



10%

На 1 октября численность поголовья свиней в сельскохозяйственных предприятиях составила более 14,9 млн голов, что на 10% выше аналогичного показателя прошлого года.



8 млрд руб.

Россельхознадзор предупреждает, что по итогам 2013 года вирус АЧС может принести ущерб свиноводству в размере 8 млрд рублей.



17%

По прогнозам Министерства экономического развития РФ, рост мясной отрасли за период 2012–2016 гг. составит 17% со среднегодовым значением 4,3%.

издается с сентября 2001 г.
www.sfera.fm

№6 (97) 2013

мясная сфера

Мощь союзных сил.

Предприниматели России, объединяйтесь!

10



20



40



46



50

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

БОЛЕЕ 2 300 УЧАСТНИКОВ, 64 СТРАНЫ, 53 800 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ПРОД ЭКСПО

10–14
февраля 2014

21-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ
ИХ ПРОИЗВОДСТВА



www.prod-expo.ru

Вместе к успеху!

Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Москва, Россия



Expo Rating

* Самая крупная выставка России 2011–2012 гг. по тематике «Продукты питания» в номинациях: «Выставочная площадь», «Профессиональный интерес», «Охват рынка». Рейтинг составлен ТПП РФ и РСВЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами.

реклама

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства
сельского
хозяйства РФ

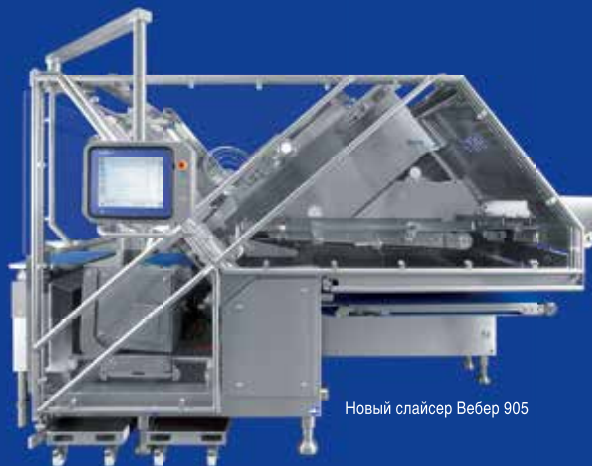


18+

На уровень выше



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100х150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

weber[®]
The High Tech Company

ООО «Вебер Рус»
127254 Москва · Ул. Добролюбова 3, стр.1
Тел.: +7 495 604 48 35 · Факс: +7 495 604 48 37
ru@weberweb.com · www.weberweb.com

4
дня!

Ярмарка

ПИР

Вкусный отдых для всей семьи

12-15 ДЕКАБРЯ 2013 ГОДА

Крокус Экспо

Уникальные региональные продукты России
Мировая гастрономия высокого класса
Возможность все попробовать и купить напрямую у производителя
Грандиозная программа мероприятий о еде

реклама

0+

www.fair.pir.ru

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Еда

MENU

ХЛЕБ*СОЛЬ
КУЛИНАРНЫЙ ЖУРНАЛ С ЮЛИЕЙ ВЫСОЦКОЙ

jamie
magazine

гастрономЪ

ЖУРНАЛ **buona**
ITALIA
Итальянская кухня

**HAND
MADE
FOOD**



При поддержке

SSSSSSSSPRAY PLUSSSSSSSSS SSSSSSSYSTEM

SPRAYPLUS® SYSTEM

ЗАПУСКАЯ ИНЪЕЦИРОВАНИЕ В НОВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ



**ВЫСШИЕ КОНЕЧНЫЕ
РАСЧЕТНЫЕ ВЫХОДА**

**НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ
РАССОЛА И ЦВЕТА**

**УВЕЛИЧЕНИЕ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ**

**УНИКАЛЬНАЯ
УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ**

www.metalquimia.com

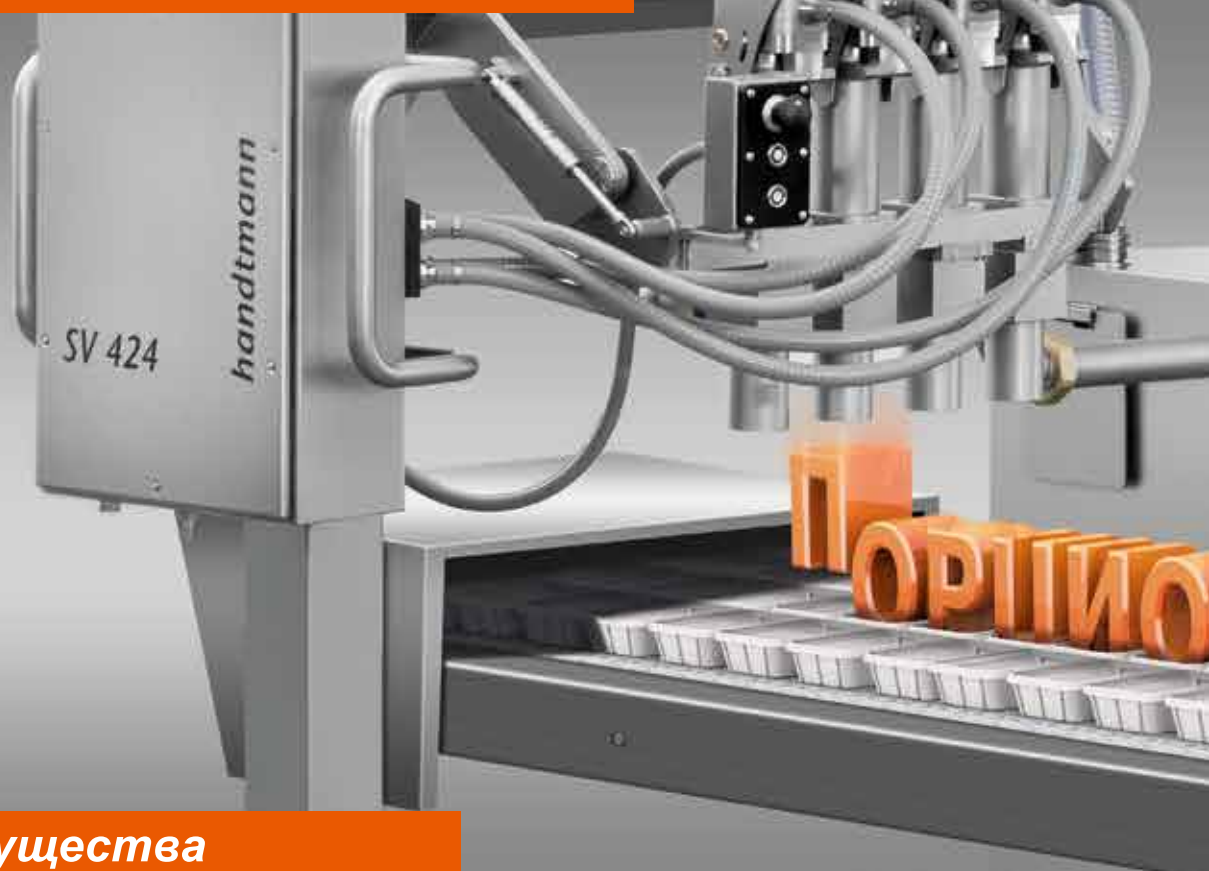
 @MetalquimiaNews

 **МТИ** Простые
Технологии
Ингредиенты
ГРУППА КОМПАНИЙ

Тел/факс +7 (495) 786 8565



Автоматическое порционирование, позволяющее сохранять свойства сырья



Преимущества

- *Снижение затрат: резка и порционирование без оболочки или клипсатора*
- *Высочайшее качество и аппетитный внешний вид продукта*
- *Помещение непосредственно в емкости без промежуточной перезагрузки*
- *Увеличение эффективности за счет бюджетной автоматизированной системы*





- ⊙ **Строгая точность веса**
- ⊙ **Более высокие показатели экономичности** благодаря автоматизации
- ⊙ **Высочайшее качество продуктов** благодаря процессу, позволяющему сохранять свойства сырья

Аккуратная резка кусковых продуктов с непосредственной подачей в лотки или емкости

Режущий вентиль подключается к высоковакуумным или вакуумным шприцам Handtmann и таким образом обеспечивает высочайшую точность веса и экономичность. Его можно просто и удобно расположить над столом, транспортером или упаковочной машиной глубокой вытяжки. Щадящая подача сырья при максимальной степени вакуумирования гарантирует первоклассное качество и аппетитный внешний вид конечного продукта.



handtmann
Идеи с будущим

12-я Международная выставка

Молочная и Мясная индустрия



www.md-expo.ru



Одновременно с выставкой:



18–21 марта 2014 года

Москва, ВВЦ, павильон №75

Организаторы:



При поддержке:



Генеральный
информационный
партнер:

**Молочная
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ**

Официальный
информационный
партнер:

**ГЕНЕРАЛОГИЯ
МОЛОКА**

содержание

	отрасль	18
Российский рынок колбасных изделий и деликатесов		26
крупным планом	Рынок мяса: золотые годы остались в прошлом?	30



В настоящее время для эффективно-го развития бизнеса не достаточно заниматься только экономикой – необходимо налаживать диалог с партнерами, властью. Решать такие задачи проще через отраслевые союзы и ассоциации, которые специализируются именно в этой сфере деятельности.

10

тема номера	Мощь Союзных сил. Предприниматели России, объединяйтесь!	10	компании /события и факты	Новости	36
отрасль /события и факты	Новости	18	/стратегия	«АгроПромКомплектация» удвоит мощности и войдет в ТОП-10	38
/круглый стол	После выставки	20	фоторепортаж	Брянские проекты «Мираторга»	40
/тенденции	Российский рынок колбасных изделий и деликатесов	26	собственник	Д-р Эрнст-Отто Шнелль: «Случайностей в жизни не бывает!»	46
industry /trends	Russian sausage and delicatessen market	26	в полях	Евгений Дзидзигури: «Даже находясь в офисе, я – "в поле"»	50
/крупным планом	Рынок мяса: золотые годы остались в прошлом?	30	производство /события и факты	Новости	54
/исследование	Импорт колбас вырос, мясных консервов – упал	33	/автоматизация	«Черкизово» укрепляет позиции с помощью IT-решения CSB-System	56
инфографика	Положительная динамика в секторе свиноводства	34			

содержание

компании	36
«АгроПромКомплектация» войдет в ТОП-10	38
упаковка	Этикетка. Современные решения 58



Отечественный лидер по производству свинины, агропромышленный холдинг «Мираторг», пригласил нас в гости. Мы побывали на ферме по созданию высокопродуктивного поголовья мясных пород крупного рогатого скота «Котляково», третьей птицеводческой площадке ремонтного молодняка и комбикормовом заводе.

40

/упаковка	Этикетка. Современные решения	58	/оборудование	Крупнейшее слияние на рынке российского инжиниринга: «Холод Экспресс» – «АГРО-З»	64
	Мы стремимся к улучшению, а не к удешевлению продукции!	60		Меняя мировую форму переработки мяса	65
	Уникальный опыт компании «Силд Эйр» в России	63		Энергосберегающее оборудование для очистки пеной	66

мясная сфера

№6 (97) 2013

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей индустрии, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 46401 31.08.2011 г.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Адрес редакции:
Россия, 199034, Санкт-Петербург,
Большой проспект В. О., д. 18 лит. А,
БЦ «Андреевский Двор», оф. 358,
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,
www.sfera.fm

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Директор по продажам и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm

Менеджер по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Татьяна Путинцева
t.putinzeva@sfera.fm

Дизайн инфографики:
Нина Слюсарева

Корректор, литературный редактор:
Анна Соколова

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 6 раз в год.

Использование информационных и рекламных материалов

журнала возможно только с письменного согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком **Р**, публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 29.11.13. Тираж: 5000 экз.





Один за всех!

Роль отраслевых объединений в экономической жизни России постоянно растет. Вот только рычаги влияния на ситуацию в отрасли не всегда могут быть доступны союзам и ассоциациям. Проблема в том, что условия их взаимодействия с госорганами власти законодательно прописаны плохо, отмечают специалисты.

Деятельность союзов по формированию и реализации государственной аграрной политики регламентирует статья 16 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства», принятая в середине 2000-х годов. Они вправе участвовать в разработке проектов нормативных правовых актов, целевых программ, обобщении и распространении достижений науки и техники, российского и иностранного опыта в сфере развития сельского хозяйства, вырабатывать рекомендации для органов государственной власти.

Однако там говорится, что принимать участие в формировании и реализации государственной аграрной политики могут союзы (ассоциации), состоящие из производителей, на долю которых приходится более 2/3 от общего объема производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции. В реальности же соответствовать этому критерию может далеко не каждая организация. По мнению ряда экспертов, эта уловка придумана с целью не допустить большинство союзов до управления ситуацией на рынке. Если в США и Европе сложились многолетние традиции взаимодействия государства и отраслевых союзов, то для России это достаточно новое явление, которое требует и законодательной проработки, и практического применения. Если бы приняли закон, по которому любой производитель должен был вступить в отраслевой союз, это облегчило бы ситуацию и для самого союза, и для страны. Ведь государству легче иметь дело с одной структурой, чем с огромным количеством разрозненных предприятий.

Но даже несмотря на это, многие союзы и ассоциации, действующие на российском рынке, успешно отстаивают интересы как отдельных компаний, так и отрасли в целом.

Виктория Загоровская,
редактор журнала «Мясная сфера»
editor@sfera.fm



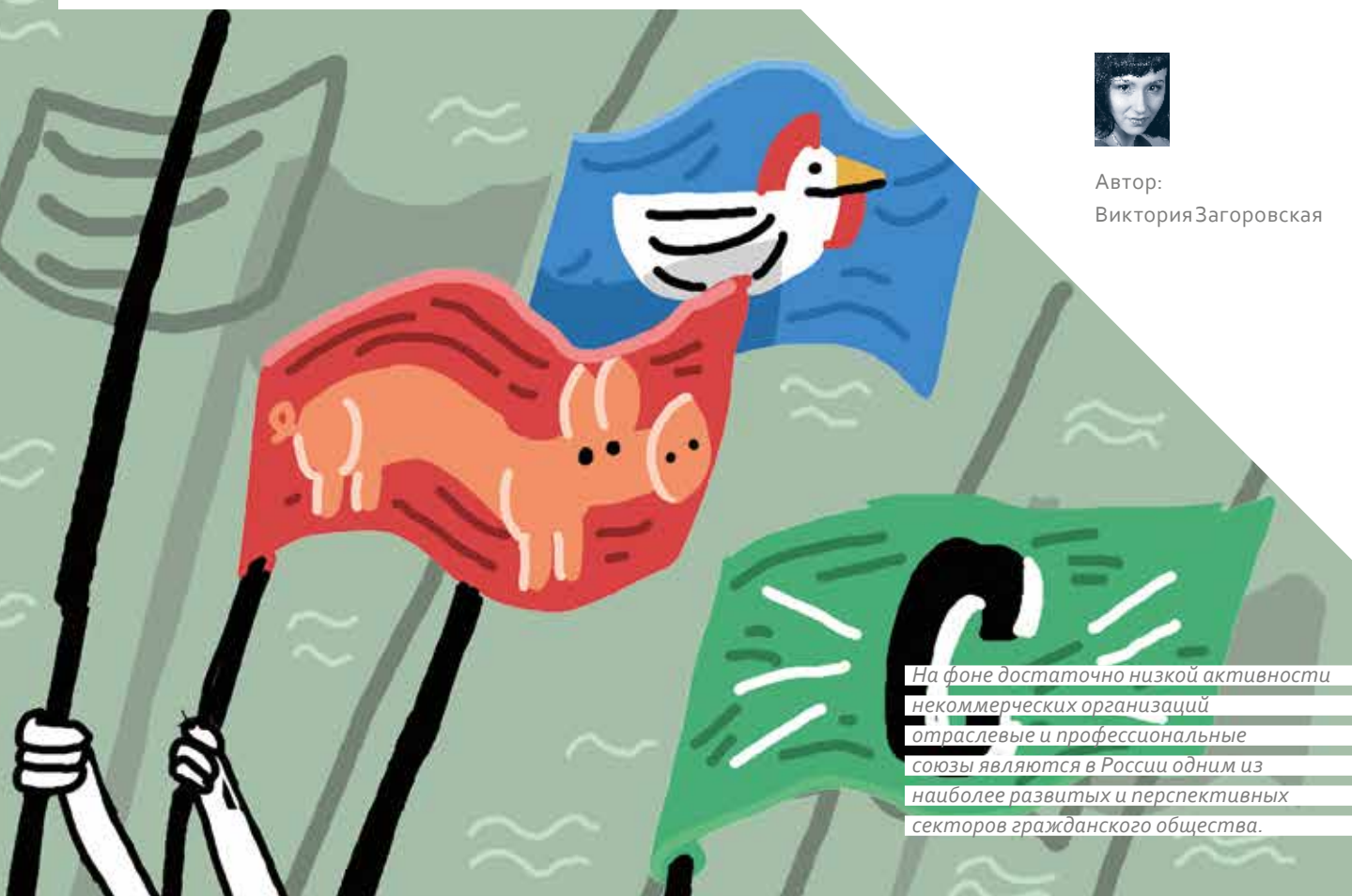
Тема номера

МОЩЬ СОЮЗНЫХ СИЛ.

