

20 DIGEST 26



ПОДІЇ

МАРКЕТИНГОВА БІЗНЕС-МІСІЯ ДО ФРАНЦІЇ:
УКРАЇНСЬКІ ПЕРЕРОБНИКИ ВИВЧАЛИ
ФРАНЦУЗЬКИЙ РИНОК

ЯГІДНИЙ СЕЗОН 2026

ЯК ВЕСНЯНІ ЗАМОРОЗКИ ВПЛИНУЛИ
НА ВРОЖАЙ ЯГІД 2026: АНАЛІТИКА ВІД ЕКСПЕРТІВ



UKRAINIAN
BERRIES
ASSOCIATION

ЕКСПЕРТИЗА

СЕРІЯ ПРАКТИЧНИХ ТРЕНІНГІВ ДЛЯ ФЕРМЕРІВ:
ПРО ЕКСПОРТ, ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧІСТЬ Й
УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ

ПАРТНЕРИ

ІСТОРІЯ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА
З ПРОМИСЛОВОГО ВИРОЩУВАННЯ ЛОХИНИ -
ТМ ORNIBERRY

НАША КОМАНДА	Знайомтесь із командою Асоціації «Ягідництво України»4
ПОДІЇ	Триває реєстрація на SIAL 2026: долучайтеся!5
НОВИНИ ГАЛУЗИ	Тарас Висоцький очолив Мінагрополітики6
НОВИНИ АСОЦІАЦІЇ	Асоціація «Ягідництво України» підписала Меморандум про співпрацю з ГС «Органічна ініціатива».....7
	Маркетингова бізнес-місія до Франції: українські переробники дослідили французький ринок.....8
	Турецький виробник міндобриб Hekagro Solutions долучився до Асоціації «Ягідництво України».....11
	Форум SIPO з просування імпорту 2026: Асоціація «Ягідництво України» відвідала захід у Цюріху.....12
НОВИНИ РИНКУ	Весняні заморозки 2026: вплив на ягідну галузь України.....13
	Тенденції виробництва смородини в Україні за останні 10 років....15
ЕКСПЕРТИЗА	Ключові інсайти для ягідників після зустрічі з Greenyard Frozen.....16
	Серія практичних тренінгів для фермерів: експорт, якість та безпека, управління збутом.....18
	Урожайність, якість та управління стресами в ягідному виробництві: рішення від Hekagro Solutions.....21
ПАРТНЕРИ	Від перших гектарів лохини до успішного експорту: власник ТМ Orniberry Євгеній РИКУН поділився історією підприємства.....23



ШАНОВНІ ДРУЗІ, ПАРТНЕРИ ТА КОЛЕГИ!



Вітайте новий, літній випуск дайджесту Асоціації «Ягідництво України», де представлені ключові події Асоціації та галузі за квартал, що минув.

Гарною новиною для ягідників і всієї аграрної галузі стало повернення Міністерства аграрної політики та продовольства України, яке очолив Тарас Висоцький. Віримо, що це сприятиме подальшому розвитку аграрного сектору і ягідництва зокрема, та кращому розумінню й вирішенню проблем галузі (детальніше про це - на шпальтах нашого дайджесту).

Також на перших шпальтах - репортаж із ключового заходу від АЯУ - маркетингової бізнес-місії для українських переробників до Франції, що відбулася в червні 2026-го року: дізнайтесь, які ключові практичні кейси привезли наші експортери, і як вони допоможуть краще підготуватись до майбутньої виставки SIAL 2026 (Париж, Франція), що відбудеться вже в жовтні.

У червні відбулася ще одна важлива подія для АЯУ - участь у Форумі [SIPPO](#) з просування імпорту 2026 (Цюрих, Швейцарія), де ми познайомились з ключовими міжнародними тенденціями організації експорту в країни ЄС: дізнайтесь про них на сторінках цього випуску.

Серед інших новин Асоціації: підписання меморандуму з ГС «Органічна ініціатива» та вступ до АЯУ нового члена - турецького виробника мінеральних добрив - Hekagro Solutions, про продукцію якого детальніше дізнайтесь з наших публікацій.

А експертно-аналітичний блок презентує огляд старту ягідного сезону 2026 та аналіз чинників, які на нього вплинули - зокрема, аномально холодної зими та пізніх весняних заморозків. Крім того, пропонуємо до вашої уваги цікаву статистику щодо тенденцій виробництва смородини в Україні протягом останніх 10 років.

І на завершення - вже традиційно, репортаж з одного з підприємств наших членів. Цього разу команда АЯУ завітала на лохинові поля компанії Orniberry, що на Черкащині. Запрошуємо вас познайомитись з історією успіху цього підприємства та його власника Євгенія Рикуну - на сторінках нашого дайджесту.

Більше актуальних новин – доступно на нашому сайті: www.uaberries.com, а також на нашій сторінці у [Facebook](#). Долучайтесь!

Ірина КУХТІНА,
Президентка Асоціації «Ягідництво України»

НАША КОМАНДА



Любов БІЛОБРУХ

Виконавча директорка
Асоціації «Ягідництво
України»

Має 8-річний досвід у сфері с/г розвитку, експортного просування та підтримки агровиробників (ITC, USAID, ЄБРР, Mercy Corps, ООН Жінки в Україні та ін.); координація міжнародних проєктів, навчальних програм, нетворкінгових заходів; аналітичний супровід.

lbilobrukh@uaberries.com



Денис МИРОНОВ

Аналітик

Понад 2 роки досвіду в аналітиці аграрних даних. Спеціалізується на розробці інструментів для аналітичного супроводу агрокомпаній, автоматизації звітності та оптимізації робочих процесів.

dmyronov@uaberries.com



Ірина КУХТІНА

Президентка Асоціації
«Ягідництво України»

Консультантка зі стратегічного планування та управління витратами підприємства; авторка «Посібника для експортера ягід із України до країн ЄС».

21+ років досвіду підтримки виробників у виході на ринки ЄС; проведення тренінгів з міжнародної торгівлі, стратегічного управління та управління контрактами; фандрейзингу.

ikukhtina@uaberries.com



Євгенія ХАНАЄВА

Асистентка проєктів

Залучена до логістичної та організаційної підтримки офісу та проєктів; участь в аналітичній діяльності Асоціації.

YKhanaieva@uaberries.com

Ірина ДЕМИДОВА

Фахівчиня з зовнішніх
комунікацій



8-років досвіду в PR та комунікаціях в напрямі агросектору (профільні асоціації, компанії тваринницької галузі, агрохолдинги); 17-річний досвід у видавничій сфері.

idemydova@uaberries.com



Наталія ОДНОПОЗОВА

Фінансова контролерка

17 років досвіду у фінансовому управлінні, бюджетуванні та контролі витрат в напрямках HoReCa, інвесткомпаніях, сервісному бізнесі.

Має глибоку експертизу у формуванні звітності, управлінському обліку, бюджетуванні.

nodnopolozova@uaberries.com

SIAL 2026 - РЕЄСТРАЦІЯ ТРИВАЄ!

