

Віталій Коверник, комерційний директор Corteva Agriscience

# Pioneer® за крок до сторіччя



95  
РОКІВ



Прийнятно вітати бренд з 95-річчям, адже в Україні більшість брендів не нарахує і 20 років історії. Бренди з історією – справжні, вони, як давні книги, що прожили життя авторів, друкарів, мільйонів читачів і продовжують жити. На відміну від книг, де жовкнуть сторінки й тріщинками береться палітурка, старі бренди можуть бути повні свіжих ідей, а їх історія – це коріння, яке живить молоде листя й квіти.

У тому, що людство сьогодні не переймається проблемою як прохарчуватися, аби вижити, а обирає варіанти пляжного відпочинку, буде електромобілі та губиться між моделями айфонів, є й велика заслуга бренда Pioneer®. Започаткувавши ринкову гібридизацію, він принципово змінив урожайність культур. Pioneer®, легендарний та відомий усім у світі, сягнув поважного віку, а мій співроз-





мовник – комерційний директор компанії Corteva Agriscience в Україні Віталій Коверник, молодий і повний енергії та руху.

## Батьки гібридизації

– Гібридизація, яка отримала широке застосування завдяки Pioneer® багато років тому, мала величезний вплив на сільськогосподарську діяльність у світі, – жваво почав розмову Віталій Коверник. – Процес, започаткований 95 років тому, пройшов еволюцію та великі трансформації, напрацював величезний досвід. Як ви знаєте, при схрещуванні різнорідних генних типів виникає явище гетерозису, в першому поколінні культура має підвищену врожайність, адаптивність, життєздатність. У гібридизацію гігантські ресурси інвестують усі насінневі компанії, щоб отримати більше якісного насіння, яке відповідає потребам зовнішнього середовища і запитам фермерів. Недооцінювати значення гібридизації неможливо, вона дає змогу відповідати на виклики зовнішнього ринку, а ринок постійно змінюється. Змінюється клімат,

потрібні культури з посухостійкістю, стійкістю проти хвороб. Економіка кожного сільськогосподарського підприємства, корпоративного чи одноосібного, вимагає високої врожайності, і без гібридизації ми на цей рівень просто не пройшли б. Ми пишаємося, що саме Pioneer® став засновником нової філософії насінництва, яка дає сьогодні фермерам змогу здобувати успіх у складних умовах. Pioneer® показав фермеру нові можливості, відкрив нові обрії. Все відбувалося дуже просто, кожний фермер мав можливість посіяти на дослідній ділянці гібридне насіння і побачити різницю з тими сортами, які зазвичай вирощував. Саме завдяки гібридизації принципово змінився розмір ЕВТДА з гектара.

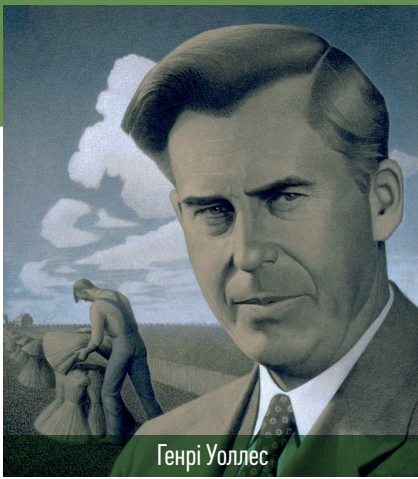
## Насіння – початок усього, але не лише воно

З приходом транснаціональних компаній на терени України тут з'явилися не тільки товари та ресурси, вироблені (а головне винайдені) за кордоном. Тут з'явилася західна культура біз-

нес-стосунків, з'явилися технології, з'явилися західні стандарти ведення бізнесу, і Pioneer® був з-поміж перших, хто щедро ділився цивілізаційними надбаннями з українським фермерством та українськими бізнес-структурами.

