

Експорт української органічної молочної продукції до Європи: європейські тренди та можливості для українських виробників

Доповідачі:

Ксенія Гулієва, експертка відділу експортних сервісів ГС Органічна ініціатива
kseniia.guliyeva@gmail.com

Максим Фастєєв, провідний аналітик молочних ринків Інфагро
maks.fasteyev@gmail.com

Володимир Урсу, сертифікований консультант з розвитку експорту
volodymyr.ursu@gmail.com

Київ, 02.04.2026



ОФІС З РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА ЕКСПОРТУ
ДЕРЖАВНА УСТАНОВА



Україна: тренди

Ксенія Гулієва, експертка відділу експортних сервісів ГС Органічна ініціатива

Пропозиція сирого органічного молока в Україні стабільно зростає

- Історія органічного молочного сектору в Україні почалася наприкінці 2000-х років.
- Останні п'ять років пропозиція сирого органічного молока стабільно зростає, CARG за цей період (усереднений річний показник) становить **+7%**.
- Станом на 2023 рік, виробництво органічної сировини зосереджено в 4 регіонах: **Житомирській** (83% від загального обсягу пропозиції), **Львівській** (13%), Чернігівській (3%) і Тернопільській (2%) областях.
- Частка органічного молока в загальному виробництві сирого молока становить **менше 1%**, що є **одним з найнижчих показників в Європі**.

динаміка



концентрація



Експорт українських органічних молочних продуктів та роль ЄС

- Загальні продажі органічних товарів, в т.ч. і молочних, останні роки стрімко відновлюються. В 2024 році обсяг споживчого ринку у вартісному виразі перевищив 2020 рік і рухається до довоєнного рівня. **ТОВ «Органік Мілк» були першими хто почав експорт з України. Спочатку до Йорданії та ОАЕ, пізніше до Саудівської Аравії.**
- З 2022 року ЄС надав доступ до свого ринку для української молочної продукції «**no tariff, no quotes**». В грудні 2022 року ТОВ «Органік Мілк» розпочала експорт широкої лінійки готової продукції **до ЄС.**
- Експорт з України в ЄС в 2022 році склав 2,8 тонн, в 2023 році - 34,3 тонн та в 2024 році – 20,9 тонн. Ключовою позицією в загальному обсязі експорту української органічної молочки в ЄС є **кисломолочна продукція, в тому числі йогурт. Також відмічаємо продажів молока та масла.**