Предприниматели России, объединяйтесь!



Автор:
Виктория Загоровская



На фоне достаточно низкой активности некоммерческих организаций отраслевые и профессиональные союзы являются в России одним из наиболее развитых и перспективных секторов гражданского общества.

Иллюстрация: Тимофей Яржомбек



Первые отраслевые союзы в современной России появились именно в аграрном секторе.

При активном участии Свинопрома РСФСР в 70-х годах прошлого столетия создавалась мощная индустриальная база свиноводства.

В настоящее время для эффективного развития бизнеса не достаточно заниматься только экономикой – необходимо налаживать диалог с партнерами, властью, научным сообществом, учитывать юридические нюансы, использовать внеэкономические рычаги. Решать такие задачи проще через отраслевые союзы и ассоциации, которые специализируются именно в этой сфере деятельности.

Заявляйте свои позиции!

В настоящее время в России достаточно много отраслевых и общественных организаций федерального и регионального значения, стремящихся консолидировать участников рынка и защитить их интересы в диалоге с властными структурами и основными партнерами, например торговыми сетями.

По данным на 2011 год, с Минсельхозом России взаимодействовали более 80 отраслевых организаций, и одни лишь «мясные» до недавнего времени возникали ежегодно. Среди них – такие известные, как Мясной союз России и Национальная мясная ассоциация. Появились объединения мясопереработчиков, сформировали свои структуры животноводы – поставщики и производители мяса, причем у свиноводов, птицеводов и сельхозпредприятий, занимающихся КРС, существуют отдельные объединения.

В России первые ассоциации и союзы появились именно в сельском хозяйстве: отраслевые организации в отечественном агропроме начали активно образовываться уже в 1990-х годах. Так, в 1997 году на Съезде аграрников России был образован Агропромышленный союз России, который стал правопреемником Аграрного союза, созданного еще в 1989-м. Росагропромсоюз сегодня – это 70 агропромышленных союзов субъектов России, более 20 отраслевых федеральных ассоциаций и более 40 крупных организаций и агрохолдингов, представляющих все сектора АПК.

В апреле 2012 года исполнилось 40 лет со дня образования Всероссий-

ского объединения по производству свинины на промышленной основе – Свинопрома РСФСР. На базе ОАО «Свинопром» в 1995 году была создана Ассоциация российских производителей свинины – «Россвинопром», действующий по настоящее время.

При активном участии Свинопрома РСФСР в 70-х годах прошлого столетия создавалась мощная индустриальная база свиноводства. Сегодня в организацию входит более 80 предприятий; генеральным директором выступает Валерий Шарнин.



Комплексные задачи бизнеса
проще решать через отраслевые
союзы и ассоциации.

Один из самых активных сегодняшних игроков – Мясной союз России – был создан 30 октября 1998 года по инициативе предприятий и организаций отрасли: Министерства сельского хозяйства РФ, Комитета по экономической безопасности рынка мяса и мясных продуктов при Торгово-промышленной палате РФ, Ассоциации «Университетский центр прикладной биотехнологии и безопасности продуктов животного происхождения» – для консолидации усилий, координации деятельности, представления и защиты общих интересов участников рынка мяса и мясных продуктов. Мясной союз России, который возглавляет Мушег Мамиконян, известен своими макроэкономическими исследованиями, но в большей степени заинтересован в продвижении птицеводства и свиноводства.

В 2000 году Мясной союз России стал одним из основателей Ассоциации отраслевых союзов АПК (АССАГРОС), гене-

рачным директором которой сегодня является Маргарита Попова. Профильные интересы отстаивает Российский птицеводческий союз (Росптицесоюз), объединяющий всю технологическую цепочку птицеводства – от производства кормов до реализации готовой продукции. Он появился 15 мая 2001 года и стал в первую очередь проводником государственной политики в этой сфере, содействуя развитию отрасли и координируя деятельность птицеводческих хозяйств. Росптицесоюз – организация, имею-

щая рычаги воздействия на правительство через Минсельхоз, с которым заключено соглашение о сотрудничестве. Координатором деятельности союза в первую очередь является департамент животноводства и племенного дела Министерства сельского хозяйства и продовольствия РФ.

Президент Росптицесоюза – первый вице-президент Российской академии сельскохозяйственных наук, академик РАСХН Владимир Фисинин, генеральный директор – канд. экон. наук Галина Бобылева. В феврале 2002 года появился Союз животноводов России, объединяющий производителей всех видов животноводческой продукции, предприятия любых форм собственности и направлений деятельности. Его генеральным директором стал доктор сельскохозяйственных наук Алексей Кочетков.

В начале 2003 года Правительство России путем введения квотирования на

Зачастую российские объединения, которые немало говорят о развитии отрасли, заняты только мерами искусственного регулирования, например защитой от импорта.

Появились объединения мясопереработчиков, сформировали свои структуры животноводы – поставщики и производители мяса, причем у свиноводов, птицеводов и сельхозпредприятий, занимающихся КРС, существуют отдельные объединения.

импорт мяса ограничило его поставки в Россию. Квотирование – это эффективный, но достаточно сложный механизм внешнеторгового регулирования, требующий профессиональных знаний и опыта в этой области. Поэтому в марте 2003 года в Москве состоялась встреча крупнейших операторов мясного рынка с целью выработки единой позиции и согласования предложений по вопросам квотирования импорта мяса в Россию. Итогом встречи стало создание Национальной мясной ассоциации (или Национальной ассоциации поставщиков, производителей и потребителей мяса и мясoproдуктов).

Несмотря на мнение, что эта организация лоббирует исключительно интересы крупных импортеров, которые являются ее членами, руководитель исполнительного комитета Сергей Юшин заявляет, что к российскому производителю ассоциация не остается равнодушной. По его словам, несмотря на то, что у истоков НМА действительно стояли поставщики мяса на российский рынок, она никогда не ставила задачу защищать импорт. Наоборот – всегда настаивала, что он должен быть всего лишь дополнением и помогать уравновешивать спрос и предложение, а в первую очередь надо развивать отечественное производство.

Активность союзов усилилась с появлением отраслевых программ. Например, на рубеже 2008–2009 годов была принята программа развития мясного скотоводства, а в апреле 2009-го под руководством Тенгиза Джапаридзе создан Союз животноводов России, призванный объединить только хозяйства, которые занимаются содержанием и разведением племенного скота. Его основной задачей стала разработка единых методик селекции и оценки племенных качеств животных.

В 2009 году также появились Национальная ассоциация заводчиков герфордского скота России и Национальный союз свиноводов, созданный в целях объединения производителей свинины, защиты их интересов, а также развития в России конкурент-

носпособного производства и содействия улучшению качества мясной продукции. Учредителями Союза стали 65 компаний, основной целью которых являлось выращивание и откорм животных. Инициативу по его созданию поддержали как предприятия, которые уже десятки лет занимались



Сергей Юшин,
руководитель исполнительного
комитета Национальной
мясной ассоциации:

«Несмотря на то, что у истоков НМА действительно стояли поставщики мяса на российский рынок, она никогда не ставила задачу защищать импорт. Наоборот – всегда настаивала, что он должен быть всего лишь дополнением и помогать уравновешивать спрос и предложение, а в первую очередь надо развивать отечественное производство».

индустриальным производством свинины, так и вновь созданные в рамках Национального проекта по АПК.

Сегодня членами Национального Союза свиноводов являются более 130 свиноводческих компаний, объем производства которых превышает 75% от общего индустриального рынка свинины. Возглавляет его Юрий Ковалев.

В 2010 году были учреждены Российский союз производителей говядины и Союз предприятий мясной отрасли. Первый возглавляет Денис Черкесов, второй – Андрей Быканов, генеральный директор компании «Пушкин-

ский мясной двор», председатель Гильдии потребительского рынка и сферы услуг МТПП.

В 2011 году к уже имеющимся союзам добавились три новых – Руспродсоюз, Национальный союз мясопереработчиков и российско-датский АгробизнесКлуб.

Руспродсоюз стал первым межотраслевым объединением, включающим в себя и национальных производителей, и дистрибьюторов без привязки к региону их деятельности и размеру бизнеса. Основной задачей Руспродсоюза стала защита интересов российских производителей и поставщиков продуктов питания. Возглавил его член совета директоров группы компаний «Руссоль», председатель совета директоров холдинга «ПомидорПром» Максим Протасов.

«Национальный союз мясопереработчиков», позже переименованный в «Национальный союз производителей мяса и мясных продуктов», был создан по инициативе ВНИИ мясной промышленности им. В. М. Горбатова и объединил производителей среднего уровня, так как существовавшие отраслевые общественные организации либо решали вопросы крупных компаний, либо имели узкую специализацию. Главная причина его создания – стремление изменить сложившийся у потребителей не без помощи телевизионных СМИ негативный образ мясоперерабатывающих предприятий. Другая задача союза – работа с органами власти и розничными сетями.

Российско-датский АгробизнесКлуб, в свою очередь, призван наладить взаимоотношения двух стран и способствовать расширению совместного бизнеса, включая сферу производства мясного сырья и мясных продуктов.

Добро пожаловать!

В последнее время отмечается, что потенциал большинства объединений АПК используется менее чем на четверть. Все больше представителей бизнес-сообщества не верят в их

Многие союзы вначале возглавляли руководители крупных компаний, защищавшие лишь интересы своих предприятий.

В 1997 году был образован Агропромышленный союз России, который стал правопреемником Аграрного союза России, созданного еще в 1989-м.

действенность. На сегодняшний день многие отраслевые союзы создают для своих членов лишь информационную поддержку, занимаясь организацией всевозможных конференций и семинаров. Случаев, когда им удавалось отстоять свои интересы в Думе, добившись принятия той или иной поправки к закону, важной для развития отрасли, – не так уж много.

Зачастую российские объединения, которые немало говорят о развитии отрасли, заняты только мерами искусственного регулирования, например защитой от импорта.

Многие союзы вначале возглавляли руководители крупных компа-

ний, защищавшие лишь интересы своих предприятий. И хотя со вступлением в эти организации других членов не считаться с ними стало невозможно, вопрос существования союзов и ассоциаций, лоббирующих интересы одной-двух компаний, остается открытым.

Нередко союзы позиционируют себя лоббистами интересов и сельхозпроизводителей, и переработчиков, но при этом продвигают лишь последних. В результате компании, увидев, что организация не удовлетворяет их запросам, выходят из ее состава.

И тем не менее, по сравнению с другими сегментами экономики россий-

ский АПК сегодня отличается наиболее сильными и эффективными отраслевыми союзами. И хотя многие говорят о том, что пора количеству преобразоваться в качество, опыт развития союзов и ассоциаций в странах Европы и США, где третий сектор экономики развивается в течение длительного времени, показывает, что более благоприятной для отрасли является ситуация, когда действуют несколько некоммерческих объединений. В этом случае каждая конкретная компания сможет примкнуть к организации, которая будет наиболее полно отвечать ее требованиям и действовать в ее интересах. **MC**



От всей души
поздравляем Вас
с наступающим
Новым годом
и Рождеством!
Искренне желаем Вам
и Вашим семьям здоровья,
благополучия и успеха
в новом году!

ALLTEX
■ ВСЕ ИЗ ОДНИХ РУК

Проектирование пищевых предприятий
Оборудование для мясо-, птице-
и рыбопереработки
Упаковочное и взвешивающее
оборудование
Запасные части и расходные материалы
Специи и добавки
Сервис

www.alltex.ru
Тел.: (495) 585 0035
(495) 676 9648

— Ассоциация отраслевых союзов АПК создана в 2000 году как союз союзов. Катализатором появления АССАГРОС стала псевдолиберализация продовольственного рынка начала 2000-х годов и отказ государства от ряда регулирующих функций. Необходимость консолидировать усилия различных подотраслей, особенно пищевой и перерабатывающей промышленности, возникла в связи с тем, что Минсельхоз РФ устранил свою приставку в названии «и продовольствия», вследствие чего огромный сектор экономики оказался предоставлен сам себе.

К тому же надо было представлять позицию аграрного бизнес-общества в различных органах власти, на парламентских слушаниях, в медиа-пространстве.

Инициаторами создания Ассоциации стали ведущие отраслевые союзы АПК. Среди основателей АССАГРОС – и Мясной союз России. Этот сектор экономики в то время был наиболее активным и организованным, объединяя ведущих производителей и научные отраслевые центры. Со временем сам рынок стал развиваться в сторону более узкой специализации, появились союзы переработчиков, национальных производителей, союз свиноводов, различные общественные объединения. Особенно успешно функционировал Росптицесоюз, ставший проводником отраслевой государственной программы развития птицеводства. В ходе реализации госпрограммы он тем не менее продолжал сохранять независимую и высокопрофессиональную позицию.

До некоторого времени, кроме защиты интересов производителей и переработчиков сельхозпродукции, за союзами также закрепились создание закона о техническом регламенте по данной категории сырья и продуктов. Сегодня защита интересов и консолидация усилий участников конкретного сегмента остается главной задачей отраслевого союза, а для нашей ассоциации это – консолидация усилий всех участников продовольственного рынка!

В настоящее время в АССАГРОС входят 45 коллективных членов – крупнейших союзов и ассоциаций, пред-



ЭКСПЕРТ ►



Мargarита Попова,
генеральный директор Ассоциации
отраслевых союзов АПК/ АССАГРОС:

«Катализатором появления АССАГРОС стала псевдолиберализация продовольственного рынка начала 2000-х годов и отказ государства от ряда регулирующих функций».

ставляющих большую часть участников агропродовольственного рынка.

Причем поначалу в одной продуктовой нише создавалось несколько союзов. В АССАГРОС входили три мясных, два молочных союза, два союза переработчиков мяса, три – производителей алкоголя, два – пивоваров и еще три – производителей растительного масла. Со временем в некоторых подотраслях остался один союз, в других – например, в сфере производства крепкого алкоголя – ни одного, а вот союзы пивоваров и виноделов устояли. Выживает тот, кто умеет выражать интересы большинства участников конкретного рынка, кто более эффективен как лоббист. В целом это естественный процесс, за исключением, быть может, алкогольного сегмента, который претерпел значительные перемены два года назад со вступлением новых поправок в закон об обороте алкогольной продукции.

Так что, сколько должно быть союзов в одном секторе производства, определяет сам рынок, его потребности и лоббистские возможности участников. Статья 16 федерального закона «О развитии сельского хозяйства», инициированная нашей организацией и принятая в середине 2000-х годов, закрепила

норму представительства союза в размере 70% от рынка. Минсельхоз заключает соглашения о сотрудничестве с ними, руководствуясь этой нормой.

Ассоциации в этом смысле проще – она способна объединять все силы, все виды союзов – и большие, и малые. При этом главным является не только количество членов, но и репутация его участников и руководителей, цели организации.

