЯ ЦИБУЛІ ЧЕРЕЗ ВИСОКІ ЦІНИ

Зважаючи на диверсифікації постачання цибулі через цьогорічний недобір врожаю в Європі та зниження його якості Україна має шанс зайняти нішу в світовому експорті цибулі

Сьогодні не просто продати цибулю. *«Настрій фермерів дуже позитивний, але продажі пасуть задніх. Їх брак зумовлений високими цінами. Для виробників дуже складно реалізувати цибулю за хорошими цінами. Занадто багато закордонних покупців відмовляються купувати за такими цінами. Єдина надія, що Сенегал розвантажить напруженість на цьому ринку, проте не існує впевненості, коли саме його кордони будуть відкриті для бізнесу. Однак ми вже маємо завантаженими два кораблі цибулею, які чекають на відправлення»,* – каже **Ліндерт Мердейк (Lindert Moerdijk) із MSP Onions**, голландського оптового трейдера цибулею.

«Спекулянти та фермери очікують відмінних результатів, однак, це не збігається із поточним або прогнозованим попитом. Загальна урожайність на гектар нижча, ніж зазвичай, це означає, що виробникам необхідно отримати більш високі ціни. Врожайність на гектар нижча, особливо на південному заході країни, де сіяна цибуля занадто мала. Закордонні покупці, які зазвичай купують велику цибулю, взагалі не цікавляться тією, що виросла. Це пов'язано з високими цінами», – продовжує **Ліндерт**.

«Мені дуже хочеться побачити, що буде далі. З таким попитом та цінами я передбачаю, що це буде певна форма мистецтва, щоб бути взмозі задовольнити очікування ринку цибулі. Нам доведеться наполегливо працювати над експортом, якщо ми хочемо спробувати чогось досягти у цьому сезоні», – резюмує він.

За докладною інформацією звертайтеся:
Lindert Moerdijk, MSP Onions, 32a Hertenweg, 4455 TL Nieuwdorp. Tel: +31 (0) 113 612 370

Джерело: freshplaza.com

«Потенційно у цьому сезоні українська цибуля може бути експортована у великих обсягах у ЄС, не менших, ніж яблуко»

— Максим Кулик,
консультант з експорту компанії Vinagrette LLC

АКТУАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЦИБУЛІ **НА РИНКУ ЄС**

Дефіцит виробництва цибулі та інших овочів в ЄС створює потенційні передумови для експорту української продукції

Ми звернулися за роз'ясненнями до Максима Кулика, консультанта з експорту компанії Vinagrette LLC, оскільки, у минулому огляді цін на овочеву продукцію, зробленому на основі моніторингу та аналізу цін, представлених проектом FreshBot, яким він опікується, зокрема вказувалося, що, зважаючи на очікуваний недобір урожаю цибулі через спеку у ЄС, є потенційна можливість експорту української цибулі, а особливо до Великої Британії та Німеччини.

–Максиме, будь ласка, скажіть чи відповідає цибуля, вирощена в Україні, маркетинговим стандартам європейських супермаркетів, адже у європейських споживачів вже склалися певні традиції купівлі цього продукту, тобто певного калібру, форми, забарвлення? Якщо брати професійний трейдинговий рівень, то існують ще й вимоги до тривалості та режимів зберігання цього овочу.

– Потенційно у цьому сезоні українська цибуля може бути експортована у великих обсягах у ЄС, не менших, ніж яблуко... Але для цього потрібно зібрати якісний товар у нас з полів, дотримати його, як мінімум до січня – лютого. Саме до цього періоду, за прогнозами, вистачить своєї цибулі у більшості країн ЄС, і попрацювати над передпродажною підготовкою товару, а саме, упаковкою і сортуванням. Оскільки для успішного продажу в ЄС розбіжність за калібром не має бути великою, основні калібри це 40–60 50–70 і 60–80 мм.

– На українських овочевих полях вирощують усю світову цибулеву селекцію і всі насіннєві овочеві компанії присутні тут, а також представлений весь спектр форм, розмірів і забарвлень. Можливо Ви знаєте, які саме сорти/гібриди, адже вони універсальні для України і ЄС, певних селекційних компаній, найбільш запитувані європейськими покупцями, а, можливо,

вони усі популярні, але розраховані на певного покупця і в певній країні?

– Що стосується сортів і гібридів, то нічого надприродного тут не потрібно. Кулясті сорти з яскравим жовто-коричневим забарвленням, а також приплюснуті з верхнього та нижнього боку. Така форма цибулини прийнятна в Німеччині, Великій Британії та інших країнах-імпортерах. Особливу увагу потрібно приділити тарі і фасуванню... Мішки по 18 або 20 кг мають важити саме 18 або 20 кг відповідно; піддон має бути нерухомий і непорушний з 1 т ваги на ньому, а розпізнавальні знаки, тобто наклейки, мають бути на кожній одиниці товару (на кожній сітці).

– Чи існує варіація щодо цих вимог по країнах ЄС?

– Ми вже почали готуватися до цього сезону цибулі, маючи досвід минулого і кілька поставок до Туманного Альбіону, тому впевнений, зможемо не тільки цибулю заявити на всю Європу, а ще й кілька цікавих позицій з овочевої групи.

СИЛА ГЕНЕТИКИ — СИЛА «ЕНЗА ЗАДЕН»!

Компанія «Енза Заден» продемонструвала хіти та новинки гібридів перцю

Цьогоріч на заході інноваційна насіннєва компанія «Енза Заден» презентувала овочівникам України свій хіт — гібрид солодкого кубовидного перцю Банкерс F1, а також й інші новинки для вирощування у відкритому ґрунті.

«Сила в командній роботі!» (The power of the teamwork!), з такими переконаннями «Енза Заден» активно розвивається на ринку України. Однак можна без перебільшення сказати, що сила компанії — також у генетичному коді, які несуть у собі її гібриди. У цьому наочно могли переконатися учасники Дня поля, який компанія «Енза Заден» у партнерстві із компаніями «Агровіта», Partner, «САММІТ-АГРО-ЮКРЕЙН» та NETAFIM, 17 серпня провела на базі ФГ «Віталій» в с. Хуторо-Губиниха Новомосковського району Дніпропетровської області.

Компанія Partner представила технологічні рішення для живлення овочевих культур у відкритому ґрунті та ознайомила з прийомами ефективного вирощування за несприятливих умов.

На заході також було представлено технологічні системи захисту овочевих культур препаратами «САММІТ-АГРО-ЮКРЕЙН», а компанія NETAFIM презентувала професійні системи крапельного та мікрозрошування.

Василь Фельцан, **представник компанії «Енза Заден» у Західній Україні, відповідальний за розвиток портфоліо гібридів перців в Україні:**

«Наша компанія багата не лише перцями, але й насінням інших овочевих культур і може задовольнити будь-які потреби овочівника. Мусимо всі розуміти, що, купуючи насіння, разом з тим ви купуєте генетику, яку несе у собі гібрид. Ви купуєте форму, забарвлення, блиск, його товарний вигляд, його ранньостиглість та інші якісні показники, які в подальшому дозволяють вам вигідно продати вирощений із цієї насінини товар і отримати прибуток».

Представляючи асортимент перців, фахівець зауважив, що дуже важливо, щоб виробники обирали саме те, що необхідно їм. отримати ранній врожай, щоб першими вийти із ним на ринок, чи середньо-ранній, стабільний протягом усього періоду плодоношення з високими якісними показниками. Дехто орієнтується на більш пізні строки висадки для отримання врожаїв восени, що надає

Василь Фельцан, представник компанії «Енза Заден» у Західній Україні, про гібриди перцю

змогу представити якісний продукт за меншої пропозиції, в свою чергу отримавши вищу ціну. «Енза Заден» допомагає у виборі потрібного гібриду, щоб задовільнити потреби кожного.

РАННІ ПЕРЦІ ІЗ ЗАБАРВЛЕННЯМ «СЛОНОВОЇ КІСТКИ»

Хаскі F1 — «хіт» уже в другому сезоні вирощування в Україні! Надзвичайно ранній і високоврожайний гібрид здатний забезпечити овочівників раннім урожаєм та інтенсивним плодоношенням протягом усього сезону, незважаючи на спекотні умови. Достигання наступає на 50-55-й день після висаджування розсади. Формує сильні рослини з добре розвиненою кореневою системою. Важливою перевагою гібрида є висока однорідність плодів протягом усього періоду вегетації. Плоди характеризуються привабливим товарним виглядом, відмінною лежкістю і транспортабельністю. Іще однією дуже якісною характеристикою є товстостінність плоду, товщина стінки становить як у кубоподібного перцю — 7-8 мм, а також дуже високою транспортабельністю. Незважаючи на товсту стінку, на плодах ніколи не утворюються тріщини. Рекомендується для вирощування у відкритому ґрунті та плівкових теплицях.

Немезіс F1 — ранній пластичний гібрид, що вирізняється високим показником урожайності в різних кліматичних умовах. Утворює трохи більші за розміром плоди, аніж Хаскі F1, з привабливим забарвленням «слонової кістки» з інтенсивним раннім завантаженням урожаєм, а також забезпечує інтенсивне завантаження протягом усього періоду плодоношення. Плоди швидко переходять у біологічну стиглість, набуваючи червоного забарвлення, що надає їм додаткової товарної привабливості. Має відкриту рослину з потужною кореневою системою. Формує гарні блискучі плоди з довгим терміном зберігання та відмінною транспортабельністю. Стійкий до вершинної гнилі. Напіввідкритість рослин дозволяє якісно захищати від хвороб і шкідників, а в останній час особливо важливо у захисті від трипсу. Така відкритість і здатність витримувати високі температури та можливість покриття робочим розчином усієї рослини дає можливість отримувати якісний урожай високої якості, без пошкоджень.

КОНІЧНІ СВІТЛО-ЗЕЛЕНІ ПЕРЦІ

Лотта F1 — солодкий конусоподібний перець, рослини добре завантажені урожаєм, за біологічної зрілості забарвлення плодів змінюється на червоне.

Іветта F1 — новий ранньостиглий гібрид із світло-зеленим забарвленням та конічною формою плоду і компактною напіввідкритою рослиною. Характеризується високою ранньою та загальною віддачею урожаю. Плоди дуже вирівняні, масою 130-150 г, гібрид дуже популярний для фарширування. Плоди дуже повільно червоніють, що дозволяє збирати завжди презентабельний товар. Плоди добре транспортуються, не втрачаючи товарність. Рекомендується для вирощування в плівкових теплицях та у відкритому ґрунті.

Амаретта F1 — новий ранньостиглий, високопродуктивний гібрид із конічною формою плоду, великий за розміром, масою 180-200 г, забарвлення швидко переходить до червоного. Рослини потужні, добре відкриті, що дозволяє якісно їх покривати робочим розчином під час захисних операцій. Плоди відмінної якості, товстостінні, добре транспортуються на далекі відстані. Гібрид стійкий до кореневих захворювань. Рекомендується для вирощування в плівкових теплицях та у відкритому ґрунті.

Анетта F1 — новий ранній гібрид. Рослина компактна, потужна, з добре розвиненою кореневою системою, легко пристосовується до різних умов вирощування. Інтенсивне завантаження рослин плодами дозволяє одночасно знімати до 95% урожаю вирів-

няних за розміром та забарвленням плодів, товщина стінки 6-7 мм. Згодом, до осені, він знову завантажується плодами і дозволяє водночас їх знімати, тобто гібрид не потребує частих вибірок. Характерна особливість — раннє та дружне достигання плодів та швидкий перехід від світло-зеленого до насичено-червоного кольору. Підходить для заморозки та інших видів переробки. Рекомендується для вирощування в плівкових теплицях та у відкритому ґрунті.

БІЛІ КУБОВИДНІ ПЕРЦІ

Ведрана F1 — один з найпопулярніших гібридів на ринку. Еталон ранньостиглості, якості та продуктивності. У технічній стиглості плоди мають світло-зелене забарвлення, у біологічній — воно переходить у червоний. Утворює потужну збалансовану рослину, яка добре адаптується до різних умов вирощування. Гібрид забезпечує високий вихід товарних плодів з відмінною лежкістю та транспортабельністю. Рекомендується для вирощування у відкритому ґрунті та плівкових теплицях.

Бланчіна F1 — «хіт» білого кубоподібного перцю. Надзвичайно ранній, дуже чіткої кубоподібної форми, має дуже привабливе забарвлення «слонової кістки». Хоча й добре росте і плодоносить у відкритому ґрунті, проте у теплиці він показує неймовірні результати щодо урожайності. Утворює завжди вирівняний кубик, і має надзвичайну урожайність.

Ірен F1 — ранній гібрид з плодами світло-зеленого забарвлення кубоподібної форми, які дуже швидко переходять у червоний колір.

КУБОВИДНІ ПЕРЦІ

Загалом компанія «Енза Заден» має більш ніж 400 гібридів кубовидного перцю. Із них декілька було відібрано для України, кожен із яких відрізняється деякою цінною особливістю.