динаміка



продукти



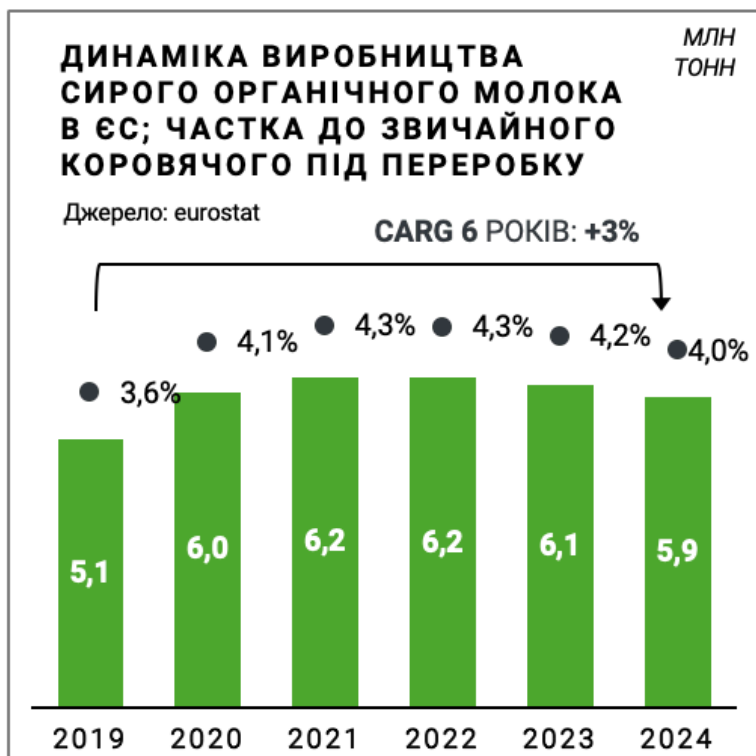
Європа: тренди

Максим Фастєєв, провідний аналітик молочних ринків Інфагро

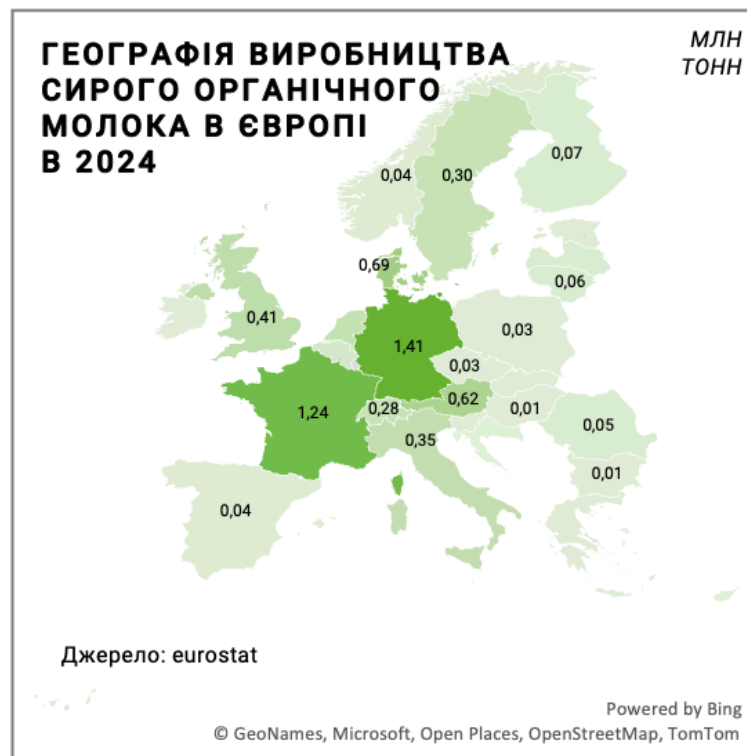


Ринок органічних молочних продуктів в Європі останні роки перебував у стані стагнації, але в даний момент спостерігаються ознаки відновлення

динаміка



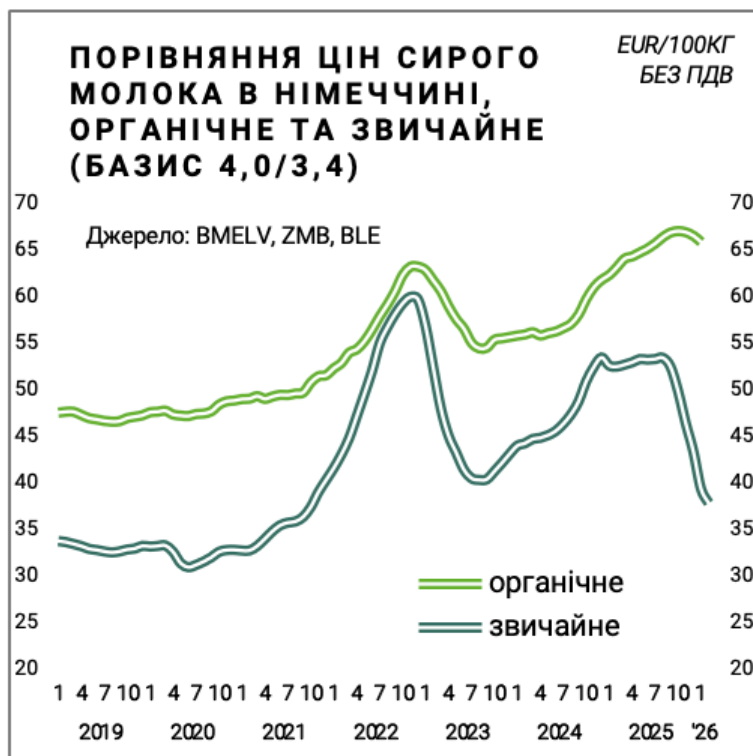
географія



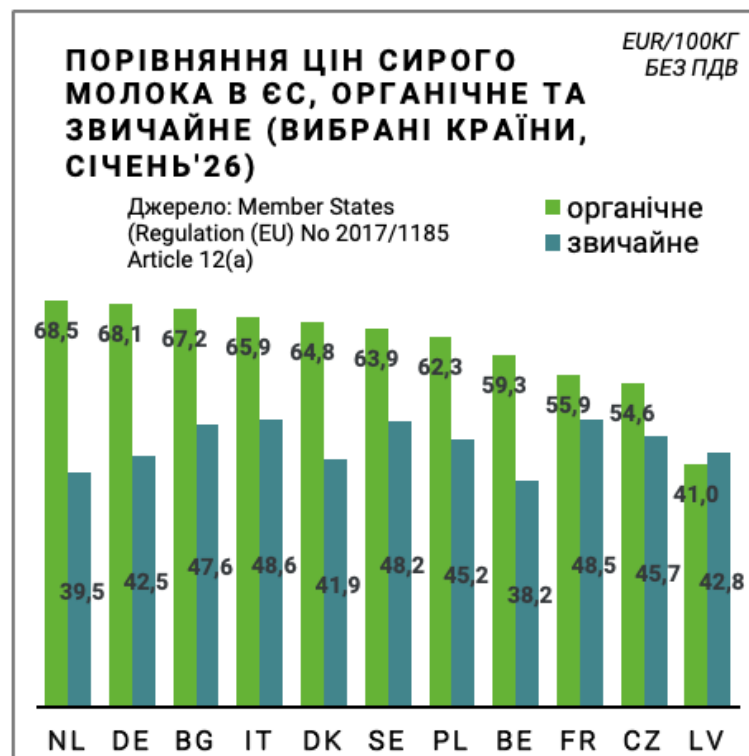
- В ЄС виробляється >6 млн т органічної сировини від всіх категорій тварин
- В 2023 році частка органічного сирого молока до пропозиції звичайного молока корів під переробку складала 4,2%
- З урахуванням 2019 року, CARG за 5 років становить +4%, але...
- За період 2020-2023 років CARG дорівнює тільки +0,4%, що підтверджує тезу про стагнацію органічного ринку Європи
- Франція та Німеччина разом виробляють майже 50% від загального обсягу виробництва органічного молока в ЄС
- Поза ЄС, великими європейськими виробниками органіки традиційно вважаються Велика Британія та Швейцарія.