## – Насіння – це головний аргумент у рослинництві, але які цінності дає фермеру Pioneer® окрім цього?

– Pioneer® був компанією, яка сьогодні трансформувалася в компанію Corteva. Філософія ж бренду сформульована 1952 р., майже 70 років тому, і з того часу практично не змінилося розуміння його призначення, покликання, яке відбивається й у маркетинговій політиці. Якість насіння Pioneer® є наріжним каменем успіху фермера. Ми до останнього відповідаємо за кожне зернятко нашої компанії, в цьому сила бренду. З-поміж світових насінневих брендів Pioneer® першим прийшов на терени СРСР, першим до незалежної України. Ідея полягає в тому, щоб фермер, який користується насінням Pioneer®, був переконаний у його беззаперечних перевагах. Так, він



Генрі Уоллес



може експериментувати з насінням інших компаній, але повертатиметься до Pioneer®, тому що розумітиме його переваги. Corteva з'явилася кілька років тому як нова компанія, ґрунтуючись на досвіді наших попередників Dow, DuPont та Pioneer, і пройшла турбопроцес модернізації, вийшла на Нью-Йоркську фондову біржу, запровадила нову економічну модель в Україні. Сьогодні її бренд Pioneer® святкує 95-річчя, а до 100-річчя ми підготуємо потужний пакет інновацій, у нас будуть нові культури, у нас будуть нові підходи, нові методи ведення бізнесу. Це буде революція в ефективності. Щодо цінностей, то у нас є розроблена Стратегія сталого розвитку-2030. Вона поєднує 14 цілей, які повинні бути досягнуті протягом наступних 10 років. Стратегія ґрунтується на чотирьох основних напрямках: цілі заради фермерів, цілі заради землі, цілі заради спільнот, зокрема розвиток молоді, та цілі для операційної діяльності компанії. Найбільший ресурс, який може забезпечити принципове зростання виробництва продовольства, – це знання, тому ми глобально плануємо забезпечити навчання 25 мільйонів сільгоспвиробників, збагатити життя 500 мільйонів малих фермерських господарств. Це цінності загальні для людства, але для Pioneer® вони мають матеріальне вираження. Ми плануємо не тільки

сприяти зменшенню викидів парникових газів, збільшуючи врожайність, – ми плануємо покращити здоров'я ґрунтів на 30 мільйонах гектарів, сприяти ефективному управлінню водними ресурсами, посилити біорізноманіття на 10 мільйонах гектарів. Зокрема, в Україні наші освітні програми охоплюють 10 тисяч учасників на рік, фермери навчаються застосуванню передової насінневої генетики та інноваційних засобів захисту, а також цифрових рішень. Нами запроваджено пряму модель продажів насіння Pioneer® безпосередньо сільгоспвиробникам, а також унікальну систему захисту від підробок – голограму IZON®.

**– Це реально для такої великої компанії Corteva Agriscience – дбати про довкілля і добробут фермерської родини? Це не губиться у глобальних цілях?**

– Ну от погляньте, компанія Apple презентувала концепцію, за якої за кілька років уся техніка Apple вироблятиметься виключно з відновлюваних матеріалів, не завдаючи шкоди довкіллю. Отже, це реально не копати надра й не купувати пластику. Наша філософія – збагачувати життя тих, хто виробляє, і тих, хто споживає, забезпечуючи розвиток майбутніх поколінь. Коли мене запитує син: «Тату, а чим ти займаєшся на роботі?», мені є, що сказати йому, адже я працюю для того, аби йому за 15–20 років, коли він піде

у доросле життя, жилося ще краще. Це те, що мені подобається в компанії Corteva.

## Інновації 2021-го

**– Щодо власне насіннєвого матеріалу: які переваги ви надаєте фермерам через нього?**

– Ми збільшуємо їх прибутки. Швидка вологовіддача наших гібридів дає змогу скорочувати витрати невідновлюваного природного ресурсу – газу для сушки зерна восени. Посухостійкі гібриди кукурудзи Optimum® AQUAmax® забезпечують високі врожаї навіть за посушливих умов.