Прокрафт F1 — утворює дуже вирівняні кубоподібної форми плоди масою 250-280 г, які чудово підходять для переробки та споживання у свіжому вигляді. Має стабільне зав'язування та плодоношення. Більше реалізовується на свіжому ринку завдяки дуже вирівняній, кубоподібній формі. Рослина потужна, збалансована, завдяки сильній кореневій системі легко витримує несприятливі погодні фактори, чудово зав'язує плоди в умовах спекотного літа. Плоди важкі, з товстою стінкою до 12 мм, мають дуже привабливий зовнішній вигляд. Важливою перевагою Прокрафт F1 є збереження насиченого червоного кольору під час заморожування. Ідеально підходить для вирощування у відкритому ґрунті.

Алміранте F1 — утворює потужну рослину напіввідкритого типу з добре розвиненими листковим

ВЕДРАНА F1

ПРОКРАФТ F1

апаратом та кореневою системою. Надійний гібрид з гарними адаптаційними властивостями, водночас формує на росині по 5-6 однакового розміру перчин, вагою не менше 300 г, стабільно плодоносить до пізньої осені. Дуже товстостінний із надзвичайно насиченим червоним забарвленням. Використовують як для свіжого ринку, так і для заморозки. Рекомендується для вирощування у всіх видах теплиць та у відкритому ґрунті.

Клерені F1 — «хіт продажів» компанії «Енза Заден»! Гібрид з потужною та компактною рослиною та відмінною зав'язуваністю плодів у стресових умовах. Завдяки добре розвиненому листковому апарату плоди надійно захищені від сонячних опіків. Водночас формує на рослині більше десяти вирівняних привабливої кубоподібної форми та розміру, насиченого червоного кольору, дуже однорідних за розміром та масою. плодів. Його відмінна особливість — надзвичайно блискучий глянцевий вигляд. Вирізняється високою стійкістю до хвороб, масовим одночасним достиганням плодів, відмінною лежкістю та транспортабельністю. Один з найпопулярніших гібридів на рику червоного кубоподібного перцю. Рекомендується для вирощування у відкритому ґрунті та плівкових теплицях.

Банкерс F1 — середньоранній, високопродуктивний гібрид з гарною регенеративною здатністю та стійкістю до вертицильозного в'янення. Утворює сильні, добре збалансовані рослини, які регулярно зав'язують чотирикамерні плоди привабливої кубоподібної форми з неперевершеним смаком та ароматом протягом всього періоду вегетації, незважаючи на стресові умови. Часто його використовують як підщепу у культурі вирощування перців завдяки високій генетичній стійкості до кореневих хвороб. Гібрид характеризується дуже раннім та інтенсивним завантаженням плодами.

Банкерс F1 є одним із гібридів солодкого перцю, плоди якого можуть транспортуватися протягом 2-х тижнів у будь-яку точку світу. За загальною врожайністю Банкерс F1 — найбільш врожайний із лінійки гібридів перцю. Плоди вирівняні, масою більше 300 г, дуже чіткої кубічної форми, надзвичайно привабливого насиченого червоного кольору. Вирізняється чудовою якістю плодів, високою лежкістю та транспортабельністю. Рекомендується для вирощування у відкритому ґрунті та плівкових теплицях.

КУБОПОДІБНІ КОЛЬОРОВІ ПЕРЦІ

Девіто F1 — новий гібрид з високою ранньою та загальною урожайністю. Рослина потужна, збалансована, листковий апарат добре укриває плоди від сонячних опіків. Відмінна зав'язуваність у стресових умовах. Плоди дуже вирівняні за розмі-

АБЕЙ F1

МАГНО F1

ром, масою та формою, з товщиною стінки 10 мм. Вирізняються насиченим яскраво-жовтим кольором та відмінними смаковими якостями. Високий вихід великих за розміром плодів. Стійкий до розтріскування. Придатний для вирощування у відкритому та закритому ґрунті, де найбільш повно здатен розкрити весь свій генетичний потенціал.

Абей F1 — дуже ранній гібрид жовтого кубоподібного перцю, формує потужну рослину, котра швидко завантажується плодами масою 250-350 г. Плоди вирівняні, щільні та транспортабельні, які здатні довго зберігатися на рослині, не втрачаючи якості. Завдяки добрій стійкості до чорної бактеріальної плямистості демонструє чудові результати за вирощування у відкритому ґрунті. Також придатний для вирощування у плівкових теплицях.

Магно F1 — надранній із усіх кольорових перців. Стандарт якості помаранчевого перцю. Дає можливість першому вийти на ринок із подібної форми та кольором плодами. Високопродуктивний ранній гібрид з чудовою товарністю плодів. Сильна, відкритого типу рослина, прекрасно адаптується до стресових умов вирощування. Вирізняється тривалим періодом плодоношення. Плоди важкі, щільні, мають стійкість до вершинної гнилі. Товщина стінки 6-7 мм. Якість та аромат плодів є безумовними перевагами гібриду. Рекомендується для вирощування в будь-яких типах теплиць та у відкритому ґрунті.

ТЕПЛИЧНІ ГІБРИДИ ПЕРЦІВ

Драгоні F1 і Тімотеос F1 — протягом усього періоду плодоношення утворюють вирівняні, світлі, завжди високої якості дуже важкі плоди. Плодоносять до пізньої осені без жодних мікротріщин на плодах. Драгоні F1 останнім часом набув неабиякої популярності у Польщі, і якщо взяти до уваги, що 80% виробленої продукції країни іде на експорт, то це дає можливість зрозуміти його надзвичайний споживчий та експортний потенціал.

ГОСТРІ ПЕРЦІ

Шакіра F1 — плоди завдовжки 16-18 см, діаметр біля хвостика — до 3-х см. Має пікантний, не надто гіркий смак.

Хайфі F1 — дуже пластичний ранній гібрид. найгостріший із усіх наявних. Надзвичайно ранній, дуже швидко переходить від зеленого у червоний колір. Стабільно плодоносить аж до пізньої осені. Потужна рослина напіввідкритого типу, з сильною кореневою системою та розвиненим листковим апаратом. Одночасно формує велику кількість однорідних, без викривлень,

блискучих плодів. Рекомендується для вирощування в плівкових теплицях та у відкритому ґрунті.

Григорій Мороз,
директор компанії «Енза Заден Україна»:
«Цього року ми проводимо наш День поля на Дніпропетровщині здебільшого по перцю, але є й інші овочеві культури, проте перець — культура, яка в Україні досить швидко розвивається. Раніше перець в Україні був переважно сезонною культурою, але зараз він стає традиційним продуктом, який ми споживаємо увесь рік. У нас є лінійка гібридів, представлена на полі цього фермерського господарства, і ми демонструватимемо їх нашим партнерам».

Григорій Мороз, директор компанії «Енза Заден Україна», про портфоліо гібридів перцю

Едуард Ігольник,
технічний менеджер компанії «Енза Заден Україна»:
«Сьогодні на демонстраційній ділянці представлено гібриди перцю з конічною та кубоподібною формою плоду, основний із яких Банкерс F1, а також інші гібриди солодкого перцю як для свіжого ринку, так і для переробки (заморозки).

Едуард Ігольник, технічний менеджер компанії «Енза Заден Україна», про товарні якості демонстрованих гібридів перцю

Серед представлених гібридів з-поміж інших хочу виділити гібрид Немезіс F1 для свіжого ринку, який вже добре зарекомендував себе на овочевих полях України. Приблизно за 70 днів він здатний сформувати якісний урожай плодів конусної форми.

Для переробки, як і для свіжого ринку, рекомендую гібрид Клерені F1 із червоним забарвленням плоду та якісними товарними характеристиками. Плід має дуже насичені структуру і аромат, солодкий на смак без жодного відчуття гіркоти.

Хаскі F1 забезпечує активну ранню і дружну віддачу врожаю і добре завантажується урожаєм навіть у жарких екстремальних погодних умовах. Це новинка компанії «Енза Заден», яку ми рекомендуємо для отримання якісного раннього врожаю перцю. Цей гібрид добре адаптується до стресових кліматичних умов. Плоди характеризуються широкою товщи-

Віталій Гуртовий, керівник ФГ «Віталій», про гібриди перцю селекції «Енза Заден» та співпрацю з компаніями-співорганізаторами Дня поля

Андрій Козленко, заступник директора компанії «Агровіта», про співпрацю між організаторами заходу та виробниками овочевої продукції

ною стінки, яка зазвичай характерна лише для кубоподібного перцю».

Віталій Гуртовий,
керівник ФГ «Віталій»:
«Я вже давно прагнув подивитися колекцію гібридів перцю селекції «Енза Заден» та як вони себе можуть показати в умовах мого господарства, і можу з впевненістю сказати, що результатами я задоволений».

Андрій Козленко,
заступник директора компанії «Агровіта»:
«У цьому році ми вже всьоме проводимо традиційний День поля в с. Хуторо-Губиниха на базі ФГ «Віталій». Цьогоріч головний партнер заходу — голландська селекційна насіннєва компанія «Енза Заден». Спільно ми представляємо колекцію гібридів перців селекції «Енза Заден». Також присутні компанії-партнери заходу, такі як Partner — виробник професійної лінії комплексних водорозчинних добрив, «САММІТ-АГРО ЮКРЕЙН» — представник провідних японських виробників засобів захисту рослин та NETAFIM — ізраїльська компанія-спеціаліст із краплинного зрошення. На захід приїхали фермери та овочівники не лише із Дніпропетровської, а й з інших областей України».

Микола Бондаренко,
керівник агрономічних проектів компанії Partner:
«Сьогодні компанія Partner працює вже понад п'ять років в Україні. Ми пропонуємо фермерським господарствам, зокрема приватним

Микола Бондаренко, керівник агрономічних проектів компанії Partner, про водорозчинні добрива для овочівництва

Алла Якименко, регіональний менеджер компанії Partner, про системи живлення овочевих культур

Дмитро Артеменко, регіональний представник компанії «САММІТ-АГРО ЮКРЕЙН», про системи захисту овочевих культур від хвороб і шкідників

підприємцям, наші комплексні на 100% водорозчинні добрива. Ми реалізуємо не лише комплексні добрива, а й комплексні рішення для всіх культур у вигляді систем живлення, зокрема для зернових, овочевих та технічних, пропонуємо технологічні карти. Ми ведемо фермерські *господарства, починаючи із закладання поля і до збору урожаю. Разом із нашими партнерами, компаніями які сьогодні організували цей День поля, демонструємо, як ми можемо інтенсивно вирощувати овочеві культури і результати нашої роботи».*

Алла Якименко,
регіональний менеджер компанії Partner:
«Ми індивідуально розробляємо системи живлення для різних культур для різних регіонів, виходячи із родючості ґрунту, стану рослин та їх індивідуальних потреб у певних елементах живлення в певний період вегетації».

Дмитро Артеменко,
регіональний представник компанії «САММІТ-АГРО ЮКРЕЙН»:
«Наша компанія представляє засоби захисту рослин провідних японських виробників, спрямованих на захист овочевих культур від широкого спектра хвороб, шкідників та бур'янів. «САММІТ-АГРО ЮКРЕЙН» — це запорука гарного врожаю і добробуту фермерів».

Зважаючи на наявний багатий асортимент гібридів перцю широкого спектру розмірів форм, забарвлень та смаку можна з впевненістю сказати, що сортимент перців селекції «Енза Заден» спроможний задовольнити вимоги найвибагливішого споживача, а компанії Partner, «САММІТ-АГРО-ЮКРЕЙН» та NETAFIM допомогти розкрити весь генетичний потенціал рослин, забезпечуючи їх своєчасною необхідністю у воді, достатньою і збалансованою кількістю елементів живлення та захистом від хвороб і шкідників, що в результаті дозволить виробнику отримати щиру винагороду за свою працю!

ІННОВАЦІЙНА УПАКОВКА
ДЛЯ СКИБОЧОК КАВУНА ТА ДИНІ

Герметична термоупаковка подовжує термін зберігання нарізаних кавунів та динь

Влітку дуже популярні дині та кавуни, але не кожен має потребу купувати увесь плід. Традиційно доступні у супермаркетах запаковані плівкою скибочки кавуна мають термін зберігання 2-3 дні. Нещодавно компанія Agribologna представила спеціальні пакети багаторазового відкривання, що подовжують термін зберігання до 6 днів.

Менеджер з продажу компанії **Agribologna Массіміліано Моретті** (Massimiliano Moretti) зазначив: ***«Проект Fresco Senso Bag розпочався три роки тому. Перші поставки дині було проведено близько місяця тому і чотири дні тому почалося постачання кавунів. Проект став можливим завдяки співпраці Департаменту продовольства Університету Болонья та насіннєвої компанії»***.

Коли сорт було відібрано, університет розробив пакет, який міг би продовжити термін зберігання до 6 днів, забезпечуючи рух товару холодним ланцюжком.

«Ми прийшли до цієї ідеї, тому що споживачі вимагають свіжонарізаних кавунів і динь, але потрібен інноваційний продукт. Що стосується кавунів, ми вибрали безнасінний сорт з хрусткою м'якоттю і низьким рівнем втрат води».