Основным инструментом влияния на органы власти были и остаются гласность и высокий уровень экспертной составляющей и известности организации, а также ее первых лиц. Так, АССАГРОС возглавил бывший министр сельского хозяйства, вошедший в правительство Е. Примакова; управлять многими некоммерческими организациями стали известные в отрасли руководители подотраслей, ведущих отраслевых институтов, крупнейших компаний, люди известные и авторитетные. К тому же на стороне аграрной общественности практически всегда была отраслевая и федеральная неангажированная пресса, с помощью которой союзы привлекали внимание к своим проблемам.

Еще один инструмент – влиятельные депутаты, объединенные вокруг этих фигур. Так, например, в Госдуме второго и третьего созыва как альтернатива прокоммунистической аграрной группе был создан межфракционный продовольственный депутатский совет. Эта площадка позволяла, во-первых, привлечь экспертов из отраслевых союзов в экспертные группы при различных комитетах Госдумы (в основном комитетах по экономической политике) и, во-вторых, давала прямой выход для общения с законодателями.

Руководитель АССАГРОС Виктор Семенов и сам десять лет был депутатом Госдумы, что, естественно, давало возможность озвучивать инициативы участников ассоциации на площадке Госдумы и других федеральных институтов.

За 13 лет нашей ассоциацией было инициировано множество важных законов, при разработке большинства из них члены ассоциации входили в состав авторов или экспертов. Это законы

Катализатором появления АССАГРОС стала псевдолиберализация продовольственного рынка начала 2000-х годов и отказ государства от ряда регулирующих функций.

Основным инструментом влияния на органы власти были и остаются гласность, высокий уровень экспертной составляющей и известности организации и ее первых лиц.

в области ограничения рекламы вообще и рекламы пива в частности, закон об обороте сельхозземель, развитии сельского хозяйства, ряд технических регламентов по продуктовым группам, закон о торговле и другие.

В этом году ассоциация приняла участие в работе над 14 законодательными актами в области сельского хозяйства и продовольствия. Особое внимание уделялось: закону о ветеринарии, семеноводстве, техрегламенту о кормах, защите интересов российских производителей при создании законодательства Таможенного союза в целом, реализации отраслевой программы модернизации тепличного хозяйства, корректировке Госпрограммы развития сельского хозяйства до 2020 года.

В 2014 году мы намереваемся добиться изменений некоторых соглашений по сельскому хозяйству со странами-членами ВТО в части отмены ввозных пошлин на продукты мясопереработки и пересмотреть некоторые приоритеты в аграрной политике. Например, принцип софинансирования новых проектов: перекладывание задач обеспечения продовольствием и развития сельского хозяйства в целом на региональный уровень делает абсолютно неравными по географической принадлежности условия работы предпринимателей. Это задача национальная и не должна зависеть от местного бюджета или лоббистских возможностей того или иного губернатора.

Как известно, в сельском хозяйстве – один из самых низких уровней оплаты труда, и пока без привлечения дешевой иностранной рабочей силы в этой сфере не обойтись. У нас есть свое представление о развитии миграционной политики. На специальном заседании мы сформулировали свои предложения и готовы отстаивать их на всех уровнях. Мы убеждены, что рабочие из соседних республик должны прибывать в нашу страну только по трудовым визам и заказу конкретных работодателей на конкретные специальности, причем на определенное время. Трудовой мигрант должен получать медицинскую страховку у себя

в стране при оформлении визы, а работодатель – полностью отвечать за встречу и проводы прибывающих людей.

Есть у нас в ассоциации идеи продвижения национальных продуктов: в частности, недавно по инициативе Российского союза пекарей мы наметили ряд мер по возрождению производства черного, ржаного хлеба, продуктов питания для православных постов.

А еще хватило бы сил заняться возрождением садоводства и виноградарства, а также рядом других проблем агропродовольственного сектора, который будет в центре внимания общества всегда.



ЭКСПЕРТ



Виктор Бирюков,
президент ГК «Талина»:

«Могу сказать, что особые «радостей» членство в отраслевых некоммерческих организациях не приносит».

— Группа компаний «Талина» на сегодняшний день является членом Национального союза свиноводов России, а прежде – до 2012-го года – входила еще и в Российское аграрное движение.

Основываясь на собственном опыте, могу сказать, что особые «радостей» членство в отраслевых некоммерческих организациях не приносит. Хотя называются они некоммерческими, состоят в них рыночные конкуренты – со всеми вытекающими отсюда последствиями. В конце концов, это же не профсоюз!



ЭКСПЕРТ



Сергей Лисовский,
первый заместитель председателя Комитета СФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию, член Генерального совета «Единой России»:

«Государственной думе и Совету Федерации необходима поддержка отраслевых союзов и ассоциаций, потому что мы зачастую опираемся именно на позиции общественных организаций».

— Многие отраслевые союзы сегодня бездействуют и не выполняют своих функций, их выступления на различных совещаниях никого не волнуют, они зачастую даже не попадают в протоколы, так как попросту бесполезны. У нас есть и Конституция, и законы, согласно которым общественным организациям предоставлены определенные полномочия. Так заявляйте свои позиции!

Я понимаю, насколько трудно сделать так, чтобы тебя услышали, но не нужно сетовать на всеисилие чиновников. Среди них есть те, кто заинтересован в нормальном развитии производства и, конечно, в здоровье – как собственном, так и членов своих семей. Кроме того, каждый представитель государственного аппарата боится потерять свое рабочее место, а поэтому, если настойчиво разъяснять опасность принятия тех или иных решений как угрозу для его карьеры, то выступления профессиональных объединений станут куда более эффективными.

Государственной думе и Совету Федерации необходима поддержка отраслевых союзов и ассоциаций, потому что, выступая в различных министерствах, мы зачастую опираемся именно на позиции общественных организаций.

Начало формирования Таможенного союза подготовило почву для объединения, так как все понимали, что грядут изменения в правилах игры на рынке.

Союз представляет интересы средних и малых региональных и межрегиональных мясоперерабатывающих предприятий, производителей и поставщиков мяса.



Сергей Шмелев,
член правления Национального союза
производителей мяса и мясных продуктов:

«Уверенность крупных предприятий в том, что им не нужны никакие союзы, потому что крупный бизнес в состоянии сам решать свои проблемы, – большое заблуждение».

— В марте 2011 года состоялся I Съезд учредителей НП «Национальный Союз мясопереработчиков», позднее переименованного в НП СамРО «Национальный союз производителей мяса и мясных продуктов».

Создание союза было обусловлено негативной обстановкой, сложившейся в отрасли по всем позициям: это самый низкий уровень доходов предприятий в пересчете на одного работника, самый низкий уровень контакта с властью, самый «избитый» объект внимания СМИ, самый высокий уровень претензий населения к продукции, полная разобщенность предприятий и отсутствие дееспособной объединяющей организации.

Мясной союз России к тому времени давно перестал работать над конкретными насущными вопросами отрасли, занимаясь прогнозами, анализами и предвещениями.

Начало формирования Таможенного союза также подготовило почву для объединения, так как все понимали, что грядут изменения в правилах игры на рынке.

С другими, родственными, союзами – а это отраслевые объединения, представляющие животноводство, включая отдельные агрохолдинги, в том числе занимающиеся выработкой мясных полуфабрикатов, – кардинальных разногласий у нас нет, хотя

Мясной союз России

давно перестал работать

над конкретными

насущными вопросами

отрасли, занимаясь

прогнозами, анализами

и предвещениями.

мы по-разному относимся к реформе закона «О ветеринарии».

В настоящий момент Союз представляет интересы средних и малых региональных и межрегиональных мясоперерабатывающих предприятий, производителей и поставщиков мяса, а также необходимых для отрасли ингредиентов и оболочек. Отсутствие на данном этапе в составе крупных предприятий объясняется просто. Их руководство считает, что им не нужны никакие союзы, так как крупный бизнес в состоянии сам решать существующие проблемы. Однако это заблуждение. Пока изменить такой настрой мы не в состоянии – его изменит жизнь, и произойдет это в ближайшие годы.

Какова роль мясопереработки в развитии АПК? Для АПК это в конечном счете источник доходов. Успехи в мясопереработке оборачиваются успехами в агропромышленном комплексе. Если мы не просто констатируем наличие проблемы, но предлагаем пути ее решения, и нас слышат, то в результате выигрывает общество, государство.

Союз находится в постоянном диалоге с государственными структурами по вопросам ветеринарии, в частности по выписке ветеринарных свидетельств на каждую партию готовой продукции. После положительного решения этого вопроса вернутся в оборот большие денежные средства, затрачиваемые предприятиями на одну единственную фразу: «Продукция выработана из сырья, подвергнутого ветеринарно-санитарной экспертизе в полном объеме». А самое главное – высвободятся ветеринарные силы на «защиту человечества», в частности для борьбы с АЧС.

Еще одно постоянное направление работы союза – взаимодействие с Федеральными торговыми сетями, которые сегодня доминируют и диктуют свои условия, далекие от рыночных отношений. Необходимо предложить руководству страны новую систему контроля над деятельностью ФТС в части получения коммерческих сборов и поднять вопрос о предоставлении ФТС на безвозмездной основе определенного процента «полок» для местного производителя. Тема работы с торговлей по прошествии четырех лет после принятия «Закона о торговле» не потеряла своей остроты и требует постоянного внимания.

Но наша главная задача – формирование положительного общественного мнения о мясоперерабатывающей отрасли страны и отечественных мясoproдуктах.

Что такое наш союз? Это важнейшая отраслевая площадка, которая одновременно служит для общения и обмена опытом (в том числе прецедентным) между участниками рынка, для ведения эффективного диалога с властью, решения важных проблем мясной промышленности и для сообщения особой информации. **МС**

Оболочки «Вектор» и сетки «РХБ»

NEW
Vector SKV-TL


Дымопроницаемая оболочка SKV-TL имитирует коллагеновую и придает колбасным изделиям традиционный вид и натуральный вкус



Wok против бургеров

Быстрое питание на сегодняшний день уже достаточно хорошо представлено на рынке городов-миллиоников и стремительными темпами развивается в регионах.

В Москве доля данного формата превышает третью часть рынка общественного питания, однако в масштабах России эта цифра по итогам 2012 года составила не более 16,5%.

Год китайского туризма в России и год российского в Китае повлияли на повсеместное распространение на отечественном рынке



быстрого питания такого нового и экзотичного формата, как wok. Лапшу с разными наполнителями сейчас предлагают многие заведения фаст-фуда. Можно предположить, что это направление в среднесрочной перспективе составит конкуренцию бургерному сегменту.

Согласно исследованию Intesco Research Group, по состоянию на середину 2013 года в лидерах российского рынка быстрого питания по числу точек находятся бургерные сети «Стардог!s», Subway и McDonald's. Общее число их заведений в стране превышает 1,4 тыс.

Intesco Research Group

Вступление в ВТО не скажется на импорте говядины

Несмотря на вступление в ВТО в августе прошлого года, существенного увеличения импорта говядины в ближайшие годы не будет, поскольку Россия сохранила за собой все таможенные пошлины и квоты вплоть до 2020 года.

Однако из-за спада отечественного производства и, как следствие, сокращения поголовья КРС и низкой рентабельности в отрасли о существенном снижении объема зарубежных поставок говорить пока не приходится.

По данным исследования Intesco Research Group, объем импорта в 2012 году увеличился на 3,4% относительно предыдущего года в натуральном выражении и на 15,5% – в стоимостном.

В этом году в связи с ограничением американских поставок за первые пять месяцев объем импорта снизился на 12,9% относительно аналогичного периода 2012-го, при-



чем в большей степени сокращение коснулось мороженой продукции (на 13,5%) и в меньшей – свежей и охлажденной (на 4,5%).

Крупнейшими поставщиками дешевого замороженного мяса, по данным компании «РБК. Исследования рынков», являются южноамериканские страны, такие как Бразилия, Парагвай и Уругвай. В прошлом году на их долю пришлось более 70% импорта мороженой говядины. Кроме того, с 2010 года Россия начала потреблять мексиканскую говядину. И хотя поставки из этой страны в абсолютном выражении сравнительно небольшие, с 2010 года они увеличились почти в десять раз.

А вот поставки из Австралии в прошлом году сократились на 48%. Но в связи с ограничениями на ввоз американской продукции, содержащей рактопамин, для австралийской говядины в 2013 году может появиться возможность занять освободившуюся нишу и восполнить потенциальный дефицит говядины на российский рынок.

Intesco Research Group. РБК.
Исследования рынков



Взгляд на мировое свиноводство

Rabobank сообщил, что по сравнению со вторым 3-й квартал оказался для мировой свиной индустрии весьма позитивным, с двойным ростом прибыли практически во всех ключевых производственных областях.

Положительные результаты стали следствием сокращения поставок свинины в США, что было связано с распространением эпидемии свиной диареи, а также с новыми правилами содержания свиноматок в ЕС, которые вступили в силу в январе этого года и привели к сокращению объемов производства.

Индекс цен на свиней по пяти основным странам-производителям достиг пика в 162% в августе, лишь немногим уступив показателю августа 2008-го в 165%, что, по

мнению аналитиков Rabobank, было вполне ожидаемо.

Мировые цены на свинину останутся высокими до конца года, прогнозируют эксперты, поскольку в Китае приближается праздничный сезон. Фермеры неохотно расширяют стада и производство, так как сначала хотят добиться восстановления прибыльности, поэтому расширение поголовья весьма ограничено.

Однако падение стоимости кормов в 2014 году поддержит медленное, но верное восстановление свиного поголовья и с повышением продуктивности приведет к росту поставок и потенциальному снижению цен в будущем году.

Китай продолжает укреплять позиции лидера в мировой свиноводческой индустрии, особенно на фоне приобретения китайским концерном Shuanghui одного из крупнейших производителей свинины, концерна Smithfield.

meatinfo.ru



Арабы приехали за бараниной в Кыргызстан

Министр сельского хозяйства Саудовской Аравии Фахад бин Сулейман Бельгунаим в ходе ознакомительной поездки посетил республиканский центр ветеринарной диагностики КР.

По информации сотрудников Минсельхоза, главной задачей визита делегации из Саудовской Аравии было ознакомление с состоянием животноводства Кыргызстана. В перспективе рассматривается возможность экспорта баранины и шерсти в Саудовскую Аравию.

Для создания условий развития экспорта министерство сельского хозяйства и мелиорации Кыргызстана намерено создать два логистических центра в северном и южном регионах республики, в которых будут построены мясоперерабатывающие комплексы и соответствующие холодильные оборудования для хранения свежего мяса в целях его дальнейшего экспортирования. Центры предполагается разместить вблизи аэропортов Бишкека и Оша.

В Кыргызстане фермеры нуждаются в инвестировании данной отрасли: при наличии достаточных средств они могли бы развивать свои хозяйства, увеличивая количество животных и создавая необходимые условия содержания для удовлетворения внутренних потребностей и экспорта за пределы республики.

По данным Минсельхоза, в последние годы экспорт мяса из Кыргызстана сократился почти в четыре раза. Если в 2010 году он составлял 1 тыс. 200 тонн, то в 2011-м – всего 329,5 тонны, а в 2012-м – 265,2 тонны. В прошлом году в Иран, который является основным закупщиком мясной продукции из Кыргызстана, было экспортировано 16 тонн говядины, 105 тонн баранины и 116 тонн куриного мяса.

ИА «Казак-Зерно»



Эстонский потребитель предпочитает...

По данным продаж сети супермаркетов Maxima, из мясных товаров, помимо свежего мяса, эстонский потребитель предпочитает вареную и копченую колбасу, а также ветчину горячего копчения.

Все более заметное место занимают продажи деликатесной продукции различных европейских стран. По словам руководителя по маркетингу Maxima Ти Лехтмяэ, самой покупаемой группой товаров среди мясных изделий является ветчина горячего копчения и копченая колбаса, на которые приходится чуть более одной пятой продаж. Практически в таком же объеме продаются вареные колбасы, сосиски и сардельки (18–19%), за ними следуют полукопченая колбаса (16%) и вяленые изделия (4%).