**– Яку стратегію ви вважаєте ефективною для агросектору України: стрибки й прориви або сталий розвиток?**

– Сталий розвиток – це найкраща бізнес-концепція, особливо для України, де зосереджено 25% світових запасів чорноземів, які вкрай необхідно зберегти, якими слід опікуватися. Наша екологія – актив, один із найкращих у світі. Якщо ми зможемо його утримати й доглянути, він стане багатством майбутніх поколінь. Це і наш шлях у Європу, тому що через сталий розвиток ми можемо отримувати якісніше зерно. Це наша мрія – прищепити українському фермеру філософію сталого розвитку. Якщо ти дбаєш про





землю, про екологію, якщо поділяєш ідею сталого розвитку, ти зможеш продати свою продукцію дорожче. Трейдери також купуватимуть здорове зерно дорожче. Ми – частина світу, і ми забезпечуємо напрям, у якому еволюціонуватиме світ.

## Енергія Уоллеса, рух триває й нині

**– Які історичні маркери на шляху компанії ви вважаєте найважливішими? Чи можна історичний досвід Pioneer® наслідувати іншим компаніям? Адже відомо, що успішні менеджери відверто розповідають про свої досягнення, пишуть книги про власний успіх, але повторити його ніхто не може.**

– Потужний поштовх розвитку Pioneer® дав його засновник Генрі Уоллес. Це надзвичайна особистість в історії США. Ще до заснування Pioneer® він, випускник сільськогосподарського коледжу в Айові, намагався здійснити подвійну міжлінійну гібридизацію і почав продавати насіння гібрида Copper Cross, яке було відзначене золотою медаллю престижної виставки. Це була людина великої пристрасті, Уоллес вірив, що гібридизація – це майбутнє. Заснував компанію Hi-Bred Corn, згодом Pioneer® Hi-Bred International, а за два десятиліття Уоллес став міністром сільського господар-

ства США, був віцепрезидентом США при президенті Рузвельті, саме в часи війни, потім був міністром торгівлі. От і дивіться, чи можна повторити такий шлях. Заснована Уоллесом компанія росла й змінювалася.

**– Чому такі великі перерви в експансії Pioneer® на пострадянський простір? Перше насіння Хрущов привіз 1959 року, перші дослідження у СРСР Pioneer® почав 1980 року, а перший офіс в Україні було відкрито тільки 1998 року.**

– Це пояснюється тим, що в СРСР була планова економіка, екстенсивний шлях розвитку. Для Pioneer® була важлива ринкова економіка. Коли почалися перші кооперативи, перші приватні господарства, тоді й почали звертати увагу на насіння, на технології. Це було ключовим чинником для mind shift у свідомості господаря, фермера. За деякий час в Україні з'явилося представництво компанії Pioneer®, і зараз бренд є одним із лідерів ринку насіння.

## Вирощене в Україні

**– 1998 рік... Це цікавий момент, оскільки, здається, це був етап максимального руйнування радянського агрокомплексу та перехід до зростання нової моделі господарювання... Сьогодні Pioneer® – лідер, виробник насіння, у вас модерний завод**

**у Стасях. До речі, зараз відкривається вікно для експорту насіння до Європи.**

– Виробництво насіння в Україні було дуже чітко прорахованим кроком. Як не дивно, український сільгоспвиробник надзвичайно вибагливий до якості насіння, настільки прискіпливий, що до імпортного насіння ставить вимоги по масі тисячі насінин, по фракції. Щоб задовольнити вимоги фермера на 100 відсотків, ми започаткували українське виробництво й одержали можливість тримати весь процес у своїх руках: ми контролюємо всі етапи від посіву до пакування у мішки. Український фермер повинен точно знати, що отримує абсолютно те, що замовляє. Будівництво заводу з інвестиціями понад 56 мільйонів доларів США – це був дуже потужний сигнал для всього ринку, сьогодні частка виробленого в Україні насіння становить 60–70% продаж. І ми прагнемо збільшувати цю частку, оскільки, контролюючи процес, пом'якшуємо ризики. Цього року в Європі був істотний недобір урожаю, насіння кукурудзи й соняшнику. А Україна виконала свої плани на 100%, потреби фермерів були повністю задоволені, хоча в нас теж був важкий рік. Усі ділянки гібридизації в нас на поливі, всі процеси здійснюються під чітким керівництвом і наглядом фахівців. Україна цього року показала найкращі результати в Європі з виробництва насіння.





