

Biofach стартував: українські органіки викликали міжнародний фурор*



Лютий – місяць, коли відбуваються дві знакові події: у Голлівуді вручають Оскар, а у Нюрнберзі проходить найбільша світова виставка органічних продуктів **Biofach**. Цього року вона 30-та, ювілейна, і стартувала 13 лютого 2019 року. Дата виявилася для українців щасливою: лише за перший день у Національному павільйоні відбулося більше 300 ділових зустрічей. Нашою продукцією серйозно зацікавилися представники Нідерландів, Данії, Франції, Іспанії, Канади, Бельгії, США, Нової Зеландії, Японії і т. д. – це найбільші ринки збуту.

Чому цей захід такий важливий? Він формує тренди та висвітлює тенденції на світовому ринку органіки. А виробництво органічних продуктів – найперспективніший напрям АПК з точки зору економіки, екології та здоров'я. І конкуренція дуже висока, тому задіяні й наукові дослідження, і кращі технології, і потужний маркетинг. Проте на такі продукти у світі величезний попит, вони дорогі, а відтак і додана вартість висока. На щастя, в цій сфері ми вчасно включилися в глобальні процеси.

– В Україні швидко зростає кількість виробників органіки. 15 років назад їх було в 4 рази менше, ніж сьогодні, – говорить в. о. Міністра аграрної політики та продовольства України **Ольга Трофімцева**. – Уже зараз продаємо сертифіковану органічну продукцію в понад 40 країн. Україна займає 11-е місце серед європейських країн за загальною площею сільськогосподарських угідь, сертифікованих як органічні. Зараз їх близько 290 тис. га, і понад 90 тис. га земель знаходяться в перехідному періоді. Але це лише 1% від наших земель, а їх може бути як мінімум 5%.

Для того, щоб про вітчизняних виробників дізнався світ, на **Biofach** вирушила величезна і поважна делегація: понад 50 компаній-учасни-

ків (це 3-тє місце після Китаю та Польщі) на чолі з Ольгою Трофімцевою. А Національний павільйон **Organic Ukraine Business Hub** у 2019-му просто вражає розмахом та новинками – готували його цілий рік.

Головний координатор Національного павільйону **Дмитро Титаренко** (він же організатор найбільшого національного аграрного форуму AGROPORT), розповідає, що на заходах такого рівня кількість учасників і площа обмежені. Заявки подаються заздалегідь. Вже у вересні все розписано і докупити місце неможливо. Наш павільйон цього року один з найбільших – 130 квадратних метрів, і представлений по-новому – у форматі **Business Hub**.

– Це павільйон **openspace**. Встановили кілька вітрин по кутах нашого павільйону – в одній представлено сировинний напрям, в іншій – перероблена продукція, в третій – продукція тваринництва, – розповідає Дмитро Титаренко. – Зона трансформується під різні формати заходів: переговори, презентації компаній, дискусійні панелі, а також неформальне спілкування – традиційно на другий день виставки проходить **День вишиванки**.

Цього року особливу увагу приділили брендингу: павільйон, сайт, організатори для учасників, графічна продукція тощо – усе під логотипом **buyorganic.in.ua**. Тепер це національний бренд. Основною частиною експозиції став наш прапор – він не тільки вже добре впізнається у світі, але й підсвідомо асоціюється із землеробством. І це, до речі, найбільший прапор України на міжнародних заходах: 5x14 м.

Усе, щоб привернути додаткову увагу до експозиції. А показати є що.

– Українська органіка розвивається дуже швидко. Збільшується не тільки виробництво сировини, але й готового продукту, – розповідає

* Матеріали надані прес-центром AGROPORT Ukraine, фото – ГС «Органічна Україна»

співкоординатор Національного павільйону, президент ГС «Органічна Україна» **Олена Березовська**. – Є, звісно, і сировина – зерно, ягоди, але цього року як ніколи велика частка переробленої продукції: олія, чаї, мед, томатна паста, молочна продукція, соки, фруктові пасти тощо – більше 400 найменувань.