Продовжується реєстрація на одну з провідних міжнародних виставок харчових продуктів та напоїв - SIAL 2026 (Париж, Франція), в рамках якої Асоціація «Ягідництво України» організовує колективний стенд українських виробників.

Дата: 17–21 жовтня 2026 року.

До участі запрошуються виробники та експортери замороженої плодово-ягідної продукції, морозива, кондитерських виробів, снеків, напоїв та бакалії, які відповідають наступним критеріям:

- Мають досвід постачання на міжнародні ринки або зацікавлені у виході на них.
- можуть забезпечити відповідну якість продукції та наявність сертифікації для експорту.
- Є суб'єктом господарської діяльності, 50% власності якого належить громадянам України або юридичним особам, що зареєстровані в Україні.
- Готові експортувати продукцію з України (забезпечити обсяги, організувати логістику, зберігання, пакування та маркування продукції відповідно до вимог міжнародних замовників).
- Мають вебсайт та промо матеріали англійською мовою.
- Мають англомовного співробітника (потенційного представника компанії на виставці) та готові відрядити його / її до Франції на період роботи виставки.
- Готові покрити витрати на логістику, проживання, харчування / добові для представників компанії, логістику зразків продукції та оренду, обладнання (наприклад, холодильника), за потреби, а також співфінансування павільйону.
- Не мають будь-яких юридичних чи фінансових зв'язків із російською федерацією, Білоруссю та / або ісламською республікою Іран.

Більше деталей та посилання на реєстрацію: на [сайті](#).

DIGEST 2026 SUMMER



ТАРАС ВИСОЦЬКИЙ ОЧОЛИВ МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ

В липні Верховна Рада України за поданням ново-призначеного прем'єр-міністра Сергія Корецького затвердила новий склад Кабінету міністрів України.

Зокрема, оновлене Міністерство економіки та довіклля очолив керівник українського офісу McKinsey & Company Олександр Кравченко, а **Міністерство аграрної політики та продовольства – діючий заступник міністра економіки Тарас Висоцький. Тобто Міністерство економіки, довіклля та сільського господарства розділено на два різних відомства.**

Представляючи свої пріоритети на новій посаді, Тарас Висоцький наголосив на розвитку таких ключових напрямів як європейська інтеграція аграрного сектору, розвиток переробки, залучення інвестицій, розширення експортних ринків, підтримка прифронтових регіонів, а також продовження реформ і цифровізації.

«Для мене це велика честь і насамперед велика відповідальність перед людьми, які сьогодні тримають українське село та аграрну економіку. Попри війну, щоденні ризики й втрати українські аграрії продовжують працювати, забезпечують продовольством нашу державу та зберігають за Україною статус одного з гарантів світової продовольчої безпеки. Саме тому моє головне завдання – зробити так, щоб державна політика допомагала аграріям працювати, розвиватися й інвестувати у майбутнє», - [відзначив](#) Тарас Висоцький

«Для ягідної галузі це особливо важливе призначення. Тарас Миколайович має глибоке розуміння потреб аграрного сектору, зокрема, й українського ягідництва. Протягом багатьох років, перебуваючи на посаді заступника міністра економіки, довіклля та сільського господарства



України, він послідовно підтримував розвиток українського аграрного галузі, завжди був відкритим до діалогу з виробниками та профільними об'єднаннями, неодноразово брав участь у заходах Асоціації «Ягідництво України» та сприяв просуванню ініціатив, спрямованих на розвиток експорту, переробки, гармонізацію українського законодавства з вимогами ЄС і відкриття нових можливостей для ягідників», - відзначила Любов Білобрух, виконавча директорка Асоціації «Ягідництво України».

Асоціація «Ягідництво України» щиро вітає Тараса Висоцького з призначенням на посаду Міністра аграрної політики та продовольства України.

Бажаємо успіхів у реалізації поставлених завдань та сподіваємося на продовження конструктивної співпраці!



АСОЦІАЦІЯ «ЯГІДНИЦТВО УКРАЇНИ» ПІДПИСАЛА МЕМОРАНДУМ ПРО СПІВПРАЦЮ З ГС «ОРГАНІЧНА ІНІЦІАТИВА»

В червні 2026 року Асоціація «Ягідництво України» підписала Меморандум про співпрацю з ГС «Органічна ініціатива».

ГС «Органічна ініціатива» - об'єднання представників органічного ринку, метою якого є сприяти зростанню торгівлі українською органічною продукцією з вищою доданою вартістю.

Підписання Меморандуму про співпрацю з ГС «Органічна ініціатива» - це важливий крок для посилення підтримки ягідного сектору та поглиблення партнерства між бізнес-об'єднаннями.

«Як галузеві організації, які діють у суміжних напрямках, ми вже мали досвід співпраці з ГС «Органічна ініціатива» в спільних проєктах, зокрема, партнери надавали підтримку в бізнес-турі до [Нідерландів](#), який ми організовували для наших переробників плодово-ягідної продукції минулоріч, та низці інших науково-практичних заходів.

Підписання ж Меморандуму дозволить ефективніше співпрацювати для створення нових можливостей для українського бізнесу і посилення його позицій на міжнародній арені», - **Ірина Кухтіна, президентка Асоціації «Ягідництво України»**.

МАРКЕТИНГОВА БІЗНЕС-МІСІЯ ДО ФРАНЦІЇ: УКРАЇНСЬКІ ПЕРЕРОБНИКИ ДОСЛІДИЛИ ФРАНЦУЗЬКИЙ РИНОК



Європейські імпортери та переробники підтверджують зацікавленість у розширенні закупівель української плодово-ягідної продукції, однак висувають дедалі жорсткіші вимоги до якості, простежуваності, сертифікації та сталого виробництва.

Такими стали головні висновки маркетингової бізнес-місії до Франції, яка відбулася з 9-го по 11-е червня 2026 року за організації Асоціації «Ягідництво України» (UBA) та підтримки міжнародних програм SIPPO та UNIDO.

Метою бізнес-місії було ознайомлення українських переробників із французьким ринком, його структурою,

вимогами та тенденціями, а також підготовка компаній до участі у міжнародній виставці SIAL Paris 2026.

Участь у бізнес-місії взяли **7 українських компаній**:

- [ASV Fruit](#) (Волинська обл.)
- [«Вест Бері»](#), ТОВ (Львівська обл.)
- [«Диво-ягода»](#), ТОВ (Харківська обл.)
- «Лакі-2017» ТОВ, (ТМ [VEGA LAND](#), Вінницька обл.)
- [«Рокитне Бері»](#), ТОВ (Рівненська обл.)
- «Українські ягоди», СВК (Рівненська обл.)
- ТОВ [«Фреш Беррі»](#) (Миколаївська обл.)

Протягом трьох днів учасники відвідали провідні торговельні та переробні компанії Франції, провели зустрічі з імпортерами, галузевими асоціаціями та потенційними партнерами, а також отримали практичну інформацію щодо умов доступу до європейського ринку.