– Кажуть, у господарствах працював людський чинник: люди не вгадали зі строками сівби й не могли миттєво реагувати на кліматичні шоківі експеси... Якби сівба відбулася пізніше, проскочили б посуху...

– Щодо товарних посівів, це справді так, але насіннєві посіви й гібридизація – це винятково компетенція та полив, тут усе було чітко. Так, для насіння відкрилися кордони, і тепер український лейбл Made in Ukraine можна буде побачити на європейських полях, тобто це не тільки експорт, а й промоція держави. Це добра підтримка нашого прагнення стати частиною європейської сім'ї. З погляду pure business для мене як для комерційного директора – це додасть проблем, оскільки раніше я був певним, що все, вироблене в Україні, буде продано в Україні, а тепер на нього можуть претендувати Угорщина, Румунія, Туреччина, Франція, Іспанія, якщо у них триватимуть проблеми з вирощуванням насіння. Тобто тепер у мене ризики зростають, це єдиний мінус при загальному позитиві відкриття експорту. Однак Pioneer® виступатиме амбасадором українського насіння, завдяки нашій компанії європейці розумітимуть, що насіння українського виробництва – це висока якість. Наш завод у Стасях – надсучасний, щодо якості – ми top standard. Це

найновіший насіннєвий завод компанії в Європі, створений за останнім словом науки та техніки.

– Як у Pioneer® загалом побудовано власне виробництво насіння? Зважаючи на світовий масштаб компанії, якій належить бренд – Corteva Agriscience, виростити необхідну кількість власними силами нереально, слід мати армію партнерів. Однак насінництво – процес, що вимагає високого професіоналізму та спеціальних компетенцій. Як група партнерів формується, наприклад, в Україні та наскільки вона професійна?

– Саме це ми й святкуємо сьогодні. 95-річний досвід Pioneer® – це безмежний обсяг знань, це політики, методики, інструкції, процедури. Коли ми приходимо до господарства в Україні, ми чітко оцінюємо локацію, ризики, потенціал, технології, культуру. Є фахова команда, яка відповідає за гібридизацію в Україні, є науково-дослідницький центр неподалік від Києва, який контролює якість вирощеного нами в Україні насіння. Якщо фермер хоче для нас вирощувати насіння, він проходить увесь наш внутрішній регламент на відповідність «піонерівським» стандартам. Першого року ми вирощуємо невеличкий об'єм, перевіряємо в лабораторії генетичну чистоту, відповідність нормам, перевіряємо на схожість, енергію, масу

тисячі зернин, і, за відповідності всіх чинників, фермер входить до пулу господарств, які можуть виготовляти для нас насіння. Кожне поле в Україні, де вирощується насіння Pioneer®, перебуває під постійним контролем. Жоден фермер не кинутий напризволяще, він постійно підтримується нашими службами, нашим агрономічним супроводом.

## Україна на сторінці One Page Strategy

– Продовольча безпека у світі є ключовим питанням. Населення зростає, і перед сільським господарством стоять нові виклики, нові завдання. Проте у світі зовсім небагато країн має потенціал вагомого нарощування виробництва продовольства. Які регіони є для Pioneer® пріоритетними, куди скеровується основна увага стратегів і менеджерів?