Сенсацією минулорічного **Biofach** став мобільний додаток **Agroportex.Bio**, який допомагає без посередників знайти виробнику та покупцю один одного. Унікальною розробкою відразу зацікавилися іноземці, тому цього року українці продемонстрували англійську версію, якою зможуть скористатися фермери в інших країнах світу. А ще представили мобільну лабораторію для експрес-діагностики продуктів харчування **«BIOsens»** та мобільний додаток для органічних виробників, **OrganicHelper**.

– Ми вже четвертий рік на виставці, і це найкращий майданчик для зустрічі як з потенційними, так і з уже існуючими партнерами, – говорить засновник компанії «Арніка» **Андрій Пилипченко**. – Нам потрібний національний бренд: коли буде довіра до українського виробника загалом, буде значно легше працювати і кожному зокрема. На **Biofach** якраз і проводиться ця глобальна робота.

Biofach для органіків хоч і найбільш масштабна подія, але вона тільки починає робочий рік – на 2019-й заплановано дуже багато активностей. Вже скоро в Одесі пройде 3-й Міжнародний конгрес **«Органічна Україна 2019»**, потім регіональні форуми і, звісно, **AGROPORT** – у Львові (21-23 березня), Херсоні та Харкові.

Компанія 5 Element: плануємо зайняти 5% світового ринку в органічному сегменті

У Херсонській області, що на Півдні України, працює компанія «5 Element», яка всім українським аграріям відома як виробник популярного та унікального нанодобрива «5 елемент». Проте не словами, а ділом славиться компанія, яка довела, що у рослинництві потрібно менше використовувати хімії, а більше вдаватися до біотехнологій.

Унікальна продукція компанії вже перетнула кордони не тільки Херсонської області, а й України. Сьогодні нанодобрива «5 Element» знають аграрії по всьому світу. Створюються спільні підприємства з виробництва унікальних добрив.

Так, про розширення свого виробництва на території Латвії розповів власник і генеральний директор компанії «5 Element» Володимир Білий у ході Міжнародної виставки органічної продукції BIOFACH 2019, яка провела свою роботу 13-16 лютого в Нюрнберзі (Німеччина).

Вже проведені перші переговори з компанією «Biodinamika» про спільне будівництво у 2020 році заводу з виробництва препаратів «5 елемент» у Латвії. З цього приводу Володимир Білий зазначив: «Компанія «Biodinamika» має свої препарати гуміти, які діють тільки на ґрунт, тому вони із зацікавленням протестували наші препарати «5 Element», які мають комплексну дію, спрямовану безпосередньо на рослину. Побудувавши завод у Латвії, наші майбутні партнери зможуть забезпечувати препаратами 6 країн – країни Балтії, Білорусь, Голландію, Швецію».

Ще декілька країн мають намір створити спільні підприємства по виробництву нанодобрива «5 Element». Це Індія, США, Іспанія і Китай, де зараз триває реєстрація торговельної марки «5 Element».

Ми вже писали про тестування, які компанія «5 Element» провела в Індії. У поєднанні з індійськими гуматами препарати «5 Element» показали вражаючі результати. «Використання гуматів і препаратів «5 Element» – це технологія, яка дає вагомий результат. Ми плануємо вже в березні розпочати роботу по створенню спільного підприємства з індійською компанією, а в 2020 році має бути побудований завод», – розповідає Володимир Білий.

На цьому компанія не зупиняється: аби забрати 10% ринку, потрібні величезні затрати, тому дійшли висновку, що спільні підприємства допоможуть вирішити питання як матеріальних, так і людських ресурсів. Перший такий проект вже діє у В'єтнамі, де зараз працює 200 менеджерів.

Успішний старт дозволив нанодобривам компанії «5 Element» зайняти сьогодні приблизно 1% ринку, але на думку Володимира Білого, цей відсоток буде впевнено рости: «Плануємо через 5 років зайняти 5% світового ринку в органічному сегменті».

Ексклюзивные ТЕХНОЛОГИИ