«Эстонский потребитель среди мясных товаров предсказуемо отдает предпочтение привычным категориям и наименованиям изделий, но все чаще покупатели готовы открывать для себя более экзотические вкусы, – сообщает Ти Лехтмяэ. – Достаточно существенное место среди зарубежных производителей занимает Испания – родина хамона Иберико и Серрано, а также колбасы Чорисо, – откуда мы импортируем десятую часть всей мясной продукции. Кроме того, в общем импорте заметен рост доли Польши, на которую приходится 7%».

Поскольку анализ потребительских предпочтений показывает, что эстонские гастрономы-любители с удовольствием экспериментируют со вкусом и пытаются разнообразить меню, сеть Maxima в конце октября доставила на прилавки Эстонии около 50 сортов рустикальной мясной продукции из разных уголков Европы.

По словам Лехтмяэ, интерес потребителей оказался на удивление

высоким и уже пришлось заказывать первые дополнительные партии. «Хитом первой недели стали: сушеная колбаса Caula и вяленая колбаса с плесенью Эльпосо из Испании, медовая ветчина из Австрии и польские кабаноси», — описывает Ти Лехтмсьяз самую популярную среди экзотических товаров продукцию.

rus.postimees.ee

ТС: единые требования к качеству

В странах Таможенного союза будут действовать единые технические регламенты на молочную и мясную продукцию. Их согласовали в октябре на заседании Евразийской экономической комиссии.



Сейчас в России, Белоруссии и Казахстане работают по национальным правилам. Как отметил **первый вице-премьер Игорь Шувалов**, новые регламенты вводятся с середины следующего года.

«Решены наиболее важные вопросы, а именно: приняты и подтверждены два технических регламента, которые ожидают промышленности трех стран. Документы посвящены безопасности молочной и мясной продукции. Было много споров по этим документам, мы их отработывали в течение нескольких месяцев и, наконец, приняли решение. Единые технические регламенты начнут действовать с мая 2014 года», — отметил Игорь Шувалов.

vesti.ru

Ленобласть увеличит производство говядины

В Ленинградской области начали разработку целевой программы, направленной на увеличение производства говядины.

Ленобласть имеет значительные резервы для выращивания КРС мясного направления. На сегодняшний день в хозяйствах Всеволожского, Кингисеппского Киришского и Приозерского районов животных абердин-ангусской породы и породы герфорд насчитывается чуть более 3 050 голов.

Между тем в условиях перефилирования крестьянских фермерских (КФХ) и личных подсобных хозяйств (ЛПХ) в связи с угрозой возникновения африканской чумы



свиней именно мясное скотоводство может дать новый импульс развитию малых форм бизнеса.

По мнению специалистов, в регионе есть все предпосылки для реализации программы по ускоренному разведению мясного скотоводства: имеются неиспользуемые земельные ресурсы, сельхозпроизводители научились получать высокие урожаи кормовых культур, погодные условия позволяют не менее шести месяцев в году содержать скот на свежем воздухе и, наконец, как в Ленинградской, так и в ряде других областей создана племенная база по абердин-ангусской породе КРС.

Понимая это, **вице-губернатор Ленинградской области, председатель комитета по агропромышленному и рыбохозяйственному комплексу Сергей Яхнюк** принял решение о создании рабочей группы по разработке и координации проекта «Развитие помесного и специализированного мясного скотоводства в Ленинградской области на базе малых предприятий, крестьянских фермерских и личных подсобных хозяйств».

Первым шагом на пути разработки программы стало проведение семинара-совещания с участием руководителей районных органов управления АПК, глав КФХ и ЛПХ, специалистов профильного комитета областной администрации. «Собравшиеся познакомились с примерами работы хозяйств мясного направления, обменялись мнениями о путях взаимодействия крупных вертикально-интегрированных предприятий с фермерами, а также определили перспективную цель на ближайшее десятилетие — увеличить производство мяса говядины до 80 тысяч тонн в год», — сообщили в комитете по агропромышленному и рыбохозяйственному комплексу.

kazakh-zerno.kz



Рынок свинины-2013

Объем российского рынка свинины, который рос высокими темпами начиная с 2010 года, продолжит увеличиваться, заключают в ком-

пании «Экспресс-Обзор» после проведения соответствующего исследования.

Так, в прошлом году прирост составил 9,1% в натуральном выражении относительно уровня 2011 года. Эксперты отмечают, что увеличение рынка поддерживалось уверенным ростом отечественного производства и импортных поставок.

Спрос на свинину в России превышает предложение местных предприятий, вследствие чего доля экспортируемой свинины в общем объеме производства крайне мала. Импорт, наоборот, занимает почти половину российского рынка — порядка 40%. По итогам 2012 года он вырос на 2,4%. Причем в 1-м и 2-м квартале наблюдалось сокращение, а в 3-м и 4-м — наращивание объемов импорта. Разнонаправленная квартальная динамика импортных поставок свинины обусловлена вступлением России в ВТО и снижением таможенных ставок: иностранные поставщики мяса отложили поставки до августа, чтобы сэкономить на пошлинах.

Основными импортерами свинины в Россию по-прежнему являются страны дальнего зарубежья — в первую очередь Канада, Бразилия, США и Германия. Все они, за исключением Германии, в прошлом году наращивали поставки на рынок. По данным официальных источников,

с 20 марта 2012 г. Россельхознадзор запретил ввоз на территорию России свиней из ряда стран Евросоюза (в том числе Германии), где были зафиксированы вспышки заболевания, вызываемого вирусом Шмалленберг. В результате импорт этого мяса из Германии в прошлом году уменьшился на 21% относительно 2011-го.



По прогнозу аналитиков «Экспресс-Обзора», объем рынка свинины в 2013 г. как в натуральном, так и в стоимостном выражении продолжит расти за счет значительного увеличения внутреннего производства. Согласно данным официальных источников, ожидается открытие ряда новых свиноккомплексов и рост импортных поставок. В дальнейшем тенденция сохранится, и к 2016 году объем рынка свинины в России может увеличиться в полтора раза.

Компания «Экспресс-Обзор»

WWW.ACTORC.RU

ЗАЩИТНАЯ ОБУВЬ для пищевых производств

117105, Москва, Варшавское шоссе, 37 А
Тел.: 8(495) 978-6235

E-mail: info@actorc.ru
Интернет-магазин: www.actorc.ru



После выставки

Как изменилась выставка «Агропромаш», на чем были сделаны акценты, а главное – зачем в этом году сюда приехали экспоненты и удалось ли им получить желаемое? Оказывается, в 2013 году многие компании взглянули на мероприятие под другим углом...



Михаил Чернявский,
генеральный директор
компании «Эсмерало»/
Kometos OY



Ив Мудэн,
директор по продажам
в России, Украине, Белоруссии
и Центральной Азии компании
Provisur Technologies, Inc.



Сергей Дегтярь,
заместитель ком-
мерческого директора
компании «КАСцентр»



Алексей Черников,
менеджер по маркетингу
и рекламе компании
«ОКАНТ & К»



Гернот Кламмер,
глава представительства
«РХБ ГмбХ»



Штефан Кюнцле,
директор по продажам
в России, странах СНГ,
Центральной Азии
компании Tipper Tie



Сергей Фомин,
директор по продажам
в России компании
«Шаллер»



Александр Елисеев,
генеральный директор
ГК «КОН»

ВОПРОСЫ:

1. Какие актуальные тенденции и мировые достижения нашли отражение в экспозиции и деловой программе выставки «Агропродмаш-2013»?
2. Расскажите об интересных новинках, которые можно было увидеть на выставке. Что представляла ваша компания? На каком направлении вы делаете акцент сегодня? Какие результаты принесла выставка «Агропродмаш» и насколько вы ими довольны?
3. Что позволяет добиться максимальной отдачи от работы на выставке? Изменился ли подход экспонентов к участию в отраслевых проектах, принципы их выбора? Какие еще деловые мероприятия вы относите к числу важнейших профессиональных событий?



♦ Михаил Чернявский

1. В этом году снова проявилась наблюдаемая в последние несколько лет тенденция снижения интереса к выставке. Поставщики оборудования не успевают демонстрировать новинки каждый год – инновации не появляются с такой скоростью. Как результат – стойкое ощущение дежавю. Трудно понять, чем «Агропродмаш-2013» отличается от выставок прошлых двух лет. Многие приезжают обсудить актуальные вопросы, а не знакомиться с новинками. А это не совсем выставочный формат.

Российский рынок меняется в сторону развития сколь возможно прямых, без посредников, отношений с изготовителем или его уполномоченным представителем. Все более актуальным становится наличие оперативного сервиса и поставок запасных частей, расходных компонентов. Увеличивается интерес к комплексным, автоматизированным решениям и технологиям, а также осознание значимости функционального взаимодействия всей технологической цепочки в противовес кажущейся дешевизне приобретения отдельных единиц оборудования. Для отрасли в целом это означает требование выхода на новый уровень автоматизации и системного качества поставляемых производственных линий.

2. Прошедший год стал очередным подтверждением правильности выбранной нами стратегии развития. Возросший оборот компании и доходы еще больше в этом убеждают. Нам удалось серьезно продвинуться в региональном представительстве наших модульных заводов: с февраля работает бойня для свиней в Новгородской области, поставлена и вводится в эксплуатацию бойня для

КРС в Тверской области, готовится к отправке заказчику на Камчатку новая бойня для северного оленя на санном ходу. Не снижается интерес к нашим модульным заводам как в северных, так и в центральных и южных областях России, на Украине, в Казахстане, Восточной Европе. Из принципиально нового. Под задачи европейского заказчика спроектиро-



Михаил Чернявский:
«Основной площадкой для поиска контактов и заказчиков становится интернет, и эта тенденция с каждым днем все очевиднее».

вана первая полностью роботизированная линия, применяющая комбинацию из микроволновой и воздушно-капельной дефростации и обеспечивающая силами одного человека весь процесс – от растаривания до подачи размороженного сырья на производство. Разработан и поставлен заказчику дефростер нового образца с функцией бесступенчатого регулирования скорости потока, использования рекуперированного тепла и системного холода через промежуточный теплоноситель, что значительно повышает энергоэффективность применяемых технологий.

Компания «Кометос» готовит к выпуску линейку недорогих и компактных убойных и перерабатывающих модулей для сельских производителей. Потребность в подобных решениях появилась в связи с вступлением в силу ст. 19 тех-

регламента Таможенного союза о безопасности пищевой продукции. Теперь «убой продуктивных животных производится в специально отведенных для этой цели местах», которые должны соответствовать нормам безопасности и требованиям по документированию. Таким образом, продукция животного происхождения, полученная путем подворного убоя, не может быть выпущена в обращение. Наша компактная бойня призвана решать проблемы сельхозпроизводителей быстро, относительно недорого и на традиционно высоком уровне гигиены и качества продукции.

Как и прежде, «Кометос» предлагает зарекомендовавшие себя на рынке комплексные модульные решения, технологическое проектирование под потребности заказчика и, конечно, инновационный подход к решению любой задачи.

Результаты участия в мероприятии трудно оценивать сразу, по горячим следам. Тем более – при ежегодном режиме проведения. Другие международные выставки подобного уровня давно стали собирать участников и посетителей раз в три года, чтобы не терять к себе интереса. На месте организаторов «Агропродмаша» я бы подумал о пропуске как минимум трех лет – по аналогии с профильной IFFA. Это бы позволило поднять уровень восприятия выставки как значимого международного события.

3. На «Агропродмаше» и других специализированных выставках стенды стали более открытыми, «воздушными», что улучшает атмосферу в презентационном зале.

Выбор мероприятий – это большая и серьезная работа для любого участника рынка. Поэтому здесь все стабильно: некоторые компании принципиально участвуют во всем, что представлено в отрасли по регионам, другие, напротив, тщательно отбирают мероприятия по теме и профилю.

Надо сказать, что «Агропродмаш» сохраняет имидж ведущей площадки, на которой проходят демонстрации новинок производственного оборудования в пищевой отрасли.

Наша практика также показывает, что в качестве деловых мероприятий очень эффективны семинары для профессионалов, организуемые поставщиками оборудования. Работа с региональными структурами тоже дает хороший результат. В остальном основной площадкой для поиска контактов и заказчиков становится интернет, и эта тенденция с каждым днем все очевиднее.



Иван
Мудзен

1. Рынок в этом году развивается медленно. Из-за вступления страны в ВТО и принятых на себя обязательств российская экономика идет на спад, положение дел во многих отраслях производства ухудшается. В частности, сложилась непростая ситуация с перепроизводством цыплят, которая влечет за собой падение цен и снижение либо исчезновение субсидий на производство птицы.

Если говорить о мировых достижениях, то в России сейчас очень популярны французские технологии механического отделения. Возможности по производству высококачественного фарша и изготовлению колбасных изделий для российских фабрик предоставляет, в частности, AM2C.

2. Наша компания представила формовочные машины Formax из Соединенных Штатов и оборудование для изготовления корочки TST из Голландии, а также измельчающее оборудование Weiler и известный французский бренд AM2C.

В ходе выставки мы встретились с нашими старыми клиентами, что всегда приятно, и завязали знакомство с новыми потенциальными заказчиками.

3. Отмечу, что россияне быстро учатся и становятся все более и более профессиональными. Я получаю огромное удовольствие от работы с представителями России и близлежащих стран: мне нравятся их манера задавать точные вопросы и ожидать конкретного ответа.



Сергей
Дегтярь

1. Продолжилось укрупнение игроков, способных предложить как широкий выбор упаковочного оборудования, так и полное обслуживание по консультации, поставке, запуску, обучению и сервису.

Дальнейшее снижение участия человека и значения его квалификации в процессе получения стабильно стандартной упаковки привело к появлению высокоавтоматизирован-

ного оборудования в том числе для небольших производств и торговых предприятий.

2. Компания «КАСцентр» предлагает для производств средней мощности и торговых сетей оборудование для упаковки в лотки, контейнеры, пленку, вакуумные пакеты, а также оборудование динамического весового контроля.

Стоит обратить внимание на самый доступный в своем классе японский настольный весовой упаковщик-этикетировщик продукта на подложке в стретч-пленку. Это оборудование стало широко применяться в торговых сетях в условиях сокращения квот на привлечение дешевой рабочей силы. Всегда есть в наличие и более скоростные автоматы для распределительных центров и производств.

Вакуумные упаковщики пакетов CVP-Pro из Кореи, как и хорошо знакомая всем нам бытовая техника и автомоби-



Сергей Дегтярь:

«На стенде все должно работать, чтобы показывать не только результат, но и процесс. И это убеждает посетителей лучше любых картинок и речей».

ли, лучше всего соответствую критерию надежность-цена-качество.

Мы уже несколько лет устанавливаем системы динамического взвешивания ССК (чеквейеры) на различных предприятиях пищевой промышленности. В этом году компания получила сертификат на ряд моделей динамических весов, что, уверен, привлечет к нам новых клиентов.

Доступное по цене оборудование для упаковки продукции в жесткие лотки, в том числе с МГС, – развивающийся тренд последних лет. Изучив потребности рынка, мы оптимизировали модельный ряд: от ручных установок для прилавочной торговли до автоматических трейсеров для мясных цехов.

Конечно, кроме изучения новинок, общения с коллегами, демонстрации нашего оборудования, главный

итог выставки – это полученные новые контакты и запросы, которые необходимо перевести в ранг клиентов и контрактов. Над этим мы активно работаем сейчас.

3. На стенде все должно работать, чтобы показывать не только результат, но и процесс. Один-два дня нашей команде достаточно на установку, подключение и отладку всего оборудования. И это убеждает посетителей лучше любых картинок и речей.