– Загалом, компанія Corteva Agriscience має чотири бізнес-регіони у світі – Північна Америка; Південна Америка; Європа, Близький Схід, Африка; Азійсько-Тихоокеанський регіон. У кожному регіоні є свої стратегії та свої завдання з розвитку компанії, брендів, зокрема Pioneer®. У кожному комерційному підрозділі є One Page Strategy, стратегія на одній сторінці, згідно з якою відбувається рух упродовж найближчих двох-трьох років. До речі,



Україна присутня на Глобальній One Page Strategy, а це означає, що ми справді в фокусі компанії глобально, а не тільки регіонально!

**– А що для бренду Pioneer® важливіше: постійно висока якість чи постійне оновлення?**

– Сукупність обох чинників. 95-річний досвід Pioneer®, майже 220 років DuPont та 125 років Dow – компаній-попередників Corteva Agriscience, відпрацьовані стандарти якості, підходи до бізнесу – це фундамент, на якому за допомогою інвестицій ми будемо нову інноваційну компанію. Щороку Corteva інвестує близько мільярда доларів в інновації, це прямі інвестиції, які зумовлюють появу, зокрема, нових гібридів Pioneer® у різних регіонах. Зміни клімату – це реальність сьогодні. Ми не можемо їх зупинити, але можемо їм протистояти опосередковано. У нас є лінійка продуктів Optimum® AQUAmax® – це гібриди, які максимально ефективно використовують доступну вологу. Ми уважно ставимося до розвитку нових культур, які можуть допомогти фермерам зискувати в часи кліматичних змін. У багатьох науково-дослідницьких центрах по всьому світу компанія веде роботу над пошуком генів, які відповідають за посухостійкість, урожайність, стійкість проти хвороб та шкідників, щоб постійно оновлювати лінійку Pioneer®.

**– Напевно, цього року й українських фермерів зможе порадувати новинками з кукурудзи й соняшнику?**

– Звичайно, ми щороку виводимо на ринок нові високоефективні продукти. Закінчуємо реєстрацію та виводимо в комерційний обіг вісім нових гібридів кукурудзи бренду Pioneer® – це абсолютно новий рівень, нове покоління, нові гібриди соняшнику й вихід нової культури на ринок України. Нова кукурудза відрізнятиметься потенціалом урожайності, адже гібриди, які майже десятиріччя працюють на ринку, потенціалом урожайності сягнули максимуму. А наші наукові дослідження тривають нон-стоп: це й Optimum® AQUAmax® для посухостійкості, й збільшення гібридів з раннім ФАО в тренді переходу на ранні гібриди у зв'язку з кліматичними змінами. Ми відстежуємо побажання фермера, використовуючи нашу бізнес-модель із торговими агентами. Ми прагнемо створювати максимально правильні продукти, які фермер буде отримувати з перших рук.

### Віч-на-віч з фермером

Компанії, які мають історію, мають і безцінний досвід комунікацій із суспільством. До потреб та запитів суспільства треба бути уважним, оскільки це запорука тривалого здорового життя фірми.

**– Як себе показує в практиці ваш революційний перехід на прямі продажі з брендом Pioneer®?**

– Я би сказав, це все ж таки був еволюційний крок. Ми повинні були стати ще ближчими до фермера. Через нову бізнес-модель, через прямі продажі насіння, через мережу торгових агентів ми стали з фермером віч-на-віч. Це було безумовно правильне рішення, але це тільки перший крок у розвитку цієї бізнес-моделі. Прямі відносини й прямі продажі розвинуть структури наших агентів до рівня, коли їх повноваження та можливості будуть принципово іншими і фермер зможе отримати максимум ефективності при виборі преміального насіння.

**– Як показала себе система: ви зросли порівняно з тим, коли працювали через дистриб'юторів, чи залишилися на тому самому рівні?**

– У перший рік нам було важко, але наші цілі ми виконали на 99%. Цього року ми плануємо зрости набагато більше, ніж попереднього.