Жорсткіші вимоги до якості стають новою нормою

Першим пунктом програми став візит до компанії [Patrigel](#) – французького постачальника та дистриб'ютора заморожених овочів, фруктів, зелені, грибів та пасти.

Під час зустрічі французькі партнери акцентували увагу на змінах у європейському регулюванні безпечності харчової продукції. Зокрема, останніми роками в ЄС значно посилюються вимоги щодо допустимого вмісту залишків пестицидів та гербіцидів. Саме тому європейські компанії дедалі ретельніше контролюють продукцію, яку закуповують у постачальників.

«Дуже важливо, що наші виробники змогли глибше ознайомитися з новими вимогами до якості продукції саме від європейських партнерів, так би мовити – з перших вуст, аби враховувати цей аспект у подальшій роботі своїх підприємств. Ми ж, у свою чергу, як профільна асоціація, вже кілька місяців поспіль активно співпрацюємо з цього питання з Мінекономіки України, акцентуючи на важливості гармонізації українського законодавства до європейського», – зазначила виконавча директорка Асоціації «Ягідництво України» Любов Білобрух.



Ринок Ранжис: як працює головний продовольчий хаб Європи

Важливою частиною програми стало відвідування ринку [Marché International de Rungis](#) – найбільшого у світі оптового ринку свіжих продуктів площею понад 232 гектари.

Учасники ознайомилися з роботою фруктово-овочевого павільйону, проаналізували асортимент продукції, вимоги до пакування та маркування, цінову політику та особливості оптової торгівлі. Особливу увагу було приділено практикам роботи з великими торговельними мережами та оптовими покупцями.

У рамках візиту також відбулася зустріч із представниками [CSIF](#) – Французької торгової асоціації імпортерів свіжих фруктів та овочів. Під час обговорення були детально розглянуті критерії закупівель, вимоги до постачальників, необхідні сертифікації, умови поставок та оплати, застосування правил Incoterms, а також основні бар'єри для виходу на французький ринок.

«Французькі партнери детально розкрили гостям усі особливості умов доступу до ринку та бар'єри, з якими стикаються постачальники. А також очікування європейських



покупців, які змінюються з року в рік. Саме тому надзвичайно важливо постійно тримати у фокусі актуальні ринкові тенденції, що і забезпечують подібні маркетингові місії», – підкреслила Любов Білобрух.

Greenyard Frozen: прямі закупівлі можуть зрости

Важливою стала зустріч із компанією [Greenyard Frozen](#) – другим за величиною постачальником заморожених овочів і фруктів у Європі. Представники компанії підтвердили зацікавленість у розвитку прямих закупівель української продукції та наголосили, що віддають перевагу роботі безпосередньо з виробниками, а не з трейдерами.

Ключовими вимогами для потенційних постачальників залишаються фінансова стабільність, наявність міжнародних сертифікацій та відповідність вимогам провідних європейських ритейлерів.

Окрему увагу під час зустрічі було приділено питанням сталого розвитку. За словами представників компанії, сертифікації на кшталт SMETA 4-pillar стають фактично обов'язковою умовою для подальшої роботи з великими європейськими покупцями.

Попри ризики, пов'язані з війною, європейські партнери позитивно оцінюють потенціал українських виробників та готові підтримувати їх у процесі сертифікації й онбордингу. Також представники Greenyard висловили зацікавленість у відвідуванні українських підприємств та плантацій для оцінки виробничих можливостей і якості продукції.

Fruits Rouges & Co: фокус на ягодах та інгредієнтах

Фінальним пунктом програми став візит до [Fruits Rouges & Co](#). Компанія спеціалізується на виробництві, переробці та постачанні свіжих і заморожених ягід та фруктів, фруктових пюре, кулі та фруктових інгредієнтів для харчової промисловості та сегменту HoReCa. Сьогодні Fruits Rouges & Co співпрацює зі 150 виробниками у Франції та понад 300 виробниками по всьому світу.

Сторони обговорили перспективи співпраці, зокрема у сегменті заморожених ягід та фруктових інгредієнтів для ринку ЄС. Основними темами стали простежуваність продукції, контроль якості та принципи сталого виробництва, які дедалі більше впливають на рішення покупців.

Ключові висновки бізнес-туру та фотозвіт - див. на [сайті](#).



Бізнес-тур організований Асоціацією «Ягідництво України» за підтримки Швейцарії в межах двох програм:

- Швейцарської програми сприяння імпорту ([SIPPO](#)), що впроваджується Швейцарською фундацією технічного співробітництва з розвитку [«Свісконтакт»](#),
- Глобальної програми якості та стандартів в Україні ([GQSP](#)), що впроваджується Організацією Об'єднаних Націй з промислового розвитку (UNIDO).



ТУРЕЦЬКИЙ ВИРОБНИК МІНДОБРИВ HEKAGRO SOLUTIONS ДОЛУЧИВСЯ ДО АСОЦІАЦІЇ «ЯГІДНИЦТВО УКРАЇНИ»

Асоціація «Ягідництво України» продовжує розширювати коло міжнародних партнерів та учасників. Ми раді повідомити, що до спільноти Асоціації долучилася турецька компанія [Hekagro Solutions](#) — виробник інноваційних рішень для живлення рослин та підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва.

Компанія була заснована у 1987 році в місті Мерсін (Туреччина) та сьогодні працює з агровиробниками у різних країнах, пропонуючи органо-мінеральні добрива,

мікробіологічні препарати, біостимулятори та технології для підвищення ефективності використання поживних елементів.

Hekagro Solutions співпрацює з провідними міжнародними компаніями аграрного сектору та поєднує багаторічний практичний досвід із сучасними науковими розробками у сфері живлення рослин.

Вітаємо Hekagro Solutions в Асоціації «Ягідництво України» та сподіваємося на плідну співпрацю задля розвитку сучасного ягідництва!

ФОРУМ SIPPO З ПРОСУВАННЯ ІМПОРТУ 2026: АСОЦІАЦІЯ «ЯГІДНИЦТВО УКРАЇНИ» ВІДВІДАЛА ЗАХІД У ЦЮРІХУ

Ми продовжуємо сприяти налагодженню торговельних зв'язків для наших ягідних експортерів! Асоціація «Ягідництво України» відвідала Форум [SIPPO](#) з просування імпорту 2026, що відбувся 3 червня 2026 року в м. Цюрих (Швейцарія).

Форум SIPPO з просування імпорту - це щорічний захід, який сприяє обміну досвідом між організаціями з просування експорту (ОПС) у країнах SIPPO та швейцарськими мережами імпортерів і організаціями з просування імпорту з питань, пов'язаних з торгівлею.

Цьогорічний форум присвячений темі «Побудови сталих систем підтримки експорту».

В рамках події відбулася низка круглих столів та презентовано доповіді за темами, пов'язаними зі сталим розвитком та цифровізацією, за участі Швейцарського державного секретаріату з економічних справ (SECO), Міжнародного торгового центру (ITC) та організацій підтримки бізнесу з Колумбії.

