



Корисно-  
це про наші продукти!





## Історія компанії

ТОВ «Фірма «ДІАМАНТ ЛТД» - ТМ «Козуб Продукт». Заснована компанія в 1994 р. Вважаємо свою компанію інноваційною на продуктовому ринку.

Одними з найперших ми розпочинали виробництво: круп «Під ДСТУ», обрешеного ядра соняшника, фасованого смаженого насіння соняшника, пластівців, які не потребують варіння, толокна вівсяного, пюре горохового, пюре нута, як основа для хумуса.

З 2001 року виробляємо пластівці миттєвого приготування із всіх видів зернобобових культур, а з 2013 року займаємося ще й органічними пластівцями та крупами.



## Чому вирішили і коли почали займатися органічним виробництвом?

Всі «дороги ведуть» на BioFach. Після відвідування міжнародного конгресу та особистих контактів з представниками органічної європейської спільноти наша команда вирішила, що органічна продукція має стати «вишенькою на нашому торті».

В 2013 році, завдяки реалізації швейцарсько-українського проекту «Розвиток органічного ринку в Україні» (FiBL) і в рамках проекту GIZ «Сприяння економічному розвитку та зайнятості» і при взаємодії з керівництвом Полтавської Обласної Державної Адміністрації наша компанія змогла стати одним з піонерів прогресивного органічного руху України. Ми стала єдиним, на той момент, виробником органічних пластівців в Україні.







## За якими стандартами сертифіковані? Асортимент продукції, чому такий асортимент?

Сертифіковані організацією «Органік Стандарт» відповідно до Стандарту Міжнародних акредитованих органів сертифікації з органічного виробництва і переробки, еквівалентний стандарту Європейського союзу UA-BIO-108 d в категорії «Харчові продукти сільськогосподарського походження».

Асортимент налічує 24 позиції, основними серед яких є: пластівці вівсяні, пшеничні, ячмінні та їх суміші. Є ексклюзивні, наприклад, толокно вівсяне органічне. Вважаємо, що перехід на ці органічні продукти (зернові) не так сильно вдарить по кишені нашого споживача.

Також, вся наша продукція відповідає вимогам міжнародних систем контролю якості ISO 9001 та безпечності ISO 22000





## На які ринки продукція? Чому?

Основними і найлюбленішими споживачами були, є і будуть наші, **українські**, послідовники здорового способу життя. Ми намагаємося бути доступними для споживача в усіх регіонах країни та в кожному магазині.

**Органічну продукцію ТМ «Козуб Продукт Органік»** просуваємо на всі ринки, але пишатися поки не приходиться. Були разові реалізації в країни Євросоюзу та ОАЕ.



## Як основні складнощі/виклики? Як вирішуєте їх? Чого не вистачає?

Найскладніший момент – створення внутрішнього українського ринку споживання органічних продуктів. Вважається, що рівень життя населення є основною перепорою для цього.

Додатковою складністю для виробника органічної продукції в Україні є якісна сировина. І хоча кількість сертифікованих господарств за останні роки значно збільшилася, але великі агрофірми, які можуть собі дозволити витрати на органічне землеробство і згодні нести первинні втрати пов'язані з якістю, вироблене ними зерно відправляють прямо на експорт.





Чи є складнощі з постачальниками сировини,  
які і як їх вирішуєте?

Складнощі не з постачальниками,  
а скоріш з самою сировиною.  
Дякуючи довіреним відносинам з  
постачальниками якраз вдається уникнути  
придбання сировини, яка може в подальшому  
кинути тінь на якість продукції,  
задекларованої нашою  
ТМ «Козуб Продукт Органік».





Чи є складнощі зі збутом продукції, які і як їх вирішуєте?

Складність зі збутом полягає в основному в тому, що проміжна ланка – торгові мережі, не завжди налаштовані на те, щоб додавати до свого асортименту органічну продукцію, чи давати їй преференції.

На мій погляд якби кожен споживач органічної продукції міг би її купити у виробника - то розвиток органічної продукції був би максимально швидким





## Основні успіхи, досягнення? Завдяки чому?

Ми працюємо через наших партнерів зі спеціалізованими органічними мережами:



Наша органічна продукція присутня більш ніж в 30 національних мережах, таких як: Ашан, Новус, Сільпо, Мегамаркет, Велика кишеня, Наш край, Зростання, Таврія і інші, що разом налічує близько 300 супермаркетів





Як би починали з початку що би зробили по іншому?

Цікаве питання!  
Мабуть би зробив би те саме, тільки  
змістив би увагу з великого асортименту на  
меншій і сконцентрував би фокус,  
як на якості продукту,  
так і якості його просування.



## Поради для «новачків»

Наскільки Ви вірите в свій продукт,  
настільки він буде успішний!

У глобальному масштабі робота з органічним продуктом нічим не відрізняється від роботи з традиційним, але просуваючи органіку:

- Ви робите ДОБРУ, КОРИСНУ, ЗДОРОВУ, НАТУРАЛЬНУ справу;
- у Вас на допомогу є чудова спільнота людей, яка готова завжди допомогти і об'єднана під прекрасною ідеєю ОРГАНІКА!







Дякую за увагу!