### Конкуренція мотивує

Нерівний ріст АПК України: тривалий час по висхідній, потім – ямка, як от торік. Ціни прекрасні, а от урожай слабенький. До речі, він теж показав, хто чого вартує на ринку. Кожний рік люди оби-





рають кращий гібрид, а от чи вистрелить він в умовах певної місцевості та за погодних вибраних років – це питання. Проте різні компанії переконують у перевагах саме їх продукту...

**– Ринок насіння в Україні досить щільний: є американське, французьке, німецьке, чеське, угорське. Як ви почуваетесь в середовищі агресивної конкуренції?**

– Так, конкуренція дуже сильна, щороку конкуренти виходять на ринок з новими продуктами та новими акціями, й саме це змушує нас тримати темп і драйв, спонукає до креативу. У нас є амбітні плани, і ми повинні діяти енергійно, щоб їх втілити. Ми вступили у період сюрпризів та інновацій до 100-річчя бренду Pioneer® – це будуть незабутні п'ять років. Рости ми будемо якісно, й у своїх програмах, й у своїх продуктах. Бізнес-модель, запроваджена два роки тому, – найважливіший чинник, який допоможе нам досягти своєї мети. Культура конкуренції буває різною. Ми перетинаємося на демополях, тестових ділянках, де ми можемо показати себе в бою. Ми приймаємо виклики та демонструємо нашу силу на

полях. Наш актив і наша підтримка – тисячі фермерів і компаній, які впевнено заявляють, що готові працювати з Pioneer®, які у своїх господарствах переконалися в якості та ефективності нашого насіння.

**– Зрозуміло, що бренд Pioneer® претендує на першість на ринку. Проте все ж таки на яких аргументах ґрунтуються ваші амбіції?**

– Я вже зазначив, що ключовим аргументом є наша бізнес-модель, прямі продажі насіння бренду Pioneer®. Другий аргумент – абсолютна відповідальність за взяті нами зобов'язання, це принцип бренду з 95-річною історією. Якщо ми щось пообіцяли – обов'язково це виконаємо. І завжди намагаємося додати «родзинку», тож чекайте наступного сезону цікаві бонуси. Ми всі живі люди, й емоції важливі. Простота співпраці – надважливий момент. Є компанії, які вибудовують неймовірні схеми, бартерні комбінації, страхування ризиків, але ми хочемо, щоб клієнт просто прийшов до нас, просто купив насіння і просто виростив найбільший, порівняно з іншими насінневими виробниками, врожай. Це

все щаблі, які ми повинні подолати на шляху до першості.

## Фермери, які дзвонять, щоб подякувати

Життя комерційного директора великої транснаціональної компанії поєднано з життям тих, хто безпосередньо в полях вирощує кукурудзу і соняшник, хто вдома обприскує посіви та з-під долони виглядає на дорозі: чи не їде хтось із Corteva в гості, можливо, порадують чимось новеньким та врожайним?

**– Особисто у вас є агрокомпанії, які ви просто любите?**

– Мені подобається, коли фермер просто дзвонить подякувати: хлопці, ви мені порадили насіння чи препарат, я такі прекрасні результати отримав, спасибі вам. Колись, тоді я ще працював регіональним менеджером із продажів засобів захисту рослин, мені подзвонив фермер із проханням приїхати. Я приїхав – стоїть соняшник просто ідеальний. «Так у чому проблема?» – «Немає проблем, – відповідає. – Ти подивися, як спрацював твій препарат, я спеціально покликав тебе, щоб подякувати». Такий фідбек, такий зворотний зв'язок надихає і мотивує краще, ніж будь-які стимули.

Талант, молодість, енергія – ось що відзначає 95-річний Pioneer®, бренд, яким володіє компанія Corteva Agriscience. Бренд, який зарекомендував себе надійним партнером фермера та який, постійно молодіючи, крокує до вікового ювілею. □

™® Торгові марки Corteva Agriscience та її афілійованих структур © 2021 Corteva.

Розмову вів Юрій Гончаренко