Закупівельні ціни на органічне сире молоко в ЄС переважно демонструють стійкість на тлі кризи перевиробництва сировини

цінова динаміка



ранжування цін



- На відміну від тренду звичайного сирого молока, який демонструє різке цінове падіння протягом останніх 6 місяців (-30%, на прикладі Німеччини), вартість сирого органічного молока в січні відкоригувались тільки на 2% від піків осені 2025 року
- Відповідно до результатів січня, закупівельні ціни органічного сирого молока в ЄС в переважній більшості випадків лишаються суттєво вищими проти вартісних рівнів звичайної сировини (найбільша різниця в Нідерландах, Ірландії, Німеччині, Данії)
- В той же час є випадки, де органічна сировина опустилась нижче середніх позначок звичайного молока: Латвія, Естонія, Румунія

В Європі спостерігається дисбаланс на ринку органічної молочної продукції на користь пропозиції, при цьому обсяги імпорту лишаються суттєвими

обсяги споживчих ринків

частка у загальних продажах

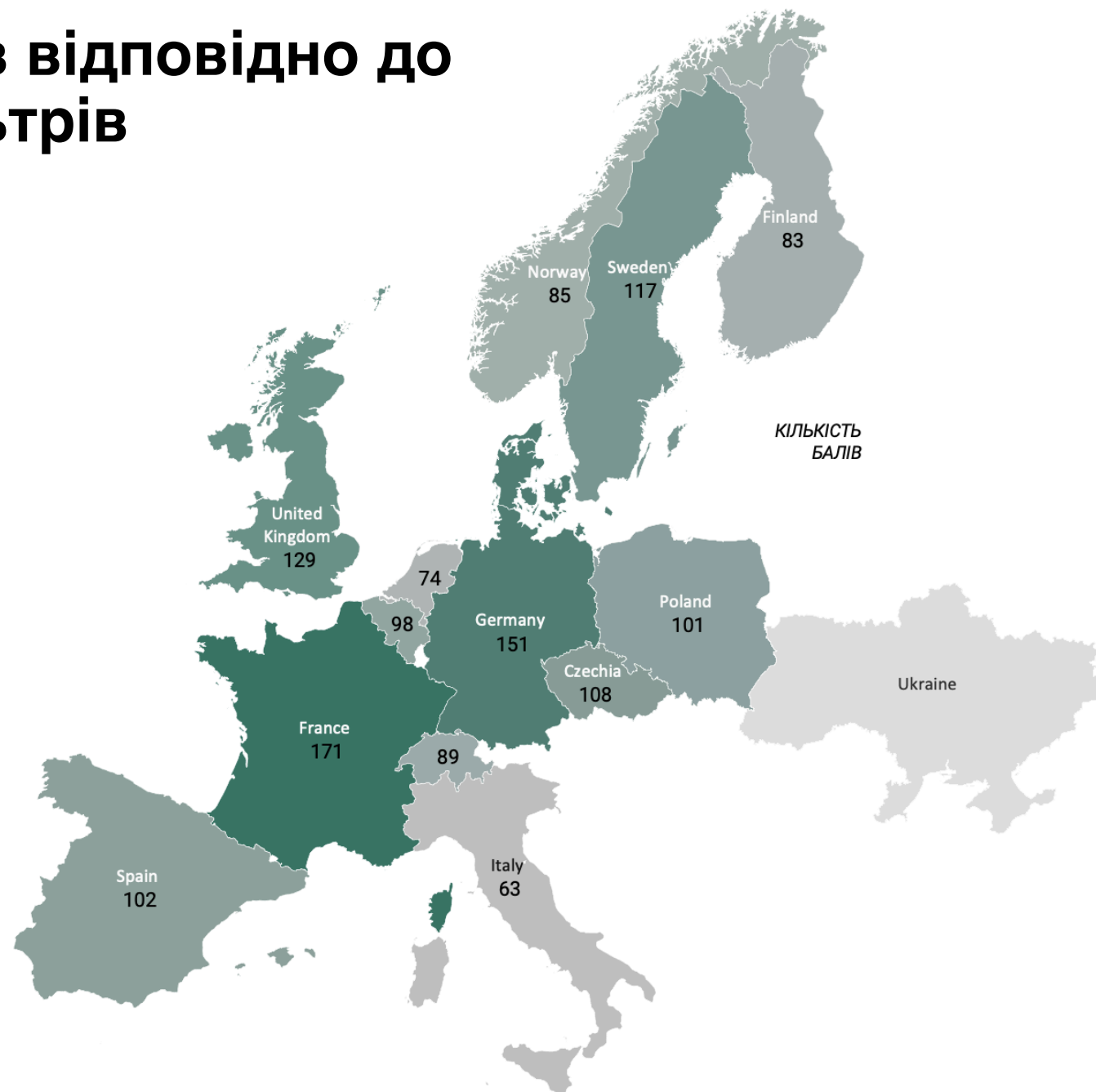
- За обсягами роздрібних продажів органічних молочних продуктів в Європі виділяємо Францію, Німеччину та Велику Британію
- Обсяг ринку роздрібних продажів органічної молочної продукції в Данії в 3 рази нижчий ніж у Франції, але частка у загальних продажах - найбільша в Європі, і сягає майже 20%
- В майбутньому очікується, що баланс попиту та пропозиції в Європі стабілізується за рахунок зростання попиту
- 90% поставок органічної молочної продукції в ЄС здійснює Велика Британія