Для Асоціації «Ягідництво України» участь у форумі стала ще одним важливим інструментом її інституційного розвитку. Подібні заходи дозволяють вивчати кращі міжнародні практики роботи організацій підтримки бізнесу, вдосконалювати підходи до надання послуг членам асоціації, а також розширювати мережу партнерств із профільними міжнародними організаціями, донорами та торговельними інституціями.

«Завдяки участі у форумі ми вкотре пересвідчилися, що українські експортери мають широкі перспективи щодо розвитку торговельних зв'язків й освоєнню нових ринків. Обмін досвідом із колегами з різних країн сприяє посиленню їх експертного потенціалу, а для нас, як профіль-

ної організації – це гарна можливість познайомитись із новими інструментами підтримки експорту, що, своєю чергою, допомагає підвищувати ефективність роботи Асоціації та створювати більше для підтримки експортерів ягідної продукції. Ми щиро вдячні швейцарським партнерам SIPPO за їхню регулярну підтримку галузі українського ягідництва: це й організація бізнес-турів, і допомога щодо участі у колективних стендах на найбільших міжнародних галузевих виставках, низка інших навчально-практичних заходів. Так, зокрема, за сприяння SIPPO ми вже за кілька днів реалізуємо для своїх переробників маркетингову бізнес-місію до Франції, де вони матимуть змогу глибше познайомитись особливостями французького ринку та підготуватися до участі у SIAL 2026», - **Ірина Кухтіна, президентка Асоціації «Ягідництво України».**





ВЕСНЯНІ ЗАМОРОЗКИ 2026: ВПЛИВ НА ЯГІДНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ

Весняні заморозки в умовах кліматичних змін

Протягом останніх десятиліть загальне потепління клімату спричиняє зростання частоти екстремальних погодних явищ, у тому числі раптових повернень холоду після тривалих теплих періодів. Для сільського господарства це обертається специфічним ризиком: рослини під впливом тепла раніше виходять із зимового спокою, проте загроза нічних приморозків у квітні–травні нікуди не зникає.

Для суниці садової та малини це поєднання особливо небезпечне. Обидві культури починають активну вегетацію та цвітіння рано, відкриваючи квітки ще до того, як ризик повернення холодів повністю мине. Пошкоджена квітка не формує плоду — тому навіть короткочасний приморозок у критичну фазу здатний суттєво скоротити майбутній врожай. Сезони 2025 та 2026 років стали черговим підтвердженням цього ризику.

Весняні заморозки 2026: хронологія подій

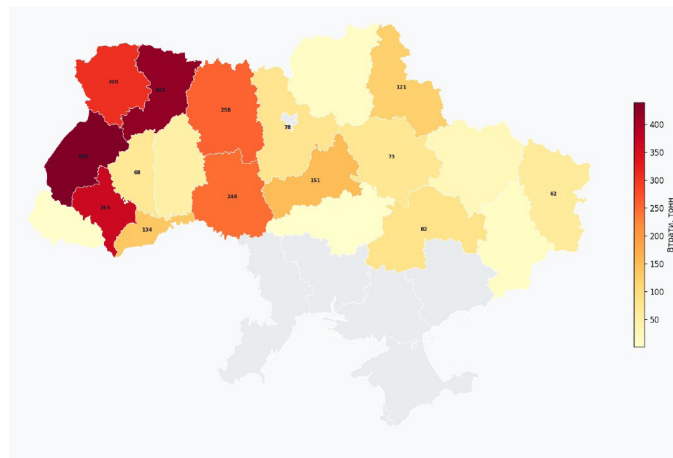
Весна 2026 року розвивалась за характерним для останніх десятиліть сценарієм: раннє тепло прискорило початок вегетації ягідних культур, а потім над Центральною та Східною Європою встановились аномально холодні нічні температури внаслідок проникнення арктичного повітря.

Перша і найінтенсивніша серія заморозків охопила Україну наприкінці квітня. 10 квітня нічні температури в центральних та північних областях опустились нижче нуля — саме в той час, коли більшість насаджень суниці садової перебувала у фазі активного цвітіння.

Оцінка пошкоджень: підхід

Розрахунок втрат цвіту базується на добових мінімальних температурах ERA5, зіставлених зі стандартизованими фенологічними кривими для кожної культури. Криві описують, на якій стадії розвитку перебуває рослина залежно від накопиченої суми активних температур, та визначають критичні пороги ураження для кожної фази — підхід, що відповідає методичним рекомендаціям FAO. Просторова агрегація виконується пропорційно до площ насаджень кожної культури по областях відповідно до даних Держстату.

Мал.: Втрати ягідних культур по областях (тонн), квітень–травень 2026.

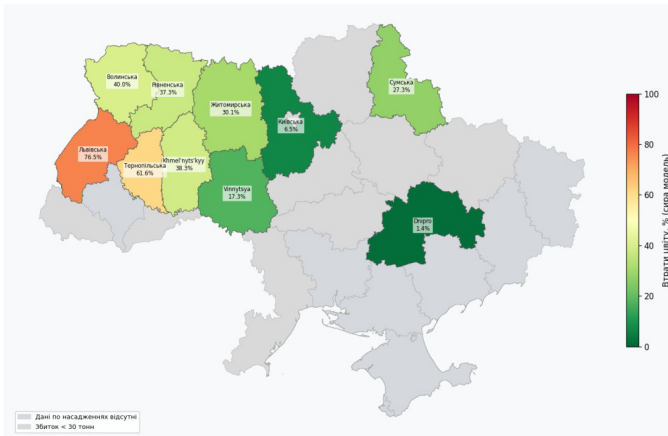


Суниця садова

Суниця садова виявилась найбільш постраждалою культурою сезону. Прогнозовані втрати цвіту по Україні складуть 1740 тонн недоотриманого врожаю. Перша серія заморозків прийшлась саме на пік цвітіння суниці, що й визначило масштаб пошкоджень: накопичені втрати цвіту за сезон стали найвищими серед усіх досліджуваних культур.

Найбільші прогнозовані втрати цвіту – у регіонах з найбільшими площами насаджень суниці: Рівненська (376 т), Волинська (308 т), Львівська (288 т).

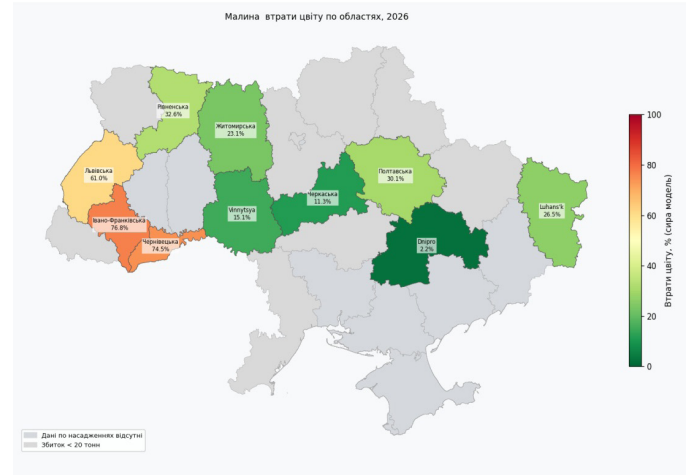
Мал.: Суниця садова: втрати цвіту по областях, 2026 (%)



Малина

Малина зустріла заморозки у дещо ранішій фенологічній стадії, ніж суниця, – більшість насаджень ще не досягла піку цвітіння під час першої серії заморозків. Проте це лише частково зменшило масштаб пошкоджень: прогнозовані втрати цвіту по Україні складуть 1,165 тонн недоотриманого врожаю.

