PROFIHORT MAGAZINE I ISSUE 07

ProfiHort

ОРГАНІЧНІ ЯГОДИ –
ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ

ІННОВАЦІЇ В ЦЕНТРІ УВАГИ FRUIT LOGISTICA

РОЗВИВАТИ НЕ МОЖНА ЗАМОРОЗИТИ!

СВІТОВИЙ РИНОК ЯБЛУК, ЧАСНИКУ ТА КАРТОПЛІ

«ФРУКТИ. ОВОЧІ. ЛОГІСТИКА» – ВАРТО ВІДВІДАТИ!

Інтернет-продажі в Азії зростатимуть

MAX CROP SYSTEM – ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЯГІДНОЮ ФЕРМОЮ!

SCAN ME

PROFESSIONAL & PROFITABLE HORTICULTURE

16-18 квітня 2019

flower expo ukraine

XIII Міжнародна спеціалізована виставка квіткового бізнесу, садівництва, ландшафтного дизайну та флористики в Україні

Міжнародний виставковий центр, Броварський пр-т, 15, м. Київ

Організатори:

ТОВ «Компанія »Місто Мрії»
«Company «City of dreams», Ltd
exhibition@cityofdreams.com.ua

Nova Exhibitions B.V.
info@nova-exhibitions.com
www.nova-exhibitions.com

Під патронатом:

Союз Українських Квіткарів
Flower Council of Ukraine

www.flowerexpo-ukraine.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

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 №7 - Лютий 2019

ПОДІЇ

09 Інновації в центрі уваги Fruit Logistica

13 Конференція «ProfiHort Investment Forum: переробка та експорт-2019»

15 Чому потрібно відвідати подію «АгроВесна 2019»?

17 4-6 грудня Fresh Business Expo 2018 року вітала своїх учасників та відвідувачів в МВЦ!!!

21 В Києві відбулась II Міжнародна виставка продовольчої продукції Ukrainian Food Expo

25 Вектор на експорт та нові ринки: підсумки п`ятнадцятої міжнародної конференції «Овочі та фрукти України-2018»

АКТУАЛЬНО

31 Продажі через інтернет в Азії зростатимуть

33 Теплиця в гіпермаркеті Ашан

34 Нідерланди як центр міжнародної торгівлі

36 Max Crop System – інтелектуальне управління ягідною фермою!

ЯГОДИ

39 Вирощування чорниці на кокосовому субстраті

41 Виробництво та реалізація органічних ягід як системний бізнес — проблеми та шляхи вирішення

ЗМІСТ

ProfiHort Magazine №7 - Лютий 2019

ІНТЕРВ'Ю

45 Сергій Бойко: «Наші тепличні господарства продають продукцію за кордон у жорстких умовах»

ПОДІЇ

48 Захищений ґрунт України: стан, проблематика та перспективи розвитку

УПАКОВКА

49 Нові готові до вживання овочеві продукти

ТЕХНОЛОГІЇ

51 Діджитал холодильник – майбутнє реклами

52 Чіпси з крупних яблук Стратегія win-win в дії

54 Менше міді для захисту рослин

САДІВНИЦТВО

55 Виробництво Пінк Леді® зростатиме й надалі

ОГЛЯД РИНКІВ

57 Світовий ринок яблук

63 Європейський ринок картоплі

68 Світовий ринок часнику

75 Світовий ринок лохини

СЛОВО РЕДАКТОРА

Ми створили черговий номер журналу ProfiHort для Вас! Сподіваємося, інформація в ньому, як й інша наявна на наших ресурсах, допоможе вам оперативно зорієнтуватися у світі плодоовочевого бізнесу, робити ваші дії більш продуктивними та раціональними, зменшувати ризики й сприяти більшій дохідності вашої діяльності.

Цьому номеру ми дали неоднозначну назву «Розвивати не можна заморозити», навмисно упустивши у ній розділовий знак. Мова йде про сучасний стан тепличної галузі в Україні та країнах довкола нас. В Україні у поточному сезоні через «неліквідність» тепличного виробництва, спричинену високою вартістю енергоносіїв та, відповідно ви-

сокою собівартістю продукції, було заморожено понад третину площ стаціонарних теплиць. Тому у зимовий період ми щодо тепличних томатів, огірків, перцю, баклажанів є імпортозалежними.

Щоб вирощувати тепличну продукцію зимою в умовах України ми потребуємо більшої кількості енергетичних затрат порівняно із європейськими країнами та країнами Середземномор'я. Тому без лояльної політики з боку держави відносно тепличної галузі нам важко обійтися. Полегшити нашу участь могла б державна програма, спрямована на здешевлення вартості газу для тепличних комбінатів власного видобутку та фінансові програми розвитку, але у сучасних реаліях це малоймовірно.

Проте, якщо взяти до уваги сектор плівкових теплиць закритого ґрунту, то він не скорочує свої площі та удосконалює технології.

Приємно, що деякі наші фахівці закритого ґрунту працюють міжнародними консультантами в країнах на схід від нас, але хочеться, щоб вони більше спрямовували свої зусилля та знання на розвиток тепличної індустрії саме нашої країни.

Тому нам треба рухатися лише в бік піднесення економіки, розвиваючи та примножуючи, а не заморожуючи свої виробничі потужності, бо лише таким чином ми зможемо залишитися на геополітичній карті світу!

Видавництво «ProfiHort»

Журнал розповсюджується в електронній формі без обмежень.

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

Телефон:
+38 096 907-12-07
+38 097 886-31-46

profihort@gmail.com

www.profihort.com

/profihortmedia

VIP INVITATION ● FRESH FRUITS IN CHINA

FRUIT EXPO 2019

2019 Guangzhou Int'l Fruit Expo

June, 27th-29th | China Import & Export Fair Complex | www.fruit-expo.com

ІННОВАЦІЇ В ЦЕНТРІ УВАГИ FRUIT LOGISTICA

Представляємо десятку номінантів премії Fruit Logistica Innovation Award 2019

Найвищу нагороду для сектору свіжих продуктів Fruit Logistica Innovation Award (FILA) буде презентовано 8 лютого 2019 року в Берліні. Більше 77000 відвідувачів з більш ніж 130 країн матимуть можливість проголосувати за інновацію року протягом двох перших днів заходу.

«FLIA вважається найважливішою галузевою нагородою», – запевнила старший продукт-менеджер Fruit Logistica Мадлен Місеріус (Madlen Miserius). *«Супроводжувана гучним медіа-висвітленням вона дає визнання новим продуктам, послугам або технічним рішенням, які призначені для просування світової промисловості свіжих продуктів вперед, від виробництва до місця продажу».*

Десять кандидатів, відібраних групою експертів з більш ніж 70 пропонованих, представлені в переході між павільйонами 20 і 21. Саме тут буде оголошено переможців 8 лютого 2019 року о 14:30, відзначаючи 14-й раз FLIA.

Номінантами є:

– Avocado Pitter 300-AVC, CTI Food Tech (Італія): запатентована машина для видалення насіння авокадо. Вона направляє і транспортує до 300 авокадо за хвилину в спеціальний резервуар, де плоди розташовуються вертикально і розрізаються на дві половини. Штифт потім видаляє насіння.

– Oriental Red® – Red Kiwifruit, Jingold (Італія): червоне ківі Донг-Гонг з Китаю з унікальними органолептичними характеристиками і відмінною лежкістю. Показник від 20 до 21 за Бріксом у поєднанні з тропічним екзотичним післясмаком роблять їх дуже популярними.

– Fred – the pear, VariCom (Switzerland): червонобокий сорт груші в преміум-сегменті, що характеризується одномірністю плодів, хрусткою текстурою і консистенцією, а також приємним балансом цукрів і кислот. Він не тече і має оптимально збалансований хрумкіт і соковитість.

– DCM Viscotec Blue, De Ceuster Meststoffen (Бельгія): висококонцентроване, водорозчинне, без запаху і зручне у дозуванні добриво (м'який гель) для застосування в органічному сільському господарстві та садівництві. Високий вміст азоту, калій і амінокислоти стимулюють кореневу систему, а також поглинання поживних речовин і загальний ріст рослин.

– Modula, Roter Italia (Італія): електронна сівалка з гнучкими проколюючими елементами для розміщення оптимальної кількості насіння в ґрунті на оптимальних відстанях. Активація або деактивація відбувається безпосередньо на дисплеї.

– *Top-sealable compostable, recyclable strawberry punnet, CKF* (Канада): целюлозний лоток для суниці (350-400 грамів), що закривається зверху, придатний для компостування і повторної переробки. Завдяки герметичній плівці упаковка містить лише найменшу можливу кількість пластику. Це забезпечує високий рівень захисту, гарну видимість продукту і триваліший термін зберігання.

– *PerfoTecO2Control, PerfoTec* (Нідерланди): система захисного газу CO2, придатна для всіх пакувальних машин, з запатентованою газопровідною трубкою. Регульована газова суміш CO2, кисню та азоту адаптована до індивідуальних вимог дихання відповідних фруктів і овочів.

– *Redlander, Bejo* (Нідерланди): червоний гібрид цибулі майже повністю стійкий до несправжньої борошнистої роси. Свіжий і соковитий, з гарною якістю шкірки і світлим забарвленням середини, насіння доступне як органічне, так і звичайне в упаковках різного розміру. Вважається, що володіє особливо гарною врожайністю і лежкістю.

– *Softripe Ripening Technology, Frigotec* (Німеччина): повністю автоматична технологія дозрівання для бананів та інших тропічних фруктів, в якій вони дозрівають однорідно і природно відповідно до їх біології. Можна досягнути різного ступеня стиглості та поліпшення якості плодів.

– *Slide Valeriana Eco, Hortech* (Італія): електроприводний комбайн для збирання салату корн (рапунцель, валеріанелла) зі спеціальною конвеєрною системою для оптимізації транспортування. Великий радіус повороту 75 градусів гарантує найвищу якість різання. Асинхронні двигуни і силові батареї забезпечують екологічність у роботі.

Джерело: *www.fruitnet.com*

АгроВесна починається

19-21 лютого 2019

Разом з міжнародними виставками

Agro Animal Show

ЗЕРНОВІ технології

ФРУКТИ ОВОЧІ ЛОГІСТИКА

МВЦ, Київ

М ЛІВОБЕРЕЖНА

21 000 м² ВИСТАВКОВОЇ ПЛОЩІ

ПОНАД 500 УЧАСНИКІВ

БЛИЗЬКО 150 ІНОЗЕМНИХ КОМПАНІЙ

7 НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКСПОЗИЦІЙ

БІЛЬШЕ 30 ДІЛОВИХ ІВЕНТІВ

18 000 ВІДВІДУВАЧІВ

Фрукти. Овочі. Логістика

МІЖНАРОДНА ВИСТАВКА ПРОМИСЛОВОГО ОВОЧІВНИЦТВА, САДІВНИЦТВА ТА ВИНОГРАДАРСТВА

Найбільший в Україні системний виставковий проект сучасних аграрних технологій в промисловому овочівництві, садівництві та виноградарстві, презентація технологічного та інвестиційного потенціалу плодоовочевої галузі.
Виставка професійного ділового спілкування, яка об'єднує всіх учасників українського плодоовочевого бізнесу для вирішення проблем, які виникають на всіх етапах виробництва і логістики: від поля і саду до споживача.

www.freshexpo.kiev.ua

Одночасно ви матимете змогу відвідати експозиції виставок «**Зернові технології**» та «**AgroAnimalShow**»

Організатор: Київський міжнародний контрактовий ярмарок

+380 44 490 64 69 e-mail: agro@kmkya.kiev.ua Agrovesna.vystavka

КОНФЕРЕНЦІЯ «PROFIHORT INVESTMENT FORUM: ПЕРЕРОБКА ТА ЕКСПОРТ-2019»

Проект ProfiHort Media вже вдруге поспіль збирає керівників та власників плодоовочевого бізнесу, а також тих, хто незабаром планує інвестувати у галузь, на Національний плодоовочевий форум «ProfiHort Investment Forum: переробка та експорт-2019», який проходитиме 15-го лютого на базі заводу із заморозки та переробки плодоовочевої продукції ТОВ "Malyn Factory" (м. Малин, Житомирська обл.).

Захід організований за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), наданої у рамках проекту USAID «Підтримка аграрного і сільського розвитку».

Мета заходу — традиційний обмін досвідом з вирощування, заморозки, переробки, доробки і експорту ягідної, плодової та овочевої продукції і вироблення спільних форматів співпраці.

Основні напрями, які цього разу розглядатимуть на заході:

– виробництво та експорт замороженої продукції;
– експорт свіжої плодоовочевої продукції;
– сертифікація HACCP та GlobalG.A,P. для виробничих та переробних підприємств;
– контроль залишків пестицидів у ґрунті та продукції;
– фінансові інструменти забезпечення функціонування галузі;
– обладнання для заморозки та переробки;
– сховища для зберігання свіжої та замороженої плодоовочевої продукції;

– матеріально-технічні ресурси для виробництва високоякісної конкурентоздатної плодоовочевої продукції.

Представники компаній-доповідачів презентують найсучасніші ресурси та послуги, які забезпечують виробництво, переробку, зберігання та збут високоякісної української плодоовочевої продукції, конкурентної на всіх, без винятку, ринках.

ТОВ «Malyn Factory» представить:

– механізми допомоги фермерам наявними послугами фабрики;
– інвестиційні напрями: спільне будівництво сховищ та розширення інфраструктури на партнерських умовах;
– давальницькі схеми зі заморозки, переробки та доробки продукції;
– спільний експорт органічної та конвенційної продукції;
– демонстрація роботи обладнання для заморозки, доробки та переробки продукції.

До участі у заході запрошуються керівники і власники плодоовочевого бізнесу, а також тих, хто незабаром планує інвестувати у галузь!

Учасники матимуть можливість отримати неупереджену інформацію, як кажуть із перших вуст, про специфіку виробництва, переробки та експорту плодоовочевої продукції з України та яким чином взяти участь у цьому безпосередньо і отримати прибуток у вигляді доданої вартості.

Детальніше про захід: https://www.facebook.com

Учасникам пропонується зробити оргвнесок розміром 500 грн задля забезпечення їхнього дозвілля.

Для участі заповніть форму: https://goo.gl/forms/VBopbazolNZiDTWy2

Довідки за тел.: +380969071207; +380978863146 та e-mail: profihort@gmail.com

ЧОМУ ПОТРІБНО ВІДВІДАТИ ПОДІЮ «АГРОВЕСНА 2019»?

Запрошуємо відвідати «Фрукти. Овочі. Логістика», найбільший в Україні виставковий проект сучасних аграрних технологій в овочівництві, промисловому садівництві та виноградарстві, презентація технологічного та інвестиційного потенціалу плодоовочевої галузі.

Не за горами початок нового сільськогосподарського сезону! Саме час до нього активно готуватись! Вже за місяць з 19 по 21 лютого Києві відбудеться унікальна виставкова подія агросектору України – «АгроВесна 2019», яка об'єднує 3 міжнародні виставки: «Фрукти.Овочі.Логістика», «Зернові технології» та Agro Animal Show.

Виставки у цифрах:

– 28 000 кв.м виставкової площі
– понад 530 провідних компаній
– 23 країни-учасниці
– 7 національних та 2 колективні експозиції
– близько 15 ділових заходів
– 18 000 відвідувачів

Виставкова експозиція представлятиме:

– в рамках виставки«Зернові технології»:

обладнання для зберігання та переробки зернових та олійних культур, виробництва комбікормів, обладнання для елеваторів та хлібоприймальних пунктів, мукомельної, круп'яної промисловості, навантажувально-розвантажувальну техніку, насіннєвий матеріал, засоби захисту рослин, лабораторне та

ваговимірювальне обладнання, техніку та технології для виробництва зернової продукції, біоенергетику.

Серед учасників виставок такі відомі компанії: Bonfanti, Buhler, Convex, Elvorti, Euralis Ukraine, Farmet, Gaspardo, GSC, JCB, KMZ Industries, Precia Molen, Prograin, Riela, Stoller, Tornum, Symaga Silos, Warrior Mfg, «Агроскоп Інтернешнл», «Агропромислова компанія «Маїс», «Берянські жниварки», «Варіант Агро Буд», «Деметра-Агро», «Елеваторні системи», «Зернова Столиця», «Лозовські машини», «Лубнимаш», «МЗЕО», «Мінераліс Україна», компанія «Маїс», «Оліс», «Рост Агро», «Селекта», «ХЗЗО», «Югелеватор» та інші.