Алексей
Черников

1. Вопросы деловой программы выставки «Агропродмаш», на наш взгляд, продиктованы развитием перспективных направлений отрасли в будущем году, таких как: приоритет здорового питания, развитие ассортиментной политики, конкурентоспособность продукции в условиях работы в ВТО и др. Безусловно, эти направления нашли отклик как в деловой части, так и в экспозиции. К сожалению, большая часть участников шла по стандартному пути: удивляли размахом и подачей. Среди общего настроения трудно было почувствовать ветер перемен. Лишь за дверями конференц-залов хоть и на словах, но зато уверенно говорили об инновациях и повышении уровня развития отрасли в целом. А ждать реакции на перемены стоит уже в будущем году, что должно качественно отразиться на экспозиции «Агропродмаш-2014».

Традиционно организаторы уделили больше внимания оборудованию для производства продуктов питания и напитков. Стоит также отметить, что в этом году для представления кондитерского и хлебопекарного производства был выделен отдельный павильон №3. Это стало правильным решением, обусловленным ростом внимания к данной тематике.

2. Компания «Окант & К» представила на мероприятии разнообразное оборудование для хлебопекарного производства из Европы и Азии. Среди экспонатов: тестораскаточная машина итальянского производителя Tekno Stamp, тестоделитель и ротационная печь турецкого предприятия Kumkaу. Данное оборудование привлекло боль-

шое внимание посетителей стенда и в течение нескольких дней работы выставки было распродано.

Если говорить о выборе направления развития, наша компания старается взять курс на расширение ассортимента оборудования, максимально подходящего под запросы клиентов. И если долгое время она была известна среди лидеров рынка полуфабрикатов, то с недавних пор мы расширили границы и с гордостью представляем новинки для кондитерской и хлебопекарной отрасли, а также холодильное и упаковочное оборудование.

В первую очередь «Агропродмаш-2013» принес нам хорошее настроение и открыл новые перспективы. Появился повышенный интерес к оборудованию и услугам компании со стороны как уже существующих, так и новых клиентов. В среднесрочной перспективе нас ждет кропотливая работа с заказчиками и расширение возможностей компании.

3. Для того чтобы добиться максимальной отдачи от работы на выставке, нужно представлять не просто оборудование под определенным брендом, а комплекс мероприятий, главная цель которых – сделать производство клиента максимально качественным, удобным и безопасным. Здесь немаловажную роль играют сервисные и другие сопутствующие услуги. Им мы уделяем особое внимание. Что касается изменения в подходе к участию, тут делать выводы сложно. Каждая компания знает свои слабые и сильные стороны, исходя из которых выбирает тот или иной способ продвижения. В целом подход экспонентов к организации работы на выставке остался без изменений.

Среди других деловых мероприятий столь же высокого уровня можно отметить «Modern Bakery Moscow», а также ряд конференций, в числе которых «Современное хлебопечение», «Кондитерский и хлебопекарный форум» и другие.



♦
Гернот Кламмер

1. Мы участвуем в международной выставке «Агропродмаш» далеко не впервые и можем уверенно сказать, что с каждым годом она становится глобальнее и интереснее.

Тематическая концепция выставки в основном заключается в презентации решений для этапов производства и реализации продуктов питания. Участники с каждым годом стараются активнее демонстрировать решения, которые будут востребованы в ближайшей перспективе.

В этот раз очень порадовал Салон упаковочного оборудования, который дает полное представление о состоянии российской индустрии упаковки, новых материалах, средствах, оборудовании для ее производства.

3. Выставка остается центром делового общения специалистов, которые уже привыкли каждую осень собираться в Москве. А ежегодная периодичность участникам рынка только на руку – агропромышленный комплекс и пищевая промышленность развиваются настолько интенсивно, что необходимость в деловом конвенте возникает гораздо чаще.



Гернот Кламмер :

«Мы участвуем в выставке далеко не впервые и можем уверенно сказать, что с каждым годом она становится глобальнее и интереснее».



♦
Штефан Кюнцле

1. Мы не выявили для себя каких-либо особых инноваций. Интересные новинки, появляющиеся в год проведения IFFA, представляются именно там, и почти все ключевые российские клиенты являются ее участниками или посетителями. Выставка «Агропродмаш» не была удостоена таким же вниманием – большинство важных клиентов присутствовали в Германии. Для России IFFA по-прежнему остается самым важным событием нашей отрасли.

Среди актуальных тенденций, которые прослеживаются на международных деловых мероприятиях высокого уровня, – разработка уникальных комплексных решений в области автоматизации как ответ на растущий интерес со стороны мясопереработчиков. Уверен, что в будущем автоматизация производства будет приобретать все большее значение, особенно в связи с ростом заработных плат в России.

Намного серьезнее компании начали относиться к вопросам сервиса и постгарантийного обслуживания техники. Особое внимание к этому направлению работы стало важным конкурентным преимуществом поставщиков оборудования.

2. На «Агропродмаше» мы представляли современные решения в области автоматизации совместно с нашим партнером, компанией Sventa. Мы разработали полную линию производства вместе с полноценной программой продаж от Sventa. Слоган Tipper Tie звучит так: «Решения, которые работают». Также важной частью посылы Tipper Tie и Sventa в ходе выставки стала забота о клиентах, выразившаяся в особом внимании к вопросам постгарантийного обслуживания техники.

Компания Tipper Tie продемонстрировала промышленные и коммерческие машины для нарезки, оборудование для размолки костей, эмульгирующие аппараты, машины для упаковки мяса птицы, расходные материалы и автоматическую линию подвешивания изделий для нарезанных колбасных изделий. Надо сказать, что в этом году мы оказались не удовлетворены результатом участия. «Агропродмаш» всегда оставалась продающей выставкой. Однако на этот раз многие проекты были отложены, и теперь нам придется ждать инвестиций. Да, у нас появились новые контакты и проекты, однако их недостаточно для покрытия капиталовложений.

Tipper Tie и Sventa вложили немало средств в этот проект. Я говорю не только о финансовых затратах, которые необходимы для оформления достойного стенда, но также о распространении информации и приглашении среди клиентов. Со стороны Tipper Tie и Sventa была организована широкая рекламная поддержка мероприятия. И пока остается под вопросом, соответствует ли подобный объем вложений полученному результату.

3. На самом деле, чем меньше подобных встреч и выставок, тем лучше. Финансовая нагрузка на поставщиков и их партнеров слишком велика.

Я считаю, что достаточно было бы организовывать «Агропродмаш» один раз

в три года – в тот период, когда не проводятся IFFA и Anuga FoodTec (периодичность которых – тоже раз в три года). Мне кажется, это имело бы смысл.



Сергей Фомин

1. «Агропродмаш» вот уже в течение нескольких десятилетий (еще со времен Советского Союза) является основной международной выставкой пищевой перерабатывающей промышленности России – прежде всего, конечно, мясопереработки.

Попытки организовать мероприятие, подобное немецкой IFFA, предпринимались, но до сих пор успеха не имели. Все остальные российские выставки с «мясной» тематикой на сегодняшний день, к сожалению, далеки от уровня и, что самое важное – статуса «Агропродмаша».

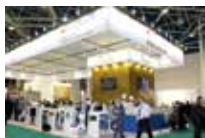
Вполне возможно, что проект привлекает мясопереработчиков России и ближайшего зарубежья именно ввиду своей консервативности, несмотря даже на определенную разноплановость. Заказчики каждый год приезжают в Москву не только найти «что-нибудь новенькое», но и увидеть знакомые лица на стендах, месторасположение которых не меняется годами, вспомнить поставки оборудования и технологий десятилетней давности.

Тема первичной переработки мяса и производства охлажденных полуфабрикатов (как в крупном куске, так и в потребительской упаковке) уже несколько лет не сходит со сцены российского рынка. Неразрывно связанный с ней вопрос проектирования перерабатывающих производств также был представлен очень широко. Наряду со специализированными бюро, услуги проектирования предлагают почти все основные поставщики оборудования для мясопереработки. Последние строят проект, как правило, с привязкой к своему оборудованию, первые же обычно дают возможность заказчику выбирать любые машины от различных производителей. Цены на проектные работы у компаний-поставщиков оборудования, как правило, ниже, чем в проектных бюро, что несомненно привлекает заказчиков.

Компания «Шаллер» предлагает услуги проектирования с учетом кон-

кретных специфических пожеланий клиентов. При этом стоимость проектирования при определенном раскладе (объеме закупки оборудования или технологий) может быть снижена вплоть до нуля! Вместе с тем качество работы остается очень высоким, она производится с учетом европейских норм и традиций.

2. Основные новинки техники и технологии уже были представлены в этом году на международной выставке IFFA во Франкфурте, поэтому каких-то epochальных открытий на «Агропродмаше» сделано не было. Но ряд интересных решений мы смогли показать. Так, например, внимание заказчиков привлекла машина фирмы ИТЕС для автоматического удаления клипс с колбасных батонов. Автоматизировать этот процесс смогли лишь два европейских производителя, и нашему партнеру удалось создать компактную, недорогую и достаточно производительную маши-



Сергей Фомин:

«Сегодня главное – представить заказчику не отдельную модель оборудования, а эффективное технико-технологическое решение».

ну. Оценить преимущества оборудования, не имеющего аналогов на рынке, смогли многие ведущие производители колбас России.

Как всегда большую часть стенда занимала наша технологическая часть с кухней и дегустационным залом, впервые продемонстрированная в России под новой торговой маркой Schaller Premium. Помимо традиционных колбасок, в этом году мы угощали гостей аппетитными премиум-бургерами. А для профессиональных дегустаций было разработано огромное меню, которое, кроме разнообразных колбасных и мясных продуктов, включало в себя снеки (мясные, рыбные и даже овощные), а также продукты из рыбы, например рыбные котлеты и слабосоленую сельдь. Теперь в нашем технологическом меню, помимо прочего, пред-

ставлены разнообразные ингредиенты для производства продуктов из рыбы.

На стенде были также продемонстрированы комплектные упаковочные линии на базе трейсилеров, термоформеров Sealpac, этикетировочных машин и чеквейеров Bizerba. Бренд Sealpac постепенно завоевывает позиции на рынке России благодаря надежности, технологичности и ценовой привлекательности.

Что касается нашего давнего партнера, компании Bizerba, то с этого года мы вступили в новый виток сотрудничества, ознаменовав его подписанием очередного договора на эксклюзивные права продажи мясо- и птицеперерабатывающей техники Bizerba в России.

Мы впервые в стране показали новую модель термокамеры серии Schaller Thermostar, производимую в Австрии и снискавшую популярность за счет оптимального соотношения цены и качества.

3. Современные IT-технологии, возможность заказа оборудования онлайн, большая свобода перемещения заказчиков по Европе и другим странам постепенно переформатировали «Агропродмаш» (да и другие выставки) с площадки продажи машин со стенда в массовую тусовку и неделю демонстрации современных технологических решений.

Подписание контрактов на выставке – по большей части, уже история. Никто за этим теперь не гонится, потому что никому, за редким исключением, это не нужно. Застрявшее на складе оборудование продается быстро и эффективно со скидками, как и автомобили по интернету. Однако это обстоятельство, как ни странно, не уменьшает значение «Агропродмаша», а наоборот, повышает его в силу указанных выше причин.

Учитывая тенденции рынка, «Шаллер» идет в ногу со временем и не стремится загромождать стенд тоннами железа. Сегодня главное – представить заказчику не отдельную модель оборудования, а эффективное технико-технологическое решение. Именно поэтому направление продаж в компании теперь называется Solution.



Александр Елисеев

1. Мне, как главе компании, участвующей в «Агропродмаше» с самого на-

чала ее существования, и как человеку, посвятившему рынку пищевого оборудования четверть века своей жизни, на выставке, как и в реальности, были заметны несколько очевидных тенденций.

Самая важная тенденция, увы, совсем не радостная: иностранные производители активно наращивают свое присутствие в России, вытесняя и просто уничтожая национальный бизнес.

Вторая тенденция, логически дополняющая первую, такова: в отличие от нашего правительства, стимулирующего российского производителя в основном лишь на словах, иностранным фирмам в этой экспансии активную помощь оказывают их родные госструктуры. Причем в последние годы они резко увеличили свою поддержку – финансовую, информационную, даже политическую – по продвижению товаров в Россию.

В целом, по сути, это хоть и мирная, но все же третья мировая война, в которой мы безусловно и бесславно проигрываем.

Судите сами: из 803 компаний-участниц так называемые российские составили всего лишь чуть более половины. Я говорю «так называемые», ибо, если внимательно изучить представленный ими ассортимент оборудования, окажется, что он на 99% состоит из продукции иностранного производства. Российские образцы ютятся на задворках либо не представлены вообще – нет средств для разработки и производства, не говоря уже об участии в столь недешевом шоу.

Взять хотя бы родные мне термокамеры: на фоне доброй дюжины брендов зарубежных коллег-производителей россиян представляли мы да, может, еще только обнинские «Агрос» и «Техтрон+».

Иностранцы на «Агропродмаше», как и на реальном рынке, в основном наступали двумя мощными «танковыми» колоннами: самые крупные – самостоятельно, менее крупные – через российских дистрибьюторов. Но это не все! Явно усилилась третья колонна из мелких и средних зарубежных производителей. Причем уже не только из стран первой величины! И появились они именно благодаря неоценимой помощи родных государств. Их правительства финансировали коллективные стенды. В результате малые и средние предприятия, имеющие хоть какое-то перспективное оборудование, смогли пробиться на дорогостоящую выстав-

ку в один из самых дорогих городов планеты (отзывы всех моих иностранных коллег).

Несомненно, первыми шли немцы. Они выставили на общем стенде 51 немецкого производителя, которые до этого и не мечтали об «Агропродмаше». Экспозицию опекало и всячески рекламировало Посольство Германии.

Увеличилось по сравнению с прошлым годом представительство Китая. С национальными коллективными экспозициями, несмотря на кризис, вернулись на выставку Франция и Испания.

А вот вам и новички: впервые появились Национальная экспозиция Дании и уж совсем мощной индустриальной державы – Новой Зеландии!

Представьте себе – хотя бы в мечтах – организацию коллективного российского стенда, например, на IFFA-2013! А ведь Россия претендует на место где-то между Китаем и Германией, а наши производители никак не хуже новозеландских.



Александр Елисеев:

«Самая важная тенденция, увы, совсем не радостная: иностранные производители активно наращивают свое присутствие в России, вытесняя и просто уничтожая национальный бизнес».

Но там борются за каждого своего «малыша», за каждый произведенный станок, а у нас... А у нас на «кухне» – газ. И нефть.

Вот такие современные тренды за дымом парадных речей высветил прожектор выставки «Агропродмаш-2013».

2, 3. Но не все так плохо, как может показаться после ответа на первый вопрос. У нашей сказки должен быть добрый конец. И он все-таки есть!

В отличие от политиков, изобретатели, конструкторы и производители – словом, технари, – стимулируемые то ли правительством, то ли нищетой, невзирая на эти факторы и любые кризисы, не стоят на месте. И этот замечательный тренд тоже был очевиден на выставке. Появился целый ряд новых, прекрасных и уникальных продуктов!

Взять хотя бы представленные на нашем стенде образцы:

Японская Hites выступила сразу с тремя неповторимыми машинами: линейной высокоточного производства сосисок в любых оболочках, а также с пилером и скоростным делителем сосисок. Уникальные «японцы», по ряду параметров превосходя аналогичные установки мировых лидеров, уступают им лишь в цене.

Канадская Sunwell продемонстрировала новейшую разработку – генератор производства «жидкого льда». Он втрое экономит время охлаждения продукта по сравнению с чешуйчатым льдом, значительно увеличивая качество самого изделия.

А датская Varo представила машину, которая вдвое сокращает время производства и готовит множество пищевых продуктов – от джемов и фруктовых йогуртов до детского питания и мясных паст, без потерь их естественных ароматов и цвета.

Тоже датская Detectronic показала новейшие детекторы, способные обнаруживать в жидкой и пищевой среде не только различные металлы, но и любые другие инородные предметы: даже дерево, камень и другой мусор.

Причем все они на разные голоса расхваливали свои правительственные организации, при финансировании и под эгидой которых были созданы эти уникалы.