Вибір експортних ринків відповідно до адаптованої моделі фільтрів

Підхід дозволив виявити найбільш привабливі експортні ринки шляхом розгляду низки ключових факторів, які включають макроекономічні аспекти, споживчі тенденції, обсяги та особливості ринкового середовища, оцінку логістики та складність входу на ринок.

Країни, які отримали найвищий загальний рейтинг:

- 1) Франція
- 2) Данія
- 3) Німеччина
- 4) Велика Британія
- 5) Швеція
- 6) Чехія



Франція: обсяги пропозиції сирого органічного молока суттєво перевищують потреби в переробці, але це не заважає здійснювати імпорту категорії

ризик

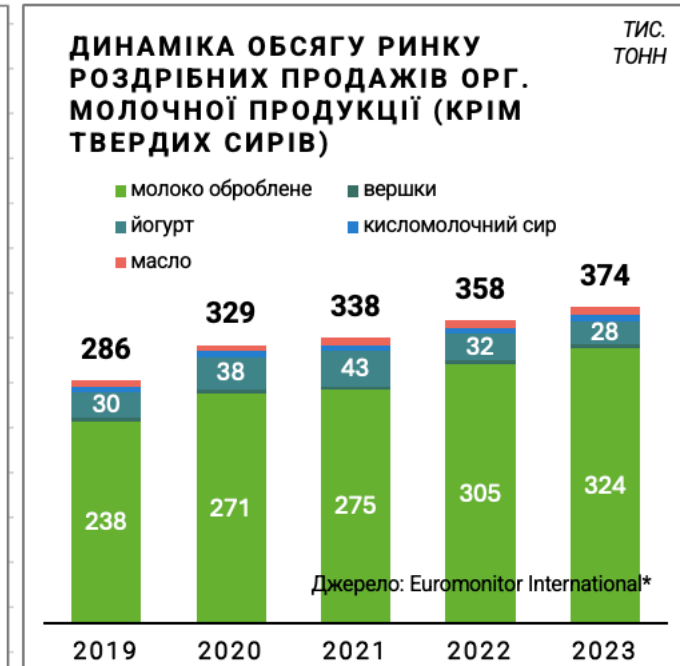
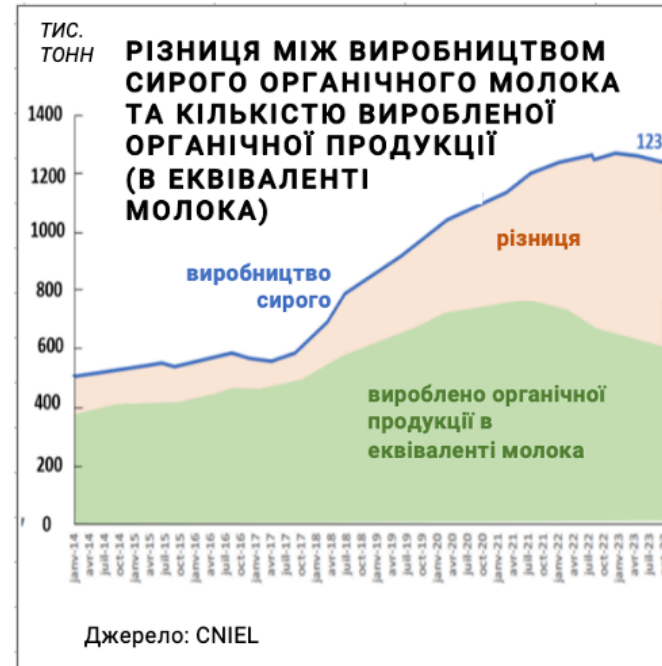
- Надлишок пропозиції сировини формує кризу на ринку органічної молочної продукції
- Висока конкуренція обмежує доступ для нових гравців
- З 2026 р. - сертифікація імпортера ЄС (молоко, вершки, масло)
- Політична нестабільність тисне на споживчий попит