– в рамках виставки«Фрукти. Овочі. Логістика»:

різноманіття насіннєвого матеріалу з представленими новими колекціями сортів і гібридів овочевих культур, сільськогосподарську техніку, обладнання для крапельного зрошення, фертигації, транспортування, зберігання та пакування продукції, логістику, добрива, промислове садівництво, інформаційні технології та сервіс.

Серед учасників виставок такі відомі компанії: «Агріматко», «АГРО-ЕТАЛОН», «Брусвяна», «БТУ-Центр», «ВІТЕРА Україна», «Дельта-Агро», «Евкалипт Р», «Кронен», «МАС Системз», НВЦ «Реаком», НПП «Інсолар», НФП «Тирас», «Промстан», «Український Аграрний Ресурс», «ФруТек», «Ярило» та інші.

– в рамках виставки Agro Animal Show:

техніку та обладнання для тваринницької галузі, будівництво тваринницьких комплексів; корми, ветеринарні препарати, засоби діагностики, генетичний матеріал, технології утилізації відходів, техніку та обладнання для утримання та годування тварин,

новітні науково–технічні розробки від профільних інститутів. Серед учасників виставок такі відомі компанії: Aco Funki, Agrotechnika, Bauer, Biochem, Bioret Agri, Breeders of Denmark, DeLaval, Farmer Atlantic, GEA, Hog Slat, Josera, Probio, Shaumann, SKOV, Tekro, Wesstron Produkt, «Фрайт» та інші.

Місце проведення:

Міжнародний Виставковий Центр, м.Київ, Броварський пр.-т,15, метро Лівобережна.

Години роботи виставок:

19-20 лютого – з 09:00 до 17:00
(вхід для відвідувачів до 16:30),
21 лютого – з 09:00 до 16:00
(вхід для відвідувачів до 15:30).

Слідкуйте за новинами на сайтах:

– «Зернові технології»: www.grainexpo.com.ua
– «Agro Animal Show»: animal-show.kiev.ua
– «Фрукти.Овочі.Логістика»: www.freshexpo.kiev.ua

Сторінка події у FB: www.facebook.com

Замовлення безкоштовного запрошення:
http://invitation.kiev.ua

4-6 ГРУДНЯ FRESH BUSINESS EXPO 2018 РОКУ

ВІТАЛА СВОЇХ УЧАСНИКІВ ТА ВІДВІДУВАЧІВ В МВЦ!!!

У вівторок 4 грудня Fresh Business Expo всьоме розпочала роботу

Організатори плідно працювали над вдосконаленням виставки, додаючи нові сектори, збираючи професійну аудиторію та створюючи актуальні семінарські програми.

Офіційне відкриття відбулося о 10:30. Присутні: Каролін Спаанс - Радник з питань сільського господарства Посольства Королівства Нідерландів в Україні, Карло Ферарі - директор Агентства зовнішньої торгівлі Італії в Україні, Олександр Хорев - Керівник проекту «АПК-Інформ: овочі і фрукти», Ірина Слободянюк – президент «Компанії «Місто Мрії», Куно Якобс – директор Nova Exhibitions B.V.

За три дні роботи виставки її відвідало 3286 особи. 100 компаній з 11 країн світу (Німеччина, Нідерланди, Швеція, Італія, Польща, Туреччина, Словаччина, Бельгія, Чеська Республіка та Україна) представили свою продукцію та послуги на виставці.

Звертаємо увагу, що у 2018 році в рамках виставки Fresh Business Expo були проведені безкоштовні семінари, присвячені тепличним технологіям. Програма була орієнтована на малі та середні господарства. Спікери з багаторічним досвідом, серед яких Олександр Кияновський, Олена Болтовська, Олександр Субін, Антон Булигін та Валерій Грищук розказували про:

– будівництво теплиць,
– виробництво посадкового матеріалу,
– особливості органічних добрив,
– методи боротьби зі шкідниками та ін.

Створення такої тематичної семінарської програми пов'язано із додаванням тепличного сектору. Організатори вбачають значний попит на дану діяльність. 94 зацікавлені слухачі відвідали семінари з метою ознайомлення із новими технологіями, вдосконалення знань, пошуку партнерів та клієнтів тощо.

Традиційно, в рамках виставки, було проведено щорічну конференцію «Овочі та фрукти України-2018. Вектор на експорт», «Восьмий міжнародний торговий форум. Рітейл-центр», організаторами яких є Проект «АПК-Інформ: овочі та фрукти». У рамках даної конференції, у співорганізаторстві з Українською плодоовочевою Асоціацією, було також проведено Експортний торговий форум, у якому брали участь близько 10 компаній-імпортерів з Азії, Близького Сходу та ЄС.

Нагадуємо, що Fresh Business Expo провідна міжнародна подія B2B формату всієї галузі плодоовочівництва в Україні. Виставка присвячена технологіям вирощування, обробки, зберігання,

переробки та маркетингу такої продукції як овочі, фрукти та ягоди.

Щороку виставка підтверджує, що є чудовим додатковим маркетинговим інструментом для компаній, що займаються встановленням та зміцненням такого 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.

Організатори Fresh Business Expo хотіли б подякувати всім учасникам та відвідувачам за успіх Fresh Business Expo 2018! «Ми з нетерпінням чекаємо на Вас у наступному році».

Долучайтеся до Fresh Business Expo 2019 з 3 по 5 грудня! Ви отримаєте багато вигідних знайомств та особливих можливостей! Будемо раді допомогти вам ставати кращими!

Детальніша інформація на:
www.freshbusiness-expo.com

Короткий відеоогляд виставки Fresh Business Expo включно із Greenhouse Technologies та конференції «Овочі та фрукти України-2018. Вектор на експорт» можна подивитися за посиланням:
https://www.facebook.com

Фотоогляд 1-го дня виставки можна переглянути за посиланням: *https://www.facebook.com*

Фотоогляд 2-го дня виставки можна переглянути за посиланням: *https://www.facebook.com*

Фотоогляд 3-го дня виставки можна переглянути за посиланням: *https://www.facebook.com*

12-14 березня

Форум фермерських технологій

ВИРОЩУВАННЯ

Вирощування урожаю у відкритому грунті, теплицях, садах, ягідниках, виноградниках.

ЗБЕРІГАННЯ

Зберігання та первинна обробка врожаю.

ПЕРЕРОБКА

Заморозка, сушка, сублімація. Послуги з оренди переробних потужностей підприємств.

ЗБУТ

Зв'язки з рітейлом, закладами громадського харчування та харчовими підприємствами.

СТАРТУЄМО РАЗОМ!

Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза» — нова локація на Житомирській трасі.

20 хв.	35 хв.	35 хв.	70 хв.
до метро «Житомирська»	до центру Києва	до залізничного вокзалу	до аеропорту «Бориспіль»

КИЇВ ЕКСПО ПЛАЗА

ЗАПРОШУЄМО ВІДВІДАТИ!

Замовлення запрошень на сайті www.fermerua.com або за телефоном гарячої лінії +380 (44) 461-9121

www.fermerua.com | facebook.com/fermer.forum | Організатор EURO INDEX

В КИЄВІ ВІДБУЛАСЬ II МІЖНАРОДНА ВИСТАВКА ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ UKRAINIAN FOOD EXPO

З 12 по 14 грудня у Києві відбулась II Міжнародна виставка продовольчої продукції Ukrainian Food Expo

Цього року міжнародна подія зібрала 150 експонентів і 3200 відвідувачів, серед яких 1920 представників бізнесу з 46 країн світу та 1280 киян і гостей міста. Організатором виступила Рада з питань експорту продовольства (UFEB).

Тематика виставки охопила всі групи продовольчих товарів від економ до преміум сегменту, включаючи як традиційні, так і нішеві продукти — бакалія, молоко та молочні продукти, м'ясо та птиця, кондитерські та хлібобулочні вироби, риба та морепродукти, олійно-жирова продукція, овочі та фрукти, напої. Крім цього, в рамках виставки діяли окремі експозиції виробників крафтової і фермерської продукції, постачальників обладнання, технологій та послуг для харчової промисловості.

Єдиний в Україні «продовольчий хаб» став своєрідним майданчиком 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.

Своєрідною новинкою цьогорічного заходу стала опція «Пропоную/Шукаю» — зручна система оперативного обміну контактами під час виставки. Завдяки чому, на екранах виставки можна було швидко знайти потрібний продукт/послугу, а також залишити свій запит з контактами.

Максимально продуктивний бізнес-нетворкінг на виставці забезпечила функція мобільного додатку, де єдиним кліком можна було зконтактувати з експонентом, відшукати його стенду на плані, а також ознайомитися з діловою програмою та списком бізнес-відвідувачів.

Кожен учасник заходу мав змогу представити свою продукцію та новинки, а також поспілкуватись з кінцевими споживачами.

Ділова програма виставки охопила 12 бізнес-заходів: «М'ясний бізнес 2018», «Confectionery & Bakery 2018», «Milk Processing 2018», «Beef Conference 2018», «Бакалія 2018», «Fish & Seafood 2018», «Fruits, Berries & Vegetables», IV Конгрес експортерів «Ukrainian Food 2018», семінар «Експорт олії з України», а також форуми: «Made in UKRAINE: експортні практики в агробізнесі», «Експорт агропродовольчої продукції», «VI Українсько-німецький форум харчових продуктів».

Так, учасники та відвідувачів мали змогу ознайомитися з перспективами розвитку продовольчого ринку, перейняти досвід успішних бізнес-кейсів, отримати нові рішення та корисні поради експертів.

– IV Конгрес експортерів «Ukrainian Food 2018» цього року був присвячений темі: «Міжнародний маркетинг – ключова потреба зовнішніх ринків». Адже в наш час міжнародний маркетинг став необхідною передумовою для досягнення успіху підприємства на зовнішньому ринку.

Алі Булут, Міжнародна спілка бізнесменів України та Туреччини представив перспективи відносин між Україною та Туреччиною в агропродовольчому сегменті, розповівши про стан аграрного бізнесу Туреччини, державну підтримку експорту, кредитування фермерів та досвід Туреччини у просуванні своєї продукції. «Ми ставимо за мету до 2025 року потрапити до списку ТОП-5 аграрних країн світу (нині Туреччина посідає 10-11 місце). Плануємо збільшити аграрний ВВП до 150 млрд дол. (порівняно з нинішнім показником — 63 млрд дол.). Аграрний експорт має перевищити 40 млрд дол.», — зазначив він.

Роман Колядюк, Advertising & Marketing Group COMPASS поділився секретами створення правильної упаковки експортного продукта, яка приверне увагу потенційних споживачів на міжнародних ринках. Ріта Поліщук, Global Ukrainian Distribution, Investment and Trading розповіла про маркетинг продуктів харчування у Східній Африці, а Юрій Луценко, Consulting integrated висвітлив особливості японського маркетингу та його специфіку для фуд та агросектору.

– У третій день роботи виставки відбулася конференція «Fruits, Berries & Vegetables», під час якої учасники дізнались про прогнози виробництва та цін на продукцію садівництва, особливості заморозки фруктів та ягід, інвестиції в ягідну галузь України та перспективи експорту цієї продукції до Європи.

Олександр Кудін, T.B. Fruit розповів про замкнений цикл виробництва ягід і фруктів: від вирощування сировини до експорту. За його словами, Україна має значні експортні можливості і протягом наступних 5-10 років може стати лідером з вирощування плодово-ягідної продукції.

Бенно Грімберг, FoodTechLink та Андрій Марущак, Incools Engineering висвітлили тему інновацій та світових тенденцій в розвитку обладнання для заморозки ягід і фруктів. Максим Білозьоров, компанія «Галфрост» виступив із доповіддю про інтегрований ягідний бізнес.

Три дні міжнародної виставки продовольчої продукції Ukrainian Food Expo були насиченими та плідними. Кожен учасник мав змогу висловити свої побажання та зауваження, які були прийняті до уваги організаторами. У 2019 році очікуйте оновлений формат заходу, який максимально буде спрямований на b2b та збільшення представників бізнесу: іноземних байєрів, HoReca та Retail. Почніть розвивати свій бізнес разом з нами!

Джерело: Прес-служба Ради з питань експорту продовольства (UFEB)

Короткий відеоогляд виставки та конференції «Fruits, Berries & Vegetables» можна подивитися за посиланням: *www.facebook.com*

Фотоогляд 1-го дня виставки можна переглянути за посиланням: *www.facebook.com*

Фотоогляд 2-го дня виставки можна переглянути за посиланням: *www.facebook.com*

Фотоогляд 3-го дня виставки можна переглянути за посиланням: *www.facebook.com*

ВЕКТОР НА ЕКСПОРТ ТА НОВІ РИНКИ: ПІДСУМКИ П`ЯТНАДЦЯТОЇ МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «ОВОЧІ ТА ФРУКТИ УКРАЇНИ-2018»

З 4 по 6 грудня в Києві відбулася провідна подія плодоовочевої галузі не тільки України, але й країн СНД, та навіть ЄС – п`ятнадцята міжнародна конференція «Овочі та фрукти України-2018. Вектор на експорт»

Традиційно конференція проходила у рамках єдиної в Україні виставки для професіоналів плодоовочевого бізнесу – Fresh Business Expo 2018. Партнерами події цього року виступили Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (FAO) та Українська плодоовочева асоціація (УПОА).

Понад 250 делегатів з Австралії, Білорусі, Німеччини, Індії, Іспанії, Італії, Молдови, Польщі, Швеції та, звісно ж, України, зібралися в залі, щоб дізнатися про найактуальніші теми агробізнесу, почути про перспективи розвитку сектору у другій половині сезону-2018/19, поговорити про інноваційні рішення у виробництві, зберіганні, паку-

ванні тощо, а також розглянути тенденції у міжнародній торгівлі овочами, фруктами і ягодами в Україні. Тож, пропонуємо підсумувати всі виступи спікерів, експертів та знавців і розглянути ситуацію в кожному окремому секторі.

ОВОЧІ ТА КАРТОПЛЯ

В поточному сезоні в Україні спостерігається суттєве зменшення виробництва овочів борщового набору, що стало результатом як скорочення посадкових площ під цими культурами, так і негативного впливу погодних катаклізмів. Підтвердженням цього є ціни, які наразі значно перевищують минулорічні показники. Про це йшлося у доповіді Олександра Хорева, керівника проекту «АПК-Інформ: овочі та фрукти». Втім, подібна ситуація спостерігається і в сусідніх країнах, а також в більшості країнах ЄС, що дає можливість Україні активно нарощувати обсяги експорту. Зокрема, майже вдвічі збільшились об'єми постачання білоголової капусти. Крім того, експорт цибулі, яка стала справжнім трендом сезону-2018/19, вже сягнув рекордних показників за всю історію незалежності України. При цьому активний попит з боку експортерів провокує і небувало високі ціни на цю продукцію, що, на думку спеціалістів, вже наступного

сезону може привернути увагу до вирощування даної культури «шукачів швидких грошей».

Втім, на думку Андрія Ярмака, економіста інвестиційного центру FAO, на сьогоднішній день ніша овочів борщового набору в Україні не заповнена, адже більшість українських виробників роблять ставку на об`єми, а не на якість. Тож, здатні запропонувати покупцеві скоріше сировину, ніж готовий продукт належної якості, що значно зменшує можливість системного експорту не в умовах зменшення власного виробництва у країнах-імпортерах.

Що стосується сегменту тепличних овочів, то тільки за останні 4 роки площі під стаціонарними теплицями в Україні скоротилися майже вдвічі. Такі дані навела комерційний директор ТД «Калинівка-Преміум» Людмила Налбат. Цю тенденцію експерт пояснила в тому числі і доволі жорстокою конкуренцією з боку імпортних огірків та томатів з Туреччини. Тож, на думку пані Налбат, повноцінно відновити цей сектор можливо тільки за допомогою підтримки з боку держави, в тому числі у вигляді введення певних обмежень на імпорт тепличних овочів до України.