«КОН», пока еще не обласканный государством, тоже предлагал свою самую перспективную модель – термокамеру КОН 100 для холодного и горячего копчения рыбы и мяса – единственную в своем роде в данном секторе и по ряду параметров превосходящую западных собратьев.

Более того, учитывая техническое и финансовое состояние нашей пищевой индустрии, «КОН» все больше делает акцент не на продажу отдельного оборудования, а на предложение готовых комплексных высокотехнологичных решений для производства конкретного продукта. Это тоже можно записать в нарождающиеся актуальные тренды на рынке.

Так что еще поборемся. В Великую Отечественную враг дошел до Москвы. А мы в итоге все же оказались в Берлине и других крупных городах Западной Европы. Очень надеюсь, что эта история повторится!

Мнение редакции не всегда совпадает с мнением авторов. **МС**



Автор:
Андрей Беседин,
генеральный директор
Euroresearch and
Consulting



Author:
Andrei Besedin,
Euroresearch
and Consulting
general manager

На российском рынке ведут свою деятельность свыше пяти тысяч мясокомбинатов. Сектор не является высоко консолидированным: 2/3 всей продукции производят 100 компаний.

Российский рынок колбасных изделий и деликатесов

Российский рынок колбасных изделий, деликатесов и полуфабрикатов широк и многоаспектен: здесь присутствует большое количество производителей, а ассортимент каждого крупного завода зачастую превышает 300 единиц продукции.

Сегодня на рынке преобладают российские компании (производители и дистрибьюторы), а импорт-

Russian sausage and delicatessen market

Russian market of sausages, delicatessen and processed products is broad and has many aspects. Here, there are a lot of manufacturers, while the assortment of every large plant is often more than 300 production units.

Nowadays, Russian companies (manufacturers and distributors) have the biggest market share, foreign enterprises are not well presented. Even though, the sector is highly competitive and well-valued. Here, the regional diversity is strong: many companies mostly work in their home regions. This can be explained by the difficulties in transportation organization: the production has short expiry dates, so it becomes even more expensive because of its transportation. That is why consumers prefer to buy local products.

More than five thousand meat factories act in the Russian market. The sector isn't highly consolidated: about two-thirds of all production is manufactured by 100 companies.

ные предприятия представлены незначительно. Тем не менее сектор остается высококонкурентным и насыщенным. Здесь сильна региональная дифференциация: многие компании работают преимущественно в своих регионах. Это объясняется трудностями при организации логистики: данная продукция – скоропортящаяся, которая при транспортировке становится еще дороже. Поэтому потребители предпочитают покупать местные продукты.

На диаграмме №1 представлен анализ производства колбасной продукции с 2000 по 2012 гг. По данным официальной статистики, данная категория показывала устойчивый рост (за исключением периода кризисных 2008–2009 гг.). Среднегодовой темп прироста в этот период составлял 7,52%. С 2000 по 2008 гг. на рынке развивалась тенденция премиумизации продукции, однако в кризис продажи дорогостоящих изделий приостановились. Начиная с 2010 года тенденция к переключению потребителей на более качественные товары возобновилась. По итогам 2012 года объем производства увеличился на 2% и достиг показателя в 2 511 тыс. тонн.

Отметим, что в настоящее время россияне потребляют заметно меньше мясных изделий, чем в развитых странах ЕС или США, что косвенно свидетельствует о потенциале нашего рынка.

Говоря об импорте колбасных изделий, отметим, что на протяжении последних лет он также показывал устойчивый рост, а ассортимент был достаточно широк. По итогам прошлого года объем импортных поставок колбасных изделий на российский рынок составил свыше 28 тыс. тонн, или порядка 100 млн долл. США. В свою очередь, объем экспорта из России составил около 25 тыс. тонн на сумму свыше 65 млн долл. США.

Лидерство в импорте колбасных изделий принадлежит Белоруссии, что объясняется сильным регулированием отрасли и господдержкой компаний-производителей. Также отметим, что пять первых стран-поставщиков импортируют в РФ около 3/4 всей продукции.

Что касается экспорта, то здесь первое место принадлежит Казахстану: около 22 500 тонн и 57,5 млн

Таблица 1. Основные торговые партнеры России на рынке колбасных изделий, 2012 г., в натуральном и стоимостном выражении.

Table 1. Russia's main trading partners at the sausage market, 2012, in natural and money terms.

Импорт в Россию/ Imports to Russia	тыс. долл. США/ thousand US dollars	тонн/tons
Белоруссия/Belarus	41 485	12 564
Литва/Lithuania	10 518	1 935
Испания/Spain	7 206	1 211

Экспорт из России/ Export from Russia	тыс. долл. США/ thousand US dollars	тонн/tons
Казахстан/Kazakhstan	57 496	22 451
Абхазия/Abkhazia	6 878	1 289
Азербайджан/Azerbaijan	1 316	251

Источник: Федеральная таможенная служба, www.customs.ru; Статистика ООН, www.comtrade.un.org; анализ рабочей группы Euroresearch and Consulting.

Source: Federal Customs Service, www.customs.ru; UN Statistics, www.comtrade.un.org; Euroresearch and Consulting workgroup analysis

Diagram #1 shows the analysis of sausage production from 2000 to 2012. According to the official statistics' data, this category was showing constant growth, except the crisis period of 2008–2009. The average annual growth rate during this period was 7.52%. From 2000 to 2008, the trend of making premium production has been developing, but during the crisis, the sales of expensive units have slowed. From 2010, the trend of switching consumers' attention to high-quality goods was resumed. To the end of 2012, the production volume has grown by 2%, reaching the value of 2,511 thousand tons.

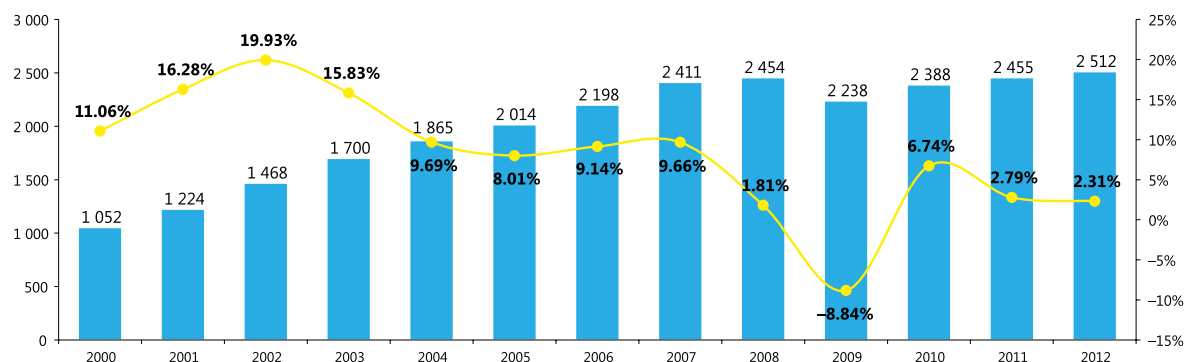
It's worth noticing that nowadays Russians consume much less meat production than in developed countries of the EU and the USA, which shows indirectly the potential of our market.

If we talk of sausage production imports, we shall notice that during the last few years it has also shown steady growth, and the assortment was quite wide as well. Until the end of last year, the volume

По итогам 2012 г. объем производства увеличился на 2% и достиг показателя в 2 511 тыс. тонн.

Диаграмма 1. Производство колбасных изделий в России в 2000–2012 гг., тыс. тонн, %

Diagram 1. Sausage production in Russia in 2000–2012, thousand tons, %



Источник: данные ФТС, www.gks.ru; анализ рабочей группы Euroresearch and Consulting.

Source: FSSS data, www.gks.ru; Euroresearch and Consulting workgroup analysis

To the end of 2012, the production volume has grown by 2%, reaching the value of 2,511 thousand tons.

долл. США. Также среди закупщиков нашей продукции присутствуют многие страны бывшего СНГ, однако их доля незначительна.

После того как 22 августа 2012 года России вступила в ВТО, были изменены таможенные пошлины на целый ряд продуктов, в том числе колбасные изделия. Конечно, страна, подавшая заявку на вступление в ВТО в июне 1993 года, и государство, вступившее в ВТО, – это две разные страны и две разные экономики. Еще более жесткая конкуренция, которая нас ожидает, вынуждает задуматься на тему последствий этого шага. По прогнозам ряда экспертов, произошедшее снижение таможенных пошлин на колбасы может привести к росту продаж импортной продукции более высокого качества. Впрочем, другие специалисты считают, что падения цен не произойдет, поскольку продуктовые ритейлеры будут закладывать в стоимость более высокую прибыль, что ограничит рациональную выгоду от покупок.

Основными факторами, определяющими развитие российского рынка колбасных изделий, деликатесов и полуфабрикатов, являются состояние сырьевой базы (стоимость сырья в конечном продукте достигает 50%) и платежеспособность населения. В последние годы наблюдалось увеличение использования импортного сырья в производстве колбасных изделий. Что касается состояния отечественной сырьевой базы, надо отметить, что производство мяса в России в последние годы развивается, хоть и не без проблем (см. таблицу 2).

Если говорить о производстве мяса птицы, то по итогам 2012 года Россия произвела порядка 3,6 млн тонн данной продукции. Сопоставив эти цифры с данными по внутреннему потреблению (а это около 95%), мы понимаем: рынок практически полностью насыщен, и пришла пора говорить об экспорте. После того как Россия вступила в ВТО, она упростила доступ наших компаний на внешние рынки, однако дальнейшая экспансия будет весьма и весьма непростой. Что касается производства говядины, сектор показывает отрицательную динамику на протяжении ряда лет. Это объясняется сложностью производства, конкуренцией со стороны других видов мяса и неготовностью россиян покупать более дорогой продукт.

Если рассматривать индустрию свиноводства, то здесь наблюдается обратная ситуация: имен-

of sausage imports to the Russian market was more than 28 thousand tons which is worth 100 million US dollars. At the same time, the volume of exports from Russia has reached about 25 thousand tons which is worth 65 million US dollars.

Belarus holds the leading position in sausage products import. It can be explained by the strong industry regulation and the state support of manufacturing companies. We can also notice that the leading five supplying countries import about 3/4 of all production to the Russian Federation.

If we talk of exports, here the first position belongs to Kazakhstan: about 22,500 tons and 57.5 million US dollars. Also, among customers of our production there are many countries of CIS, but their share is not significant.

After Russia's entering the WTO on August 22nd, 2012, customs fees for a number of products were changed, sausages among them. Of course, a country having sent a request for entering the WTO in June, 1993, and the state entering the WTO have different economies. We have to wait for the harsher competition so we have to think about the consequences of this step. According to several experts' forecasts, the decrease in customs fees for sausages can lead to the increase in sales of high-quality imported production. At the same time, other specialists think that a drop in prices will not take place as food retailers will lay the higher income into prices, which will limit the rational profit from sales.

The main factors that rule the development of Russian sausage, delicatessen and processed products market are the state of raw materials base (the price of raw materials are 50% of the price of the ready-made product) and the financial responsibility of the population. During the last few years, the increase in using imported raw materials in sausage production was seen. As for the state of national raw materials base, it's worth noticing that meat production in Russia has been developing during the last few years even though it has some problems (see table 2).

If we talk of poultry production, Russia has produced about 3.6 million tons of such production until the end of 2012. If we compare those numbers with the data of inner consumption (which is about 95%), we can understand that the market is nearly full-valued and now it's the time to talk of exports. After Russia's entering the WTO the access to external markets became easier for our companies but the further expansion will be quite hard. As for beef production, the sector shows the negative dynamics for several years. This can be explained by the difficulty of manufacturing, competition from other kinds of meat and Russians' inability to buy more expensive production.

If we look at the pork-breeding industry, we can see the opposite situation: entering the WTO and decreasing the imports fees made the situation in the industry more difficult. Nowadays, many market players are afraid of the significant increase in competition and even bankruptcy of the national pork-breeding complexes. African pork

Nowadays Russian companies have the biggest market share, foreign enterprises are not well presented.

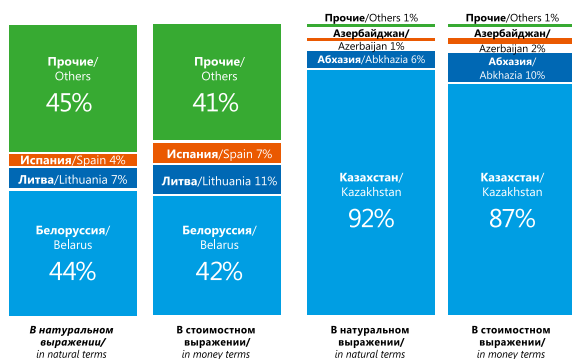
Лидерство в импорте колбасных изделий принадлежит Белоруссии, что объясняется сильным регулированием отрасли и господдержкой компаний-производителей.

Belarus holds the leading position in sausage products import. It can be explained by the strong industry regulation and the state support of manufacturing companies.

Сегодня на рынке преобладают российские компании, а импортные предприятия представлены незначительно.

Диаграмма 2. Основные торговые партнеры России на рынке колбасных изделий, 2012 г., % поставок в натуральном и стоимостном выражении.

Diagram 2. Russia's main trading partners on the sausage production market in natural and money terms, 2012



Источник: Федеральная таможенная служба, www.customs.ru; Статистика ООН, www.comtrade.un.org; анализ рабочей группы Euroresearch and Consulting.
Source: Federal Customs Service, www.customs.ru; UN Statistics, www.comtrade.un.org; Euroresearch and Consulting workgroup analysis

но вступление в ВТО и снижение импортных пошлин осложнило положение дел в отрасли. Теперь многие игроки опасаются существенного усиления конкуренции и даже разорения отечественных комплексов. Также на сектор оказывает негативное влияние АЧС: Россельхознадзор предупреждает, что в 2013 году пандемия может принести ущерб свиноводству в размере 8 млрд рублей.

Что касается платежеспособности населения России, отметим, что данный вопрос носит комплексный характер. С одной стороны, на рынке будет наблюдаться дальнейший рост цен на продукцию, с другой – возможное влияние ВТО и поступление на рынок импортной продукции притормозит рост цен. В свою очередь, среди россиян набирает популярность стремление к здоровому образу жизни, что приводит к повышению требований к качеству продукции. В этих условиях довольно трудно предсказать, сохранится ли в будущем премиализация рынка и рост импорта или будет происходить переключение в низкий ценовой сегмент и замена потребления на другие категории товаров.

Всего на российском рынке ведут свою деятельность свыше пяти тысяч мясокомбинатов. Сектор не является высоко консолидированным: 2/3 всей продукции производят 100 компаний. В Москве расположено несколько крупнейших производителей, а в регионах сильны позиции локальных игроков, о чем уже упоминалось ранее. Среди лидеров отрасли выделяют: ГК «Останкино», ГК «Тавр», Мясокомбинат «Дымов», группу «Черкизово», ГК «Царицыно», ГК «Продо» и холдинг «Российские мясопродукты».

Победа в конкурентной борьбе обычно достигается игроками благодаря грамотной проработке маркетинговой стратегии: дистрибуции, ценовой политики, позиционированию продукта – а также вниманию к качеству, – ведь в России ожидается переход от ценовой конкуренции к конкуренции по продукту. **МС**

Таблица 2. Производство основных видов скота и птицы на убой сельскохозяйственными организациями в России

Table 2. Production of main cattle and poultry species for slaughter by agricultural organizations in Russia

	Январь 2013 г./January, 2013		
	тыс. тонн/ thousand tons	в % к / % to	
		январю 2012 г./ january 2012	декабрю 2012 г./ december 2012
Скот и птица на убой в живом весе, из них: Slaughter cattle and poultry live weight, from this:	627	115,0	84,6
крупный рогатый скот/cattle	71	103,1	67,1
свины/pork	173	131,8	79,1
птица/poultry	381	111,3	94,4

Источник: данные ФГЦС, www.gks.ru; анализ рабочей группы Euroresearch and Consulting.
Source: FSSS data, www.gks.ru; Euroresearch and Consulting workgroup analysis

plague also has its negative impact on this sector. Federal Service for Veterinary and Phytosanitary Surveillance (Rosselkhoz nadzor) warns that in 2013, the pandemic can lead to damage of 8 billion rubles in pork-breeding.