МОЖЛИВОСТІ

- Найбільший ринок в Європі – стала культура споживання
- 2024–2025: відновлення попиту
- Тренди у УНТ-молоці, маслі, кисломолочному сири
- Закон Egalim стимулює споживання органічних молочних продуктів у школах
- Різноманітні канали збуту, в т. ч. спеціалізовані органік-магазини
- Імпорт органічної молочної продукції зростає

рекомендації

- Тривалий горизонт входу
- Готовність адаптувати продукт та упаковку
- Позичування: традиції, природність, походження продукту
- Будувати контакти через виставки та профільні асоціації
- Перспективні категорії: кисломолочний сир, йогурти, кисломолочні продукти



Данія: жодна інша країна у світі не має такої великої частки органічного ринку питного молока та сиру

ризики

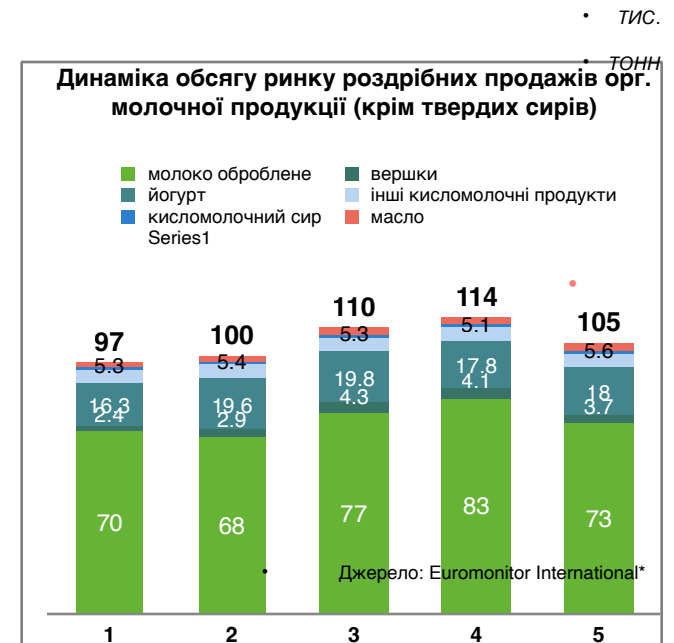
- Дуже закритий ринок
- Професійна асоціація активно захищає місцевих виробників
- З 2026 р. – сертифікація імпортера ЄС (молоко, вершки, масло)

МОЖЛИВОСТІ

- №1 у світі за часткою органічних молочних у роздрібних продажах – стабільний попит
- Стале зниження виробництва сировини, що призведе до дефіциту і подальшого стимулювання імпорту
- Асоціація Mejeriforeningen – потенційна точка входу на ринок

рекомендації

- Стратегічна інвестиція: потребує часу та ресурсів
- Позиціонування: преміальний імпорт з акцентом на автентичності
- Перспективні категорії: вершки, кисломолочний сир, кисломолочні продукти



Німеччина: після періоду стагнації, у 2024-2025 роках в країні спостерігається відновлення споживчого попиту на органічну молочну продукцію