В секторі картоплі зберігається тенденція до скорочення виробництва в комерційному сегменті. Тож, основний обсяг валового збору припадає на дрібні господарства та господарства населення, що відповідним чином відображується на якості врожаю. Крім цього, через несприятливі погодні умови обсяги врожаю також скоротилися. В результаті на сьогоднішній день ціни на якісну картоплю вже в середньому в 1,5 рази вищі, ніж в аналогічний минулорічний період. Проте, за даними галузевих експертів, перспективним напрямком цього сегменту залишається переробка. З цією думкою згодні і самі крупні гравці ринку, які активно будують переробні заводи.

НІШЕВА ПРОДУКЦІЯ

Не оминули увагою і сектор нішевих культур. Зокрема, згідно з даними Максима Єнченка, експерта грибного ринку, в Україні доволі успішно розвивається сектор вирощування грибів. При цьому, попит на цю продукцію залишається доволі високим як на внутрішньому ринку, так і з боку експортерів. В результаті, щорічно Україна експортує близько 500 тонн грибів і має всі шанси збільшити ці показники.

Ще однією не опанованою нішею так і залишається сектор часнику, про що йшлося у презентації Сергія Паращенка, директора компанії «Чистий продукт». Тож, більшу частку пропозиції на українському ринку і досі складає китайська продукція.

Крім того, чимало часу було приділено бджільництву. Мирон Пундор, експерт сектору, розповів як про стан міжнародного ринку бджільництва, так і про перспективи сегменту в України. При цьому, спеціаліст вкотре наголосив, що, попри розповсюджений стереотип, головним продуктом сектору, що приносить найбільший прибуток, є зовсім не мед.

ФРУКТИ ТА ЯГОДИ

Найбільш палкі дискусії розгорнулися саме під час обговорення плодово-ягідного сектору. За даними галузевих експертів, тренд збільшення споживання ягід продовжує панувати у світі. В той час як глобальний ринок яблук демонструє стагнацію, динаміка споживання ягід залишається позитивною. За словами Ірини Кухтіної, президента Асоціації «Ягідництво України», ягоди утримують звання «суперфуду сьогодення».

Споживачі у розвинених країнах надають перевагу саме ягодам тому, що вони не просто смачні та корисні, але й значно зручніші в якості перекусу, враховуючи шалений темп життя.

В Україні також зростає як виробництво ягід, так і внутрішнє споживання. Проте з експортом ситуація залишається досить складною. На думку Андрія Ярмака, економіста інвестиційного центру FAO, сезон експорту свіжої малини в Україні в поточному році можна вважати провальним. Але є й хороші новини. Лохина, яка є найбільш експортною культурою, не тільки користувалась активним попитом з боку експортерів, але й підкорила нові зовнішні ринки, зокрема - Сінгапур, що стало можливим завдяки активній співпраці FAO, ЄБРР та Української плодоовочевої асоціації (УПОА).

Втім, «найгарячішою» темою все ж таки були яблука. В поточному сезоні виробництво цих фруктів в Україні стало одним з найбільших, що призвело до досить серйозних проблем з реалізацією. Через малоактивний попит з боку переробників та вкрай низькі ціни на промислове яблуко садівники навіть лишали певну частку врожаю в садах, адже вважали їх збирання нерентабельним. Ситуація на свіжому ринку не надто краща – темпи збуту на внутрішньому ринку досить кволі. Проте, в плані експорту поточний сезон можна без перебільшення вважати справжнім проривом: українське яблуко уже підкорює ринки Сінгапуру, Сенегалу, Катару, Індонезії та має всі шанси попанувати ринок Індії.

МАРКЕТИНГ

Яку б культуру не обговорювали експерті, всі вони сходилися в одному: бізнес-план в аграрному секторі, якій не містить статті витрат на маркетинг, приречений на провал. Вимоги покупців як європейських, так і українських, стають дедалі жорсткі-

шими. Вони все більше звертають увагу не тільки на якість продукції, але й на зручність упаковки, на її безпечність як для здоров'я, так і для довкілля. Більш того, вже невдовзі основні тенденції будуть задавати споживачі покоління Z, які прагнуть купувати продукти, не відволікаючись від гаджетів та витрачаючи на це мінімум часу.

ТОРГОВИЙ ФОРУМ

Родзинкою ювілейної конференції стало проведення одразу двох торгових форумів. 5 грудня українські виробники мали змогу провести прямі переговори з найбільшими азійськими байєрами, які приїхали до Києва завдяки зусиллям і підтримці FAO, ЄБРР та УПОА. Найбільшу зацікавленість імпортери проявляли в закупівлі десертного яблука, здебільшого

червоних сортів. При цьому особливу увагу вони приділяли питанню сортування та пакування.

Наступного дня, 6 грудня, відбувся вже традиційний «Рітейл-центр», в рамках якого постачальники свіжих та заморожених овочів, фруктів та ягід зустрілися з провідними українськими роздрібними мережами, а також з компаніями, які спеціалізуються на імпорті та експорті. Варто також зазначити, що серед байєрів в цьому році були присутні і переробники, які мали на меті знайти партнерів на наступний сезон.

Команда «АПК-Інформ: овочі та фрукти» щиро вдячна всім партнерам та учасникам за активну участь, бурхливі дискусії та продуктивні обговорення. Нам дуже приємно бачити таку кількість професіоналів, яким не байдужа подальша доля плодоовочевого сектору України, які прагнуть докласти максимум зусиль, щоб цей сегмент мав тільки позитивні тенденції розвитку. Ми разом з вами щиро віримо, що Україна не тільки здатна забезпечити внутрішній ринок якісними овочами, фруктами та ягодами, але й відкрити нові горизонти та продовжити експансію на світовий арені!

Джерело: www.fruit-inform.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 67 703-15-10, +38 096 907-12-07
ukrainianfreshvalley@gmail.com

ПРОДАЖІ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ В АЗІЇ ЗРОСТАТИМУТЬ

IGD прогнозує, що онлайн торгівля в Азії зростатиме найшвидше і може подвоїтись до 2022 року

Нове дослідження від аналітиків роздрібної торгівлі прогнозує, що інтернет-канал продажу в Азії зросте на 176 млрд. доларів США до 2022 р. Вражаюче зростання на 194 відсотки від його поточного значення $ 91 млрд. доларів США.

Південна Корея, Китай і Японія тримають лідерство в онлайн торгівлі, за словами директора програми IGD Ширлі Чжу (Shirley Zhu).

«Сингапур і Тайвань також матимуть добре розвинені інтернет-канали до 2022 року, завдяки існуючій інфраструктурі та інвестиціям у роздрібний ринок. Водночас, на ринках Південно-Східної Азії продуктова електронна комерція, хоч і швидко зростає, все ще перебуває у зародковому стані», — сказав Чжу.

«Логістика і оплата будуть ключовими перешкодами, які необхідно подолати Індії та більшості країн Південно-Східної Азії. Хоча очікується, що ці

Топ онлайн-ринки в Азії до 2022 року				
Країна	**Частка ринку онлайн-торгівлі в 2017 році, %**	**Частка ринку онлайн-торгівлі в 2022, %**	**Середньорічний приріст продажів через канали онлайн-торгівлі 2017-2022 (%)**	**Збільшення онлайн-продажів 2017-2022 (млрд. дол. США)**
Китай	3,8	11,1	31	136,8
Японія	7,0	9,8	7,9	14,4
Південна Корея	8,1	13,6	15,7	9,9
Індія	0,05	0,6	87,0	5,0
Індонезія	0,1	1,5	85,0	4,5
Тайвань	4,5	7,3	14,9	1,7
Сингапур	2,5	7,8	29,0	0,4

ринки матимуть найшвидший ріст, ринкова частка інтернет-торгівлі залишатиметься невеликою».

Продажі в одному лише Китаї можуть досягти $185 млрд., збільшившись на 31%, незважаючи на те, що нині ринкова частка Південної Кореї становить 8,1%, а Китаю 3,8%.

«Фізичні ритейлери в Китаї, визнавши важливість онлайнового та цифрового каналу, співпрацюють з партнерами з електронної комерції та постачання, щоб запропонувати більш цільовий діапазон, просування та розширення своєї присутності», — зазначив директор програми.

Перевагою Південної Кореї є збільшення кількості невеликих домогосподарств, широкий доступ до швидкісного Інтернету та високий рівень довіри споживачів до здійснення онлайн-платежів.

Тим не менш, дуже малі базові показники Індії та Індонезії швидко зростатимуть (прогнозується середньорічний приріст частки ринку на 87 і 85% відповідно), а швидка інтеграція Китаю в онлайн і офлайн гарантує країні гарну позицію для забезпечення продажу.

«З мільйонами користувачів Інтернету [в Індії] і зростаючим проникненням смартфонів, електронна комерція демонструє величезний потенціал зростання і великі гравці нарощують свої плани онлайн-торгівлі», — заявив Чжу.

Для Індонезії присутність Alibaba через Lazada і Tokopedia є ключовими факторами.

Джерело: *www.fruitnet.com*

ТЕПЛИЦЯ В ГІПЕРМАРКЕТІ АШАН

Молода італійська компанія намагається змінити весь ланцюжок постачання свіжих трав і салатів

В Італії Ашан тестує встановлену у своєму гіпермаркеті теплицю. Свіжі трави і салати ростуть безпосередньо на полицях, а клієнти самі «збирають урожай»

Агрікультур (Agricooltur), молода компанія з регіону Турин, є ініціатором цієї схеми. Найближчий гіпермаркет Ашан розмістив інсталяцію на своїй торговій площадці в кінці листопада. Це вражаючий комплекс площею близько тридцяти метрів квадратних. Рослини вирощують методом аеропоніки: коріння вільно звисає і його обприскують поживним розчином.

Раніше ми повідомляли про те, що німецька компанія Інфарм (Infarm) встановила вертикальну ферму для вирощування пряних і зеленних рослин у паризькому супермаркеті Метро

Також в кінці листопада у Франції, Казино (Casino) встановило у своєму супермаркеті в Ла-Варен-Сен-Ілер (La-Varenne-Saint-Hilaire) вітрину, в якій вирощується асортимент свіжих трав. Але споживачі тут нічого самостійно беруть. Урожай збирає менеджер «Інфарм», який формує «букети» з корінням, що продаються потім на полицях.

Джерело: *www.internationalsupermarketnews.com*

НІДЕРЛАНДИ
ЯК ЦЕНТР МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Шістдесят відсотків експортного торговельного потоку свіжих фруктів та овочів надходить з-за кордону

Загалом Нідерланди щорічно ввозять 8 мільйонів тонн свіжих фруктів та овочів, а 11 млн. тонн залишає територію країни. Із загальної кількості плодоовочевої продукції, що прибуває до Нідерландів, навіть менше 20% призначено для внутрішнього ринку. Решту 80% просто транспортують в інші країни через Нідерланди, а це близько 7 млн. тонн або 60% від голландського експорту свіжих овочів та фруктів. Інші 40% (4 млн. тонн) із 11 млн. тонн вивезеної свіжої продукції було вирощено у Голландії.

ТРАДИЦІЙНИЙ ІМПОРТ / ЕКСПОРТ, РЕЕКСПОРТ, НАПІВТРАНЗИТ І ФАКТИЧНИЙ ТРАНЗИТ

Окрім імпорту свіжих фруктів і овочів для голландського ринку, а також експорту свіжих продуктів, вирощених у Нідерландах, в країну надходить великий потік, що транспортується далі за кордон. Цей потік можна розділити на три частини.

По-перше, так званий реекспорт (близько 3,7 млн. тонн). Це продукти, які проходять післязбиральну доробку в Нідерландах і (тимчасово) стають власністю голландської компанії, перш ніж їх знову експортують.

По-друге, через Нідерланди, що називається напівтранзитом, проходить великий потік продукції (близько 0,9 млн. тонн), стосовно якого здійснюються митні формальності, але він залишається власністю іноземної компанії. В основному це стосується фруктів, оскільки, напівтранзит овочів практично дорівнює нулю.

Нарешті, залишок експортного торговельного потоку припадає на фактичний транзит. Голланд-

ські транспортні компанії можуть брати участь як у напівтранзиті так і у транзиті, але продукт залишається власністю іноземної компанії. Дані щодо фактичного транзиту не збираються систематично, але, за даними Статистичної служби Нідерландів (Statistics Netherlands), це стосується значних обсягів. При ретельній оцінці фактичний транзит лише свіжих фруктів складає 2,0 млн. тонн.

ЕКСПОРТ ФРУКТІВ: МЕНШЕ 10% ГОЛЛАНДСЬКА ПРОДУКЦІЯ

Існує велика різниця у торговельному потоці за групами товарів «свіжі фрукти» та «свіжі овочі». У свіжих овочах важливість іноземного продукту є значно меншою, ніж у свіжих фруктах. У торговельному потоці експортованих свіжих овочів 80% — це голландський продукт. У категорії свіжі фрукти це навіть не 10 відсотків.

Із загального обсягу завезених свіжих фруктів і овочів на внутрішньому ринку не залишається навіть 20 відсотків, але різниця між овочами та фруктами не така значна. З усіх завезених свіжих фруктів близько 15% призначено для голландського ринку, а овочів на чверть менше.

На голландському ринку свіжих овочів домінує голландський продукт з часткою понад 90 %, а по фруктах локальна продукція становить близько 30%.

ЗНАЧЕННЯ ЄС ЗРОСТАЄ

У 2018 році значення країн ЄС для голландського експорту було більшим, ніж минулого року. До серпня частка країн ЄС становила майже 90%. Німеччина є найважливішим покупцем з часткою більше 30 відсотків.

БАНАН ЗАЛИШАЄТЬСЯ НАЙВАЖЛИВІШИМ ПРОДУКТОМ

З голландського імпорту свіжих фруктів і овочів (включно з напівтранзитом) банан посідає перше місце. Протягом 2018 року було імпортовано більше одного мільйона тонн. З них приблизно 75% реекспортується. На другій сходинці апельсин з обсягом імпорту 600 тис. тонн у 2018 році. Це трохи більше, ніж у 2017. Далі йде виноград (+3%), ананас (+16%), авокадо (+26%), грейпфрут (+8%), яблуко (+27%), диня (–2%), томат (+7%), цибуля (+15%), манго (+5%) і мандарин (+16%).

ЗРОСТАЄ ІМПОРТ З ПІВДЕННОЇ АФРИКИ

Іспанія залишається найважливішим постачальником, хоча в минулому році обсяги не зростали. З Іспанії прибуло менше апельсинів, але було завезено більше помідорів і мандаринів. Південна Африка за обсягами постачання займає друге місце, причому імпорт з цієї країни був на 10% більшим, ніж у минулому році. Менше імпортували найважливіший продукт — апельсин, але більше виноград, грейпфрут, лимон і авокадо.

Для більшої інформації:

Jan Kees Boon
Fruit and Vegetable Facts
www.fruitandvegetablefacts.com
fruitvegfacts@gmail.com

Джерело: *www.freshplaza.com*

MAX CROP SYSTEM – ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЯГІДНОЮ ФЕРМОЮ!

Система автоматизованого обліку оптимізує управляння ягідною фермою

Слідуйте в ногу з часом, будьте на рівні зі своїми закордонними конкурентами!

Уже сьогодні, використовуючи завантаження системи Max Crop на телефон і планшет, ви починаєте заощаджувати свої гроші і час з програмою Max Crop! Забудьте про віднімання часу у працівників під час збору врожаю! Викиньте непотрібну купу листів, блокнотів, сполучних і таблиць!

Max Crop це унікальна програма, що підвищує конкурентоспроможність ягідного, садівничого чи овочевого господарства, прискорює роботу і знижує вартість виробництва і управління співробітниками. Це допомагає підвищити контроль послуг і покращує планування виробничого процесу.

Max Crop зручний для користувача: інтелектуально зрозумілий для роботи в польових умовах при зборі врожаю і в офісі – все просто і швидко!

«Я вже не можу себе уявити без системи контролю врожаю, не маючи Max Crop. Без сканера і системи Max Crop, було б важко впоратися під час збору. Використання такої системи значно полегшує нагляд і контроль за співробітниками», – Hanna Moscardo Malinowski – Berry Bliss Farm.