Кавуни важать близько 5,5-6,0 кг кожен, а скибочки близько 1,2-1,4 кг. Тільки шкірка контактує з пакетом, тобто м'якоть легко не окиснюється. Скибочки дині важать близько 600 грамів, і вибраний сорт також має низький рівень втрат води з високими органолептичними властивостями.

«Що стосується кавунів, ми починаємо рік з 35 тонн. Ми все ще чекаємо першого зворотного зв'язку. Дині були доступні протягом останніх декількох тижнів, і ми задоволені тим, як вони продаються».

Для детальної інформації:

Consorzio Agribologna S.c.a.
Via delle Viti, 5
40127 Bologna (BO) - Italia
Tel.: (+39) 051 994 1200
Fax: (+39) 051 994 1220
Email: info@agribologna.it
Web: *www.agribologna.it*

Джерело: www.freshplaza.com

SYNGENTA РОЗУМІЄ ПОТРЕБИ РИНКУ КАВУНІВ І ЩОРАЗУ ПРЕЗЕНТУЄ **ЧЕРГОВИЙ СОЛОДКИЙ ШЕДЕВР**

Виробники, які беруть участь у програмі Syngenta Full Count, отримують контейнери, наповнені готовими рослинами кавуна для пересадки

Вимоги споживачів щодо продуктів харчування постійно змінюються. Тенденції подібні руху ракети до зірок, а можливо, вдвічі швидші. Але як їсти кавун? Звичайно, існує лише один спосіб зробити це: наріжте його ножем і покладіть його до рота.

Що ж, виявляється, що багато людей хотіли б пропустити першу половину цього процесу, що дозволяє пояснити величезну популярність кавуна Crisp Delight, вирощеного спеціально для обробки та продажу у прозорому контейнері з розкладки супермаркету. Компанія **Syngenta** розробила хрумкий сорт, щоб витримати строгість упаковки та доставки. Crisp Delight утримує воду краще, аніж традиційні сорти, внаслідок чого в контейнері не осідає сік.

«Люди люблять купувати те, що вони збираються з'їсти в цей день», — каже **Річ Частен (Rich**

Chastain), партнер у дистриб'юторській компанії Melon 1. Прозора упаковка також знімає таємницю навколо стандартної, цільноплідної покупки. «Споживачі бачать в контейнері те, що вони власне й збираються придбати».

«Це. власне, мова про те, чого хочуть покупці і чого вони хочуть чути. Тоді ми беремо те, що наявне у нашому генетичному банку, і трансформуємо у продукт, який вони можуть і хочуть споживати», — говорить **Джулі Стокер (Julie Stocker)** .

Розташована на південному заході Флориди, компанія Melon 1 працює з виробниками по всьому східному регіону США, а також у Центральній Америці. За трирічний період площа під Crisp Delight, яку виробники щороку займають під вирощуванням кавуна, зросла більш як на 3000 відсотків. Тому не існує жодних підстав вважати, що нарізаний кавун — це швидкоплинна тенденція. Річ Частен очікує збільшення площ під Crisp Delight вдвічі у найближчі декілька років. Melon 1 уже реалізовує цей продукт до більшості супермаркетів Східного узбережжя США і компанія Syngenta допомагає їм у цьому майже на кожному етапі їхнього шляху.

«У нас завжди прекрасні робочі стосунки з Syngenta», — говорить Частен.

КАВУН НА ВСІ ВИПАДКИ ЖИТТЯ

Останній успіх програми Crisp Delight за минулі десятиліття — частина низки успіхів *кавунової програми (watermelonprogram)* компанії Syngenta, яка охоплює таке:

Fascination — започаткована в 2011 році, вже є однією з провідних програм компанії Syngenta, за якою кавуни продають по всьому світу. Виробники люблять товарний врожай з середнім і великим розміром плодів та його стійкість до фузаріозного в'янення (Fusarium wilt, раса 1) та антракнозу (Anthracnose, раса 1). Споживачі визнають розмір безнасінних кавунів вагою 7-8,5 кг і їхній чудовий аромат. Це також і привабливий кавун Fascination, який може похвалитися красивою, смугастою зовнішністю і насиченою червоною м'якоттю.

Sweet Dawn, виведений в 2016 році, є різновидом кавуна раннього дозрівання, який забезпечує стабільний урожай. Цей безнасіннєвий кавун дозріває за 74 дні, даючи виробникам можливість раннього виходу на ринок. Стійкість кавуна Sweet Dawn до хвороб охоплює: середньостійкий до фузаріозного в'янення (Fusarium wilt, раса 1) та антракнозу (Anthracnose, раса 1). Цей кавун потрапляє до рук споживачів найраніше, даючи їм можливість відчути смак та аромат середини літа.

«Такі досягнення є прямим результатом інвестицій компанії Сингента, які вона вкладає в свою програму для кавунів», — каже **Дін Лієр** (Dean Liere), регіональний портфоліо-менеджер з кавуна компанії Syngenta у Північній та Латинській Америці. Це досягається завдяки застосуванню інновацій, таких як селекція із допомогою маркерів, разом із сучасними досягненнями виробництва насіння.

«Нам вдалося створити унікальні генетичні комбінації, які ніхто інший не спроможний вивести на ринок», — каже Лієр. Він пам'ятає коли він вперше спробував кавун Fascination під час його випробування. ***«Він мав аромат, який я хочу відчути знову і знову»***, — каже він.

Як засвідчують селекціонери, успішне випробування в подальшому не завжди забезпечує успішний продукт. Проте у випадку з цим сортом кавунів виробники почали надсилати позитивні відгуки практично відразу.

«Як лише ми розпочали засаджувати цим сортом промислові площі, виробників він задовольнив, і це прискорило його поширення», — зазначає Лієр.

ФОКУС НА НАУЦІ

Як свідчать успіхи Fascination, науку покладено в основу сучасного виробництва кавунів. Значну частину досліджень Syngenta проводять на двох сучасних об'єктах, розташованих на протилежних сторонах США.

Вудланлська Дослідна Станція **(Woodland Research Station)** розташована біля Сакраменто, що в Каліфорнії, і є домом для Всесвітнього Центру Досліджень Родини Гарбузових (Global Cucurbit Center of Excellence), який сприяє компанії Syngenta здійснювати усі дослідження і розробки (R&D) родини Гарбузових під одним дахом. Компанія вклала значні інвестиції в інфраструктуру та побудову додаткових теплиць, створення спеціальних умов для росту рослин, інноваційну лабораторію для досліджень стійкості рослин до збудників хвороб, а також просторе робоче місце для науково-дослідницької діяльності (R&D).

Naples Research Station у Флориді розташована відразу на південь від лінії розмежування з територією, яка підпадає під дію від'ємних температур, що дозволяє двічі на рік отримувати урожай більшості культур. Вона охоплює понад 40 га відкритої площі і біля 20 000 метрів квадратних теплиць, а також споруди із контрольованим середовищем та лабораторії.

«Наше лідерство на ринку кавуна можливе завдяки інноваціям, які здійснюються на цих дослідних потужностях», — резюмує **Госе Кабрера**

(Jose Cabrera), продакт-менеджер насіння овочевих культур компанії Syngenta у Північній Америці.

ТРЕНДИ КЕРОВАНІ РИНКОМ

Вимоги споживачів різні, від покупців у супермаркетах до фермерів, які власне вирощують рослини у полі. Syngenta створює свої кавуни, щоб задовольнити вимогами цих різних споживчих груп. Crisp Delight, наприклад, створювався за вимогою, ***«щоб плід не займав більше місця у холодильнику, аніж розмір кавуна масою 6,5 кг»***, — каже **Джуліа Стокер** (Julie Stocker), дослідник овочевих групи Гарбузових компанії Syngenta у Північній Америці.

«Особливо важливо дослухатися до наших споживачів і чути, що вони говорять, — розповідає вона. — ***Потім ми беремо наявне у нашому генетичному банку і створюємо їм те, що вони зможуть використовувати»***.

Іншим прикладом є Програма *Full Count® Plant Program*, яка виникла також з ідей виробників. Розпочата у 2002 році, програма Full Count швидко проявила себе, як стандартна програма індустрії з пророщування насіння. Відповідно до неї компанії, які реалізовують насіння, поставляють вже готову розсаду виробникам. Більшість із них роблять таку послугу можливою, а деякі — ні. Тому фермери змушені закуповувати додаткові обсяги насіння, щоб компенсувати втрати.

Із програмою Full Count (повна кількість — дослівний переклад з англ. – ред.), виробники отримують вже готову розсаду, а віднедавна навіть із наявністю рослин-запилювачів і безнасінними рослинами висіяними в одну касету. Така програма дозволяє без перешкод здійснювати процес садіння рослин її може застосовувати кожний виробник кавунів, який вирощує їх на великих площах.

«Виробник може вийти в поле і висаджувати рослини, не задумуючись над тим, у якій касеті знаходяться сортові рослини, а у якому рослини-запилювачі, — пояснює Кабрера. — ***Часто садіння і логістика рослин із локації, де їх вирощують, до поля, створює багато проблем»***.

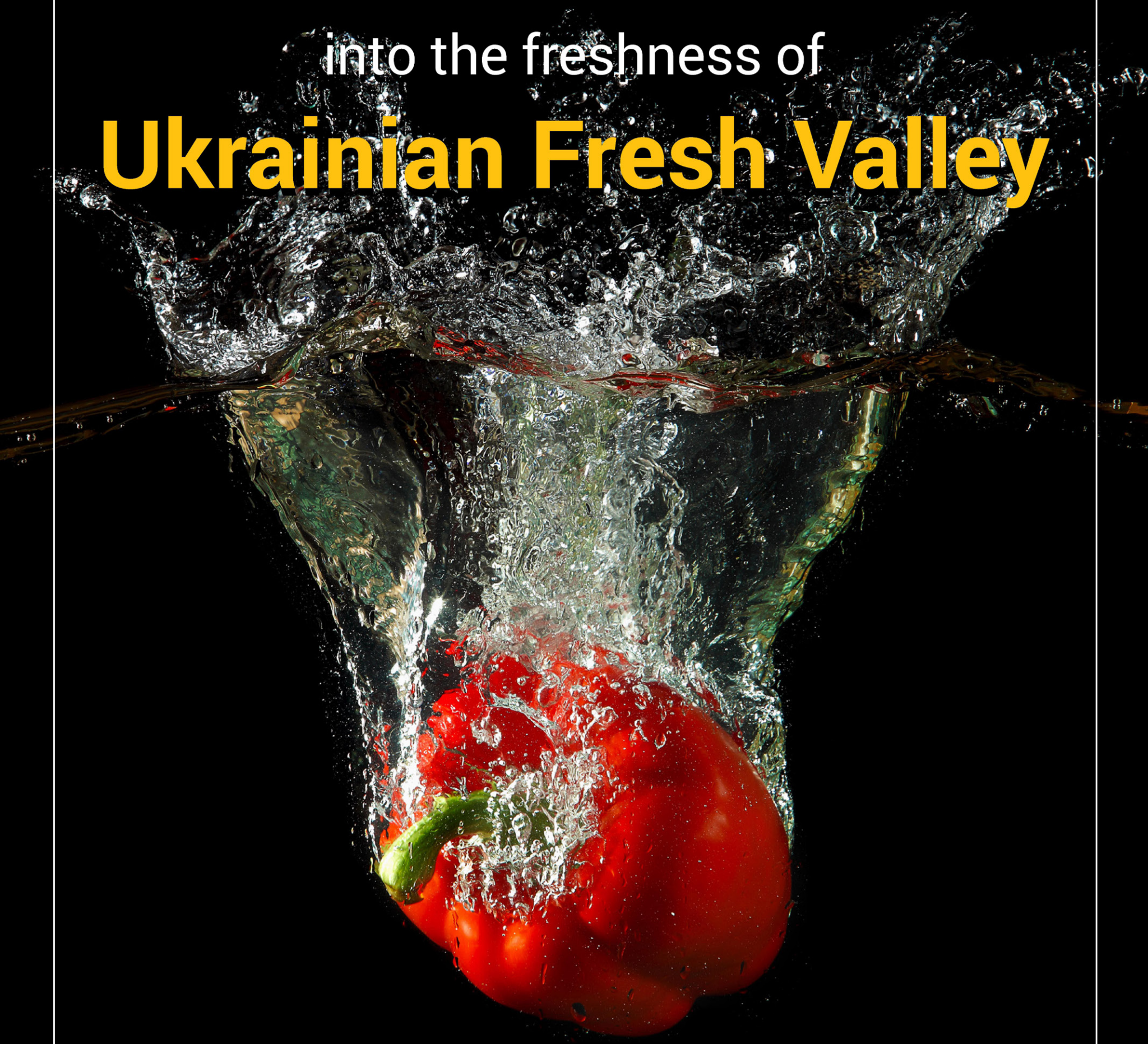
Що як результат робить солодким життя кожного!