Мал.: втрати цвіту по областях, 2026 (%)



Лохина

На відміну від суниці та малини, лохина має значно пізнішу фенологію та загалом вищу природну стійкість до низьких температур.

Для початку цвітіння їй потрібна значно більша сума ефективних температур (за стандартного базового порогу вегетації у 5°C), що фізіологічно стримує її занадто ранній розвиток. Це означає, що в квітні 2026 року більшість насаджень лохини перебувала ще на стадії щільного брунькового кластера.

Завдяки високій холодостійкості самої культури, бруньки на цьому етапі здатні без суттєвих пошкоджень витримувати зниження температури до -7...-9°C.

Детальніше про втрати врожаю від весняних заморозків по культурах і регіонах – у повному звіті Асоціації «Ягідництво України» за [посиланням](#).



ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА СМОРОДИНИ В УКРАЇНІ ЗА ОСТАННІ 10 РОКІВ: 96% смородини в Україні виробляють домогосподарства населення

Про це повідомляють аналітики Асоціації «Ягідництво України», спираючись на дані Держстату станом на 2025 рік.

Відзначимо, що у статистиці смородина не поділена на чорну та червону чи жовту (порічку), тобто дані характеризують усі види смородини в Україні загалом.

- Серед лідерів з виробництва смородини – Дніпропетровська область, із **37 тис ц (18%)**.
- Також у топ-виробників – **Львівська (19,5 тис. ц) Вінницька (14,6 тис. ц) та Полтавська області (14,3 тис. ц)**.
- Загальний валовий збір по Україні склав – **207,6 тис. ц (≈ 20,8 тис. тонн)**.

Таким чином, на підприємства припадає всього **4%**

смородини, найбільші з яких розташовані на Волині, Хмельниччині, Тернопільщині.

Загальна площа насаджень смородини склала близько 3,5 тис га, при цьому після тривалого скорочення ділянок під смородину, яке спостерігалось з 2015 року і до 2023-го, протягом останніх 2024-2025 рр. років площа смородинових насаджень незначною мірою зросла.

При цьому, валовий збір протягом останніх 5 років продовжує знижуватись: це як пов'язане як із скороченням насаджень у 2015-2023 рр., та і зниженням урожайності протягом останніх 3-х років.

Більш детально про динаміку виробництва смородини у 2015-2025 рр. в Україні – див. за [посиланням](#).

КЛЮЧОВІ ІНСАЙТИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ЯГІД ПІСЛЯ ЗУСТРІЧІ З GREENYARD FROZEN

Україна продовжує зміцнювати свої позиції на європейському ринку заморожених ягід. Одним із підтверджень цього стала зустріч українських виробників із компанією Greenyard Frozen - другим за величиною постачальником заморожених овочів і фруктів у Європі, в рамках маркетингової бізнес-місії до Франції, що пройшла з 9-го по 11-те червня 2026 р. за організації Асоціації «Ягідництво України» та підтримки міжнародних партнерів.

Greenyard працює з найбільшими європейськими торговельними мережами, зокрема з Lidl, Tesco та Aldi. Щороку компанія закуповує близько 36 тис. тонн заморожених фруктів, з яких понад половину становлять ягоди. Під час бізнес-місії до Франції представники компанії чітко дали зрозуміти: Україна залишається одним із ключових напрямків для закупівель.

Результати зустрічі українського бізнесу з компанією Greenyard дали розуміння, куди варто рухатись українським виробникам, і які очікування від співпраці в європейських партнерів.



1. Попит на українські заморожені ягоди зростає

Greenyard розглядає Україну як стратегічний регіон постачання та планує збільшувати закупівлі. Компанія вже придбала понад 5 тис. тонн української малини минулого року і готова нарощувати обсяги.

Висновок: можливості для збільшення експорту є, особливо для компаній, здатних забезпечити стабільні великі партії продукції.

2. Європейські покупці шукають виробників, а не трейдерів

Greenyard наголосив, що віддає перевагу прямій роботі з виробниками. Для них важливі контроль якості, простежуваність та довгострокові відносини. Тож виробникам варто розвивати власний експорт і прямі контакти з покупцями, а не покладатися виключно на посередників.

3. Сертифікація стає обов'язковою умовою роботи

Найважливішим сигналом зустрічі стало те, що сертифікати вже не є конкурентною перевагою, а стають базовою вимогою.

Особливо важливими є:

- FSSC 22000;
- інші сертифікації, визнані GFSI;
- SMETA 4-Pillar.

4. Україна все ще має перевагу над Сербією

Після проблем із врожайми в Сербії європейські імпортери активно диверсифікували закупівлі та збільшили частку України, однак польські та сербські виробники поступово відновлюють виробництво. Висновок: поточне вікно можливостей не буде відкритим вічно. Українським компаніям варто закріплюватися на ринку саме зараз.

5. Надійність поставок важливіша за разово високу ціну

Покупці не зацікавлені в короткострокових угодах, коли виробник продає продукцію тому, хто сьогодні пропонує найвищу ціну.

Greenyard шукає партнерів, здатних:

- працювати кілька сезонів поспіль;
- виконувати контракти незалежно від коливань ринку;
- гарантувати необхідні обсяги.

6. Малина залишається головною ягодою для експорту, але варто диверсифікувати виробництво

Саме на малину припадає найбільший інтерес покупців. Серед інших культур, які є цікавими для імпортерів: дикоросла чорниця, ожина, вишня, черешня. Тому диверсифікація ягідного портфеля може стати конкурентною перевагою.

7. Інвестиції в якість окупаються

Покупці звернули увагу на сучасні лінії сортування, особливо на технології подвійного лазерного сортування малини.

Оскільки якість продукту стає дедалі важливішою через вимоги великих торговельних мереж, то інвестиції в сучасне обладнання можуть забезпечити доступ до преміальних покупців.

8. Платіжні умови залишаються викликом

Greenyard працює переважно з відтермінуванням платежів на 30 днів і більше.

Для багатьох же українських компаній звичними є коротші терміни: отже, для роботи з великими міжнародними покупцями необхідно мати достатній обсяг оборотного капіталу або доступ до фінансування.

9. Митниця залишається одним із головних бар'єрів

Затримки на кордоні до 5–6 днів негативно впливають на логістику та можуть створювати ризики для якості продукції.

При цьому європейські покупці вважають, що проблема полягає саме в процедурі оформлення, а не у відповідності української продукції вимогам ринку.