ризики

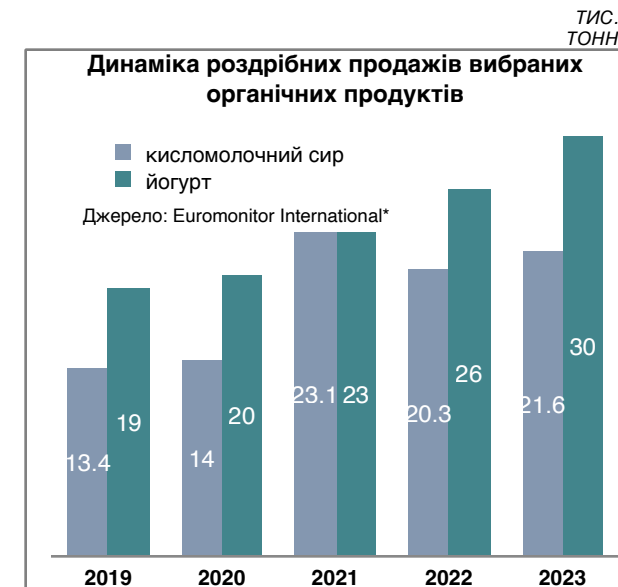
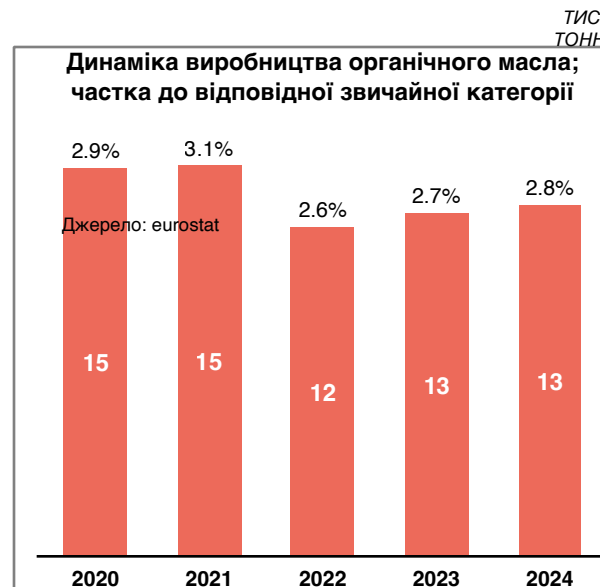
- Висока конкуренція локальних та міжнародних брендів
- З 2026 р. – сертифікація імпортера ЄС (молоко, вершки, масло)
- Політична нестабільність тисне на споживчий попит

МОЖЛИВОСТІ

- Один із найбільших ринків органічної молочки в Європі, відкритіший ніж Франція
- Скорочення виробництва сировини стимулюватиме імпорт
- Обсяги органічного імпорту вже зростають
- Сертифікація Naturland надає конкурентну перевагу

рекомендації

- Найбільш збалансований вибір для українського експортера
- Позиціонування: середній преміальний сегмент; імпорт дешевший за локальні бренди
- Отримати сертифікацію Naturland
- Регулярна участь у BioFach
- Пріоритетні категорії: йогурт, кисломолочний сир, вершки



Велика Британія: частка молочної продукції оцінюється у 20–25 % від загального ринку органічних продуктів, тобто близько 750-925 млн фунтів

ризики

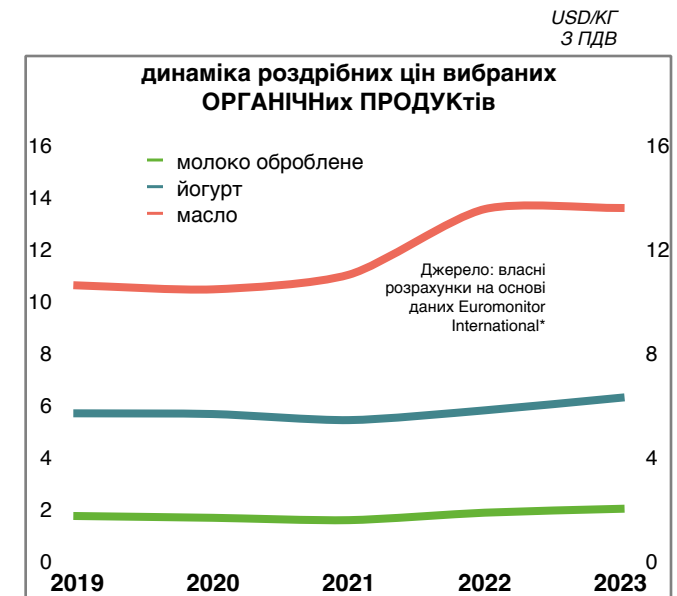
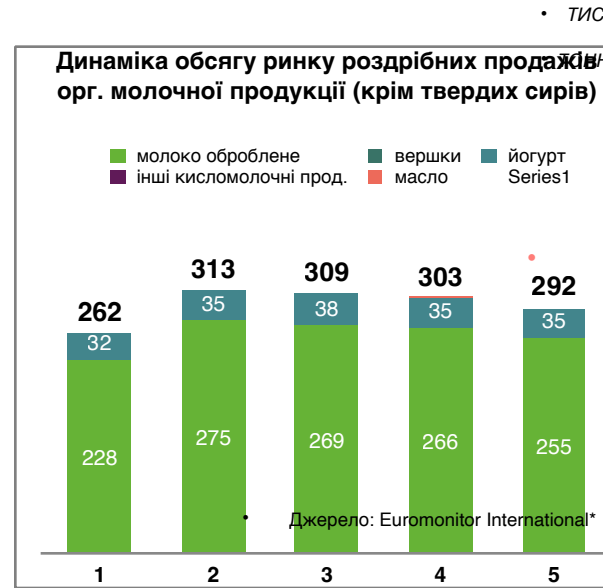
- Потрібна локальна сертифікація Certificate of Inspection
- Висока конкуренція локальних та міжнародних брендів
- Залежність попиту від макроекономічної ситуації