Джерело: syngenta-us.com

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

НОВЕ ПОКОЛІННЯ ДИНЬ З ХРУСТКОЮ М'ЯКОТТЮ

На Глобальній події, присвяченій дині та кавуну, анонсовано масштабну рекламну кампанію Piel de Sapo

Понад 300 учасників з різних країн і континентів зібралися, щоб ознайомитися з концепціями та інноваціями, які Рійк Цваан представляє під гаслом «Досконалість та інновації у постачанні». Восьмий Глобальний день поля, присвячений дині, відбувся на початку липня в Картахені (Cartagena) на фермі Ла-Альджорра (La Aljorra). Одним з великих сюрпризів була презентація масштабної рекламної кампанії для просування іспанських динь сортотипу Piel de Sapo у північній Європі.

НОВЕ ПОКОЛІННЯ ДИНЬ

Найбільше виділялося нове покоління гібридів сортотипу Пєль де Сапо (Piel de Sapo) з жовтою шкірочкою не тільки завдяки їх підвищеній агрономічній безпеці, але і через швидке збільшення вмісту цукру за 4-5 днів до дати збирання, що, зазвичай, призводить до неймовірного аромату. Це нове покоління Piel de Sapo представляють **Galactus RZ**, **Flechaverde RZ** і віднедавна — **34-106 RZ**.

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В ЩІЛЬНОСТІ М'ЯКОТІ

Дієго Маестре (Diego Maestre), фахівець з дині та кавуну, зазначив, що **Рійк Цваан** розвиває свої дослідження щодо сортів дині з хрусткою м'якоттю. ***«Ми вважаємо, що важливо здивувати споживачів чимось іншим. Ми близькі до***

того, щоб постачати комерційні сорти з хрусткою м'якоттю та високим вмістом цукру з акцентом на їх продаж у Європі, — пояснює фахівець. — *Це буде в центрі нашої уваги протягом наступних п'яти років*».

ШИРОКОМАСШТАБНА РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ PIEL DE SAPO У ПІВНІЧНІЙ ЄВРОПІ

Завершуючи подію, **Рійк Цваан** представила першу комунікаційну кампанію, спрямовану на просування іспанських динь Пєль де Сапо у північній Європі під гаслом «Поділіться посмішкою».

Відео промо-кампанії *«Поділіться посмішкою»*

«*Ми хочемо збільшити споживання Пєль де Сапо в північній Європі. Це буде кампанія без брендів, орієнтована на великі європейській мережі, щоб дати їм можливість дізнатися більше про цей продукт і краще комунікувати в точках продажу. Загалом, 5000 динь Пєль де Сапо буде надано різним супермаркетам та інтернет-магазинам у Нідерландах, і ми також будемо намагатися співпрацювати з Proexport, а це допоможе нам у Німеччині та Великій Британії*», — говорить **Дієго Маестре (Diego Maestre)**.

«*Ми вже зробили перший крок, підвищивши якість дині Пєль де Сапо для експорту. Тепер сектор має багато інвестувати в комунікацію, щоб протягом приблизно п'яти років північно-європейські споживачі ознайомилися з цим типом дині, який виділяється над рештою завдяки своєму аромату*», — сказав він.

Для детальної інформації: e.exposito@rijkzwaan.es ; *www.rijkzwaan.es*

Джерело: www.freshplaza.com

FIRST KISS — ПЕРШИЙ ЯБЛУЧНИЙ ПОЦІЛУНОК

Rave® та First Kiss® є ексклюзивними брендами для преміальних яблук, створених селекціонерами Університету Міннесоти

Під торговими марками Rave® та First Kiss® реалізовуватимуть плоди новоствореного сорту MN55. Як батьківські форми було використано відомий сорт селекції Університету Міннесоти — 'Honeycrisp' та форму AA44, створену в Університеті Арканзасу. Схрещування відбулося у 1997 р., коли селекціонери Девід Бедфорд і Джим Любі (David Bedford і Jim Luby) спробували створити яблуко, подібне до Honeycrisp. MN55 став 27 сортом яблук, створеним у межах селекційної програми університету. Яблука цього сорту достигають у другій половині серпня, на чотири тижні раніше, ніж батьківська форма 'Honeycrisp'. Хрустка текстура м'якоті у них чудово поєднана з легким яблучним смаком.

Для забезпечення високих стандартів якості плодів, на які можуть вплинути клімат, умови господарювання та виробничі практики, **First Kiss®** та **Rave®** були представлені як ліцензовані бренди яблука. Комерційні виробники в Міннесоті мають отримати ліцензію через офіс з комерціалізації технологій **Університету Міннесоти (University of Minnesota's Office of Technology Commercialization)**, щоб вирощувати та продавати яблука **First Kiss®**. Виробники за межами штату Міннесота мають придбати ліцензію через **Стемліт Гроверс (Stemlit Growers) у Вашингтоні.**

ЗЛЕГКА ТЕРПКІ ТА ДУЖЕ АРОМАТНІ

Плоди, що реалізуються під брендом **Rave® / First Kiss®**, — це надзвичайно хрусткі ранні яблука, що забезпечують відмінний термін зберігання. Яблука характеризуються злегка терпким смаком і мають чудовий аромат, який заохочує насолодитися кожним укусом. Він успадкував хрускіт **Ханейкрісп ('Honeycrisp')** та раннє дозрівання AA44, а це означає, що ви можете насолоджуватися цим смачним новим яблуком, починаючи з середини - кінця серпня — на самому початку яблучного сезону. Привабливий зовнішній вигляд фруктам надає покривне червоне забарвлення на 85–100% поверхні плоду. Зберігаються до п'яти місяців у звичайних умовах (34-37 °F).

КЕРОВАНА ДОСТУПНІСТЬ

First Kiss® і Rave® — ліцензовані бренди яблука. Важливою перевагою ліцензованої марки є те, що виробники підтримуватимуть високі стандарти якості, пов'язані з оптимальним місцем вирощування, кліматом і виробничою практикою. Це допомагає забезпечити постійне виробництво високоякісних яблук **First Kiss® / Rave®**.

У 2014 році університет офіційно представив сорт **MN55** і ліцензував його у **Stemilt Growers** у Вашингтоні. Яблука, вирощені за цією ліцензійною угодою, продаватимуть під маркою **Rave®**.

Виробники яблук у Міннесоті також отримали ліцензії від університету для вирощування сорту **MN55**. Ці яблука продаватимуть як **First Kiss®**. Саджанці сорту не будуть доступні для присадибного садівництва, допоки не закінчиться термін дії патенту у 2034 р.

Джерело: mnhardy.umn.edu

АЗІЯ – ГОЛОВНИЙ ДРАЙВЕР РОСТАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ЯБЛУК

Новий звіт про світовий ринок яблук, опублікований маркетинговою компанією IndexBox

Представляємо резюме основних висновків звіту «Світовий ринок яблук. Аналіз та прогноз до 2025 року» («World: Apple – Market Report. Analysis And Forecast To 2025»), що містить поглиблений аналіз світового ринку яблук. У матеріалі ви знайдете останні дані про тенденції та можливості ринку у розрізі країн, про споживання, обсяги виробництва та ціни, а також глобальну торгівлю (імпорт та експорт). Прогноз демонструє перспективи ринку до 2025 року.

Глобальне споживання яблук у світі продовжує зростати. Згідно з доповіддю «Світовий ринок яблук. Аналіз та прогноз до 2025 року», який нещодавно опублікувала **«ІндексБокс» (IndexBox)**, ринок яблук в 2016 році зріс до 89,3 млн т, що на 2,5 млн т (або на 3%) більше, ніж у попередньому році. Загалом спостерігається тенденція до зростання споживання яблук; середньорічний темп зростання становить + 3,5% на рік протягом останніх дев'яти років. Оптові ціни на ринку змінювалися через коливання цін виробників, нарешті, у 2016 році становили 52,9 млрд доларів США (за підрахунками **«IndexBox»**).

АЗІАТСЬКИЙ РИНОК Є ОСНОВНОЮ РУШІЙНОЮ СИЛОЮ У ЗБІЛЬШЕННІ СПОЖИВАННЯ ЯБЛУК У СВІТІ

Зростатиме споживання яблук у помірному темпі за рахунок зростання доходу та збільшення кількості населення, а також маркетингових програм, спрямованих на пропаганду здорового, збалансованого харчування. Головним чинником збільшення споживання яблук буде азіатський ринок, особливо Китай, який динамічно розвивається завдяки стійкій розбудові міст та підвищенню рівня життя населення, попит на якісні фрукти тут продовжуватиме посилюватися. Зростання кількості споживачів вимагає більше свіжих фруктів, що стає можливим завдяки розвитку технологій зберігання.

Прогнозується, що показники ринку продовжуватимуть збільшуватися, розширившись із очікуваним середньорічним темпом зростання (CAGR) на рівні 2,0% за дев'ять років з 2016 до 2025 року, що збільшить обсяги ринку у 2025 р. до 107 млн т.

КИТАЙ СПОЖИВАЄ ПРИБЛИЗНО 48% РИНКУ ЯБЛУК

Домінував у світовому споживанні яблук Китай (48% у 2016 р.), інші основні країни-споживачі значно відставали: США (4%), Індія (3%), Туреччина (3%), Іран (3%), Польща (3%) та Росія (3%).

Найвищі річні темпи збільшення споживання яблук з 2007 по 2016 рр. було зафіксовано у Польщі, із зростанням 15,2%, Індії та Китаю, з показником зростання на +7,2% та 5,4 % відповідно. Отже, Китай значно посилив свою частку в обсягах світового споживання з 41 % у 2007 році до 48 % у 2016 році. Польща ж збільшила свою частку лише на +2%; а частка Індії залишалася стабільною. На відміну від цього, частка Росії скоротилася (-2%) за період, що розглядається.

Серед провідних країн-споживачів було зафіксовано високий рівень споживання на душу населення у Польщі (67,5 кг/рік у 2016 р.), Туреччині (35,4 кг/рік), Ірані (34,7 кг/рік) та Китаю (31,4 кг/рік), у середньому в світі 12,2 кг/рік. У цих країнах показник «споживання на душу населення» мав змішані тенденції, у Польщі та Китаї зріс на 15,2% та 5,2% відповідно; Іран мав негативну тенденцію — 1,8%; рівень споживання в Туреччині був відносно стабільним.

ГЛОБАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯБЛУК ПРОДОВЖУЄ ДОСЯГАТИ НОВИХ ВИСОТ

Виробництво яблук зросло з 65,7 млн т у 2007 р. до 89,3 млн т у 2016 р., що відповідає 35% приросту впродовж останніх дев'яти років. У вартісному вираженні світова продукція яблук становила 52,9 млн доларів США. Протягом останніх

чотирьох років спостерігалася відносно стабільна тенденція лише із незначними коливаннями. До цього вартість різко піднялася, що було зумовлено змінами цін виробників.

КИТАЙ ЗМІЦНЮЄ ЛІДЕРСТВО У СВІТОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ ЯБЛУК

Китай — ключовий світовий виробник яблук, виробництво плодів цієї культури у 2016 році тут — 44,4 млн т, що становило половину загальної світової продукції. Іншими основними виробниками були США (5%), Польща (4%), Туреччина (3%), Індія (3%), Іран (3%) та Італія (3%).

У Китаї рівень виробництва зростав на 5,3% щороку з 2007 по 2016 рр., багато в чому це можна пояснити сприятливими погодними умовами та збільшенням площ під насадженнями. Більшість інших великих країн теж показали зростання виробництва яблук. У 2007-2016 рр. річні темпи зростання були особливо високими в Польщі (+14,8%), Індії (+6,5%), Туреччині (+2,0%), США (+1,3%) та Італії (+1,1%).

МАЙЖЕ 10% СВІТОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯБЛУК БУЛО ВІДПРАВЛЕНО НА ЕКСПОРТ

Яблука — один із найбільш затребуваних товарів, частка експорту у загальному обсязі світового виробництва 2007-2016 рр. становить близько 10%. Висока інтенсивність торгівлі визначається переважно потребами імпортованої продукції через недостатнє місцеве виробництво, особливо у міжсезоння. Яблука будуть і надалі у великому попиті через збільшення споживання, політику лібералізації торгівлі, інтенсивну глобальну та регіональну інтеграцію.

КИТАЙ, США, ІТАЛІЯ ТА ПОЛЬЩА — НАЙБІЛЬШІ ЕКСПОРТЕРИ ЯБЛУК У СВІТІ

У 2016 році обсяг світового експорту становив 9,016 млн т, що було приблизно на рівні попереднього року. Світовий експорт зростав протягом 2007-2016 рр., проте у певні роки спостерігалися помітні коливання. У вартісному вираженні світовий експорт становить 7,229 млн доларів США у 2016 році. Після помітного зменшення у 2009 р. він значно збільшився протягом 2010-2011 рр., а потім скорочувався до 2016 р., за винятком 2013 та 2015 рр., що було зумовлено змінами цін під впливом поточних ринкових умов.