10. Потрапити до Greenyard можливо, але потрібно пройти формальну процедуру

Компанія працює через платформу Cadex, де постачальник має надати всю інформацію щодо:

- сертифікацій;
- систем якості;
- виробничих процесів;
- сталого розвитку.

Процес погодження займає приблизно 4-6 тижнів.

Висновок: вихід на великого міжнародного покупця потребує підготовки документів і часу, тому починати цей процес варто задовго до початку сезону.





СЕРІЯ ПРАКТИЧНИХ ТРЕНІНГІВ ДЛЯ ФЕРМЕРІВ: ЕКСПОРТ, ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ, УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ

Ми продовжуємо презентувати практичні кейси для фермерів плодоовочевого напрямку від партнерів Асоціації «Ягідництво України» - ГС «Інноваційне фермерство та кооперація», які тривають з весни 2026-го року. Наводимо ключові тези вебінарів, детальніше про які - на нашому [сайті](#).

Як фермеру знайти іноземних клієнтів і побудувати стабільний експорт

- Продавати не продукт, а рішення. Іноземного покупця цікавить не сама ягода чи концентрат, а стабільність поставок, прогнозовані обсяги, відповідність стандартам і надійна логістика.
- Правильно сегментувати клієнтів. Замість широкої цільової аудиторії на кшталт «виробники продуктів у Європі» варто визначати конкретні сегменти, напри-

клад виробників йогуртів у Польщі, які використовують фруктові наповнювачі.

- Використовувати офлайн-канали: міжнародні виставки, торгові місії, конференції та бізнес-зустрічі, де довіра формується через особистий контакт.
- Готуватися до виставок заздалегідь: ще до заходу скласти список потенційних клієнтів, контакти осіб, які ухвалюють рішення, та домовлятися про зустрічі.
- Персоналізувати комунікацію. Замість шаблонних листів варто демонструвати розуміння бізнесу клієнта та пропонувати рішення його конкретних потреб.
- Будувати довгострокові відносини завдяки стабільній якості, прозорій комунікації, дотриманню домовленостей і регулярному контакту з партнерами.

Більше інформації - за [посиланням](#).

Управління безпечністю в ягідному секторі

- Виконання законодавчих вимог є обов'язковим: це реєстрація потужностей, гігієнічні вимоги, ведення документації, простежуваність, НАССР.
- Контроль ризиків: увага до якості води для зрошення, правильного використання ЗЗР, ведення журналів обробок та дотримання вимог гігієни працівників.
- Вхідний контроль сировини: потрібно оцінювати її стан, температуру, супровідні документи та за необхідності проводити лабораторні дослідження.
- Простежуваність: можливість встановити походження сировини та оперативно реагувати на проблеми.

Більше практичних порад — у повному [матеріалі](#).

Стабільне управління якістю

Що важливо врахувати?

- Охоплювати всі етапи виробництва — від вирощування та збору сировини до транспортування, охолодження, переробки, пакування та реалізації.
- Співпраця з торговельними мережами, великими покупцями чи міжнародними ринками потребують додаткових процедур і сертифікації.
- Захист продукції від навмисного або випадкового забруднення, контролю алергенів, сторонніх предметів і ризиків харчового шахрайства.
- Використовувати інструменти внутрішнього контролю (моніторинг виробничого середовища, перевірку передумов та проведення внутрішніх аудитів).
- Запуск нових продуктів чи зміна виробничих процесів потребують додаткової оцінки ризиків.

Детальніше — у повній [статті](#).

Як захиститися від підроблено насіння та ЗЗР

- Для роботи із ЗЗР обов'язковими стануть навчання, іспит та внесення до державного реєстру; система

обов'язкового техогляду обприскувачів.

Простежуваність: аграрії повинні будувати документи про закупівлю та використання ЗЗР, а дистриб'ютори - вести облік руху препаратів.

Фальсифіковане насіння: тіньовий ринок в Україні сьогодні становить близько 25%,

Найчастіше підробляють дорогі гібриди томатів, огірків, перцю, кавунів та капусти.

Серед найпоширеніших схем: підробка упаковки, продаж насіння покоління F2 під виглядом гібридів F1, пересортиця та фальшива інкрустація.

Детальніше: на [сайті](#).

Кооперативне управління: фінанси та прийняття рішень

Покрокова інструкція для експортерів ягідної й овочевої продукції про ключові аспекти, які варто врахувати.

Універсальної моделі управління не існує: формат роботи залежить від кількості учасників, масштабу діяльності та етапу розвитку.

Чіткий розподіл ролей - основа ефективності. Кожен має розуміти: хто приймає рішення, хто виконує та хто контролює процес.

Чим більше учасників - тим складніше домовлятися про внески, але й більше можливостей для залучення зовнішнього фінансування.

Не всі члени мають бути однаково залучені. Механізми дійсного та асоційованого членства допомагають зберігати керованість і залучати більше учасників.

Операційні рішення - керівнику, тактичні - правлінню, стратегічні — загальним зборам.

Кооператив не повинен залежати від однієї людини. Делегування та передача функцій — умова стабільного розвитку.

Прозорість формує довіру. Члени мають розуміти фінанси та ключові рішення, водночас комерційна інформація потребує захисту.

Більше інформації: на [сайті](#).

Структура витрат та аналіз беззбитковості

Як прорахувати реальну собівартість продукції? Яка ціна продажу є прибутковою? І де знаходиться точка беззбитковості вашого господарства?

- Більше виробництва не означає більше прибутку. Після певного рівня кожна додаткова тонна продукції може коштувати дорожче, ніж її продажна ціна.
- Прибуток $\neq$ гроші на рахунку. Навіть прибуткове господарство може мати дефіцит готівки через інвестиції та амортизацію. Важливо рахувати не лише врожай, а й собівартість.
- Точка беззбитковості — ключ до управління бізнесом: потрібно знати, скільки продукції треба продати, щоб покрити всі витрати.

Типові помилки фермерів

- завищені очікування врожайності
- ігнорування прихованих витрат
- надто оптимістичні ціни
- відсутність резерву на ризики.

Більше практичних порад — у повному [матеріалі](#).

НАССР та огляд нормативних вимог

Що потрібно знати виробникам ягідної та овочевої продукції, які хочуть експортувати до ЄС?

- Вимоги для експорту ягід до ЄС: виробник має відповідати: законодавству України, харчовому законодавству ЄС, вимогам торговельних мереж та міжнародним стандартам. При цьому останні часто є більш жорсткими, ніж вимоги законодавства.
- Які підтвердження безпечності очікують європейські покупці. Серед основних документів — фітосанітарний сертифікат (для свіжих ягід), результати лабораторних досліджень, результати державного контролю, сертифікати міжнародних стандартів та внутрішня документація підприємства.