«Max Crop головує в управлінні на нашій плантації лохини. Система є дуже надійною і простою у використанні. Вона значно допомагає самим працівникам при зборі врожаю та виконанні інших робіт, а також менеджерам, які аналізують дані, зібрані через MaxCrop», – Sandra Stefaniak – Blueberry Wielkopolska Agro-Trade.

«З впровадженням системи Max Crop на нашій фермі вдалося мінімалізувати час розрахунку заробітної плати від 30 днів до одного. Система є зрозумілою і простою у використанні, а служба підтримки працює 24 години на добу. Ми вийшли з кам'яного віку, з блокнотами і сторінками, заповнених нерозбірливим почерком і помилками та дублюванням одних і тих самих імен. Поточна обробка після збору врожаю, дозволяє негайно проаналізувати ситуацію на плантаціях», – Ewa Januchowska – Good Strawberry Farm.

Max Crop інтелектуальна програма для управління господарством, що істотно прискорює роботу з управління і полегшує облік працюючих. Max Crop заощаджує дорогоцінний час і гроші!

Дані, зібрані в телефон протягом дня, ви посилаєте через Інтернет у свій особистий кабінет. На своєму комп'ютері ви отримуєте доступ до докладної інформації, такої як: підсумок дня або періоду роботи. Ви можете підготувати заявку на збір необхідної кількості продукції, оцінити витрати і доходи вашої плантації, відмітити відповідальних співробітників і багато інших корисних дій.

Система Max Crop розроблена для роботи з фруктами, овочами та грибами (суниця, ло-

хина, малина, вишня, яблуня, спаржа, томати, огірки, гриби).

Якщо вам набридло збирати дані з допомогою олівця та аркушу паперу, і обліку працівників є виснажливим і забирає багато часу, тоді Max Crop є ідеальним рішенням для Вас!

Щоб взнати більше, як можна встановити автоматизовану систему контролю Max Crop у Вашому господарстві та взнати багато іншого цікавого про сучасні технології вирощування, переробки, зберігання та експорту плодоовочевої продукції, будь ласка, зареєструйтеся для участі у національному плодоовочевому форумі «ProfiHort Investment Forum: переробка та експорт», яка проходитиме 15-го лютого на базі заводу ТОВ «Malyn Factory» у м. Малин Житомирської області.

Розробник Max Crop System є офіційним партнером кластера Ukrainian Fresh&Frozen Products (UFP Cluster) в Україні, до якого також входять компанії Malyn Factory та Berry Organics.

Детальніше про захід: https://www.facebook.com

Учасникам пропонується оргвнесок розміром 500 грн задля забезпечення їхнього дозвілля.

На жаль, кількість місць для участі обмежена, тому рекомендуємо заздалегідь подбати про можливість своєї присутності.

Для участі заповніть форму: https://goo.gl/forms/VBopbazolNZiDTWy2

Довідки за тел.: +380969071207; +380978863146 та e-mail: profihort@gmail.com

ВИРОЩУВАННЯ ЧОРНИЦІ НА КОКОСОВОМУ СУБСТРАТІ

Інноваційні контейнери з кокосовим субстратом для зростаючого ринку чорниці

Американська компанія Фібре Даст (FibreDust LLC) оголосила про розширення, що включає відкриття складу і офісу в Сьюдад-Гузман, Мексика (Cd Guzman Mexico). Це розпочалося у 2018 році не тільки задля демонстрації Тру Блу (True Blue blueberry grow bag) — контейнера з субстратом для вирощування чорниці, але й для допомоги R&D підрозділу у розробці нових контейнерів на зростаючому ринку чорниць та інших ягід.

Придивляючись до ринку, президент Фібре Даст Сем Ахілан (Sam Ahilan) побачив можливість. «Я завжди хотів вирощувати чорницю, а тепер з нашим новим чорничним контейнром ми можемо швидко доставити кокосовий субстрат на ринок! Переваги кокосового субстрату добре відомі, а рослини чорниці у ньому добре ростуть і розвиваються. Ми надзвичайно вражені тим, як добре ростуть рослини у кокосовому субстраті і врожайністю, яку отримуємо», — заявив він із гузманського відділення компанії.

Ринок чорниці — це зростаючий ринок. «Фермери шукають кращу альтернативу ґрунту, яка би підвищувала їхню врожайність і дозволяла максимально корисно використовувати простір», пояснює Сем. Фібре Даст уже поставив понад 100 контейнерів на мексиканський ринок і розширюється на інші ринки. На ринку чорниці, контейнери Тру Блу знаходяться в центрі експансії.

Контейнер для вирощування чорниці Тру Блу було розроблено за допомогою ключових виробників на багатьох ринках. «Власна суміш кокосового субстрату сформульована для максимального врожаю. Це субстрат, який працює найкраще для рослин і, в кінцевому рахунку, для партнерів-виробників», продовжує Сем. «Це дозволяє виробнику розмістити більше рослин на гектар: зазвичай ви можете посадити 6,5 тисяч рослин на один гектар у відкритому ґрунті, водночас, використовуючи контейнери з субстратом Тру Блу кількість рослин на гектарі зростає приблизно на 40%».

Для успішного росту, рослина чорниці вимагає не тільки утримання води, але гарної аерації ґрунту. «Коли висаджують просто у ґрунтосуміш з торфом, власне аерації важко досягти. Ґрунтово-торфяна суміш з плином часу стає дуже вологою; часто рослини страждають від кореневої гнилі. За умов правильної аерації цього уникають, що забезпечує розвиток здорової кореневої системи».

Для більшох інформації:
FibreDust LLC
T: 860-613-0077
customer.support@fiberdust.com
www.fibredust.com

Джерело: *www.freshplaza.com*

ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ОРГАНІЧНИХ ЯГІД

ЯК СИСТЕМНИЙ БІЗНЕС — ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Органіка — це не легкі гроші, а вміння конкурувати на ринку

«...Головне правило у висококонкурентному ринку — орієнтація на потреби покупця»

*— **Владислав Шевченко**, молодший спеціаліст відділу збуту ТОВ «Беррі Органікс»*

Вирощування органічних ягід серед українських господарств набирає шаленої популярності. Об'єктивними факторами є зростання попиту на органічну продукцію у всьому світі, зокрема на ягоди та продукти їх переробки, що зумовлено розвитком культури здорового та безпечного харчування.

За оцінками експертів, ринок органічних ягід у світі зростає на 10-15% щороку, а обсяги виробництва в Україні подвоюються впродовж останніх декількох років. Суб'єктивними чинниками стрімкого розвитку органічного виробництва є думка фермерів, що органіка — це легкі та великі гроші, а також панацея від проблеми високої конкуренції на ринку ягід. Але поширеною є ситуація, коли фермер, виростивши органічну ягоду, не вміє ефективно її реалізувати та зазнає збитків (або недоотримує прибутків).

За неофіційною статистикою, 70-80 % «органічних» господарств віддають перевагу вирощуванню органічної малини, споживання та використання в продуктах харчування якої зростає з високим платоспроможним попитом. Ми провели опитування серед учасників українського ринку виробництва та реалізації замороженої органічної ягоди, зокрема малини, як найбільш поширеної органічної культури в Україні, щодо проблем та труднощів процесу реалізації своєї продукції. В опитуванні брали участь виробники (фермерські господарства та одноосібні фермери), учасники органічного ягідного кооперативу, власники бізнесу з виробництва та переробки ягід. Серед усіх труднощів процесу реалізації органічної ягоди учасники опитування виділили такі найбільш важливі:

• Високий рівень конкуренції між виробниками (за найманий персонал, потужності переробки, канали реалізації).

• Непрофесіоналізм учасників ланцюга реалізації.

• Складність та дорожнеча отримання органічних сертифікатів.

• Відсутність контрактів або їх непривабливі умови.

• Нестача доступних підприємств з охолоджування/заморожування, неякісні послуги.

• Низька вхідна якість виробленої свіжої продукції. Водночас на основі опитування фахівців, які особисто займаються організацією та супроводом експортних угод з реалізації органічної ягоди, а також власного досвіду ми визначили такі основні проблеми під час експорту органічної малини.

• Кінцева продукція має бути певного стандартного та незмінного рівня якості, який декларується в специфікації та має залишитися таким під час розвантаження в покупця. На кінцеву якість продукції впливають такі чинники: якість вхідної свіжої продукції, тара для транспортування, відстань до підприємства заморожування, якість послуг заморожування та пакування продукції, умови зберігання та транспортування, кількість фізичного впливу на кінцеву продукцію.

• Малому господарству з непрофесійним підходом важче, ніж підприємству, що стратегічно вибудовує культуру якісного виробництва, переробки та пакування, а також розвиває надійні партнерські відносини з покупцем.

• Негативний вплив таких зовнішніх чинників, як нестача та непрофесійність підприємств заморожування та пакування продукції, висока вартість логістики до країн західної Європи, складність співпраці із сертифікаційним органом, поганий імідж України на міжнародному ринку.

Наші пропозиції щодо зменшення негативного впливу від цих проблем:

1. Ставлення до бізнесу.
Усвідомлення виробниками органічної продукції, що для забезпечення прибуткового розвитку підприємства необхідно відійти від парадигми заробітку легких грошей на «органіці». Підприємству потрібно розвивати відповідальну культуру виробництва та реалізації продукції.

2. Оптимізація культур за строками збору врожаю. Організація системи вирощування таким чином (наприклад, вирощування декількох культур), щоб підприємство знаходило та залучало на роботу збиральників на довготривалий період.

3. Стовідсоткова органічність плюс відповідальне виробництво.

Покупець має бути впевненим у тому, що продукцію виробляють за регламентом та відповідно

до всіх вимог сертифікаційного органу. Це — мінімум, а краще проводити заходи щодо отримання додаткових сертифікатів безпечності харчової продукції, управління, соціальної відповідальності тощо. Такі сертифікати надають додаткові переваги під час просування продукції.

4. Система мотивації збиральників та контроль якості під час приймання свіжої ягоди.
Збиральник має бути мотивованим підтримувати максимальну якість забраної продукції. Контроль якості під час приймання та гнучка оплата результатів праці забезпечить високу якість вихідної свіжої продукції.

5. Партнерство з підприємством-заморожувальником або власне заморожування.
На якість кінцевої продукції дуже впливають відстань до переробника, а також якість послуг із заморожування (якість власного заморожування), пакування та зберігання.

6. Під час виробництва малини — дослідити прибутковість реалізації декількох видів кінцевої продукції («екстра», «80/20», грис, тощо). Існує практика відмови від проведення ручної інспекції та продажу замороженої малини «як є». Кожному окремому підприємству необхідно виділити найбільш вигідне виробництво та реалізацію кінцевого продукту залежно від якості вхідної продукції та домовленостей з покупцем.

7. Налагодження довгострокових відносин з покупцем.
Головне правило у висококонкурентному ринку — орієнтація на потреби покупця. Підприємству необхідно чітко розуміти потреби та можливості покупця, проводити системну комунікацію, забезпечувати всією необхідною інформацією, за потреби — запрошувати на власне підприємство. Основним бажанням покупця здебільшого є довгострокова стабільна торгівля якісною продукцією.

СЕРГІЙ БОЙКО:

«НАШІ ТЕПЛИЧНІ ГОСПОДАРСТВА ПРОДАЮТЬ ПРОДУКЦІЮ ЗА КОРДОН У ЖОРСТКИХ УМОВАХ»

Вийшли на новий рівень…

«… Для вирощування якісного і безпечного врожаю буде потрібен закритий ґрунт, оскільки ми контролюємо всі чинники в ньому, що дає змогу отримувати високі врожаї з мінімальною собівартістю з квадратного метра.»

*— **Сергій Бойко**,*
Співзасновник консалтингової компанії «Best crop»

Чи вдалося українським тепличникам здійснити прорив на європейські ринки збуту? Це питання і досі не має однозначної відповіді серед вітчизняних експертів з агробізнесу, адже, з одного боку, якість українських овочів стрімко повзе угору, з іншого — за об'єктивними показниками, теплична галузь в Україні переживає не найкращі часи. Про те, як розвиватимуться події, чи слід починати за таких умов тепличний бізнес, та з чого саме його починати ми запитали в співзасновника консалтингової компанії «Best crop» Сергія Бойка.

– Які тенденції розвитку тепличної галузі в Україні та решті країн Східної Європи?

– На превеликий жаль, теплична галузь у нашій країні йде на спад: цього року 53 гектари теплиць у нашій країні законсервували або зовсім закрили. У решті країн Східної Європи теплична галузь стрімко розвивається . Населення країн зростає, й кожна людина хоче бачити на своєму столі свіжі овочі. Я вважаю, в найближчі 20 років закритий ґрунт збільшуватиме свою площу для забезпечення населення свіжими овочами, адже клімат змінюється не на краще. Для вирощування якісного і безпечного врожаю буде потрібен закритий ґрунт, оскільки ми контролюємо всі чинники в ньому, що дає змогу отримувати високі врожаї з мінімальною собівартістю з квадратного метра.

– Чи відрізняються українські тренди?

– Так, авжеж відрізняються, багато тепличних комбінатів перейшли на новий рівень вирощування продукції. А саме: з 2010 року було впроваджено біологічний захист рослин, що дало змогу вийти на новий рівень якості овочів. Після цього впровадження наші підприємства змогли продавати свої овочі до країн Східної Європи без страху щодо перевірки нашої продукції. Тепер є такі комбінати, бренд яких знають не тільки в нашій країні, а й за кордоном.

– Донедавна реалізація продукції залишалася головною проблемою виробників. Чи вдалося тепличникам здійснити прорив на ринок ЄС?

– Реалізація готової продукції і сьогодні залишається проблемою наших виробників. А найголовніша проблема — це те, що немає підтримки і контролю з боку нашої держави. Наші комбінати

Сергій Бойко та Євген Сердюк, засновники компанії «Best crop», з Андрієм Сербіновим із компанії «Сингента»

сіють, що хочуть, а потім ми маємо або багато огірка, або томата. І у разі перевиробництва або одного, або іншого маємо низькі ціни за великої собівартості. Щодо ринків збуту, звичайно, на місці ніхто не стоїть: наші виробники продають свою продукцію за кордон, але доки це потрібно європейським країнам. Так, наші теплиці достатньо оснащені для того, щоб задовольнити потреби іноземців. Але нас там ніхто не чекає, їхня влада захищає і підтримує своїх виробників різними дотаціями, пільгами та кредитуванням під малий відсоток. Але і в цих жорстких умовах наші тепличні господарства продають продукцію за кордон.

– Нещодавно ви відвідували Ізраїль. Чи вдалося отримати там передовий досвіт у культивуванні овочевих культур у теплицях?

– Так, ми з Євгеном Сердюком, як співзасновники компанії «Best crop», неодноразово відвідували країну, бували у провідних селекційних центрах з вирощування томатів, огірків, перцю, суниці, кавуна, дині, та багатьох інших культур, які культивують у закритому ґрунті Ізраїлю. Також відвідували компанії, що вирощують біоагентів (хижих комах), обмінювалися досвідом і навичками. Також відвідали компанію, яка вирощує джмелів, прослухали лекцію про їхню важливу роль у біоценозі. Отримали важливу інформацію від селекціонерів, які працюють на ізраїльських станціях. Плануємо візит цього року у червні для отримання досвіду з селекції томата та гібридів, стійких до різних хвороб.

– Ви багато подорожуєте до країн пострадянського простору та консультуєте місцевих тепличників. Напевно, активний ріст їхньої тепличної індустрії зумовлений як зростанням внутрішнього попиту, так і можливістю експорту тепличної продукції до Росії, що для України та інших країн ЄС наразі є неможливим?

Так, останні два роки ми багато подорожуємо, адже ми запустили проекти під Києвом з вирощування салатів і огірка зі світлокультурою, минулого року у Вірменії опікувалися 55 гектарами плівкових теплиць компанії Richel, а в Дагестані мали 4,5 гектара плівкових теплиць фірми «Адама», нині також маємо декілька проектів в Узбекистані, плівкові теплиці з Південної Кореї. Так, в останні два роки країни, які займали невеликий відсоток за закритими площами, стрімко розвиваються завдяки тому, що Російська Федерація закрила свої кордони для нашої продукції та відкрила їх для інших країн. У цих країнах площа закритих ґрунтів стрімко зросла та зростатиме далі.