Основними найбільшими постачальниками яблук були Китай (1,322 млн т), США (1,322 млн. т), Італія (1,049 млн т) та Польща (1,009 млн т), після них Чилі (764 тис. т), Франція (573 тис. т) і Південна Африка (511 тис. т); всі ці країни разом становлять 70% світового експорту. З 2007 по 2016 рр. серед найбільших експортерів найшвидше зростали постачальники Польщі (+9,4% на рік), США (+5,5% на рік) та Південної Африки (+4,8% на рік). Незважаючи на те, що Туреччина, Індія та Іран є великими світовими виробниками яблук, проте вони не експортували значну частину своєї продукції, а це означає, що споживання відбувається всередині країни.

РОСІЯ ЗАЛИШАЄТЬСЯ НАЙБІЛЬШИМ РИНКОМ ДЛЯ ІМПОРТОВАНИХ ЯБЛУК

Обсяг світового імпорту становив 9,066 млн т у 2016 р., що дорівнює 7,288 млн доларів США у вартісному вираженні. Зростання тенденцій імпорту, зазвичай, відповідає експорту, ці торговельні потоки добре доповнюють один одного.

У 2016 році основними напрямками імпорту яблук були такі країни: Росія (790 тис. т), Німеччина (602 тис. т), Білорусь (599 тис. т), Велика Британія (398 тис. т), Єгипет (354 тис. т), США (333 тис. т) та Іспанія (250 тис. т), які разом становлять 36 % світового імпорту. Серед основних країн, що імпортують, також Єгипет (+22,4% на рік) та Білорусь (+23,4% на рік), вони отримали найвищі темпи росту в період з 2007 по 2016 роки. Водночас імпорт до Росії скоротився у 2014-2016 рр. після введення заборони на постачання яблук з Європи, США та інших країн у відповідь на санкції, введені щодо Росії.

Помітне зростання імпорту до Білорусі скоротилося за останні три роки; водночас експорт до Росії збільшувався, що може свідчити про те, що збільшення імпорту в Білорусі було підтримано подальшим реекспортом продукції у Росію або покриття внутрішнього споживання через доставку Білорусі власної продукції до Росії. Стосовно інших країн, то частка Єгипту (+3%) у світовому обсязі імпорту яблук зросла з 2007 по 2016 рр., тоді як частки Німеччини (-2%) та Великої Британії (-3%) зменшилися порівняно з тим самим періодом. Частка інших країн залишилася відносно незмінною.

Джерело: www.freshfruitportal.com

ОЧІКУЄТЬСЯ РІК ЯБЛУНЕВИХ ТАРИФНИХ БОЇВ

Прогноз Паскаля Корбеля (Pascal Corbel) із Cardell Export (Франція) щодо майбутнього яблучного сезону, який він надав проекту FreshPlaza.com

Почався збір урожай яблук у Франції. За словами **Паскаля Корбеля** з **Cardell Export** із Франції, це буде рік тарифних боїв на ринку яблук. ***«Врожай європейських яблук ніколи не досягав такого високого рівня, ми сподіваємося зберегти правильний рівень цін, що забезпечить виробництво яблук прибутковим»,*** — каже він.

«Особливо ми матимемо жорсткий сезон конкуренції для звичайних сортів, таких як Granny, Golden, Royal Gala, Red та Braeburn. Це ті сорти, які продають на великому експорті та з якими ми конкуруємо з усіма», — пояснює він.

У минулому сезоні європейський врожай надзвичайно малий. ***«Ціни були високими, і всі були щасливі, окрім тих, кому не вистачало товару. У Франції дефіцит становив лише 10 відсотків, і у нас склався дуже хороший сезон. Цього року інші європейські країни намагатимуться реанімуватися, і між країнами станеться великий ціновий бій».***

«Насамперед, Італія та Польща хвилюють нас. Польща очікує великий урожай яблук аніж будь-коли раніше, це матиме вплив на ціни, адже Росія все ще закрита для експорту до кінця 2019 року. Оскільки Росія була великим ринком для Польщі, поляки пропонують свої плоди скрізь, навіть якщо вони не відповідають запитуваним сортам та якості, й існує значна різниця в ціні, яка нам дуже заважає. Італія повертається до звичайного врожаю, що також призведе до боротьби з цінами, тому доведеться знижувати наші ціни, щоб продовжувати конкурувати».

Інша проблема — німецький ринок. «За загальними сортами німецький ринок буде закритий для нас: німці очікують отримати досить великий урожай, і надаватимуть перевагу власній продукції».

На відміну від цього, конкуренція зі Сполученими Штатами та Китаєм не буде надто неприємною, за умови, що долар США стає сильнішим щодо євро. ***«Сполучені Штати мають нормальний врожай, а китайці мали трохи морозів, завдяки чому вони також не матимуть великого урожаю».***

Очікується, що врожай яблук у Франції досягне 1,5 млн тонн. ***«У Франції ми очікуємо на звичайний врожай щодо обсягів. Що ж до якості, то поточна кампанія також виглядає добре. Якість відповідна, але рівень цін падатиме».***

За детальною інформацією звертатися:
Cardell Export. AGROPARC. 85 Rue Lawrence DURRELL. BP 91538 - 84916 AVIGNON. cedex 9 - France
Tél : +33 (0)4 32 73 43 43. Fax : +33 (0)4 32 73 43 44
E-mail: pascal@cardell.fr; www.cardell.fr

Джерело: freshplaza.com

ПРЕЦИЗІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
РОЗШИРЮЮТЬ МОЖЛИВОСТІ ЯБЛУЧНОГО БІЗНЕСУ

Міжнародний технологічний семінар зібрав понад 150 садівників з усієї України

У яблуневому саду компанії ТОВ «Органікс», розташованому у передмісті Немирова на Вінниччині, 3 серпня 2018 р. відбувся VII міжнародний технологічний семінар «Яблучний бізнес. Розширення можливостей». Понад 150 садівників та власників бізнесу, що вже займаються або планують професійно займатися інтенсивним садівництвом, зібралися, щоб поновити свої знання у сфері вирощування конкурентоздатних на світовому ринку яблук. Організатором заходу став ексклюзивний дистриб'ютор технології SmartFresh в Україні компанія «ФрешАгро» (раніше LLC «SVV Trading») та компанія «АгроФреш» (AgroFresh) у співпраці з «Файн Агрокемікалс» (FineAgrochemicals) та «Валагро» (Valagro).

«Знання — це найкраща інвестиція», — вітаючи учасників семінару, зазначив професійний консультант з садівництва **Євгеній Найченко**, який вже 20 років займається розвитком інтенсивних яблуневих садів і має чималий досвід практичного

Консультант Євгеній Найченко радо ділиться знаннями, щоб українські садівники вдосконалювалися у виробництві яблук преміум-класу

застосовування новітніх інноваційних рішень. На його думку, нині в Україні відчувається суттєвий брак навчальних імпрез, на яких би у деталях розкривалися тонкощі технологій вирощування якісних плодів. І це не дає можливості широкому колу наших садівників конкурувати на рівних з італійськими або ж австрійськими фермерами за якістю продукції.

«Інформація, яку ми даємо на наших семінарах, є ексклюзивною. Цінність цих технологічних рішень у тому, щ,о вміло застосувавши їх, садівник зможе виробляти плоди, які гідно виглядатимуть на міжнародних ринках. Зокрема, продукція з саду компанії «Органікс», де ми сьогодні проводимо наш семінар, йде на експорт у країни ЄС, витримуючи конкуренцію на полицях супермаркетів з італійськими яблуками. Не в останню чергу завдяки тим ноу-хау, які ми використовуємо і ділимося цими знаннями з іншими товаровиробниками. Я пишаюся українськими садівниками, які зробили за короткий час такі великі кроки у виробництві яблук преміум-класу».

На думку фахівця, основними факторами для успішної реалізації яблук є сорт, забарвлення та розмір плодів, їх щільність, соковитість і смак. Важливу роль відіграє також якісне пакування та допустимі залишкові кількості ЗЗР.

ЯК ПОЛІПШИТИ ЗАБАРВЛЕННЯ ПЛОДІВ?

Садівникам добре відомо, що за гарно забарвлені яблука можна отримати кращу ціну. Частина з них, навіть, розуміє механізм появи поверхневого забарвлення, але як збільшити відсоток забарвлених плодів у кроні знає далеко не кожен. Саме з цього розпочав свою презентацію пан Євгеній, який коротко розповів про біохімічні процеси, що супроводжують зміну забарвлення плодів та появу рум'янця. Науковцями встановлено, що під дією постійного подразника, зокрема, посиленої сонячної інсоляції у плодах виробляються флавоноїди — речовини, що відповідають за жовто-помаранчеве забарвлення. Унаслідок дії стресових чинників (механічні пошкодження, зниження температури) флавоноїди можуть перетворюватися на антоціани і тоді плоди набуватимуть червоного, пурпурового чи фіолетового кольору.

Далі експерт представив сучасний комплексний підхід, спрямований на отримання інтенсивного забарвлення на плодах. Він полягає, **по-перше**, у правильно-

му виборі сорту та клону відповідно до кліматичних умов регіону; **по-друге**, поліпшенні освітлення крони; і, **по-третє**, потрібен специфічний вплив на рослину добривами та регуляторами росту.

Сорт. Потрібно розуміти, що місцезнаходження саду відіграє важливу роль, оскільки, антоціани є адаптогенами, тобто, без стресу викликати появу інтенсивного поверхневого забарвлення дуже складно. Саме тому, червонозабарвлені плоди краще вирощувати у тих регіонах, де є перепади денних і нічних температур, а на півдні України віддавати перевагу виробництву яблук без поверхневого забарвлення. Хоча за великого бажання у межах сорту можна знайти сучасні клони, які забарвлюватимуться краще. **Освітлення**. Головним чинником отримання більшого відсотка забарвлених плодів є достатнє їх освітлення. Якщо у дерева правильно сформована крона, то існує можливість поліпшити доступ світла за рахунок механізованого (контурного) видалення однорічних приростів у період достигання. Відсоток забарвлених плодів можна також збільшити шляхом використання у міжряддях світловідбиваючих плівок (білих та дзеркальних). Проте цей спосіб є досить вартісним, і в українських реаліях явного комерційного ефекту від його застосування не виявлено. Однак чудово поліпшує забарвлення плодів прорідження зав'язі, а у деяких країнах пропонують для цього робити дефоліацію листя перед збиранням врожаю. **Регулятори росту рослин та добрива.** У розпорядженні садівників нині з'являються інструменти, які можуть за умови правильного їх застосування допомогти збільшити відсоток плодів, які знімають за перший захід. Зокрема підвищені дози калію сприяють утворенню антоціанів, але слід враховувати, що калій є антагоністом кальцію, тому лише на фоні високого рівня обприскувань кальцієвмісними добривами можна збільшувати дози калію. У США з 2015 р. на яблуках, які пізно починають забарвлюватися або важко це роблять (Хоней Крісп, Фуджі, Пінк Леді) використовують препарат фірми «Файн Агрокемікалс» **Блаш** *(Blush)*, який сприяє утворенню червоних пігментів через деградацію хлорофілів. Для українських же садівників доступним нині є препарат компанії «Валагро» **Світ** (*Sweet*), який пришвидшує процеси дозрівання і сприяє накопиченню цукрів, але забарвлення плодів поліпшиться лише за умови коливань температури повітря. Не пізніше ніж за 3 тижні до теоретичного моменту збору плодів можна застосувати **Церон** (Ceron) з подальшою обробкою ***СмартФрешом***. Препарат викликає бурхливий розвиток в яблуках етилену, внаслідок цього плоди швидше дозріють і отримають краще червоне забарвлення. Але потрібно ретельно

«Прецизійні технології від компанії ФрешАгро допоможуть підвищити конкурентоздатність», зазначив Анрій Котенко

спостерігати за змінами у дозріванні плодів, вчасно їх зняти, оперативно за 3-4 дні заповнити холодильну камеру і застосувати Смартфреш. Уміле застосування Церону дозволяє знімати з дерев до 65% забарвлених плодів за перший збір.

Резюмуючи, слід зазначити, що застосування таких серйозних методів впливу на зміну забарвлення плодів вимагає високої кваліфікації садівника та злагодженої роботи із збору врожаю. За недотримання цих умов такі прецизійні технології можуть становити велику небезпеку, оскільки, яблука дуже швидко дозріють, щільність їх зменшиться, а з нею і лежкість.

РЕГУЛЯТОРИ РОСТУ РОСЛИН — КРАЩІ СВІТОВІ ПРАКТИКИ ЗАСТОСУВАННЯ В САДУ

Успішний яблучний бізнес передбачає вирощування та реалізацію високоякісних плодів, а зробити це без професійного використання регуляторів росту рослин ой як не просто, якщо й взагалі можливо. На ринку існує дуже багато подібних препаратів, але за практичним використанням їх можна умовно поділити на ті, що безпосередньо впливають на метаболізм рослини, та ті, які цікаві для нас своєю побічною дією. До перших РР належать препарати на основі етефону (Етрел), які впливають на синтез етилену; НОК; гібереліни (GA4/GA7), наприклад, Новагіб та інші. Серед представників другої групи можна згадати деякі інсектициди, побічну дію яких у садівництві використовують для проріджування зав'язі та 6-бензиладенін (Ексіліс). Основна дія останнього полягає у стимулюванні ділення клітин, а побічна нормує кількість яблук на дереві.