МОЖЛИВОСТІ

- Відсутність квот, мит та ліцензування (масло, УНТ-молоко, УНТ-вершки)
- Споживачі лояльні до іноземних брендів – є сенс розвивати власну ТМ
- Розвинена мережа дистрибуції та категорійний e-commerce знижують витрати на логістику

рекомендації

- Третій за розміром ринок Європи, структурний дефіцит і відкритість ринку – великі перспективи для експорту
- Точка входу: e-commerce як менш витратний старт
- Позиціонування: середній-високий сегмент, акцент на ціна/якість
- Пріоритетні категорії: масло, УНТ-молоко, УНТ-вершки, йогурт



Швеція: в країні вже виникає певний дефіцит органічної молочної продукції, оскільки попит на органічне молоко зріс в останні роки

ризики

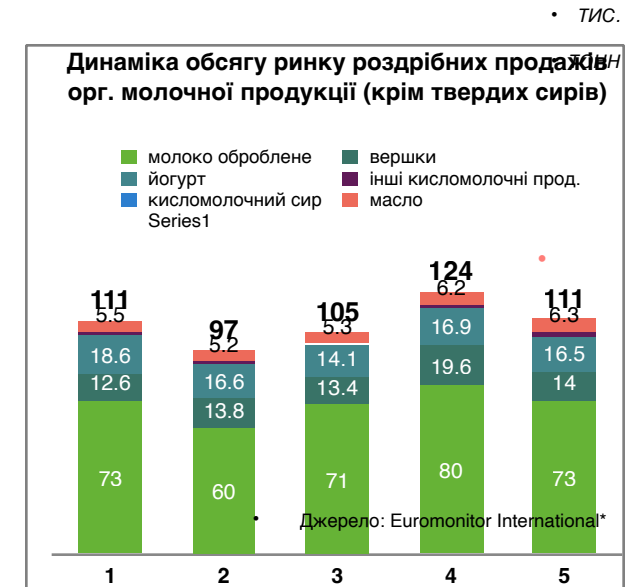
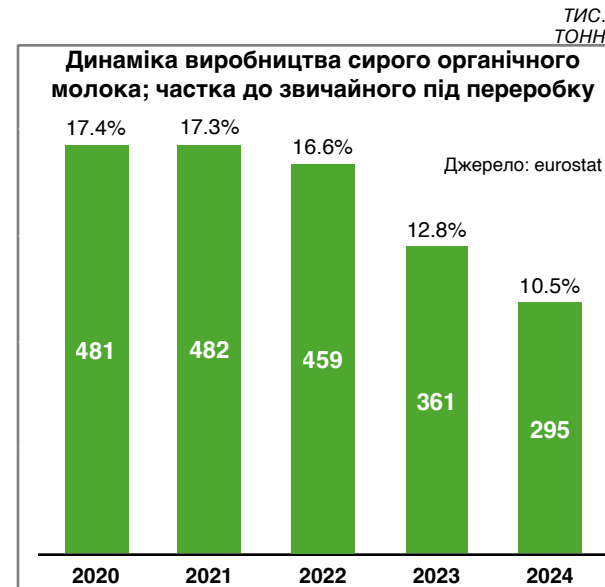
- З 2026 р. – сертифікація імпортера ЄС (молоко, вершки, масло)
- Конкурентний ринок

МОЖЛИВОСТІ

- Ринок вже потребує імпорту – попит перевищує пропозицію
- Протилежні тренди попиту/пропозиції забезпечують довгострокову перспективу
- Сертифікація KRAV дає конкурентні переваги
- Висока частка private label у роздробі – можлива точка входу

і рекомендації

- Привабливо для виробників з акцентом на якість, екологічність та автентичність
- Старт через Private Label і подальший розвиток власного бренду
- Позиціонування: середній-високий сегмент
- Отримати сертифікацію KRAV
- Пріоритетні категорії: вершки, йогурт
- Комбінувати з Данією та Норвегією для оптимізації логістики