– Якусь пораду бувалого колезі, який лише планує починати опановувати великі тепличні площі, можете дати?

– Найголовніша порада — це:

1. Знайти ринок збуту до того моменту, як почнете будувати свої теплиці.

2. Мати добре прорахований бізнес-план.

3. найти команду фахівців, які запустять проект і навчать нову команду працювати.

ЗАХИЩЕНИЙ ҐРУНТ УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМАТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Шановні аграрії!
Запрошуємо Вас взяти участь у круглому столі:
«Захищений ґрунт України: стан, проблематика та перспективи розвитку»,
в рамках виставкової події «АгроВесна 2019»

Дата: 20 лютого 2019, 11:00-15:00

Місце проведення: МВЦ (м. Київ, Броварський проспект, 15, пав. №3, конф.-зал № 15)

Круглий стіл: «Захищений ґрунт України: стан, проблематика та перспективи розвитку» – спеціалізований захід, який об'єднає на одному майданчику представників всіх ланок виробництва тепличної індустрії: виробників овочів, грибів та квітів захищеного ґрунту, представників ресурсних компаній, транспортної логістики та трейдерів свіжої продукції.

Питання до обговорення:

– проблеми тепличного господарства на кожному етапі логістичного ланцюга, характерних у 2018/2019 маркетинговому році;
– перспективи розвитку тепличної індустрії України;
– інноваційні тренди в технічному та технологічному забезпеченні;
– електронна комерція;
– «розумні технології» та ін.

Детальна програма заходу: http://bit.ly/2GBnAA5

Замовити запрошення на виставку (кнопка) www.invitation.kiev.ua

Захід проходить в рамках виставкової події «АгроВесна», що включає 3 виставки: «Зернові технології 2019» (посилання www.grainexpo.com.ua), «Agro Animal Show 2019» (www.animal-show.kiev.ua), «Фрукти. Овочі. Логістика 2019» (www.freshexpo.kiev.ua).

НОВІ ГОТОВІ ДО ВЖИВАННЯ ОВОЧЕВІ ПРОДУКТИ

На виставці в Болоньї було представлено інноваційні маркетингові рішення

La Лінеа Верде (La Linea Verde) презентувала готові до вживання овочеві продукти без соусів та приправи на виставці Марка (Marca), в Болоньї. Це десять різних овочів, приготовлених трьома різними способами і упакованих за допомогою вакууму.

Андреа Батталйола (Andrea Battagliola), член правління маркетингового підрозділу компанії Ла Лінеа Верде, пояснив: ***«Овочі готують на пару, на грилі і запікають. Ці продукти викликають велике зацікавлення, і отримали гарні оцінки, під час проведених нами випробувань. Ми хотіли зберегти***

ті ж стандарти якості, які характерні для наших свіжих продуктів».

Ідея полягає в тому, щоб запропонувати готові до вживання овочі без соусів та приправ, оскільки клієнти самі вибиратимуть спосіб споживання – як гарнір, або як основне блюдо. Наша найбільша проблема полягала в тому, щоб створити продукт подібний до того, який вдома готують самі покупці, особливо з органолептичної точки зору.

Батталйола зазначив, ***«Ми вважаємо, що успіх цих продуктів полягає в тому, що ми піддаємо продукцію мінімальній обробці. Вкрай важливо зберегти якість овочів. Вакуумна упаковка гарантує збереження всіх вищевказаних характеристик»***.

Ці продукти призначені для італійської MMR. Проте, нові можливості можуть відкритись щодо міжнародного маркетингу, оскільки, дуже високо цінуються фірмові італійські продукти та клієнти вже давно звикли до готових для вживання продуктів.

Андреа Батталйола резюмував: ***«Який мій улюблений? Я люблю їх усіх, тому що ми піддали їх переробці, не погіршуючи неймовірну якість вихідної продукції. Однак, якщо я повинен вибрати один, то я б сказав, що я віддаю перевагу приготовленому на пару гарбузу»***.

Інформація:
La Linea Verde soc. agr. Spa
Via Artigianale, 49
Manerbio (Brescia)
Web: www.lalineaverde.it

Джерело: www.freshplaza.com

ДІДЖИТАЛ ХОЛОДИЛЬНИК – МАЙБУТНЄ РЕКЛАМИ

Чикагський стартап Кулер Скрінз розмістив «смарт» дисплей прямо на дверях холодильника

Валгрінз Бутс (Walgreens Boots Alliance Inc.) випробовує у своїх магазинах технологію вбудовування камер, сенсорів та цифрових екранів на двері холодильника. Це створить нову мережу «смарт» дисплеїв, яку маркетологи можуть використовувати для таргетування реклами для певних категорій покупців.

З цією технологією, двері холодильника та морозильної камери працюють не лише як цифрова мерчандайзингова платформа, яка відображає продукти харчування та напої всередині нього «у найкращому світлі», але й у якості рекламного щита у магазині, який може рекламувати продукцію споживачам, що підходять до нього, на основі таких змінних: приблизний вік, стать та погода.

Ця нова технологія здатна забезпечити фізичним (brick-and-mortar) магазинам торговий майданчик схожий на онлайн-рекламу. Камери та сенсори всередині холодильників, підключені до технології розпізнавання обличчя, також можуть визначити які товари найбільше зацікавили покупців, надаючи рекламодавцям інформацію чи спрацювала їхня екранна реклама.

Провайдером системи виступає чикагська компанія Кулер Скрінз (Cooler Screens Inc.), дітище Арсена Авакяна (Arsen Avakian), співзасновника та виконавчого директора стартапу, а також колишнього генерального директора компанії Арго Ті (Argo Tea Inc). У статті для wsj.com¸ він повідомив, що ідея народилася частково від його розчарування витраченим часом на спроби розібратися, яким чином рекламувати у магазинах бутильовані холодні чаї компанії Арго.

Джерело: *www.freshplaza.com*

ЧІПСИ З КРУПНИХ ЯБЛУК
СТРАТЕГІЯ WIN-WIN В ДІЇ

Інноваційна бельгійська компанія виробляє яблучні чіпси з плодів незатребуваних ритейлом

«*Наші яблучні чіпси з'явилися на ринку у вересні. Продукт дещо відрізняється від наявного на ринку. Ми застосовуємо зовсім інший спосіб сушіння, отже, аромат і забарвлення яблука краще зберігаються»*, - говорить Корнель Мартенс з Фрут Леєр (Corneel Martens of Fruit Layer). ***«Ми в основному працюємо з яблуками Грінстар (Greenstar). Вони мають високий вміст вітаміну С і гарне співвідношення цукрів/кислот. Крім того, ми вважаємо за краще працювати з великими за розміром яблуками, які не підходять роздрібній торгівлі. Це гарна ситуація win-win»***.

ІНШІ СОРТИ

Хоча яблука сорту Грінстар вдало підходять для виготовлення яблучних чіпсів, також можна використовувати й інші сорти. ***«Багато сортів яблук придатні як сировина для чіпсів, допоки співвідношення дозволяє. Джонаголд (Jonagold) гарний варіант, хоча буде занадто солодким***, – каже Корнель. Яблучні чіпси Фрут Леєр проходять набагато коротший час сушіння у порівнянні з іншими чіпсами. ***«Як правило, чіпси знаходяться в духовці протягом чотирьох-восьми годин, але ми їх висушуємо лише 35 хвилин. Чіпси готові і хрусткі за 35 хвилин, а смак і колір зберігаються»***.

ФЕРМЕРСЬКІ МАГАЗИНИ

У березні буде готовим новий цех з новою установкою, що збільшить виробничі потужності. ***«Попит на продукцію продовжує зростати, тому зараз ми поставляємо тільки на вимогу. Коли в березні буде завершено будівництво, ми зможемо почати збільшувати виробництво»***, – продовжує Корнель. З вересня яблучні чіпси Фрут Леєр були на полицях місцевих фермерських магазинів. ***«Магазини звертаються до нас, після того як спробували продукт в інших місцях і захопилися ним. Також ми отримали багато позитивних відгуків від споживачів»***.

«У майбутньому ми також хочемо запропонувати альтернативи до нашого стандартного асортименту, такі як яблучні чіпси з іншим фруктовим смаком. Для цього яблука спочатку занурюють у ванну з фруктовим соком, після чого застосовують регулярний процес. Завдяки цьому яблучні чіпси отримують, наприклад, малиновий аромат, і чудове червоне забарвлення. Проте зараз ми зосереджуємося на натуральному продукті без добавок», – резюмує Корнель.

Для більшої інформації:

Corneel Martens
Fruit Layer
Boven Vrijlegem 41
B-1730 Asse, Belgium
+32 471 795 201
Corneel.martens@fruitlayer.com
www.fruitlayer.com

Джерело: www.freshplaza.com

МЕНШЕ МІДІ ДЛЯ ЗАХИСТУ РОСЛИН

Введено в дію нові Регламенти ЄС, що обмежують застосування мідьвмісних прапаратів

Вступили у дію жорсткіші регуляторні акти щодо використання міді у захисті рослин. Через кілька років мідь може бути повністю заборонена. Першого січня почали діяти нові правила ЄС, а отже, і обмеження як до органічного, так і інтегрованого захисту рослин.

Коли ми зателефонували Мікеланджело Гараффоні (Michelangelo Garaffoni), технічному спеціалісту Єуропфрут (Europfruit PO), він разом з колегами розтлумачував нові рекомендації. «Ми повинні переосмислити як ми здійснюємо захист, оскільки деякі культури не можуть обійтися без міді. Крім того, це один з небагатьох засобів, доступних у органічному секторі».

Згідно з постановою використання фітосанітарних засобів, які містять сполуки міді, має бути скорочено до 28 кг/га протягом 7 років. Тобто, в середньому 4 кг/га за рік. Таким чином, вдасться значно знизити потенційне накопичення міді у ґрунті та мінімізувати вплив на нецільові організми, водночас це дозволить контролювати кліматичні умови, які сприяють зростанню грибної інфекції.

Андреа Грассі (Andrea Grassi), технічний менеджер компанії «Апрофрут», зазначив: «Нам потрібно зберігати здоровий глузд дотримуючись параметрів. Проте, іноді складається враження, що за цими рішеннями немає технічних знань про предмет, а гору беруть політичні інтереси».

Лука Молінарі (Luca Molinari) з Консорціуму Аграріо Адріатіко (Consorzio Agrario Adriatico), зазначив: «Виробникам даних речовин потрібно змінити дизайн етикеток, щоб запропонувати ефективні засоби захисту, які б відповідали новим обмеженням, і це буде нелегко».

Кількість діючої речовини розрахована на 7-річний період, оскільки за цей середньо-тривалий час посушливі та дощові сезони змінюватимуть один одного. Якщо клімат в основному вологий, грибна інфекція розвивається швидше, а мідь потрібна, щоб протидіяти їй, особливо стосовно органіки.

Джерело: *www.freshplaza.com*

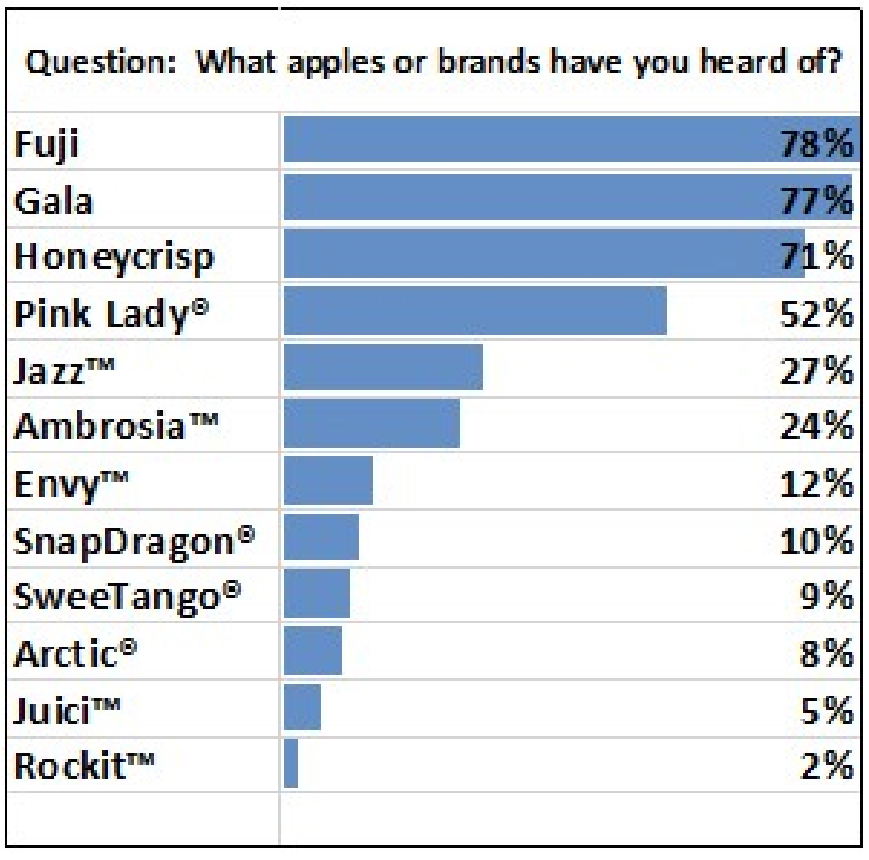
ВИРОБНИЦТВО ПІНК ЛЕДІ® ЗРОСТАТИМЕ Й НАДАЛІ

Новий клон «Барнсбі'» дозріває на чотири тижні раніше, що дає змогу розширити географію вирощування

Завдяки появі нового сорту «Барнсбі», що реалізовуватиметься у торговій мережі США під брендом Пінк Леді (Pink Lady®), валовий збір яблук цього клубного сорту зростатиме. Також це сприятиме розширенню географії вирощування у різних регіонах США та Канади.

Відповідно до тенденцій, які спостерігалися в американській яблучній промисловості, врожай Пінк Леді (Pink Lady®) в 2018 році, що прогнозувався на рівні 130 тис. тонн, скоротився майже на 22 тис. тонн після завершення збору. Як правило це останній сорт, що закладається на зберігання, тому листопадеві цифри, що їх наводить яблучна асоціація США (US Apple Association) вказують на те, що 5988948 коробок (18-ти кілограмових) буде вироблено для свіжого ринку в 2018/2019 маркетинговому сезоні. М'яка осіння погода створила ідеальні умови для їх забарвлення і дозрівання, що забезпечить відмінне збереження врожаю протягом 2019 року, стверджують постачальники.

«Незважаючи на майже 17% дефіцит валового збору в 2018 році, очікується подальше зростання виробництва яблук Pink Lady® і навіть розширення географії вирощування, протягом наступних кількох років», — зазначила **Ліннелл Брандт** (Lynnell Brandt), президент Пінк Леді® Америка (Pink Lady® America). З моменту представлення нового, раньостиглішого сорту «Барнсбі» («Barnsby», названий на честь селекціонера в Австралії), з'являються нові насадження Пінк Леді® та замовлення на саджанці в таких регіонах США, як Північний штат Вашингтон (Northern Washington State), Мічиган, Нью-Йорк і Пенсильванія, а також Онтаріо та Британська Колумбія в Канаді. Цей новий клон дозріває на цілих 4 тижні раніше ніж стандартний «Кріпс Пінк» (Cripps Pink). Його якість є такою ж, як і традиційного «Кріпс Пінк», і він продаватиметься під брендом Пінк Леді® у США.



Як свідчать результати дослідження споживчого фокусу Proprietary Variety Management (PVM), Pink Lady® залишається популярним серед споживачів. Такою була одна з найпопулярніших відповідей на запитання: ***«Які сорти чи бренди яблук вам відомі?»***, — зазначили постачальники.