As for the financial responsibility of Russian population, we can note that this problem has the complex character. From the first side, prices in the market will continue to grow, from the other side, the possible influence of the WTO and imported production entering the market can hold the growth in prices. At the same time, the trend of leading a healthy way of life is becoming more and more popular among Russians, which increases the requirements for the production quality. At such circumstances it's quite hard to forecast if the premiumification of the market and the growth of imports will be kept or switching to the lower price segment and the change to consumption of other kinds of products will take place.

More than five thousand meat factories act in the Russian market. The sector isn't highly consolidated: about two-thirds of all production is manufactured by 100 companies. Several biggest manufacturers are situated in Moscow, though in the regions the positions of local market players are strong, which was already noticed before. Among the industry leaders, several companies can be selected, such as Ostankino company group, Tavr company group, Mikoyanovsky meat factory, Dymov company, Cherkizovo company group, Tsaritsyno company group, Prodo company group and Russian Meat Products holding.

The competition is usually won by the market players due to the skilled professional work on the marketing strategy: distribution, price policy, product positioning – and also due to the attention to the quality, as Russia is expected to make a step from price competition to quality competition. **MS**

Что касается платежеспособности населения: с одной стороны, на рынке будет наблюдаться дальнейший рост цен на продукцию, с другой – возможное влияние ВТО и поступление на рынок импортной продукции притормозит рост цен.



Запуск учебного цеха в профессиональном училище №23, «Агро-Белогорье» / Фото: Татьяна Путинцева, ИД «Сфера»



Авторы: эксперты торговой системы АГРОРУ.ком

Рынок мяса: золотые годы остались в прошлом?

Темпы роста мясной индустрии в России замедляются. Причин для этого много: и перенасыщенность рынка мяса птицы, и быстрое распространение африканской чумы свиней (АЧС), и вступление России в ВТО.

В результате, если раньше темпы роста мясной отрасли составляли 15–20%, то теперь Министерство экономического развития РФ прогнозирует рост на уровне 17% за период 2012–2016 гг. со среднегодовым значением роста в 4,3%.

Статистика – вещь упрямая

Россия в январе-августе увеличила производство мяса птицы (в обрабатывающем секторе промышленности) на 4,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года – до 2,3 миллиона тонн, говорится в материалах Росстата.

Производство других видов мяса за семь месяцев выросло на 27,6%, составив 1,1 миллиона тонн. Выпуск мясорастительных консервов увеличился

на 9,2% – до 412 миллиона условных банок, а производство колбасных изделий, наоборот, снизилось на 4% – до одного миллиона тонн.

Последние четыре года выпуск мяса в России неизменно рос. По данным экспертов торговой системы АГРОРУ.ком, в 2012 году прирост производства составил 12,4% в натуральном выражении по отношению к 2011 году и 35% – к 2009-му. Такая стабильность объясняется устойчивой положитель-

Специи Christl. Радуют.

ной динамикой производства мяса птицы и свинины в противовес сокращению сектора КРС.

Вместе с тем, согласно прогнозу Минэкономразвития, в 2016 году Россия может увеличить производство мяса до 9,2–9,6 миллиона тонн с 8,1 миллиона тонн в 2012-м. В этом году показатель может достигнуть 8,5–8,6 миллиона тонн. Импорт мяса по его итогам составит около 2,3–2,6 миллиона тонн против 2,5 миллиона тонн в прошлом году, а в 2016-м окажется на уровне 2,2–2,5 миллиона тонн.

Как отмечает МЭР, негативные тенденции, связанные с эпизоотическими рисками, в частности: продолжающимся распространением АЧС, ящуром, недостатком мощностей по убою и первичной переработке и переизбытком предложения на отдельные виды мяса, – приводят к снижению рентабельности отраслей, наращиванию долгового бремени, возникновению дополнительных барьеров при реализации продукции за границу, снижению инвестиционной активности.

В 2014–2015 годы, по оценкам экспертов, свиноводство еще продолжит движение вперед по инерции, но в дальнейшем из-за существующих проблем начнет стагнировать. Стабилизация темпов роста производства свинины в долгосрочной перспективе находится в прямой зависимости от господдержки отрасли, рассчитанной до 2016 года.

Производство свиней на убой (в живом весе) к 2016 году вырастет на 15,4% по сравнению с 2012 годом, птицы – на 27,5%. Доля импорта свинины в ресурсах (с учетом переходящих запасов) в 2016 году составит 20% против 25,8% в 2012-м, птицы – 8% против 12,7%. Производство крупного рогатого скота вырастет на 4,5%.

Инвесторы уходят на Украину

В 2013 году Россию захлестнула очередная волна АЧС. Под ударом оказались свиноводческие предприятия всех видов и форм собственности.

Согласно статистике, представленной Россельхознадзором, всего за этот год зарегистрировано 76 вспышек АЧС в 12 регионах страны, ущерб составил более 30 млрд рублей. По мнению сельскохозяйственных аналитиков, сегодня в России инвестиционная привлекательность свиноводства без учета проблем с АЧС могла быть на 30–40% выше. В результате деньги зарубежных инвесторов не уходили бы в свиноводческие проекты в соседней Украине.

В тоже время в среднем свиноводческая фирма должна тратить порядка 15% прибыли на борьбу с АЧС. С учетом того, что после вступления в ВТО и снижения цен на мясо прибыльность производителей существенно снизилась, расходы на профилактику АЧС ложатся на производителей тяжким бременем.

В пострадавших от чумы регионах вводится карантин сроком до полугода, при этом под запрет на вывоз попадает не только свинина, но и другие сельскохозяйственные продукты. Регионы, свободные от данной заразы, чтобы защитить себя от попадания вируса, могут запретить ввоз свиней из благополучных районов Белгородской области, с предприятий



Москва
+7 (499) 755-53-98
Воронеж
+7 (473) 220-47-50
Тольятти
+7 (901) 803-73-79
Новосибирск
+7 (383) 347-75-44
Владивосток
+7 (4232) 30-87-39

christl
технология специй

Импортер и представитель CHRISTL
в России: ООО «ЕВРО МИТ ТЕХ.»
Тел./факс: (812) 677-92-55
Мобильный: + 7-911-776-84-07
e-mail: office@eumt.ru

высшей биологической защиты и т. д., что приведет к колоссальному ущербу экономики России в целом.

Перспективы борьбы с АЧС во многом непонятны. Россельхознадзор недавно объявил о том, что начал работу над вакциной, которая должна искоренить это заболевание. Однако в странах Европы над разработкой препарата вот уже в течение 15 лет работают лучшие эксперты. И тот факт, что вакцина будет разработана нашими специалистами в ближайшие годы, вызывает сомнение.

Подавить вирус без вакцины тоже не представляется возможным. Когда это получилось у европейских ветеринарных служб, но речь тогда шла об острове (Сардиния). В случае с Россией у вируса сегодня нет естественных преград, и АЧС вряд ли будет побеждена в обозримом будущем.

Никита Сергеевич был прав

Производство мяса очень тесно привязано к кормовой базе. Сегодня себестоимость одного килограмма свинины примерно на 70% определяется стоимостью кормов. В такой ситуации очень важно состояние урожая, которое в России колеблется от года к году. От урожая зависит стоимость зерновых и, соответственно, кормов на рынке. В такой ситуации России необходимо снижать использование зерна в кормах за счет увеличения запасов кукурузы, к чему призвал недавно **министр сельского хозяйства страны Николай Федоров**.

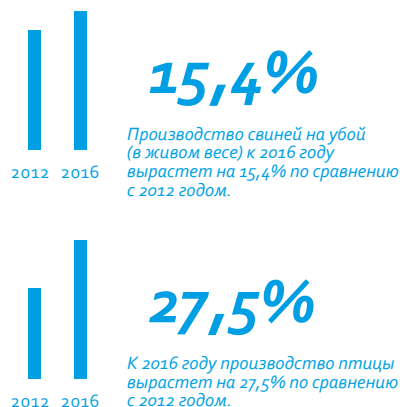
«Никита Сергеевич Хрущев был прав, – сказал Федоров. – Не надо, конечно, всю страну засеивать кукурузой, но это куда более урожайнее и полезнее и повышает продуктивность мясного и молочного животноводства».

По мнению министра, делать ставку на кукурузу надо в связи с сокращением сева озимых на 20%. Согласно прогнозам Минсельхоза, в этом году будет засеяно 13 миллионов гектаров озимых – вместо запланированных 16. Сев озимых в 2013 году оказался худшим в РФ за последнее десятилетие. Сложившуюся ситуацию связывают с продолжительными сильными дождями.

Вместе с тем российская животноводческая индустрия в последние годы теряет миллиарды по причине чрезмерной зависимости от импорта кормовых ресурсов из-за границы. По данным Soya News Info, согласно существующей статистике, 70% белка сегодня мы им-

портируем, из-за чего развитие отечественного животноводства во многом зависит от капризов мировых цен.

Расширить ареал посевов сои нам мешают известные агроклиматические факторы, а промышленное возделывание ГМ-культур до последнего времени пока что вне закона. Заводы по производству муки животного происхождения в стране еще не достроены, а о самообеспечении страны рыбной мукой не следует и заикаться. Иные активисты тем временем пытаются решить



проблему нехватки собственного кормового белка путем внедрения незаслуженно забытого люпина. Но как показывает практика, инвесторы на такие проекты раскошелиться не спешат.

Импортозависимость России по кормовым витаминам и аминокислотам еще глубже. Страна давно растеряла свои советские микробиологические производства. И если в отношении аминокислот реализуемые сегодня громкие проекты по глубокой переработке зерна (преимущественно в Белгороде и Волгодонске) зажгли свет в конце тоннеля, то витаминные производства в стране вряд ли появятся. Они так дороги и неблагоприятны с точки зрения экологии, что весь мир предпочитает закупать их в Китае.

В целом же отсутствие необходимой сырьевой базы заставляет отечественных комбикормщиков ежегодно раскошелиться на 2,5 млрд долл. Кроме того, импортные компоненты надо провозить через границу и регистрировать. Однако высокие административные барьеры в этих вопросах, по оценке участников рынка, приводят

к удорожанию сырья: например, для производства премиксов – на 30–40%, а то и в два раза.

В рамках ВТО

Вместе с тем первый год членства в ВТО позволяет делать определенные выводы. В частности, следует констатировать, что если Россельхознадзор сейчас снимет все те многочисленные ограничения, которые он ввел за последние полтора года на импорт мяса, то отечественную индустрию ждет коллапс. Однако тот факт, что этого не произошло до сих пор, позволяет предполагать, что этого и не будет.

На самом деле со вступлением в ВТО Россия обрезала каналы поставок всем ключевым экспортерам. Канаде, США и некоторым странам Южной Америки – по причине наличия рактопамина (удивительно, что после десяти лет поставок мяса с данной добавкой Россия подняла этот вопрос, причем столь радикально, как раз после вступления в ВТО); Европе – из-за вируса Шмалленберга, Бразилии – отменив квоты на импорт из развивающихся стран. Таким образом, перекрыто оказалось абсолютно все. К примеру, импорт говядины из США за первое полугодие 2013 года снизился в тысячу раз – с 20 тыс. тонн до 20 тонн.

Таким образом, следует признать, что в России не случилось тех негативных последствий от вступления в ВТО, которые прогнозировались многими рыночными аналитиками. Более того, некоторая «встряска», которую получили производители в виде определенного снижения цен, в первую очередь на свинину, научила их работать в более тяжелых рыночных условиях, поджать пояса и провести модернизацию. В результате российская мясная отрасль совершила небольшой скачок эффективности.

В такой ситуации можно сделать вывод, что, хоть индустрия и снижает показатели роста, но он будет стабильным и долгосрочным. Наиболее перспективным окажется развитие относительно новых видов животноводства – в частности, производства мяса индейки, утки и так далее. Параллельно эксперты отмечают, что потребление мяса в России еще не достигло своего потолка: несмотря на рост показателей, россияне все еще съедают меньше мяса, чем жители большинства стран Европы. Так что на этом поприще нам еще определенно есть к чему стремиться. **МС**

Автор:



Анна Евангелева,
аналитик Meatinfo.ru
ae@meatinfo.ru

Импорт колбас вырос, мясных консервов – упал

По итогам января-августа 2013 года объем импорта колбас и аналогичных продуктов из мяса составил 10,9 тыс. тонн без учета данных по странам-участницам Таможенного союза (ТС).

Объем поставок по данной группе относительно аналогичного показателя за предыдущий период вырос на 5%. Что касается поставок колбас и аналогичной продукции из мяса в рамках Таможенного союза, то здесь мы также наблюдаем увеличение импорта – он на 6% превышает показатель прошлого года (47,1 тыс. тонны по итогам января-августа 2013 года). Практически весь импорт в рамках ТС приходится на белорусскую продукцию.

В то же время объем импорта готовых и консервированных продуктов из мяса по сравнению с прошлым годом упал. Всего за восемь месяцев без учета стран-участниц ТС в Россию было ввезено 16 тыс. тонн, что ниже прошлогоднего показателя на 34%. Поставки в рамках ТС сократились в текущем году на 15% – до 17,5 тыс. тонн в январе-августе.

Рост поставок колбас и аналогичных мясных изделий из других стран связан с сокращением производственных показателей на отечественном рынке: объем производства на 3% оказался ниже прошлогоднего, в то время как излишек отечественных консервов из мяса – на 13% больше, что способствовало сокращению импорта по данной группе.

Среди импортеров колбасных изделий (ТН ВЭД 1601) первое место по объему поставок данной продукции в нашу страну, не считая Белоруссии, занимает Литва с долей в 20%, или 2,2 тыс. тонн, от всего объема импорта (без учета ТС). За год поставки литовской продукции выросли на 79%. Выросли и поставки продукции из США, которые занима-

График 1. Динамика объема импорта товарных групп ТН ВЭД 1601-1602 «Колбасы и готовые или консервированные продукты из мяса» в разрезе товарных групп по итогам января-августа 2012–2013 гг., тыс. тонн

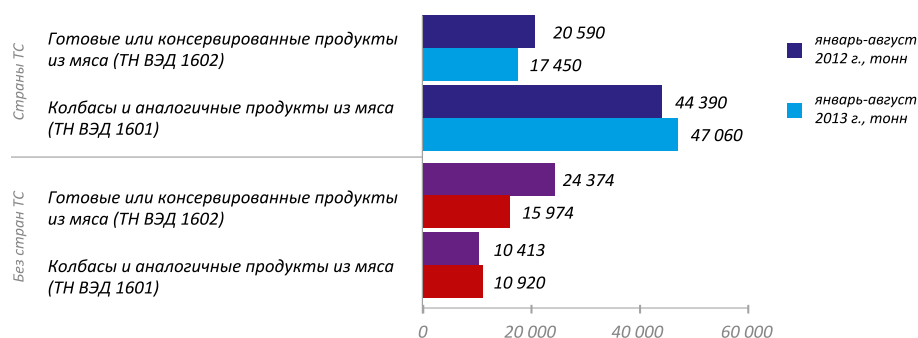
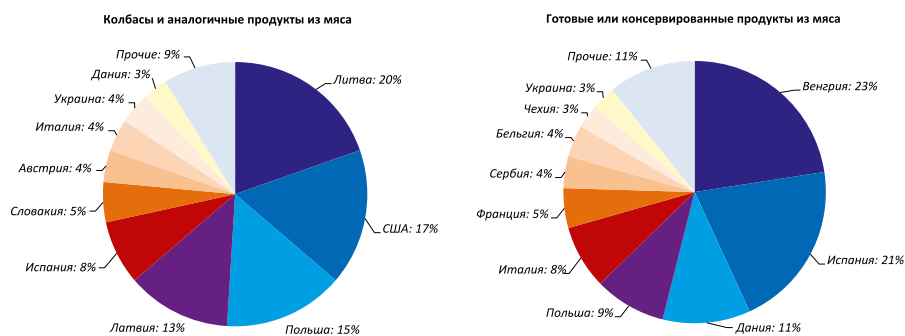


График 2. Долевое распределение объема импорта товарных групп ТН ВЭД 1601-1602 «Колбасы и готовые или консервированные продукты из мяса» в разрезе стран происхождения товара по итогам января-августа 2013 года, %



ют второе место по объему импорта колбасных изделий, – на 1%; их доля составляет 17% (или 1,9 тыс. тонн).