Анрій Котенко, директор компанії **ФрешАгро** (раніше СВВ Трейдинг): «Основний наш продукт на ринку України — це обробіток яблук за технологією СмартФреш (SmartFresh), саме так нас знає більшість наших клієнтів. Але, враховуючи численні позитивні відгуки, останніми роками ми зареєстрували ще кілька регуляторів росту рослин, які дозволяють поліпшувати якість яблук і, відповідно, зможуть підняти позиції наших садівників на міжнародних ринках. У цьому й полягає основна мета діяльності компанії — запропонувати клієнтам прецизійні технології, які допоможуть їм підвищити якість яблук, а з нею й конкурентоздатність».

Новагіб (Novagib) — це натуральний продукт ферментації, а не штучно синтезований препарат, що містить у своєму складі суміш декількох гіберелінів.

Загалом кращими вважають ті гібереліновi препарати у яких співвідношення (GA4/GA7) є більшим. За словами італійського консультанта **Джованні Мігліо** (Giovanni Miglio), у Новагібу таке співвідношення становить близько 95/5 і у цьому його перевага над іншими схожими препаратами. **Поліпшення привабливості плодів**. Багато споживачів нині віддають перевагу видовженим плодам. На думку експерта, тут виробнику може допомогти двократне внесення Новагібу на ранніх стадіях цвітіння (з інтервалом 5–7 днів). ***«Якщо ж ставити за мету виростити плоди без сітки (оржавленості) — то починати вносити препарат необхідно наприкінці цвітіння (достатньо буде 4 обробки по 0,25–0,5 л/га через 5–7 днів)»***. Запобігання морозним пошкодженням. Весняні приморозки під час цвітіння та формування плодів чинять певну шкоду, а морози близько –4 °С, як відомо у більшості фенофаз спричинюють загибель генеративних органів. Проте ступінь пошкодження залежить від декількох чинників: швидкості, з якою знижувалася температура повітря, як довго тривав мороз, у якій фенофазі перебували рослини тощо. Для подолання можливих негативних наслідків негоди, на думку фахівців, необхідно швидко проаналізувати стан насадження і встановити фактори впливу, щоб обрати відповідну технологію порятунку рослини від стресу. Представниця британської компанії **«Файн Агрокемікалс»** (FineAgrochemicals) **Александра Розенмунд** (Alexandra Rosenmund) навела досвід використання препарату Новагіб у 2017 р., за важких умов росту і розвитку рослин спричинених весняними заморозками, у Бельгії, Нідерландах, Італії, Іспанії, Австрії та інших європейських країнах. Було доведено, що за незначного зниження температури застосування препарату знімає сітку на плодах, а за сильних морозів збільшує кількість плодів. Крім знайомих більшості наших агрономів технічних рішень, як то надкронне зрошення (яке потребує близько 30 м3 води на 1 га) чи підігрівання повітря в саду і перемішування теплих верхніх його шарів з холодними нижніми, існують точніші інструменти подолання сильного холодового стресу і збереження врожаю.

«Ексіліс має дуже м'яку, але ефективну дію, тому його застосування ніколи не призведе до перепрорідження», — запевнив Джованні Мігліо

Александра Розенмунд поділилася досвідом застосування препарату Новагіб для зняття сітки та збереження плодів після морозів

З власного досвіду фахівець зазначила: ***«Якщо у саду спостерігається критичне зниження температури і пошкодження значної кількості квіток, необхідно протягом 24–48 год, а краще одразу на-***

ступного дня (за підняття температури до +6...+8 °С) застосувати Новагіб (0,5 л/га), який спрацює у двох напрямах: перший — подолання стресу (завдяки значній кількості амінокислот, фітогормонів, полісахаридів, які стимулюватимуть відновлення пошкоджених тканин; другий — зав'язування плодів за рахунок партенокарпії (плоди без насіння). Під кінець цвітіння необхідно повторити внесення препарату такою самою дозою, а через 2 тижні після цвітіння внести 1 кг/га прогексадіону кальцію (Регаліс), який призупинить ріст вегетативних органів, що спрямує рух поживних речовин до плодів і зменшить червневе обпадання зав'язі». Якщо ж під час цвітіння сильних морозів немає, але стоїть несприятлива погода, швейцарський фахівець радить зробити дві обробки Новагібом по 0,5 л/га (масове цвітіння і кінець масового цвітіння), що сприятиме кращому зав'язуванню плодів та їх видовженій формі. Для закріплення результату необхідно також двічі внести прогексадіон кальцію по 0,5 кг/га (2 і 3 тиждень після закінчення цвітіння).

Присутня на семінарі випускниця університету садівництва, а нині **керівник ФГ «Сонячне»** з Тернопільщини **Іванна Шупенюк**, зазначила, що сумісна дія двох препаратів Мегафол (Валагро) та Новагіб (ФайнАгрокемікалз) під час приморозків весною 2017 р. перевершила найкращі її сподівання: ***«У сфері садівництва я працюю чотири роки. Виробництвом плодів займаємося на площі понад 20 га. У нашому саду зростають яблуні Голден Делішеса, Джонаголда, Ред Чіфа, крім того є по 2 га сливи та груші. У своїй діяльності застосовуємо різноманітні препарати, але особливо ефективно проти заморозків минулої весни спрацювали Мегафол та Новагіб, які й надалі використовуватимемо»***.

Молодий фермер з Тернопільщини Іванна Шупенюк для подолання наслідків примозків застосовує Новагіб+Мегафол

Нормувати не треба перенавантажувати (де ставити кому?). Серед доступних українським садівникам хімічних методів нормування кількості яблук на дереві найбезпечнішим та доволі ефективним вважається застосування 6-бензиладенінів, зокрема **Ексіліс** (Exilis). Як відомо, основна дія цитокінінів, зокрема й згаданого препарату, полягає у значному стимулюванні ділення клітин на початкових етапах розвитку, але нам також цікава його побічна дія — це проріджeння зав'язі діаметром 8–12 до 14 мм. Зазвичай для вчасного внесення препарату садівники мають у своєму розпорядженні цілий тиждень, який італійський фахівець назвав «магічним». Це дозволяє підібрати сприятливий (похмурий, але теплий) день для обприскування. Водночас вне-

сення 6 БА стимулює утворення додаткових клітин, а це збільшує розмір та щільність плодів. ***«Препарат має дуже м'яку, але ефективну дію, тому його застосування ніколи не призведе до перепрорідження»***, — запевнив Джованні Мігліо.

РОЗУМНЕ УПРАВЛІННЯ ЖИВЛЕННЯМ РОСЛИН ЯБЛУНІ

На важливості правильного управління живленням рослин задля отримання плодів передбачуваної якості акцентував у своєму виступі **Денис Миргород**, директор компанії ***«Агрісол»*** (дистриб'ютор італійського виробника мікродобрив та регуляторів росту рослин Valagro): ***«Нині компанія Valagro є світовим лідером з виробництва біостимуляторів, мікроелементів, водорозчинних добрив, а також активно розвиває напрям розроблення препаратів для біологічного захисту рослин»***. Він детально зупинився на основних рішеннях, які компанія може запропонувати українським виробникам яблук. Серед таких варто відзначити спільне застосування препаратів **Бенефіт** (Benefit) та **Емсі Крем** (Mc Cream) (4 і 2 л/га відповідно), яке забезпечує синергетичний ефект, оскільки один препарат впливає на ділення клітин, а другий збільшує їх розміри. Як відомо, дефіцит кальцію спричинює гірку ямкуватість плодів. Для подолання цієї проблеми компанія пропонує робити 9 і більше обробок препаратом **Брексіл кальцій** (Brexil Ca), який містить у своєму складі бор. У портфоліо компанії Валагро продуктом № 1 слід вважати антистресант і стимулятор росту **Мегафол**, який пройшов випробування на 46 культурах. Синергетичне поєднання складників препарату

Денис Миргород, директор «Агрісол» представив рішення, які компанія може запропонувати українським виробникам яблук

З лінійкою препаратів для продовження лежкості свіжих плодів учасників ознайомив Кшиштоф Возняк з «Агрофреш»

(рослинні амінокислоти, фітогормони, вітаміни) забезпечує його відмінну дію з активації генів рослини, що відповідають за захист від абіотичних стресів. Антистресова дія препарату триває 7–10 днів і застосовувати його можна як до, так і після настання стресового фактору (механічні пошкодження, високі температури, посуха, приморозки, засолення). Дозарювач **Світ** (Sweet) поліпшує забарвлення плодів за рахунок стимулювання синтезу відповідних пігментів, а також позитивно впливає на метаболічні процеси у рослині і підвищує вміст цукрів у плодах та їх лежкість завдяки наявності кальцію. Кращий ефект можна досягнути, поєднавши внесення Світ (2-3 л/га) з невеликою кількістю Мегафолу.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО РОЗШИРЮЮТЬ МОЖЛИВОСТІ ЯБЛУЧНОГО БІЗНЕСУ

Представник американської компанії **«Агрофреш» (AgroFresh) Кшиштоф Возняк** розповів присутнім про розширення портфелю компанії шляхом надання клієнтам послуг та препаратів, що їх можна застосовувати на різних етапах: від збору врожаю, впродовж зберігання продукції та її транспортування до кінцевого споживача. він також представив лінійку препаратів для продовження лежкості свіжих плодів: Харвіста (Harvista), Смартфреш Протабз (SmartFresh ProTabs), Актіміст (Actimist), Адван Сто (AdvanStore), натуральні воски. Усі ці технології, за умови правильного використання, дозволяють товаровиробникам свіжої продукції доставляти плоди та ягоди на далекі азійські ринки, зберігши їх якість, що значно полегшить реалізацію фруктів. Це особливо актуально в умовах перевиробництва в ЄС.

Смартфреш. Результати застосування технології Смартфреш (SmartFresh) у наукових дослідженнях УНУС у сфері зберігання яблук представила **Ольга Дрозд**. Проте науковці університету досліджували застосування препарату також і на грушах, абрикосах, сливах. ***«Наш університет співпрацює з компанією «Агрофреш» понад 12 років і за результатами наших досліджень у 2009 р. в Україні було зареєстровано препарат Смартфреш (SmartFresh) — інгібітор етилену з д. р. 1-метилциклопропен (1 MCP) у порошкоподібній формі, а до кінця поточного року планується реєстрація препарату у іншій препаративній формі (пігулки) Смартфреш Протабз (SmartFresh ProTabs)»***. Далі науковець охарактеризувала отримані результати за варіантами досліду, а всього їх було три (необроблені плоди, оброблені Смартфреш і Смартфреш Протабз) після п'яти місяців збері-

гання у холодильнику без РГС за температури +2 °С з подальшим витримуванням плодів протягом 14 днів за температури +20 °С (імітація торгового обороту) за низкою показників: вихід стандартної продукції, щільність, виділення етилену плодами, вміст цукрів та органічних кислот тощо.

Harvista. Часто можна спостерігати, як у яблуневих садах через неграмотне планування сортового складу, недостатню інтенсифікацію процесу збирання та інші чинники збігаються терміни збору багатьох сортів. Рятуючи ситуацію, садівники вимушені збирати плоди, не дочекавшись настання знімальної стиглості, що погіршує їх смак та збільшує відсоток погано забарвлених плодів, а інші сорти перестигають на деревах, що значно погіршує їх лежкість та транспортабельність. Поява технології післязбиральної обробки Смартфреш у свій час значно розширила можливості цілорічного зберігання продукції, зробивши своєрідний переворот у експортних продажах яблук. На думку Євгенія Найченка, препарат **Харвіста** (Harvista) також має усі шанси зробити «яблучну революцію» та поділити світ на тих, хто його використовує, і тих, хто ні, адже містить у своєму складі 1 MCP, який зупиняє розвиток етилену у плодах, а препаративна форма дозволяє вносити його безпосередньо у саду шляхом обприскування рослин. Проте застосування Харвісти в полі не виключає обробку плодів у холодильних камерах Смартфрешом.

Ольга Дрозд представила результати застосування технології Смартфреш у наукових дослідженнях університету садівництва

Внаслідок застосування інноваційного препарату у плодах зменшується інтенсивність гідролізу крохмалю і відбувається гальмування дозрівання яблук, а це відтягує дозрівання плодів. Завдяки цьому збільшується розмір яблук, поліпшується їх забарвлення, оскільки з'являються перепади температури, зростає урожайність, зменшується скловидність, загалом, це суттєво поліпшує товарно-смакові якості продукції. Наразі препарат доступний садівникам у США, Чилі, Аргентині, а у країнах ЄС реєстрація йде повільно через особливу препаративну форму. Будемо очікувати, що у найближчий рік-два препарат буде дозволено до використання в Україні.