Для більшої інформації:

Lynnell Brandt
Pink Lady America
Ph: +1 (509-248-4315)
lynnell@pinkladyamerica.com
www.pinkladyamerica.org

Джерело: www.freshplaza.com

СВІТОВИЙ РИНОК ЯБЛУК

Наведено сучасний стан кон'юнктури світового ринку яблук, підготовлений авторитетним профільним виданням *www.freshplaza.com*

Після повідомлень про рекордний урожай минулого літа спокій знову повернувся на європейський ринок яблук. Ситуацію на ринку диктують заповнені сховища. Французькі експортери втратили контроль над своїм ринком у Північній Європі. Польські експортери вимушено спрямували частину свого експорту до Азії. Китай потребує яблук. Валовий збір був нижчим, ніж очікувалося, а попит високий, тому є достатньо місця для імпорту. У США врожай був меншим, ніж очікувалося, але ринок залишається спокійним. Перші ранні яблука збирають у Південній Африці та Австралії. Обсяги врожаю продовжуватимуть зростати найближчими тижнями.

НОВА ЗЕЛАНДІЯ РОЗПОЧНЕ СЕЗОН ЗА МІСЯЦЬ

Перші яблука з'являться на ринку в середині лютого. Сезон виглядає добре, з великою кількістю сонячних годин і достатнім зрошенням. Кокс (Cox) стане першим сортом, який вийде на ринок. Через тиждень піде Гала Роял. ***«Ми експортуємо по всьому світу, але Кокс переважно йде до Сполученого Королівства і Європи. Гала Роял дійсно підходить для всіх напрямків»***, — повідомив трейдер. За даними компанії, обсяг яблук сорту Черіш (Cherish) збільшився в десятки разів порівняно з минулим роком. Це яблуко поставляють на всі ринки, але більша частина призначена для Азії. ***«Існує зацікавленість і гарний попит на Че-***

ріш», — говорить трейдер, а також на Міранду (Miranda™) — солодке, зелене яблуко, обсяги якого подвоюються цьогоріч. Продажі в перші місяці року визначать європейський сезон для новозеландських експортерів.

КИТАЙ: ЗРОСТАННЯ ЦІН ЧЕРЕЗ ДЕФІЦИТ

Нині на ринку не так багато китайських яблук через несприятливу погоду, зафіксовану під час вирощування фруктів. Як результат минулорічного невтішного врожаю, пропозиція значно менша, ніж в інші роки, але попит залишається високим, тому ціни на яблука нині вище, ніж у попередні роки.

Експорт китайських яблук також нижчий, ніж в інші роки, оскільки ціна вже не є достатньо конкурентоспроможною для експортного ринку, і вигідніше продавати фрукти на внутрішньому. Яблука також є популярним продуктом для споживання протягом святкування китайського Нового року, тому ціна залишається високою.

Китай імпортує багато яблук, а в поточному сезоні спостерігається значне зростання імпорту з Польщі. Це відбувається переважно через конкурентну ціну польських яблук і китайські споживачі цінують їх смак. Яблука зі Сполучених Штатів також дуже популярні. Незважаючи на високі імпортні ставки, які уряд встановив для яблук, їх все ще багато завозять, тому що вони дуже популярні серед китайців. Багато французьких яблук також імпортують, але вони все ще є маловивченим продуктом і нині активно просуваються.

ЄВРОПА: ЗАПАСИ АНАЛОГІЧНІ 2014 РОКУ

У перший місяць європейського яблучного сезону обсяг продажів був більшим, ніж у 2017 році, про що свідчать показники WAPA щодо європейських запасів. Продажі особливо добре пройшли у Польщі з рекордними 385 тис. тонн у листопаді. На 1 грудня 2018 р. у європейських сховищах зберігалося 5,1 млн тонн, що можна порівняти з показниками 2014 року. Запаси на 44,7% більші, ніж у 2017 році.

ПОЛЬЩА БАЧИТЬ МОЖЛИВОСТІ В АЗІЇ

Ринок, схоже, відновлюється від низьких цін, але не всі проблеми ще вирішені. Хоча ціна все ще може зростати, але трейдер з гордістю може казати, що польські яблука залишаються найдешевшими на ринку. Ціна на промислове яблуко подвоїлася за останні місяці, але все ще існує попит з боку пере-

робних підприємств. Коли йдеться про експорт, то польський сектор з нетерпінням чекає на високий попит із Азії на сорти Гала Роял (Royal Gala). ***«Попит дуже великий, тому азіатські імпортери шукають європейські яблука»***. Один експортер стверджує, що Гала Маст (Gala Must), Ред Джонапринц (Red Jonaprince) і сортотип Голден (Golden) особливо цінні в Азії. Також у Європі польські яблука залишаються популярними завдяки своїй низькій ціні. Виробники бачать можливості для виробництва органічних яблук у майбутньому.

ЗАТИШШЯ НА РИНКУ ЯБЛУК У ФРАНЦІЇ

Нині на французькому ринку яблук затишшя, це стосується також і експорту. Трейдери говорять, що продажі стагнують або навіть дещо впали. Важливою причиною цього є конкуренція з боку імпортних фруктів, оскільки у Польщі та Німеччині є дешевші яблука. Тому трейдери вважають за краще зберігати яблука у сховищах і продавати тільки тоді, коли ринок фактично потребує їх, що навряд чи станеться до лютого. Ціни стабільні порівняно з минулим роком. Змінилося експортне становище французьких яблук у Північній Європі. Такі країни, як Бельгія та Німеччина, є самодостатніми у цьому році, тому там майже немає експортних можливостей для французів. Загалом трейдери задоволені якістю фруктів. Наприклад, позитивно вплинуло на забарвлення плодів Гали тепле літо минулого року. Інші сорти, такі як Сент-Клер (Sainte-Claire), постраждали від спеки.

НІМЕЧЧИНА: ПАСИВНІСТЬ У ТОРГІВЛІ ПІСЛЯ ГРУДНЯ

На німецькому ринку яблук переважають вітчизняні яблука. Найбільш поширеними сортами є Елстар (Elstar), Джонаголд (Jonagold), Боскоп (Boskoop) і Бребурн (Braeburn). Зазвичай, також хороші запаси італійських Гренні Сміт (Granny Smith), Голден Делішес (Golden Delicious) і французьких Пінк Леді (Pink Lady). Проте Ред Делішес (Red Delicious) трохи зменшується наприкінці року. Постачання на німецький оптовий ринок завершується бельгійським Бребурном (Braeburn) і голландським Елстаром (Elstar).

Після невеликого пожвавлення на Різдво споживання та ціни знову знизилися. Наступні два тижні будуть вирішальними для подальшого розвитку кампанії до кінця сезону, вважає трейдер з району Боденського озера (Південна Німеччина). Інша проблема, яка турбує трейдерів, — це погане зберігання вітчизняних яблук здебільшого через високі температури під час їх вирощування. Тому трейдери сподіваються на дещо краще споживання, а отже, зростання цін.

НІДЕРЛАНДИ ТОРГУЮТЬ ЯБЛУКАМИ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ

Продажі яблук сорту Боскоп (Boskoop) тривали дуже добре в останній тиждень 2018 року. Для Ельстара (Elstar) голландські трейдери очікують повільного зростання і стабільного ринку найближчими тижнями, враховуючи, що головною метою багатьох людей на початку нового року стає здорове харчування. Торгівля яблуками, здебільшого, здійснюється на локальному ринку.

ІТАЛІЙСЬКІ СХОВИЩА ПЕРЕПОВНЕНІ

Згідно з даними, опублікованими Всесвітньою асоціацією яблуні та груші (WAPA) про кампанію 2017/2018, валовий збір в Італії становив 1,7 млн тонн (збільшення на 30%). Проте цей обсяг є меншим середнього за п'ять років (2,2 млн тонн). У грудні Європа мала найбільші запаси, які будь-коли фіксували. Італійська асоціація виробників яблук і Торговельно промислова палата в Больцано (Assomela and the Chamber of Commerce in Bolzano) щомісяця публікували дані про запаси Трентіно-Альто-Адідже (Trentino Alto-Adige). На 1 січня 2019 р. у сховищах було 1 млн 31 тис. 649 т яблук, що лише на 29 тис. т менше показника 2017 р. (1060671 т) та майже вдвічі більше ніж на 1.01.2018 (642835 т). Цей обсяг переважно забезпечують Голден Делішес (503625 тонн), Ред Делішес (115450), Гала (80828), Гренні Сміт (65104), Фуджі (60482), Бребурн (49067) та Кріпс Пінк (45988 тонн).

ПІВДЕННА АФРИКА ПОЧИНАЄ СЕЗОН РАННІХ ЯБЛУК

Сезон щойно розпочався на півночі Лімпопо зі збору місцевих сортів, здатних витримати спеку. Незабаром, Гала Роял зі східних провінцій Вільна Держава та Мпумаланга (Free State and Mpumalanga) також вийде на ринок. Основна частина яблук надходить із Західної Капської провінції і Лангклуфа (Western Cape and Langkloof). Через 10–14 днів урожай в цих районах розпочнеться з перших Гала Роял і Панорама Голден (Royal Gala and Panorama Golden). Водозабезпечення краще, а виробники оптимістичніші, ніж минулого року.

АВСТРАЛІЯ: ЕКСПОРТ ДО АЗІЇ ТА ВТРАЧЕНИЙ ВРОЖАЙ

Сезон розпочнеться у цьому місяці з ранніх сортів, включаючи Гала Роял (Royal Gala), Смітен (Smitten) і Мічиганські сорти (MiApple). Австралійська асоціація яблуні та груші (Apple та Pear Australia Limited (APAL) багато вклала в рекламу австралійських яблук на азіатському ринку, особливо для Пінк Леді (Pink Lady). Хоча організація визнає, що вихід на китайський ринок займе деякий час, нещодавно завершився третій за останні 12 місяців візит у Китай. Завдяки цьому організація прагне прискорити процес, показавши китайцям переваги австралійських яблук.

Влітку деякі виробники працювали у складних погодних умовах. У кількох регіонах, зокрема на Аделаїдських пагорбах (Adelaide Hills), урожай постраждав від граду. Кожен виробник у цій місцевості міг це бачити у своїх садах. У Оранджі, Новий Південний Уельс (Orange, New South Wales), 20 міліметрів дощу випало за 15 хвилин. Найбільш постраждали від цього виробники, які не мали захисних сіток над своїми садами.

США: МЕНШИЙ ВАЛОВИЙ ЗБІР У ВАШИНГТОНІ, АЛЕ ЦІНИ СТАБІЛЬНІ

Трейдер звертає увагу на 25% зменшення відносно прогнозованого врожаю у Вашингтоні в цьому сезоні. Важко визначити чітку причину цього, але вказують на морози, зафіксовані взимку. Гренні Сміт (Granny Smith) постраждав найбільше, водночас виробництво Хоней Кріспа (Honey Crisp) зростає завдяки розширенню площі.

Виробництво в інших регіонах США, здається, буде нормальним. Мічиган і Пенсільванія мали хороший урожай, але вони не потрапили на ринок так рано, як тими роками. ***«Вашингтон зосереджується на вирощуванні для свіжого ринку, тому все, що там росте, запаковують для супермаркетів»***, — говорить трейдер.

Попит гарний. Гала, Фуджі, Пінк Леді та Гренні Сміт гарно почувають себе на ринку, як вважає трейдер. Ринок для Ред Делішеса (Red Delicious) перебуває під тиском клонів Гали. Спостерігають деякі зміни ціни. ***«Ціна на органічні яблука хороша, а для звичайних — на середньому рівні, але не висока»***, — говорить трейдер. Враховуючи менший урожай, у перспективі ціна зростатиме.

Джерело: www.freshplaza.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

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК КАРТОПЛІ

Наведено сучасний стан кон'юнктури європейського ринку картоплі

Минулого літа, багато регіонів Європи потерпали від спеки. Стійкі літні температури безпосередньо впливали на урожай картоплі. Нижчу врожайність було зареєстровано у країнах Північної Європи, але яка ситуація нині? Чи буде раннє закінчення сезону у Північній Європі?

НІДЕРЛАНДИ: ПОПИТ НА ХОРОШУ КАРТОПЛЮ ДЛЯ ФРІ ЗБІЛЬШУЄТЬСЯ, А ЕКСПОРТ ПАДАЄ

Ситуація на ринку картоплі у Нідерландах не є однобокою. З однієї сторони, переробники продають більше, тому виробники зберігають свої продажі. Тепер, коли в Європу прийшли морози, постачання картоплі продовжує падати. Більше того, попит на хорошу картоплю для фрі зростає. З іншого боку, високі ціни є перешкодою для експорту свіжої картоплі. Довгий час Африка купувала картоплю у великих кількостях, але нині кілька країн закрили свої кордони, щоб стимулювати локальний урожай. Дані голландської організації картоплярів (Dutch Potato Organization, NAO) показують, що експорт столової та промислової картоплі зменшився. Із загального обсягу картоплі зібраного у 2018 році, 367 тис. т. було відправлено

закордон до кінця грудня. Роком раніше ця цифра становила 385 тис. т. Зниження відбулося в основному за рахунок зменшення попиту з Африки (з 88 до 47 тис. т.). Експорт насіннєвої картоплі, урожаю 2018 року, до кінця грудня також значно нижчий, ніж за аналогічний період 2017 року. Зокрема, скоротився експорт до країн Азії та Африки.

БЕЛЬГІЙЦІ ТРИМАЮТЬ ПРОДУКЦІЮ У СХОВИЩАХ

Бельгійська торгівля, наразі, спокійна. Це результат завищених цін і азартних ігор виробників з подальшим підвищенням ціни. Проте настане час, коли потрібно буде виймати картоплю зі сховищ і продавати її, оскільки, як каже торговець, «виробники ризикують не продати продукцію на хороших умовах». Також торговці можуть мати труднощі зі своїми контрактами. Якість картоплі розчаровує, що

змушує їх замислюватися, чи можуть бути забезпечені ці контракти. Очікується, що це не стане зрозумілим раніше квітня. На вільному ринку, ціни на сорт Бінтьє (Bintje) коливаються від 15 до 30 євро, залежно від якості. Для інших сортів зазначаються ціни вище 30 євро. Контракти - це виклик для ринку. Трейдери прогнозують, що не кожен з зможе їх задовольнити. ***«Цього року компанії збанкрутують через контракти»***, - повідомив один трейдер.

ХОРОША РИНКОВА СИТУАЦІЯ У ФРАНЦІЇ

У Франції переробна промисловість почала купувати рано. Це дало ринку сильний імпульс від початку кампанії. Ціни продовжують зростати, а попит залишається високим, незважаючи на високі ціни. ***«Картопля вважається основним інгредієнтом. Споживачі не зможуть купувати менше»***, – пояснює трейдер. Досі експортується багато французької картоплі. Національний союз виробників картоплі (UNPT) повідомив, що експорт досяг 478588 т. у період з серпня по листопад, що на 10% більше, ніж у попередньому сезоні. Після Франції, Іспанія є найважливішим покупцем французької картоплі, а за нею йде Італія. Інший трейдер говорить, що з початку січня попит зі сторони Іспанії, Італії та країн Східної Європи різко збільшився з початку січня. Їхні власні запаси вичерпуються, тому вони вдаються до імпорту із Франції.

НІМЕЧЧИНА: ПІСЛЯ ТИЖНІВ СТУПОРУ, НАРЕШТІ РУХ

Короткий застій у торгівлі картоплею на німецькому ринку завершився в середині січня. Після підвищення цін, відбулося різке зростання на ринку, особливо у північній Німеччині (Нижня Саксонія), і виробники, нарешті, готові продавати свою картоплю. Ціни зросли приблизно на 5 євро (за 100 кг) по всій країні. Більше того, ринок також потребує стійкого постачання, оскільки середня якість картоплі залишає бажати кращого, головним чином через спекотну погоду, яка була минулого літа і восени. У Нижній Саксонії, на основі поточних прогнозів, передбачається, що наявних запасів вистачить лише до кінця березня.

Окрім того, очікується, що постачання більш крохмальних сортів почнеться трохи раніше, можливо, на початку березня. Якою буде ситуація на ринку в той час, також залежатиме від дати, коли такі країни як Єгипет або Ізраїль почнуть збирати урожай. Оскільки вони традиційно експортують багато картоплі до Німеччини під час перехідного періоду. Очікується також, що деяка кількість картоплі буде імпортована із Франції у березні-квітні, до того, як перші вітчизняні сорти вийдуть на ринок.