- Які ризики повинна контролювати система НАССР: якість води, стан ґрунтів, гігієна персоналу, використання матеріалів, що контактують із продукцією, температурний режим, умови транспортування.
- Контроль залишків пестицидів. Вимоги Регламенту ЄС щодо максимальних рівнів залишків пестицидів (MRL): виробник має вести журнал застосування засобів захисту рослин, дотримуватися термінів очікування після обробки та бути готовим підтвердити ці дані покупцю.
- Система простежуваності. Підприємство має в будь-який момент встановити, з якого поля походить продукція, коли її було зібрано, який номер має партія, кому її було відвантажено та з яких партій сформовано конкретне замовлення.
- На що звертають увагу покупці при оцінці якості продукції. Для свіжих ягід важливими є свіжість, зрілість, однорідність, цілісність і товарний вигляд. Для заморожених — відсутність злипання, природний колір, форма ягід, смак і аромат, а також мінімальна втрата соку після розморожування. Для переробленої продукції ключове значення мають стабільність рецептури, технологія виробництва та однакова якість від партії до партії.

Детальніше — у повній статті на [сайті](#).



УРОЖАЙНІСТЬ, ЯКІСТЬ ТА УПРАВЛІННЯ СТРЕСАМИ В ЯГІДНОМУ ВИРОБНИЦТВІ: РІШЕННЯ ВІД HEKAGRO SOLUTIONS

Ягідна продукція набуває у світі все більшої популярності завдяки високій доданій вартості, значному вмісту антиоксидантів і зростаючому попиту споживачів. Висока врожайність та відмінна якість плодів суниці садової, лохини, малини, ожини, аронії та смородини потребує збалансованого живлення на всіх етапах розвитку рослин.

Розвиток кореневої системи у цих культурах, а також цвіт, зав'язь, забарвлення та розмір плодів безпосередньо залежать від технології живлення. Комплексну підтримку ягідників протягом усього сезону забезпечують рідкі органо-мінеральні добрива та спеціалізовані продукти Hekagro Solutions.

Здорова коренева система – запорука потужного старту сезону

Здорова та добре розвинена коренева система є основою високопродуктивного ягідництва. Спеціалізовані продукти Hekagro, зокрема LIQUID HUMUS, GRO ESSENTIAL PLUS та BIONUTRIENTS, сприяють:

- активному утворенню нових коренів;
- розвитку дрібних всмоктувальних корінців;
- швидшому приживленню саджанців і молодих рослин;
- підвищенню ефективності засвоєння поживних речовин;
- захисту кореневої системи від впливу засолення та важких металів у ґрунті.

Добре розвинена коренева система дозволяє рослинам ефективніше використовувати воду та елементи живлення, забезпечуючи стабільний ріст упродовж сезону.



Підтримка цвітіння та зав'язі

Успішне цвітіння та зав'язування плодів є ключовими факторами формування врожаю. Рідкі органо-мінеральні добрива STRUCTURE та MONARCH допомагають:

- стимулювати формування та розвиток квіток;
- захищати квіти від біотичних і абіотичних стресів;
- покращувати життєздатність пилку;
- підвищувати ефективність запилення;
- збільшувати відсоток зав'язування плодів.

Завдяки цьому виробники можуть реалізувати вищий потенціал урожайності та отримати більш вирівняні насадження.

Крупніші, яскравіші та якісніші ягоди

Найважливішими показниками якості ягід є розмір, забарвлення, смак, твердість і здатність до зберігання. Органо-мінеральні рішення на основі калію та кальцію — KATALYST і NUTRI-CAL — сприяють:

- інтенсивному росту та розвитку плодів;
- збільшенню їхнього розміру та маси;
- покращенню забарвлення;
- підвищенню твердості ягід;
- покращенню лежкості та транспортабельності.

Ці переваги особливо важливі для виробників, орієнтованих на експортні ринки, де вимоги до якості постійно зростають.

Підвищення стійкості до абіотичних стресів

Останніми роками виробництво ягід значно ускладнюють посухи, високі температури, різкі температурні коливання, засолення ґрунтів і весняні заморозки.

Продукти Hekagro, що містять амінокислоти, органічну речовину та сучасні технології живлення рослин, зокрема BIONUTRIENTS, GRO ESSENTIAL PLUS і NUTRI-CAL, допомагають:

- підвищувати стійкість до посухи;
- підтримувати метаболічні процеси за високих температур;
- пришвидшувати відновлення після пошкодження морозами;
- зменшувати негативний вплив засолення.

Це дозволяє рослинам зберігати продуктивність навіть у складних погодних умовах.

Підтримка продуктивності у період плодоношення

Продукти STRUCTURE та MONARCH допомагають:

- підтримувати енергетичний баланс рослин;
- зберігати високу продуктивність під час тривалого плодоношення;
- забезпечувати стабільну якість ягід протягом усього сезону.

Післязбиральне підживлення та потенціал урожаю наступного року

Післязбиральне підживлення є одним із найважливіших чинників, що визначають урожайність наступного сезону.

Завдяки запатентованій технології RCT (Reacted Carbon Technology), яка використовується в програмах рідких орґано-мінеральних добрив Hekagro Solutions, виробники можуть сприяти:

- накопиченню запасів вуглеводів;
- розвитку нових пагонів;
- кращому формуванню квіткових бруньок;
- підготовці рослин до зимового спокою.

Збільшення запасів поживних речовин після збору врожаю дає старт для активного росту, інтенсивного цвітіння та вищої врожайності в наступному сезоні.

Більше інформації про продукцію Hekagro Solutions - за [посиланням](#).





«ВСІ БАР'ЄРИ – ЛИШЕ В НАШІЙ ГОЛОВІ»

– **Євгеній РИКУН, власник ТМ ORNIBERRY**

Успішні аграрні бізнеси часто починаються не з великого плану чи чіткого бачення на десятиліття вперед. Іноді все починається з родини, любові до землі і рішення, яке спочатку здається зовсім не твоїм шляхом.

Саме так було у **Євгенія Рикун** – **молодого й амбітного власника підприємства Orniberry**, яке вирощує та експортує українську лохину. Але ще кілька років тому Євген навіть не уявляв себе в аграрному бізнесі.

Родинна справа

Історія підприємства почалася задовго до появи лохини. У 2001 році батьки Євгена створили в своєму рідному Монастирищенському районі, що на Черкащині - підприємство «Юлія-Фарм», на базі колишнього радянського колгоспу.

Саме батько Євгена, агроном за освітою, свого часу

почав розвивати господарство, поступово збільшуючи земельний банк: спочатку працювали з власними паями родини, потім – з орендованими, яке сьогодні налічує 2,5 тис га.

Євген згадує, що в юності зовсім не мріяв продовжувати сімейну справу. Навпаки – намагався максимально віддалитися від села.

«Я дуже хотів стати адвокатом. Навчався на юридичному в КНУ ім. Шевченка, і перші роки навчання намагався максимально відокремитись від села. Був момент, зізнаюсь – що навіть соромився говорити комусь, що мій батько фермер» - згадує Євген.

Але життя розставило все інакше. Якось сів, підраховував, і зрозумів, що юридична кар'єра навряд чи зможе забезпечити бажаний рівень можливостей. І саме тоді з'явилася ідея спробувати себе у ягідництві.

