

Мелітопольська черешня стає міжнародним брендом

Чверть усієї української черешні вирощують у Запорізькій області, і більш як половина черешневих садів знаходиться в Мелітопольському районі, де на площі понад 1,3 тисяч гектарів десятиліттями вирощують ягоди, що давно стали відомими далеко поза межами України. Черешні елітного класу з унікальним балансом цукру й кислоти для багатьох мешканців Мелітопольщини стали основним джерелом доходу. Упродовж останніх років дедалі більшої актуальності набуває питання налагодження експорту цих ягід і можливості їх офіційного визнання на європейському ринку.

У 2017 році Мелітопольська міська рада ухвалила Програму просування продукції на зовнішні ринки, що була розроблена за підтримки проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС). Вона передбачає підвищення експортного потенціалу міста й популяризацію місцевих виробників. У межах виконання цієї Програми у 2019 році було створено громадську спілку «Асоціація виробників мелітопольської черешні». Організація, своєю чергою, ініціювала важливий крок для розвитку місцевого підприємництва — реєстрацію географічного зазначення черешні, що стане для членів спілки потужним інструментом захисту прав своєї продукції, підвищить її цінність і впізнаваність, а також істотно розширить експортні можливості.

Цьогоріч за підтримки Проекту ПРОМІС і за участі агровиробників, агрономів, селекціонерів та науковців Асоціація підготувала норми специфікації для місцевої черешні. У вересні завершилася державна реєстрація географічного зазначення, тож мелітопольська черешня стає міжнародним брендом — першою українською ягодою, яка має право на визнання в Євросоюзі.

“ «Реєстрація географічного зазначення не лише відкриває нові можливості для виробників черешні, а й потребує чіткого дотримання умов специфікації. Вони стосуються різних технологічних аспектів: поливу, обробки, сортування, охолодження, зберігання ягід, пакування, транспортування тощо. На сьогодні мало підприємств відповідають прописаним вимогам. Їм потрібен час і фінансові ресурси, щоб переналаштувати модель свого бізнесу й підтягнути якість продукції. До кінця осені завершимо розробку експортної стратегії Асоціації. Зараз разом з експертами обговорюємо її загальне бачення й окреслюємо ті стратегічні напрями, які нам під силу втілити. Стратегія міститиме план дій не лише для Асоціації загалом, а й для підприємств-учасників. Орієнтуючись на план, вони зможуть змінювати підходи до виробництва, дотримання норм і стандартів», — розповів **Геннадій Подшивалов, голова Асоціації виробників мелітопольської черешні.**

За дотриманням підприємцями вимог специфікації продукції стежитиме наглядова рада Асоціації. За підтримки Проекту ПРОМІС було придбано спеціальне обладнання, що тестує якість черешень: перевіряє вміст цукру відповідно до сорту ягоди. Цього року разом із працівниками університетської лабораторії його випробували, а вже наступного сезону будуть повноцінно використовувати для моніторингу якості продукції членів спілки. Також Асоціація готує для підприємців так звану дорожню карту експортера-початківця, де буде прописано всі моменти, які потрібно врахувати під час підготовки черешні до продажу за межами України.

Ідеться, наприклад, про вибір відповідної тари, правильне пакування, наявність новоствореного логотипу мелітопольської черешні та самої Асоціації, а також маркування про час і точне місце збору ягід.

Важливим етапом у просуванні місцевих підприємців на експортні ринки є навчання. Тому восени 2020 року для них відбулися семінари та тренінги щодо експортної грамотності, а також серед підприємців було проведено комплексну роз'яснювальну роботу стосовно переходу до спільних умов і правил виробництва черешні, методів контролю якості продукції, сертифікації виробництва згідно з умовами ЄС тощо.

“ «Планували частину навчальних заходів провести навесні, та, зважаючи на карантин у зв'язку з пандемією COVID-19, перенесли на кілька місяців. За цей час підготували цікаві аналітичні звіти про черешневий ринок України та можливості в Європі. Завдяки останньому чіткіше бачимо наші позиції в контексті експорту: знаємо, які сорти виробляють за кордоном і в чому ключові відмінності з нашими ягодами, краще орієнтуємося в їхніх обсягах виробництва й цінній політиці. А основне — знаємо, коли у європейців «вікно» між зборами врожаю та на коли відповідно слід планувати постачання, щоб отримувати максимальні прибутки», — поділився **Геннадій Подшивалов**.

На цей час учасниками Асоціації є вісім фермерських господарств, але їх кількість зростатиме: у регіоні працюють близько 80 підприємств – виробників черешні, що потенційно можуть долучитись. Деякі підприємці ще не до кінця розуміють механізм діяльності Асоціації та переваги від об'єднання ресурсів, а є й активні молоді люди, які з самого початку усвідомлюють цінність ініціатив організації та охоче підтримують їх.

“ «Займаюсь вирощуванням черешень, абрикосів і персиків уже більш як 16 років, майже дев'ять років керую фермерським господарством. Я став одним із перших учасників Асоціації. Долучався до розробки специфікації мелітопольської черешні, допомагав також з інформуванням і залученням до спілки інших місцевих фермерів.

Мій багаторічний досвід роботи засвідчив, що дуже частим явищем на ринку черешень є прояви недобросовісної конкуренції: будь-яку черешню покупцям можуть видати за мелітопольську. У цьому плані немає культури й делікатності роботи: навіть із Казахстану привозять до нас черешню, яку теж продають як мелітопольську. Відтак, вболіваю за справу, яку взяла на себе Асоціація, — реєстрацію географічного зазначення. Це дасть змогу мелітопольським підприємцям офіційно заявити про свій продукт і працювати на повну потужність. Вірю, що будемо успішно експортувати на ринок Європи. Для нас важливо виводити черешню на експорт не як сировину, а власне як кінцевий продукт. Продаючи товар за вищими цінами, будемо таким чином приносити гроші в українську економіку, зможемо підтримувати людей, які працюють із нами в Мелітополі, а на перспективу — будемо нарощувати обсяги виробництва і створювати нові робочі місця», — поділився **Тимур Мехтієв, керівник фермерського господарства в Мелітополі, учасник Асоціації виробників мелітопольської черешні**.

Поява бренду з географічним зазначенням «Мелітопольська черешня» не лише посилить імідж Мелітополя як черешневої столиці України, але й спонукатиме місцевих фермерів активно співпрацювати з Асоціацією виробників мелітопольської черешні. А збільшення виробництва якісних ягід та їх експорт, своєю чергою, посилять економічну сталість регіону і сприятимуть зростанню якості життя його мешканців.

Проект ПРОМІС активно підтримує створення та подальшу діяльність бізнес-асоціацій у містах-партнерах: упродовж шести років підтримку було надано десятиом спілкам. Адже функціонування успішних об'єднань підприємців каталізує розвиток бізнес-клімату міст та інфраструктури регіонів, посилює відповідальність уряду й активність громад, сприяє доступу до міжнародних ринків, що сумарно є запорукою економічного зростання в Україні.



Історії успіху #МістаТаЗміни розповідають про успішні приклади та інновації з впровадження ефективного демократичного управління та прискорення місцевого економічного розвитку у Запорізькій, Вінницькій, Полтавській та Івано-Франківській областях, що відбулись за підтримки проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проекту ПРОМІС), який впроваджує Федерація канадських муніципалітетів за фінансової підтримки Міністерства міжнародних справ Канади.