ІТАЛІЯ У ВИГРАШІ ВІД ДЕФІЦИТУ ПІВНІЧНОЇ ЄВРОПИ

Ціни високі. Ця позитивна ситуація є наслідком дефіциту в Північній Європі. Італійські виробни-

ки з великими запасами якісної картоплі, особливо в регіоні Емілія Романья (Emilia Romagna), роблять гарний бізнес. Продажі були заплановані і перспектива у тому, що обсягів буде достатньо на весь сезон, який триватиме до кінця квітня.

Торговець картоплею та цибулею говорить, що 2018 рік був гарним роком для його компанії. Нестача в Північній Європі та тиск зі сторони переробної промисловості створили сприятливе середовище. За словами трейдера, споживання хороше: ***«Холодна погода, безумовно, допомагає. Обсяги не відстають, тому ми очікуємо, що зможемо забезпечити ринок до появи нового врожаю»***.

Спостерігається гарний попит на органічну картоплю з Калабрії (Calabria). Виробник зазначив: ***«Ми зараз опрацьовуємо замовлення на насіннєву картоплю. У нас є близько 100 тонн на зберіганні; майже 20 тонн кожного сорту»***. Зокрема, такі сорти: Кенебек (Kennebec), Марабель (Marabel), Дезіре (Desireè), Діва (Divaa), Спунта (Spunta) і Агрія (Agria). Розміри коливаються між

28 і 65 мм. На відміну від інших районів вирощування у Європі, протягом періоду цвітіння тут було достатньо дощів. У деяких регіонах дощ пошкодив від 20 до 30% виробництва, але решта врожаю відмінної якості.

ІСПАНІЯ СПОДІВАЄТЬСЯ НА ПРИБУТКОВУ ВЕСНУ

Нині, більша частина поставок надходить із Франції, за винятком деяких традиційних, місцевих сортів із півдня, на які у цьому році зафіксовано було незначне зростання попиту. Врожайність у Франції була нижчою, тому ціни високі. Трейдери не скаржаться на якість. Враховуючи поточну ситуацію, виробники в Іспанії вважають, що перші ранні сорти картоплі з Севільї і Картахени (Seville and Cartagena), які з'являться на ринку весною, швидше за все, матимуть високу ціну. Очікується, що площі у цих регіонах зростуть порівняно з минулим роком, коли валовий збір був меншим через суху погоду. Таким чином, площі під картоплею відповідатимуть цифрам дворічної давнини.

Джерело: *www.freshplaza.com*

АгроВесна починається

19-21 лютого 2019

Разом з міжнародними виставками

Agro Animal Show

Фрукти Овочі Логістика

ЗЕРНОВІ технології

МВЦ, Київ

М ЛІВОБЕРЕЖНА

21 000 м² виставкової площі

понад 500 учасників

близько 150 іноземних компаній

7 національних та 2 колективні експозиції

більше 30 ділових івентів

18 000 відвідувачів

Зернові технології

МІЖНАРОДНА ВИСТАВКА ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ У ЗЕРНОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Найбільша та єдина в Україні спеціалізована виставка сучасних технологій зернового господарства, що представляє комплекс інноваційних рішень для різних стадій виробництва, зберігання, переробки і транспортування зернових, бобових, круп'яних та олійних культур.

www.grainexpo.com.ua

Одночасно ви матимете змогу відвідати експозиції виставок «**AgroAnimalShow**» та «**Фрукти.Овочі.Логістика**»

Організатор: Київський міжнародний контрактовий ярмарок

+380 44 490 64 69 e-mail: agro@kmkya.kiev.ua Agrovesna.vystavka

СВІТОВИЙ РИНОК ЧАСНИКУ

Наведено сучасний стан кон'юнктури світового ринку часнику

За останні кілька місяців у північній півкулі було зібрано більше часнику, ніж у попередньому сезоні, тому зростають побоювання щодо сезону майбутнього. Ціни перебувають під тиском і, на думку виробників з різних країн, вони насправді впали до нестерпного рівня. Аналогічна ситуація існує в усьому світі. У Європі виробники потерпають від конкуренції з боку дешевого китайського часнику. Іспанські виробники замислюються, чи ефективним є застосовування імпортних мит ЄС для захисту внутрішнього виробництва. У Південній Африці виробники ставлять собі таке саме запитання. Ринок заполонив, ймовірно, незаконно ввезений часник, тому податки на імпорт обійшли. Розслідування має пролити світло на ситуацію.

ВЕЛИКИЙ ВРОЖАЙ В КИТАЇ ТРИМАЄ ЦІНИ ПІД ТИСКОМ

Виробництво часнику виросло цього року. У деяких районах воно залишилося незмінним, але в жодному разі не зменшилося. Збір врожаю вже закінчився, і вся продукція тепер на холодному зберіганні. Нині трейдери можуть зберігати продукцію довше, оскільки методи охолодження поліпшено. Як результат вони можуть відразу ж створити запас на наступний рік. Дуже низька ціна

часнику цього року відлякує багатьох людей, так що виробництво знижуватиметься у наступному сезоні. Наскільки конкретно зменшиться — ще не зрозуміло, але посівні площі точно будуть меншими. Однак пропозиція не обов'язково значно зменшуватиметься, оскільки запаси в складах можуть компенсувати зменшення виробництва.

Ринок часнику у Китаї досить великий. Ціна дуже низька, але вона залишається стабільною. Багато часнику експортують в інші країни з огляду на їх конкурентоспроможність на багатьох ринках. Проте експортери стикаються з конкуренцією з боку інших країн, в яких виробництво також нині на підйомі. Китай цього року мав трохи більше проблем з пошуком іноземних імпортерів для свого часнику ніж зазвичай, тому що пропозиція дуже велика. У Європі існують більш високі вимоги щодо імпорту, тому вони мають це враховувати, а отже, намагаються трохи більше продавати на внутрішньому ринку.

ПІВДЕННА АФРИКА: НАДЗВИЧАЙНО НИЗЬКІ ЦІНИ ТА АНТИДЕМПІНГОВЕ РОЗСЛІДУВАННЯ

Виробники закривають дуже складний сезон. Коли збір врожаю лише починався у вересні, великий обсяг імпортованого часнику неочікувано заполонив ринок. Ціни, таким чином, пішли різко донизу. Асоціація виробників і податкова інспекція Південної Африки почали розслідування цього, ймовірно, незаконного імпорту. Наразі немає висновків, але підозрюють, що 107 тонн часнику було ввезено без митного оформлення на обсяг або вартість продукту, щоб обійти ввізні мита. Існують суттєві антидемпінгові імпортні мита на імпорт з різних країн через демпінг у минулому.

Ринок потребує близько двох місяців, щоб поглинути надлишок, і ціна все ще дуже низька. Легальний імпорт з Китаю та Іспанії досі прибуває, переважно для продажу через роздрібні мережі. Південна Африка є нетто-імпортером, але виробництво в країні також є значним. Близько 44% загальної пропозиції надходить від вітчизняних виробників.

АВСТРАЛІЯ: КИТАЙСЬКА КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЗМІНА ПОГОДИ

Ранній збір врожаю почався в жовтні після важкого року для австралійських виробників часнику. Фермери мали справу з посухою, після якої йшли дощі під час збору врожаю. Досі не доступні будь-які надійні дані щодо обсягів врожаю. Імпорт китайського часнику впливав

на ринок протягом останніх десяти років, але сектор сподівається, що користь для здоров'я органічного часнику та впровадження нових сортів запропонують гарне майбутнє виробникам.

Вирощування часнику невелике, але зростає. Нині імпорт часнику має найбільшу частку ринку. У 2016/2017 роках було зібрано 1783 тонни, з яких 31% спрямовано у промисловість. Експорт становить 94 тонни, переважно в Папуа-Нову Гвінею. У вартісному вираженні виробництво становить 7,9 млн доларів. Крім того, було імпортовано 12792 тонни, з яких 8761 тонну — з Китаю. Іспанія і Мексика також експортували понад 1000 тонн в Австралію.

США: ПОЧАТОК КОРОТКОГО АРГЕНТИНСЬКОГО СЕЗОНУ ІМПОРТУ

Імпортери в США щойно перейшли на імпорт з Аргентини, який розпочався у вересні. Південно-американська країна є важливим постачальником, але має короткий сезон, який закінчується в грудні. Після аргентинського сезону Мексика заходить на ринок в квітні і травні, якраз до того моменту, як постачання з північної півкулі знову починає домінувати.

Існують хороші обсяги постачання часнику з північної півкулі. Китай, Іспанія та США мали гарний урожай. Через великі обсяги на складах ціни на новий урожай перебувають під тиском. Китай намагався підняти ціну кілька разів, але безуспішно. Існує також значна кількість продукту низької якості. Як наслідок, ринок загалом є під тиском.

ІСПАНСЬКИЙ СЕКТОР СТУРБОВАНИЙ МАЙБУТНІМ

Сектор переживає важкий час, оскільки цього року виробництво знову збільшилося. Як наслідок, ринкові умови є жорсткими, а виробники не можуть прогнозувати майбутнє. Якість врожаю хороша, але ринок не може швидко поглинати часник. Продажі раннього весняного часнику практично не зупинилися, а фіолетовий часник реалізують повільно. Великий урожай в Китаї згадують як основну причину. За останні два роки в Китаї спостерігали великий урожай, після чого ціни на світовому ринку різко падали. Великий урожай у Китаї є наслідком ситуації, яка склалася кілька років тому, коли погана погода завдала величезних збитків виробництву, а ціни стали високими. Після того виробники вирішили розширити площі, а це спричинило великі обсяги на світовому ринку.

Європейське виробництво захищене торговельним тарифом на імпорт €1,20, але, за даними іспанського сектору, цей захід не є ефективним. ***«Ми вважаємо, що чесний контроль не застосовують до продукції, що її імпортують у ЄС із третіх країн, де витрати на вирощування, зазвичай, нижчі, ніж у Європі (...). Імпорт з третіх країн, таких як Китай, має податок 1,20 євро, ми вважаємо, що це має бути мінімальна ціна на європейському ринку, але середня ціна значно нижча за цю цифру, отже, щось, мабуть, неправильно»***.

ІТАЛІЯ: ПРОБЛЕМНИЙ РІК ДЛЯ ВИРОБНИКІВ

Цей рік був «проблемним» для італійських виробників часнику через великий урожай у всіх країнах-виробниках. Як наслідок, ціни є низькими. Крім того, імпорт на європейський ринок здійснювали з країн, які, зазвичай, менш сфокусовані на Європі, таких як Туреччина та Єгипет.

Наразі практично немає попиту. ***«Ось чому ми очікуємо краху ринку до кінця року»***, — заявив трейдер. Він також не налаштований на оптимізм протягом перших тижнів 2019 року. Урожай Південної Америки більший, ніж минулого року. У Європі та Китаї урожай був таким, як минулого сезону, тому ситуація, ймовірно, залишиться незмінною до літа наступного року.

Італійці споживають близько 60 000 тонн часнику, але лише половину з них вирощують самі. Іспанія виробляє близько 260 000 тонн, тому вона перебуває у сильнішому експортному становищі та міцно закріпилася на італійському ринку. Крім того, перевагою Іспанії є краща механізація виробництва, тому витрати на робочу силу нижчі, а виробники мають більше ресурсів.

Для досягнення великого прибутку часник має коштувати 1,50 євро за кілограм у виробників. Нині ціна становить 1 євро, а іноді фіксують навіть нижчі ціни. У будь-якому випадку імпорт з Китаю та Іспанії дешевший. Трейдер попереджає, якщо

ціни кілька років будуть настільки низькими, то виробники можуть відмовитися від часнику, щоб спробувати перейти на інші культури.

Трейдер пояснює, що великий врожай у Китаї тримає ціни під тиском у всьому світі. Також більше часнику зберігають у сховищах. Трейдер вбачає у переробній промисловості можливість полегшити ситуацію на ринку. Італійська компанія хоче почати випуск сухого часнику наступного року.

ФРАНЦУЗИ СПОЖИВАЮТЬ ВЕСЬ ЛОКАЛЬНИЙ ЧАСНИК САМОСТІЙНО

Останні запаси французького часнику виходять на ринок у січні. Після цього торговці переходять на продукцію з Аргентини, Китаю та Іспанії. Загалом французи цього року спожили 40 тис. тонн часнику, з яких 20 тис. тонн виросло на французькій землі. Таким чином, французьке виробництво залишилося таким самим, як минулого року, тоді як в 2016 році воно дорівнювало 16 тис. тонн.

Не дивно, що вітчизняне виробництво зросло. ***«Французи настільки люблять свій часник, що супермаркети пропонують імпортний лише тоді,***

коли Франція повністю виходить з ринку», — каже трейдер. Тому французький часник практично не експортують. Порівняно з минулим роком ціни на домашній білий часник виросли на 10%, а на фіолетовий — 15%. Органічний часник також популярний у Франції. Внаслідок сильних опадів на початку весни обсяги зменшилися на 50%, і нині виробники отримують від 4 до 5 євро за кілограм. Ціна на імпортний часник не така приваблива. Іспанський і китайський часник впав у ціні наполовину порівняно з минулим роком.

НІМЕЧЧИНА: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЧАСНИК ВАЖЛИВІШИЙ

Після гарного врожаю в Європі пропозиція досить велика, і це призвело до низьких цін. Через великий обсяг Китай визначає ціни на німецькому ринку, хоча існує також велика кількість іспанського часнику. Іспанія, Нідерланди, Франція та Італія є основними гравцями на центрально-європейському ринку. Все більше і більше споживачів вибирають європейські пропозиції. Регіональність стає все важливішим для торговців та споживачів. Вирощування часнику також зростає у Німеччині, і продукція стає популярною у роздрібній торгівлі. Попит на локальний продукт забезпечує конкурентоспроможність європейського часнику на противагу китайському імпорту. Незважаючи на це, китайський часник залишається важливим на ринку. Попит високий напередодні Різдва, хоча ринок свіжого часнику є гарним цілий рік.

За словами німецького трейдера, споживачі віддають перевагу європейському продукту, але він задоволений китайським часником. ***«Китайський часник має гарний зовнішній вигляд та високу одномірність. Є можливість значну частину операцій у процесі вирощування зробити вручну через низьку вартість робочої сили, що призводить до гарного сортування та високої якості».***

НІДЕРЛАНДИ: ПРИВАБЛИВА ЦІНА НА КИТАЙСЬКИЙ ЧАСНИК

За даними голландських імпортерів, нині умови на ринку часнику не такі вже й погані. Ціна білого китайського часнику є привабливою. Крім того, в Європі існує хороший попит, імпортери очікують, що це, безумовно, триватиме до китайського Нового року. Іспанія має серйозні проблеми з якістю, тому імпортери зосереджені на Китаї. Залежно від упаковки та якості ціни становлять €13,50-14,75.

Джерело: www.freshplaza.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

СВІТОВИЙ РИНОК ЛОХИНИ

Наведено сучасний стан кон'юнктури світового ринку лохини підготовлений авторитетним профільним виданням *www.freshplaza.com*

Лохина залишається популярним продуктом. У Латинській Америці великі інвестиції, як і раніше, вкладають у вирощування цих ягід. Чилі є лідером на ринку в цей період року, але Перу має амбіції стати найбільшим світовим експортером у найближчі два роки. Інші країни також бачать можливості для експорту продукції. Північна Америка залишається основним напрямком постачання, але експорт до Європи та Азії також зростає.

ОБСЯГИ ЧИЛІЙСЬКОГО ЕКСПОРТУ ЗАЛИШАЮТЬСЯ В МЕЖАХ ПРОГНОЗОВАНИХ

Згідно з останнім звітом Чилійського комітету з лохини (Chilean Blueberry Committee), експорт знову відновився на 52-му тижні і сягнув 9870 тонн. Найбільший обсяг надходить з Центральної долини Чилі (регіон, що простягається від 32° до 37° південної широти — ред). Це доводить валовий збір поточного сезону до 45556 тонн, що відповідає початковим прогнозам. Порівняно з попереднім сезоном валовий збір збільшився на 1,6%. За даними комітету, портові страйки не викликали жодних проблем в експорті ягід, оскільки експортери використовували інші порти. Лісові пожежі також не мали жодних наслідків для збирання лохини. Хоча у деяких місцевостях повідомляли про пожежі, збір врожаю вже було завершено. Кілька тижнів тому декілька плантацій були уражені градом, але

град не мав негативного впливу на загальні цифри. Виробник пояснює, що старі сорти замінюють новими.