Лохина як випадковий вибір, який змінив усе

Перший контакт із лохиною стався майже випадково. У Вінниці знайомий запропонував йому звернути увагу на ягідний напрям.

Таким чином, 2017 році Євгеній Рикун почав готуватися до створення ягідника, а у 2018-му висадив перші насадження. Тоді це був зовсім інший масштаб: без великої команди, без достатнього досвіду, із безліччю помилок.

«Я слухав усіх. Хотів зробити якнайкраще. Але виходило - як виходило. Мав дуже серйозні проблеми – і на початку посадки, і в перший рік, який був особливо важким. Вдячний батькам, які мене тоді дуже підтримали, може,десь навіть не на користь своєму підприємству, розвиток якого довелось призупинити», - чесно говорить підприємець.

Перші роки стали справжнім випробуванням. Бракувало досвіду, коштів і розуміння, як правильно вибудувати процес.

Помилки, які стали точкою росту

2018 рік Євген називає складним періодом. Він зізнається: спочатку здавалось, що достатньо просто посадити ягоду – і далі все піде саме. Але реальність виявилася іншою.

Тоді почався пошук знань і людей, які могли допомогти. Євген телефонував різним спеціалістам, шукав інформацію, аналізував досвід інших господарств.

Переломним моментом стала співпраця з талановитим агрономом Віталієм Осадчим. Саме команда і правильні люди поруч стали одним із головних факторів розвитку Orniberry.

Не менш важливою стала підтримка батьків. Коли Євген почав вкладатися у новий напрям, вони фактично підтримували його за рахунок власного бізнесу.

«Я маю все завдяки батькам і Віталію Петровичу», – зізнається Євген.

**Від перших гектарів до великого ягідного господарства**

За кілька років невеликий ягідний проєкт перетворився на масштабне виробництво. Сьогодні Orniberry має близько 100 гектарів лохини та працює не лише з внутрішнім ринком, а й із закордонними покупцями. Саме Orniberry є одним із ключових постачальників свіжої лохини до торговельної мережі «Сільпо», де високо оцінили якість продукції, і допомогли підприємству перейти від простої реалізації ягоди до більш професійного підходу.

Перший експорт: знайомство з міжнародним ринком

Вихід на експорт для Orniberry почався у 2024 році, коли разом із Асоціацією «Ягідництво України» поїхав на одну з найважливіших світових виставок ягідного сектору – Fruit Logistica у Берліні. Саме ця поїздка стала точкою відліку для активної роботи з іноземними покупцями.

«Я взагалі не вірив, що це можливо. Тоді здавалось, що участь у міжнародній виставці такого масштабу -це якийсь

інший світ, що це нереально дорого і складно. Але партнери з Асоціації «Ягідництво України» дуже допомогли, змогли переконати спробувати і підтримали на всіх етапах підготовки», - згадує Євгеній першу свою презентацію перед міжнародними покупцями. - А потім сталося так, що прийшов перший клієнт, другий... Все швидко зав'язалось. Того року за контрактували перші партії».

«Всі бар'єри – лише в нашій голові»

Участь у виставці дала підприємству не лише можливість показати свою продукцію потенційним партнерам, а й краще зрозуміти, як працює міжнародний ягідний ринок: які вимоги мають покупці, як потрібно презентувати компанію, як будувати комунікацію з трейдерами та мережами. Для молодого експортера така підтримка АЯУ стала дуже важливою, вона допомогла познайомитися з потенційними партнерами та побачити, що українська ягода може бути цікавою для європейського покупця.

«Коли щось дається нереальним, завжди згадую улюблені слова батька: «Люди в космос літають, а ви не можете якусь елементарну річ зробити». Після того, як вдається долати свої страхи і крок за кроком реалізовувати задуми, які спочатку задавалися нереальними, приходить розуміння, всі перепони насправді – лише в нашій голові».

Перший експортний автомобіль Євген згадує з особливими емоціями. Це був момент, коли багаторічна робота нарешті отримала підтвердження за межами України.

Звісно, без хвилювань не обійшлося. Завантаження першої машини тривало 12 годин. Не було достатньо досвіду, не все було організовано ідеально.

«Пам'ятаю, ми з хлопцями вантажили всю ніч, і коли на чейсь справу було завершено, виявилось, що палети розставлені неправильно, машина не проходить у ворота, і знову довелося все перевантажувати заново», - згадує підприємець.

Але поступово процеси налагодилися. З'явилося більше професійне обладнання і разом із ним – регулярні експортні партії. Сьогодні експорт став одним із ключових

напрямів розвитку компанії: на нього припадає 90% усієї реалізованої продукції.

Orniberry працює з покупцями у Нідерландах, Іспанії, Португалії, Швейцарії, Австрії, Фінляндії та Бельгії, а вже найближчим часом планує вихід на ринок Великої Британії, для чого готує відповідну сертифікацію.

Українська лохина має перспективу

Євген переконаний: українська лохина має всі шанси конкурувати на міжнародних ринках. Після поїздки у Чилі та США він побачив, що українська ягода за якістю може бути дуже конкурентною.

«Я завжди думав, що вони якісь мега-круті. А потім дивився на їхню якість – і розумієш, що українська лохина набагато попереду», - говорить він.

На його думку, головна перевага України – не лише у природних умовах, а й у прагненні виробників працювати якісно, відповідати вимогам європейських покупців і розвивати експорт.

Плани: більше агід, більше експорту

Євген не приховує: попереду ще багато роботи. Серед головних завдань – розвиток власної інфраструктури, захист насаджень, подальше розширення виробництва, адже все ж сьогодні попит на українську лохину переважає пропозицію.



«300 гектарів – це наша мрія, до якої ми прагнемо разом із командою», – говорить Євген. До цього прагне і команда.

Кілька років тому підприємство вже отримало грант на закладку нової плантації, яку успішно реалізували на 25 га. Тепер очікують наступний грант – вже на обладнання, зокрема, антиградну сітку та тунелі.

«Град завдає великої шкоди насадженням. У нас в планах – обладнати 20 га посадок під тунелі. Маючи вже досвід отримання грантів, скажу, що система дуже прозора й ефективна».

Але разом із масштабуванням Євгеній думає не лише про гектари. Для нього головне – команда. «Гріш ціна всім моїм задумам, якби не було б людей, які це все реалізують», – наголошує підприємець.

Сьогодні на підприємстві працює все більше ветеранів, які повертаються з фронту, і, за словами Євгенія, ця тенденція лише посилюватиметься.

Історія, яка тільки починається

Шлях Orniberry – це історія не лише про лохину. Це історія про зміну власного мислення. Підприємець, який колись не бачив себе у сільському господарстві, сьогодні будує експортний ягідний бізнес і доводить, що українське фермерство може бути сучасним, технологічним і конкурентним.

«У мене найкраща робота у світі», – впевнений Євген.

А про практичні кейси щодо технологічних особливостей вирощування лохини на підприємстві Orniberry – читайте в наших наступних публікаціях на сайті [АЯУ](#).