ЯКІСТЬ ЧИ ЛЕГЕНДА: КЛУБНІ СОРТИ — БЛИЗЬКЕ І ДАЛЕКЕ МАЙБУТНЄ В УКРАЇНІ

«Через ріст виробництва, жорстку конкуренцію, одноманітність продукції гарна ціна на яблука в Україні спостерігається лише в окремі роки. Про надприбутки вже мова не йде,

тут виробнику хоча б залишитися у прибутковій зоні. Врятувати ситуацію може експорт, а для тих фермерів, що працюють на внутрішній ринок додаткові можливості відкриває вирощування клубних сортів», — продовжував пан Євгеній.

Перші клуби з'явилися у 80-90-х роках минулого століття. За участь у клубі передбачено сплату внесків. Зокрема, одноразовий платіж за купівлю саджанців, а також щорічні платежі з вирощеної продукції чи з площі, зайнятої сортом у господарстві.

Клуб дає можливість контролювати баланс між попитом та пропозицією, а це гарантує стабільність ціни. Він забезпечує постійний моніторинг обсягів виробництва у кожного учасника клубу. Завдяки однаковій технології вирощування, фермерам вдається виробляти уніфіковану продукцію, з якої клубу зручно формувати велику товарну партію, чітко позиціонувати себе на ринку і реалізовувати через певну торговельну мережу, яка, до речі, теж дуже зацікавлена мати у себе на полиці клубні яблука, оскільки це унікальний товар і його можна придбати лише у певній мережі, до того ж за преміальною ціною.

Клубний сорт має бути привабливим, мати власну легенду і смачні високоякісні плоди. У серці яблучного бізнесу США — штаті Вашингтон 75 % нових садів створено клубними сортами. Найпопулярнішим клубним сортом є Хоней Крісп (Honeycrisp) та різноманітні його клони (HoneyCrunch, SnapDragon, EverCrisp та інші).

У ЄС теж багато сортів, які не мають якихось видатних смакових характеристик, але їх введено в статус клубних. Наприклад, за прогнозами, валовий збір яблук Кензі (Kanzi) зросте з 60 тис.т у 2017 р. до 100 тис. т плодів у 2020; обсяги виробництва Пінк Леді (Pink Ladyтм ('Cripps Pink') становлять близько 200 тис. т. у менших обсягах у Європі вирощують Грінстар (Greenstar), Енві (Envy), Джаз (Jazz) та інші клубні сорти.

В Україні планується поширення сорту Моді (Modi) за принципами клубної програми. Тож у найближчій перспективі українські фермери зможуть, оформивши ліцензійний договір у компанії, яка отримала дозвіл на виробництво яблук цього сорту в Україні, взяти участь у створенні такого клубу. Це дасть змогу отримувати за вирощену продукцію високу ціну, а клуб забезпечуватиме єдиний маркетинговий стандарт та реалізацію.

GLOBAL G.A.P. — ОБОВ'ЯЗКОВА СКЛАДОВА ЕКСПОРТУ

Нині тема сертифікації продукції та виходу на світові ринки є, мабуть, найцікавішою для українських садівників. Нагадаємо нашим читачам, що стандарт GlobalGap є добровільним приватним стандартом, який є обов'язковим для експорту свіжої (первинної) продукції, а також частково охоплює зберігання і післязбиральну доробку (холодильники, сортувально-пакувальні лінії), тобто, у стандарті GlobalGap є принципи впровадження HACCP. Як зазначила консультант **Ніна Дмитраш**, порівняно з минулим роком в Україні удвічі зросла кількість виробників, що бажають сертифікувати свою свіжу продукцію, тому гасло «Global G.A.P. — обов'язкова складова експорту» є актуальним і стало лейтмотивом її виступу.

«Сертифікація за стандартом GlobalGap забезпечує прозорість процесу виробництва, оскільки, з'являється можливість відстежити, на якій ділянці це яблуко виросло та які препарати і у яких кількостях було внесено. Це гарантує безпеку продукції та можливість виходу на міжнародні ринки збуту».

Експерт допомогла присутнім на семінарі виробникам свіжої продукції розібратися в усіх 218 контрольних точках стандарту, з яких 15 є рекомендаційними, 114 — другорядним і 89 — основними. Представила дорожню карту можливих варіантів сертифікації, як індивідуальних виробників так і груп виробників (кооперативи тощо). Важливе значення надається дотриманню безпечних умов праці задля збереження здоров'я працівників та довкілля, винятково з гігієною та охороною праці. Також чітко слід вести документацію в електронному чи друкованому вигляді з фіксацією усіх технологічних процесів.

«Global G.A.P. — обов'язкова складова експорту», — лейтмотив доповіді Ніни Дмитраш

ЗНАННЯ — ЦЕ ВЕЛИКА СИЛА!

Не ми це вигадали, але, відвідавши яблуневий сад компанії «Органікс» під час щорічного міжнародного семінару, ще раз у цьому наочно переконалися, а разом з нами і понад 150 українських прогресивних садівників. Команда **ProfiHort Media** дякує організаторам за можливість взяти участь у цьому заході та проінформувати наших читачів про сучасні технологічні досягнення у галузі садівництва, що були тут представлені. Знання прецизійних технологій та уміле їх застосування — це та сила, яка сприятиме потужному розвитку вашого яблучного бізнесу!

««Якщо про нас не заговорять у всьому світі, то і продавати буде складно»,

— Максим Кулик,
консультант з експорту компанії Vinagrette LLC

НЕ ТУМАННІ **ЯБЛУНЕВІ ПЕРСПЕКТИВИ** ТУМАННОГО АЛЬБІОНУ

Оскільки поляки Україну минулого сезону назвали «яблучним драконом», ми рухаємося в потрібному напрямку, і досить швидко

Ми продовжуємо дискусію щодо можливостей безперешкодного експорту української продукції за кордон. Цього разу у полі нашого зору — яблуко, зокрема органічне, про перспективу просування якого на ринках Британії та країн Скандинавії у черговому інтерв'ю нашому проекту розповів консультант з експорту компанії Vinagrette LLC Максим Кулик.

– Останнім часом експорт українських яблук розширився зокрема на такі країни, як Велика Британія та Швеція. Про які обсяги експорту українського яблука наразі йдеться?

– Ці ринки дуже специфічні, і у них є свої особливості. На Швецію, наприклад, потрібно більше яблука Голден, з червоною «засмагою», його частка в загальному обсязі становить близько 40%. «Паровозом» вантажать інші позиції. А виростити такий Голден здатні не всі виробники в Україні. Також не забувайте, що цей рік урожайний, і ми відчуватимемо тиск і конкуренцію як місцевих фермерів Швеції, так і італійських, і польських.

У Британії ж навпаки, Голден займає в асортименті не більше 5-8%, а основою його є Гала Рояль, з глибоким червоним забарвленням, з високим бріксом і дрібного розміру. Останнім часом Галу в Україні активно культивують, і з цим, скоріш за все, не має бути проблем, хоча і тут траплятимуться підводні камені у вигляді недостатнього рівня сортування, неправильного зберігання або невідповідності тари та упаковки ...

Тому про обсяги говорити важко, все залежатиме від якості продукту, який виростять, підготують і відсортують фермери. Але на якісний товар збут буде завжди!

– Чи правда, що «мода» на клони Гали у найближчому майбутньому мине?

– Гала — це поки ще 10-12% світових продажів ... «Мода» дійсно відходить, але, щоб повністю витіснити Галу з ринку, потрібен десяток років і схожий сорт з більш яскраво вираженими перевагами. Над цим працюють селекціонери. Подивимося, що вийде. Пінк Леді, Кріспі Пінк, Джаз, Кіку — це тренди, але і класику ніхто не відміняв.

– Наразі Велика Британія здійснює процедуру виходу зі складу ЄС. Чи ускладнило це експорт українських яблук у цьому напрямі?

– Це, навпаки, поки допомагає, оскільки погляди закупівельників звернулися на країни, які не входять в Європейську зону, з метою замінити в перспективі ринки закупівлі продовольчих товарів у разі зміни взаємин з ЄС після остаточного розриву.

Поки норми і правила торгівлі ідентичні правилам ЄС, але і після припинення їх дії, не думаю, що щось сильно ускладниться ... Митницю ми проходимо і в ЄС (Польща), і в Британії, ми звикли так працювати і, впевнений, зможемо пристосуватися до нових правил, якщо такі будуть.

– Чи можливий експорт українського яблука у решту скандинавських країн? Чому саме Швеція виявилася першою, адже купівельна спро-

можність мешканців Норвегії, наприклад, є більшою за купівельну спроможність пересічного громадянина Швеції? До того ж ціни на продукти харчування у нафтовидобувних регіонах Норвегії набагато вищі.

– У минулому сезоні ми спробували поставляти і в Норвегію, досвід виявився вдалим. І в принципі, Норвегія дуже «просунута» щодо реалізації та маркетингу свіжої продукції. В країні практично не залишилося продавців у супермаркетах (все замінили сканери та сел-термінали), місцеві оптовики та фермери продають продукцію, викладаючи її на прилавки, та встановлюють платіжні термінали поруч, а культура споживання яблук досить висока, що говорить про те, що українське яблуко можна возити тільки преміум сегмента.

Швеція стала свого роду хабом для нас в країни Скандинавії, як оскільки збудувати до неї логістику і зрозуміти менталітет цього регіону простіше.

– Існує думка, що такі порівняно невеликі за площею країни, як Велика Британія та країни Скандинавії не є цікавими з позиції експорту українського яблука, оскільки вони закупали й закупатимуть маленькі обсяги українського яблука винятково для асортименту. Як Ви це прокоментуєте?

– Абсолютно не згоден. У частці експорту цих країн ми займаємо небагато, оскільки самі не готові сьогодні займати більше. Ресурсна база, якість тари та упаковки, відсутність сильних брендів і маса інших чинників, над якими зараз працюють усі виробники, не дають поки «розправити плечі на повну». Але оскільки поляки нас (Україну — прим. ред.) минулого сезону назвали «яблучним драконом», ми рухаємося в потрібному напрямку, і досить швидко.

Навіть якщо врахувати, що країни ці невеликі (хоча населення Сполученого Королівства понад 65 млн осіб з рівнем доходу вище середнього), я не сказав би, що ці ринки — нецікаві.

Є великі ринки на кшталт Малайзії або Сінгапуру або тієї самої Африки, які значно більше за населенням, а в деяких випадках навіть успішніше за рівнем доходів, але там нас чекають серйозні випробування у вигляді довгої логістики (35-55 днів) і якості продукту, незнання менталітету і особливостей покупців ... Отже, впевнений, що потрібно розправляти плечі в Європі та паралельно розвивати нові ринки.

— Водночас зазначені вище порівняно «невеликі» країни є високорозвиненими та дбають про якість життя, серед тамтешніх мешканців поширений здоровий спосіб життя, а отже, органічна продукція, виробництво якої не відрізняється обсягами, користуватиметься на відповідних ринках попитом. Чи можна говорити про популяризацію українського органічного яблука у цьому контексті? Чи може стати таке виробництво популярною нішею в Україні завдяки розширенню українського експорту?

— Будь-яку нішу в Україні можуть перетворити на збиткове виробництво, на жаль, — подиві

ться на малину та лохину. Потрібно спочатку шукати нішеві позиції, вивчати особливості основних ринків споживання, планувати збут, а тільки після цього братися за вирощування. Пропрацювавши більше трьох років з закупівельникми різних європейських країн, я жодного разу не чув, щоб вони знали про існування в Україні органічної продукції. Але в останні рік-півтора почався рух у цьому напрямі, і світ почав дізнаватися про Україну як виробника органік-яблук. Британія та Швеція — не найкомфортніші країни для просування органік-стандарту, адже навіть до звичайного товару вони ставлять досить високі вимоги за рівнем залишкових пестицидів, важких металів тощо. Більше шансів буде пробитися на прилавки магазинів Німеччини, тому що саме вони сьогодні є законодавцями «моди» на органік. «Маркетинг — наше все!!!» — цей слоган має рухати органік-фермерами, оскільки, якщо про них не заговорять у всьому світі, то і продавати буде складно.

ОГЛЯД РИНКУ СТОЛОВОГО ВИНОГРАДУ

Наведено сучасний стан кон'юнктури світового ринку столового винограду

Тепла і суха погода, яка встановилася на більшій частині Європейського континенту в останні тижні, мала позитивний вплив на урожай винограду. Виробники в країнах Середземномор'я задоволені якістю плодів у цьому сезоні, хоча в деяких з них достигання почалося пізніше. Недоліком є те, що на міжнародному ринку існує велика конкуренція. У матеріалі наведено загальний огляд ситуації в Європі, а також тенденції минулого і майбутнього сезону в Латинській Америці.