Експортовані 9 870 тонн розподілилися між Північною Америкою (49%), Європою (36%) та Далеким Сходом (15%). Повідомляється про зростання обсягів органічної лохини. Впродовж 52-го тижня було експортовано 636 тонн органічних ягід. Загалом експорт цього сегменту становив 3595 тонн, або на 39% більше, ніж на цю саму дату попереднього сезону. Хоча Північна Америка залишається найважливішим ринком, Європа також виділяється. Порівняно з попереднім сезоном обсяги подвоїлися.

Найбільшим конкурентом для чилійських експортерів є Перу. Досі сезони добре доповнюють один одного. ***«Перу зупиняється, коли починається Чилі. Аргентина і Колумбія мають менші обсяги і тому не становлять загрози»***.

АРГЕНТИНА ПОЧИНАЄ ЕКСПОРТУВАТИ В КИТАЙ

У листопаді перші кілограми лохини відправили повітряним шляхом до Китаю. Сектор пишається цим досягненням. Торік США, Велика Британія та Європа були основними напрямками. Завдяки зусиллям уряду Аргентини та приватного сектору до списку було додано Китай. Сезон тривав не довго після відвантаження першої лохини. Трейдери сподіваються збільшити експорт до Китаю з початком нового сезону в серпні.

ПЕРУ ХОЧЕ СТАТИ НАЙБІЛЬШИМ ЕКСПОРТЕРОМ

Перуанський сезон завершується, як тільки Чилі виходить на ринок. Експорт швидко зростає протягом останніх п'яти років. За даними системи комерційної розвідки (ADEX Data Trade Commercial Intelligence System), експорт у січні-жовтні минулого року збільшився в 23 рази порівняно з аналогічними місяцями 2014 року. За чотири роки ця цифра зросла до 381,1 мільйона доларів. За той самий період року експорт збільшився на 54% порівняно з роком раніше і становив 247,4 млн доларів. Таке зростання має продовжуватися. ***«Ми очікуємо, що Перу стане найбільшим експортером лохини до 2021 року, перевершивши Чилі»***, — сказав один з експортерів. За словами перуанського міністерства, Перу нині перебуває на другій сходинці в світовому рейтингу.

У період з січня по жовтень США були найважливішим експортним ринком (195 млн дол.); далі у рейтингу йдуть Нідерланди (84), Велика Британія (35), Китай (24), Іспанія (16) і Канада (10 млн дол.). Для того щоб продовжувати зростати, сектор має зосередитися на ринку Азії. Переговори щодо угоди про вільну торгівлю з Індією теж сприймаються як позитивний крок.

МЕКСИКА РОЗТЯГУЄ КАМПАНІЮ

Ягідний сезон стартував у жовтні і триватиме до травня. Перспективи хороші, незважаючи на запізнілий старт. Трейдер говорить, що нормальний урожай очікують у Халіско та Мічоакані (Jalisco and Michoacan).

Як і США, Канада є важливим експортним ринком. Експортують також до Європи та Азії. Трейдер повідомив нам, що нові насадження тепер вступають у плодоношення, тому обсяг зростатиме. Основну увагу приділяють раннім та пізнім сортам з метою продовження сезону. Експортери помічають, що виробництво зростає і в інших країнах; як результат, стає все важче конкурувати на світовому ринку.

КОЛУМБІЯ ПРАГНЕ ВИЙТИ НА СВІТОВИЙ РИНОК

Минулого року група підприємців вирішила, що настав час почати експортувати чорницю. Досі акцент був лише на внутрішньому ринку. На думку людей, що стоять за цією ініціативою, виробництво розвинуто достатньо для початку експорту. Три великі зростаючі компанії об'єднали зусилля і презентували себе на великих виставках. Враховуючи отримані позитивні відгуки, компанії сподіваються експортувати більше лохини цього року. США, Францію, Іспанію, Італію та Велику Британію уло визначено як потенційні ринки.

ГВАТЕМАЛА ПОЧАЛА ЕКСПОРТУВАТИ

Вперше 13 контейнерів було експортовано до Великої Британії. ***«Це перший раз, коли ми зробили відправку в Європу і знайшли експортний ринок»***, —говорить експортер. На додаток до Європи ягоди також відправлено у Північну Америку. За останні п'ять років було проведено багато досліджень з вирощування лохини, які показали, що цілорічне вирощування можливе в регіоні Чимальтенанго (Chimaltenango).

ВИРОБНИЦТВО У ПІВДЕННІЙ АФРИЦІ ЗРОСТАЄ

Сезон добігає кінця. Тільки в Джорджі, Південному Кейпі (George, South Cape) триває збір останніх ягід лохини сортотипу Rabbiteye. Пік урожаю припадає на серпень – вересень/жовтень. На півночі країни сезон закінчився наприкінці жовтня, тоді як у Західно-Капській провінції (на яку припадає 60% виробничих площ), збір врожаю тривав до кінця грудня. Завдяки поліпшенню ситуації з водними ресурсами в Кейпі (Cape) виробники не постраждали від посухи. Але цього не скажеш про північ країни, де виробники повідомляють про нестачу води. Виробництво лохини розширюється. П'ять років тому в країні було лише 500 гектарів лохини, а у поточному році виробничі площі становлять близько 1700 га.

США: ЗАТИШШЯ НА РИНКУ

Хоча на ринку ще є певна кількість лохини з Перу, нині Чилі є основним постачальником. ***«У Чилі був повільний старт, але тепер країна набрала обертів і підтримуватиме хороші темпи в найближчі тижні»***, – говорить трейдер. На відміну від минулого року, коли Перу закрив сезон рано, фрукти залишатимуться цьогоріч на ринку довше. Трейдер говорить, що все це пов'язано з гарною якістю продукту. Мексика, як і Чилі, почне сезон з невеликою затримкою через прохолодну погоду. Хоча Північна Америка залишається найбільшим ринком збуту для чилійських експортерів, вони відмічають збільшення обсягів постачання в Європу цього року. Азія є меншим ринком. Ціни стабільні цього року, і американські супермаркети залишають більше місця на полицях для ягід.

ІСПАНСЬКИЙ СЕЗОН НАДРАННЬОЇ ЛОХИНИ ЗАТРИМУЄТЬСЯ

Перші ягоди лохини надранніх сортів нині збирають в Уельві (Huelva). Сезон почався з невеликою затримкою через низькі температури. Зазвичай, кампанія стартує наприкінці грудня. Саме тому на ринку надрання лохина перекриватиметься ранньою наприкінці січня. Це такі сорти, як Сноухейзер (Snowchaser), Віндзор (Windsor) і Емеральд (Emerald). Незважаючи на погоду, сектор очікує нормальний сезон, тому що низькі температури взимку часто супроводжуються теплою весною. У минулому році в Уельві була холодна весна, а в решті Європи — тепло. Внаслідок цього в Іспанії був коротший експортний період.

Валовий збір буде більшим цьогоріч, водночас площа дещо зменшиться. Це пов'язано зі вступом у повне товарне плодоношення нових насаджень, закладених чотири-п'ять років тому. Чилі нині експортує як повітряними, так і морськими шляхами. Найбільші обсяги очікують на кінець місяця. Іспанські трейдери також мають доступ до надранньої марокканської та португальської лохини. Як і в Уельві, старт сезону у цих країнах дещо запізнився через холодний період.

ІТАЛІЯ: СТАБІЛЬНИЙ РИНОК

Попит на лохину залишається стабільним протягом усього року. За словами трейдера, немає реальних пікових періодів. Імпортер на оптовому ринку в Падуї каже, що зараз вони імпортують лохину з Чилі та Уругваю. Ягоди з Перу, які є останніми в сезоні, мають деякі проблеми з якістю. Напередодні свят лохину постачали великим ри-

тейлерам та кейтеринг-індустрії за ціною 12 євро за кілограм. У літню пору, коли локальна і європейська (Іспанія, Португалія, Польща) продукція є доступною, ціни нижчі, завдяки великій пропозиції. У перші дні нового року з'явилася перша лохина з Марокко.

ФРАНЦІЯ: ПОПУЛЯРНІСТЬ ЛОХИНИ ПОСТУПОВО ЗРОСТАЄ

Порівняно з іншими європейськими країнами споживання лохини у Франції відстає. Однак трейдери вважають, що ситуація поступово змінюється. Основні райони вирощування розташовані в долині Луари (Loire Valley), на південному заході і Рона-Альпи (Rhone-Alpes). Французький сезон триває з червня по вересень. Нині лохину імпортують з південної півкулі. На французькому ринку існує чіткий розподіл між дикою чорницею і культивованою лохиною.

НІМЕЧЧИНА: ВЕЛИКА ПРОПОЗИЦІЯ, ПАДІННЯ ЦІН

Після різдвяних свят ціни на лохину дещо знизилися на німецькому ринку. Орієнтовна ціна покупки становить майже 6 євро за кг, тоді як торговельні ціни нині перебувають у діапазоні 7-8 євро за кілограм. У грудні середня ціна кілограма ягід значно перевищувала 8 євро, як стверджує імпортер. Чилі повільно переймає естафету від Перу. Чилійські поставки прибули приблизно на тиждень раніше, ніж минулого року, хоча очікується, що обсяги залишаться стабільними. Перу, швидше за все, зникне з ринку до кінця місяця. Після цього, відповідно до очікувань, Марокко також займе частку німецького ринку.

Загалом, продажі протягом Різдвяного періоду були високими. Через великий запас перуан-

ських товарів роздрібні програми були з легкістю задоволені. Було лише невелике зниження обсягів відвантажених повітрям. Торгівля органічною лохиною не була такою успішною; пропозиція в цьому випадку була помірною, на відміну від попиту.

Трейдери бачать деякі взаємозв'язані довгострокові події на ринку ягід. Наприклад, Мексика нині нарощує експорт в Європу, водночас у минулому вона була майже повністю сфокусована на Північній Америці. За словами трейдерів, це може з часом стати цікавою альтернативою Марокко та Іспанії, наприклад, якщо урожай в цих районах вирощування буде не на належному рівні. Іншою важливою тенденцією в німецькій роздрібній торгівлі є більша потреба у великих упаковках. У минулому популярним був формат 12x125 грамів; тепер переважає 12x300 грамів. Це пов'язано з постійно зростаючими продажами.

НІДЕРЛАНДИ: ВЕЛИКА ПРОПОЗИЦІЯ ЧИЛІЙСЬКОЇ ЛОХИНИ

Незважаючи на те, що в грудні доступним був менший обсяг, нині лохина з Чилі надходить у великій кількості, як повідомляє голландський імпортер. На щастя, ринок добре поглинає ці обсяги. Напередодні Різдва було надзвичайно «гаряче», і зараз ще існує багато активних акцій. Нині Чилі посідає домінуюче положення. З шостого тижня чилійські обсяги скоротяться, а Марокко вийде на ринок. Відпускні ціни зараз коливаються між 10,5 і 11 євро для упаковки ягід 12x125 грамів. Стосовно якості відмінності досить помітні і, загалом, термін лежкості на полиці чилійського продукту досить короткий.

КИТАЙСЬКИЙ ПОПИТ ЗРОСТАЄ НАПЕРЕДОДНІ НОВОГО РОКУ

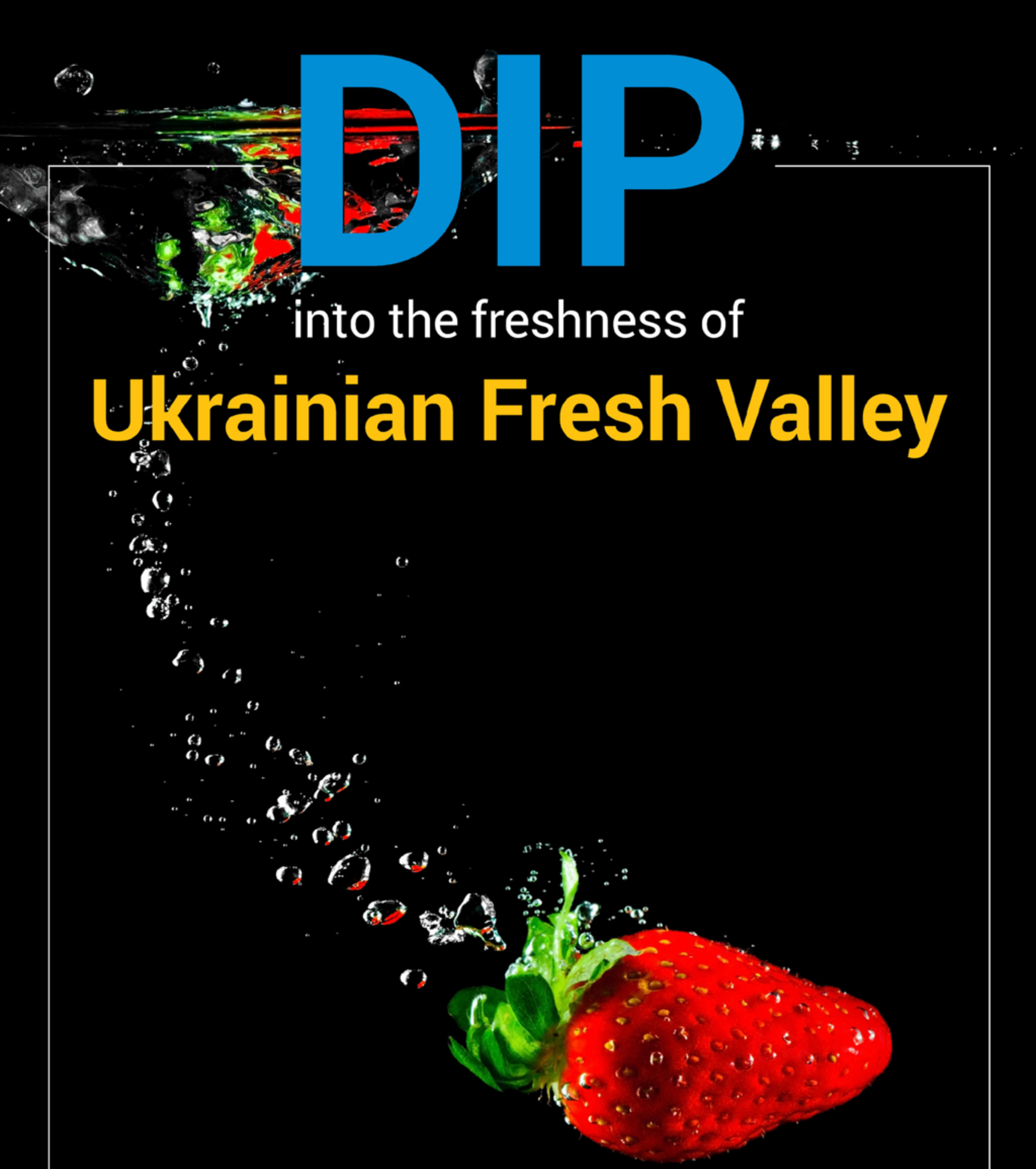
В останні роки популярність лохини в Китаї зростає. П'ять років тому попит був ще невеликим, але тепер він значно виріс. Як і у випадку з авокадо, зростання відбувається повільно, відповідно до того, як споживачі знайомляться з продуктом. Китай сам виробляє лохину, але не може робити це цілий рік. Тому великі обсяги імпортують також з Перу та Чилі. Лохина з Перу прибула в серпні і вересні, а з Чилі — у грудні. Лохину і досі імпортують з Чилі і тепер, напередодні Китайського Нового року, попит зростає. Ціна на лохину, наразі, теж досить висока.

Джерело: www.freshplaza.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 67 703-15-10, +38 096 907-12-07
ukrainianfreshvalley@gmail.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 67 703 15 10; +380 67 703 11 61
Manufacture: 54 Ogienka str., Malyn, 11600 Ukraine
Office: 9 Sim'i Sosninykh str., Kyiv, 03148 Ukraine

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