Чехія: не дивлячись на невеликий обсяг ринку, країна має значний потенціал росту споживання органічних молочних продуктів

ризики

- Невеликий ринок
- Споживчі настрої щодо органіки ще не усталі
- Висока чутливість попиту до макроекономічних факторів
- З 2026 р. – сертифікація імпортера ЄС

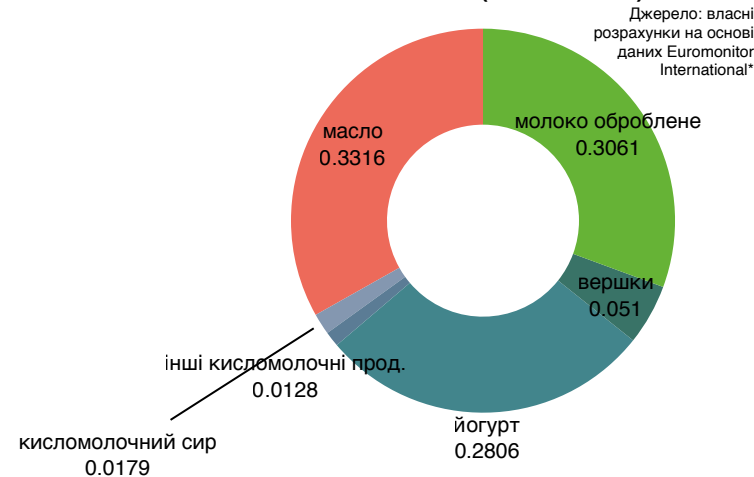
МОЖЛИВОСТІ

- CAGR ринку 2019–2023: +17% (молоко +25%, вершки +15%, масло +13%, сегмент кисломолочних продуктів подвоїв обсяг)
- Відкрита до імпортних брендів
- Географічна та культурна близькість до України
- Низькі бар'єри для входу

і рекомендації

- Ідеальна точка входу на ринок ЄС: темпи росту, відкритість, географічна близькість
- Канали: регіональні мережі, дистриб'ютори органічної продукції, етнічні магазини
- Позicionування: середній сегмент, ціна на рівні нижче німецьких імпортних брендів
- Пріоритетні категорії: йогурт, кисломолочні продукти, масло, вершки

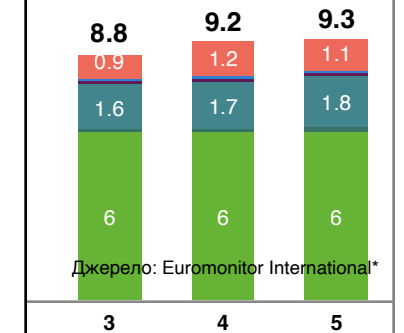
СТРУКТУРА ВИДІВ ОРГАНІЧНОЇ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ (КРИМ ТВЕРДИХ СИРІВ) У ЗАГАЛЬНИХ РОЗДІБНИХ ПРОДАЖАХ КАТЕГОРІЇ В 2023 (ВАРТІСТЬ)



Динаміка обсягу ринку роздрібних продажів органічної молочної продукції (крім твердих сирів)

Тис. Тонн

Джерело: Euromonitor International*



SWOT та Дорожня карта для НОВОГО експортера

Володимир Урсу, сертифікований консультант з розвитку експорту

Сильні сторони (**Strengths**)

S1

**Гнучкість і
адаптивність**

S2

**Інтегрована система
виробництва EU
Organic із
застосуванням
сучасних технологій**

S3

**Експорт під
власним
брендом**

Слабкі сторони (*Weaknesses*)

W1

**Брак робочої
сили**

W2

**Фінансова
вразливість
експортерів**

W3

**Дорога
логістика через
російську
агресію**

W4

**Обмежені
фінансові та
ресурсні
можливості для
виходу на
ринки ЄС**

Можливості (Opportunities)

01

Персональний
підхід до
ринків

02

Найбільший
споживчий
ринок
органічних
продуктів
світу

03

Динамічні
невеликі
ринки
Центрально-
Східної
Європи
(приклад —
Чехія)

04

Зростання
української
діаспори в
Європі

05

Євроінтеграція
та
уніфікація
правил

06

Відновлення
зацікавленості
до органічних
продуктів у
розвинутих
ринках

Загрози (**Threats**)

T1

Воєнні фактори та прямі ризики

T2

Макроеконом. ризики та погіршені умови фінансування через війну

T3

Конкуренція з локальними та міжнародними брендами

T4

Невідповідність фінансових умов очікуванням партнерів

T5

Посилення регуляторних вимог ЄС з 2026 року

T6

Макроеконом. та геополітична нестабільність у ЄС

Дорожня карта для нового експортера: схема

Дорожня карта