ІТАЛІЯ: ВИНЯТКОВИЙ СЕЗОН І ВЕЛИКА КОНКУРЕНЦІЯ

Це особливий сезон для італійських виноградарів. Не тільки погода, а й рівень цін є винятковим. У Східній Європі деякі роздрібні торговці платять низькі ціни через конкуренцію з Грецією. Поставки з Туреччини та Іспанії лише зроблять ринок жорсткішим. «У Греції ціни на Вікторію (Victoria) дуже конкурентоспроможні, і незабаром Туреччина вийде на ринок з винятковим урожаєм», — стверджує трейдер. — Туреччина вже почала з перших

партій сорту Султана (Sultana), безнасіннєвого і дуже солодкого». Іспанський безнасінний виноград теж скоро прибуде. Ще два тижні тому Іспанія імпортувала виноград з Апулії (Apulia), оскільки старт іспанського сезону затримувався. За словами трейдера, остання частина сезону білої Вікторії може бути прибутковою.

АПУЛІЯ: РАННІЙ ПОЧАТОК СЕЗОНУ

Сезон у цьому регіоні почався на 15–20 днів раніше, з гарними показниками Брікс. Нині на ринку є Вікторія (Victoria) (біла з насінням) і Блек Меджик (Black Magic) (синій з насінням). «Незабаром ми почнемо з синього Палєрі (Palieri), і перші партії Ред Глоб (Red Globe) вже є на ринку. Ми йшли з випередженням протягом усього сезону», – каже трейдер. Виноград експортують до таких країн, як Німеччина, Нідерланди, Польща, Словаччина та Чехія. На думку продавця, конкуренція на різних ринках є жорсткою, особливо серед італійських торговців, до того ж російський ринок все ще не доступний. Близький Схід поглинає деякі обсяги, що їх раніше постачали до Росії, але ці ринки все ще нестабільні. Доступні партії безнасіннєвого винограду: Sugraone, Sweet Sunshine та Cotton Candy. Червоний Sweet Celebration® також дозріє незабаром. Дозрівання Cotton Candy розпочалося на 31 тижні. Перший Crimson було зібрано в Таранто (Taranto) 27 липня.

СИЦИЛІЯ: БІЛЬШИЙ ПОПИТ З КРАЇН БЛИЗЬКОГО СХОДУ ТА АФРИКИ

За словами трейдера, на острові результати цього сезону відповідають минулорічним. У першій частині сезону, у червні, урожайність винограду сортів Victoria and Black Magic становила 30 тонн з гектара. Якість тепличної продукції була висока, але Брікс не був надто високим через температуру і дощі в червні. Як результат виноград набирав цукри із затримкою.

Окрім внутрішнього ринку, великий інтерес до нашого винограду надходить з арабських країн. Щороку більше продукції поставляють на ці ринки. Це стосується як Victoria, так і Black Magic. Крім того, білий і синій безнасіннєвий виноград екс-

портують, крім іншого, в Катар, Саудівську Аравію та Об'єднані Арабські Емірати. Канада, США та Шрі-Ланка також згадуються як цікаві ринки. Крім того, попит з боку Африки також на підйомі. «Так, наприклад, Нігерія і Камерун починають питати про наш виноград», — говорить трейдер. Звичайно, європейський ринок також входить до переліку експортних ринків. Найчастіше згадують Францію, Бельгію, Швейцарію та Австрію.

Для органічного винограду сезон ранніх сортів наближається до кінця, а врожай в теплицях закінчився ще на початку липня. «Ми вже зібрали 80% безнасінного винограду як білого, так і синього», — говорить біологічний виробник. Кампанія синього винограду з насінням вже закінчилася. У поточному році виробництво на 15% вище, а ціна на 5% вище рівня минулого року. Це переважно в європейських країнах, де існує підвищений попит на органічний виноград.

ІСПАНІЯ: ПОВІЛЬНИЙ СТАРТ, АЛЕ ГАРНИЙ СЕЗОН

У долині Віналопо (Vinalopo) збір Вікторії (Victoria) вже розпочато. Це білий сорт з насінням. Більш того, збір урожаю безнасінних сортів Arra 11 і Arra 29, відповідно червоного і білого кольору, також стартував. За словами виробника, перспективи сезону позитивні. Насадження компанії розширено, і очікується високоякісна продукція. Сезон був затриманий, оскільки літо почалося пізно.

ФРАНЦІЯ: ВІДМІННИЙ СЕЗОН З НЕВЕЛИКОЮ ЗАТРИМКОЮ

Французький сезон столового винограду тільки розпочався. Трейдер розповідає про свій нинішній досвід: «Цей сезон обіцяє бути відмінним. Ринкові операції є вдалими, і ми можемо постачати високоякісний продукт. Виноград Мускат (Muscat) виділяється найбільше».

Сильна спека в Європі за останні тижні спричинила невеликі затримки у виробничому процесі. «Холодні вечори все ще потрібні для збільшення виробництва, сподіваюсь, що вони прийдуть незабаром. Прогнозуються бурі, і ми хочемо зібрати врожай перш, ніж вони зможуть його пошкодити».

НІМЕЧЧИНА: ПРОФІЦИТ КІСТОЧКОВИХ ВПЛИВАЄ НА РИНОК ВИНОГРАДУ

На початку серпня попит на виноград загалом залишався низьким на німецьких оптових ринках. За словами трейдерів, це, ймовірно, через великий

запас кісточкових плодів і ягід, для яких існують ще великі надлишки. Італійський виноград панує в оптовій торгівлі, переважно Festival Seedless та Victoria. Turkish Sultana також стає дедалі популярнішим, і завдяки гарному балансу ціни та якості на різних гуртових ринках може розглядатися цікавою альтернативою італійському продукту. Трейдери називають італійський виноград Victoria як приклад, оскільки існує велика різниця в цінах через помітний контраст за рівнем якості та розміром плодів.

Трейдери також відзначають постійне зростання менш поширених сортів, зокрема Summer Royal, Doria Seedless та Scarlet Dew. Є також деякі грецькі та іспанські сорти винограду, а також французькі; однак, підкреслюється, що вони мають обмежену частку ринку.

НІДЕРЛАНДИ: СЕЗОН ЗЛЕТІВ І ПАДІНЬ

Виноградний сезон мав деякі злети і падіння цього року. Проблемами якості плодів після дощів відзначається чилійський сезон, а сезон Chilean Crimson також стикується з кінцем південноафриканської кампанії. Через суху погоду очікувалося, що набагато менше винограду надійде в Європу, але це було насправді далеко від істини. Єгипетський сезон пройшов набагато краще. Тим часом поставки з Італії та Греції забезпечили необхідний тиск на ринку. Сезон заокеанського винограду розпочнеться у вересні з першим бразильським виноградом.

ПЕРУ ОЧІКУЄ БІЛЬШОГО ВРОЖАЮ

Перші оцінки вказують на обсяги експорту, що коливаються між 43 і 45 млн ящиків (8,2 кг) у сезоні 2018/2019. Ця кампанія почнеться наприкінці місяця. Минулого року з країни було відвантажено 33 мільйони ящиків. За умови відновлення виробництва на півночі експорт може вирости. У минулому році цей регіон постраждав від наслідків Ель-Ніньо. «Я очікую відродження виробництва у Пьюрі (Piura) і Ica (Ica)», — говорить трейдер. Це відродження стане можливим завдяки сприятливим погодним умовам. У сезо-

ні 2018/2019 Іса розраховує зібрати близько 21 мільйона ящиків. Подібний обсяг очікується у Пьюрі (Piura). У минулому сезоні Іса експортувала 19 мільйонів ящиків та Пьюра — 9 мільйонів. Сезоном раніше (2016/2017) експорт становив 17 мільйонів ящиків для Іси і 15 мільйонів ящиків для Пьюри. У наступаючому сезоні Перу може додати В'єтнам і Малайзію до списку експортних ринків.

МЕКСИКА: МЕНШИЙ УРОЖАЙ ВИНОГРАДУ

Виробники в Сонорі (Sonora) зможуть наповнити 19 мільйонів ящиків виноградом, які продаються як всередині, так і за межами Мексики. У країні під культурою зайнято 14 000 гектарів, в районах Ермосілло, Сан-Міґель де Хоркаситас, Каборка та Кайме (Hermosillo, San Miguel de Horcasitas, Caborca, Cajeme). Близько 15,5 мільйонів ящиків експортують, а решту 3,5 мільйони продають на внутрішньому ринку. У цьому сезоні виробництво впало на 35% під час збиральної кампанії в травні і червні через погодні умови. Менший обсяг, однак, позитивно вплинув на ціну. Виноград знаходить свій шлях у 30 країн світу. Основними експортними ринками є Канада, Сполучене Королівство, Японія, Тайвань, Сінгапур, Індонезія, Малайзія, Нова Зеландія та деякі країни Латинської Америки, такі як Нікарагуа, Аргентина, Чилі, Гватемала та Сальвадор.

Виробники в Сонорі мають справу з крадіжками. За даними торгової асоціації, у провінції було викрадено близько 2000 ящиків. Це призводить до втрат у розмірі 2 млн доларів. Про крадіжку повідомляє поліція. Злочинці вкрали не тільки виноград, але й креветки і горіхи. Ці продукти часто потрапляють до вуличних торговців, які продають їх незаконно.

ЧИЛІ ФОКУСУЄТЬСЯ НА ЕКСПОРТІ В АЗІЮ

На 25 тижні, наприкінці чилійського експортного сезону, за кордон було відправлено 731851 тонн винограду, що на кілька сотень тонн менше, ніж роком раніше. Це було гарне досягнення, оскільки від дощу постраждав врожай пізніх сортів у центральній частині півдня Чилі. Що стосується експорту, то багато чого не змінилося, хоча спостерігалося помітне зниження обсягів постачань до США, а більше було експортовано до Азії.

Експорт переважно складається з сортів Red Seedless (62%), White Seedless (20%) та Black Seedless (15%). Основними пунктами призначення є США (74%), Китай/Гонконг (8%), Велика Британія (5%), Південна Корея (2,4%) та Японія (1,8%).

США: ПОСТАЧАННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИНОГРАДУ ПОВЕРНУЛОСЯ ДО НОРМИ

Після повільного старту сезону органічного виноградного постачання тепер повернулося до звичних обсягів. «Я не очікую, що ситуація зміниться, деякий час, вона залишатиметься такою самою», — говорить задоволений торговець. Пізній старт зумовлений незвичайною погодою цієї весни. «У нас була дуже прохолодна весна, яка тривала до середини червня», — продовжує він. Після цього, однак, температура швидко піднімалася, і настало спекотне літо. Попит на виноград є стабільним. «Ринок був трохи слабшим для червоних сортів, але гарним для білих. Попит не на одному рівні з пропозицією, але він, як і раніше, стабільний і добрий», — говорить трейдер. Ціна на рівні минулорічної.

КИТАЙ: БІЛЬШИЙ АКЦЕНТ НА ЕКСПОРТ

Сезон почався приблизно в червні. З цього моменту постачання винограду на ринок почало повільно зростати. На китайському ринку існує багато винограду. Завдяки диверсифікації з позиції сортів і сезону збирання, китайський виноград доступний протягом тривалого періоду. Очікується, що

сезон закінчиться в листопаді. Найпоширенішим сортом є Red Globe.

Умови зростання винограду гарні. Урожай вищий, ніж у минулому році завдяки сприятливій погоді. Більшу частину врожаю продають на внутрішньому ринку, і лише невелика частина призначена для експорту. Експортувати продукцію непросто через термін придатності винограду. Проте інтерес до експорту зростає.

АВСТРАЛІЯ: НАЙВАЖЛИВІШИЙ КЛІЄНТ — КИТАЙ

Виноград збирають з листопада по травень. Вікторія (Victoria) — найважливіша зона вирощування. Сезон, який закінчився кілька місяців тому, був відмінним, на думку виробників. Останні дані компанії Hort Innovation показують, що до червня 2017 року було зібрано 171637 тонн на 534,4 млн доларів. З них експортовано 106666 тонн. Китай є найбільшим покупцем. Хоча деякі виробники відвантажили весь урожай на цей ринок, окремі шукають інші можливості, наприклад, Японія. Виноград також імпортують, особливо з США.

Джерело: freshplaza.com

UFP

UKRAINIAN FRESH&FROZEN PRODUCTS

CERTIFIED BY ORGANIC STANDARD.

FIELDS

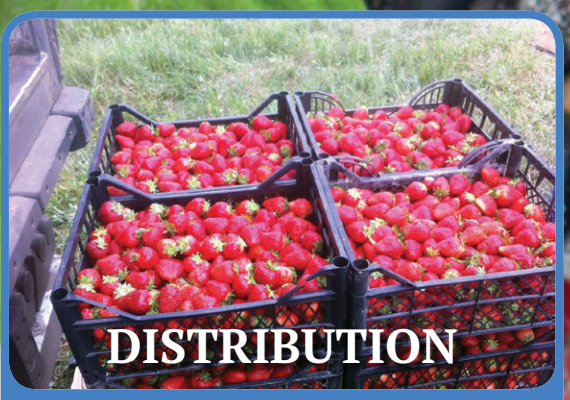
Own berry fields on which we and our partners grow various berry crops

FACTORIES

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

in berries we trust

Ukrainian **Fresh&Frozen** Products



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