Порядка 44% (или 5,2 тыс. тонн) от общего объема импорта готовой и консервированной продукции из мяса приходится на Венгрию и Испанию (без учета стран-участниц ТС). Несмотря на общее сокращение показателей импорта по данной товарной группе, поставки из этих стран в текущем году выросли. Так, готовой и консервированной продукции из мяса из Венгрии в Россию ввезли на 50% больше, из Испании – на 21%.

Из-за длительного сокращения производственных цен на свиней и птицу и присутствия большого количества импортной более дешевой продукции на российском рынке в текущем году мы наблюдаем снижение цен на мясопродукты. Так, с начала текущего года на 14% упала производственная цена на колбасы сыровяленые – до 337 292 руб./тонну в августе 2013 года. Колбасы варено-копченые подешевели за это время на 8% – до 219 597 руб./тонну; консервы мясные – на 6% (до 38 536 руб./тыс. условных банок). **МС**

Положительная динамика в секторе свиноводства

По итогам девяти месяцев этого года в хозяйствах всех категорий было произведено 2 млн 454 тыс. тонн свиней на убой в живом весе, что превышает прошлогодний показатель на 12,5% (или 272 тыс. тонн).



Центральный округ наиболее ощутимо способствовал высокому показателю прироста производства, обеспечив 46% от всего российского объема.

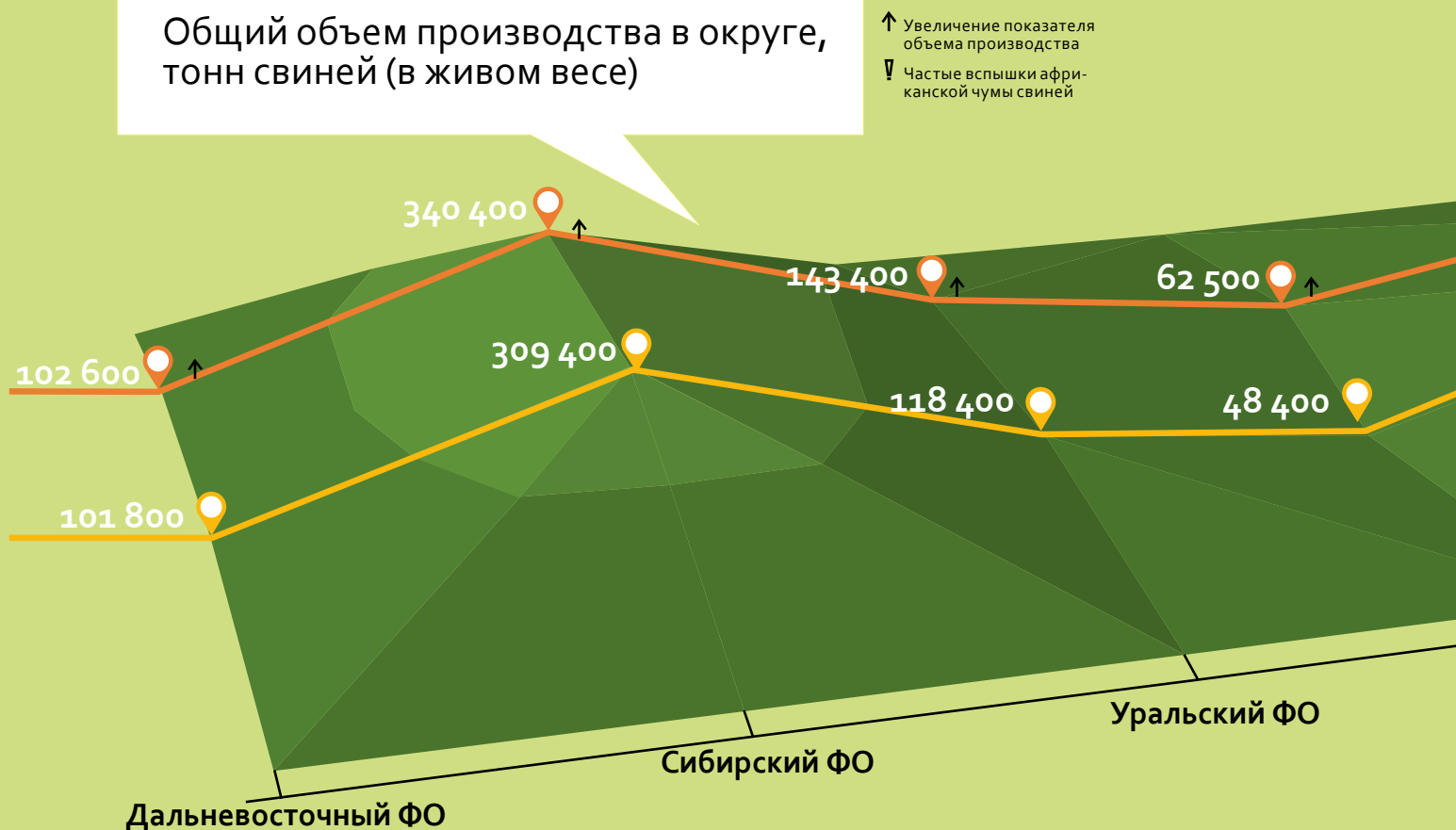


Доля сельхозорганизаций в общем объеме производства свиней на убой составляет 75%, или 1 млн 830 тыс. тонн. Годом ранее этот показатель был на 405 тыс. тонн меньше.



В хозяйствах населения производственный показатель относительно прошлого года упал на 18%, или 127 тыс. тонн, в крестьянских (фермерских) хозяйствах – на 11%, или 6 тыс. тонн.

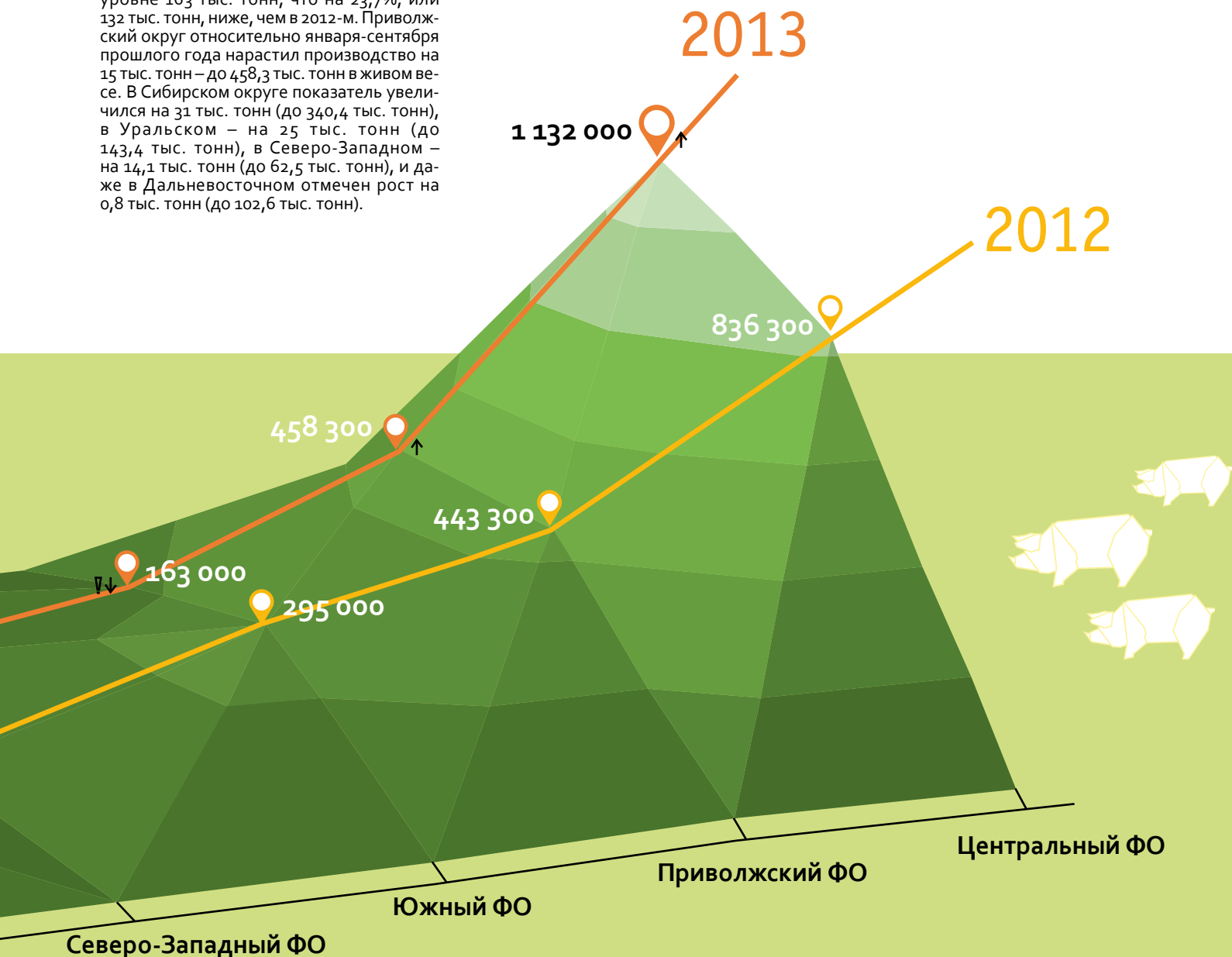
Общий объем производства в округе, тонн свиней (в живом весе)



Общий объем производства в Центральном округе по итогам января-сентября составил 1 млн 132 тыс. тонн свиней (в живом весе). Темп прироста относительно прошлогоднего показателя оказался наиболее динамичным, составив 35% (или 295,7 тыс. тонн). Высокий показатель прироста в Центральном ФО нивелирует отрицательная динамика в Южном ФО. Частые вспышки африканской чумы свиней в округе привели к тому, что многие хозяйства просто ушли с рынка. В результате в январе-сентябре 2013 года мы имеем производственный показатель на уровне 163 тыс. тонн, что на 23,7%, или 132 тыс. тонн, ниже, чем в 2012-м. Приволжский округ относительно января-сентября прошлого года нарастил производство на 15 тыс. тонн – до 458,3 тыс. тонн в живом весе. В Сибирском округе показатель увеличился на 31 тыс. тонн (до 340,4 тыс. тонн), в Уральском – на 25 тыс. тонн (до 143,4 тыс. тонн), в Северо-Западном – на 14,1 тыс. тонн (до 62,5 тыс. тонн), и даже в Дальневосточном отмечен рост на 0,8 тыс. тонн (до 102,6 тыс. тонн).

Объем импорта свинины по-прежнему снижается. Так, по итогам третьего квартала 2013 года в Россию ввезли на 15% меньше свинины, чем годом ранее. Общий показатель в январе-августе составил 451 тыс. тонн, что ниже прошлогоднего на 16,3%. Учитывая, что в четвертом квартале 2012-го резко увеличился объем импортной продукции после вступления в ВТО, разница при сравнении показателей этого и прошлого года будет еще выше. Импорт свинины к концу текущего года будет более чем на 20% превышать показатель 2012-го.

Мы продолжаем наблюдать рост цен в секторе. С сентября прошлого года по апрель текущего непрерывный рост цен привел к увеличению ценовой планки на 30%. С мая 2013 года показатель начал расти. Средняя производственная цена на свиней в живом весе по России в сентябре текущего года составила 76 635 руб./тонну. За последние пять месяцев цена выросла на 19%, относительно предыдущего месяца – на 6%. Однако ценовая планка в сентябре текущего года все же на 10% была ниже показателя на аналогичный месяц прошлого года.





Новый комплекс Ямала

В 2014 году на Ямале будет запущен новый современный животноводческий комплекс. Его строительство завершается в поселке Аксарка Приуральского района.

Как сообщает пресс-служба губернатора ЯНАО, комплекс предназначен для племенного разведения крупного рогатого скота, производства мяса и молока. На конец октября закончены практически все строительные работы, проводится закупка и установка оборудования.

В состав комплекса войдут коровник на 100 коров, доильно-молочный цех суточной производительностью 1,5 тонны, телятник на 105 голов, убойный пункт и другие производственные помещения.

t-i.ru



Работа по международным стандартам

К началу 2014 года все комбикормовые производства свиноводческого дивизиона АПХ «Мираторг» мощностью 1,1 млн т в год будут сертифицированы по международному стандарту ISO 22000, гарантирующему качество и безопасность выпускаемой продукции.

Компания реализует долгосрочную стратегию развития комбикормового производства для обеспечения как собственных животноводческих площадок, так и внешних потребителей. В настоящее время в структуре холдинга функционируют четыре комбикормовых завода, три из которых расположены в Белгородской области

и выпускают полный спектр кормов, включая престартер (корм для самых маленьких поросят) для 23 свиноводческих площадок мощностью 3 млн голов в год.

Система менеджмента качества и безопасности продукции ISO 22000 уже внедрена и успешно работает на ЗАО «БелКом» и Прохоровском комбикормовом заводе холдинга в Белгородской области. Она доказала свою эффективность, обеспечивая пищевую безопасность продукции на уровне лучших предприятий Европы.

Производство комбикормов является важным этапом в вертикально-интегрированной цепочке производства мяса «от поля до прилавка». Доля кормов в себестоимости конечного продукта может достигать 70%, а их качество и безопасность напрямую определяют качество готовой мясной продукции. Стандарты ISO позволяет полностью контролировать все аспекты управления безопасностью продуктов питания и применяются предприятиями пищевой индустрии по всему миру.



«Самый современный и высокотехнологичный комбикормовый завод компании в Белгородской области – «Прохоровские комбикорма» – был запущен в середине 2012 года. Предприятие прошло первую сертификационную ступень аудита системы менеджмента безопасности пищевой продукции и завершит процесс в декабре этого года. Внедрение строгих международных стандартов полностью отвечает нашей стратегической цели по 100%-ному обеспечению внутренних потребностей компании и увеличению поставок широкой линейки высококачественных кормов на открытый рынок», – сообщил директор комбикормового дивизиона АПХ «Мираторг» Владимир Орленко.

По сообщению компании

Дела судебные

Арбитражный суд Краснодарского края 22 октября принял к производству иск Сбербанка к племзаводу «Индустриальный» и Медведовскому мясокомбинату на 519 млн руб., сообщается на сайте ВАС.

Оба предприятия через цепочку юридических лиц принадлежат кипрской компании Ampleforth Enterprises Ltd. «Индустриальный» был одним из крупнейших племен-



ных свинокомплексов края, но в январе 2012 г. на нем случилась вспышка АЧС. В результате все поголовье (30 736) было уничтожено. «Медведовский» – один из крупнейших мясокомбинатов края, производивший 6–8 тыс. т продукции в год, – в январе-июне прошлого года сократил производство на 40% (до 1 926 т) из-за нехватки сырья («Индустриальный» был основным поставщиком).

Из материалов дела не ясно, кто выступал заемщиком Сбербанка, а кто – поручителем. Мясокомбинат таких сумм не брал; на конец июня у него имеется семь непогашенных кредитов Сбербанка на 820 млн руб., размер крупнейшего из которых – 370 млн руб., говорится в его отчетности. «Банки могут пролонгировать кредит свинокомплексу в случае АЧС, но при условии удвоения процентной ставки», – говорит директор крупного сельхозпредприятия.

«Мы не будем выплачивать компенсацию за погибшее поголовье собственникам хозяйств, нарушавших правила ветконтроля!» – заявил губернатор края Александр Ткачев в январе прошлого года после вспышки АЧС на «Индустриальном». Краснодарское отделение КПрФ сообщило, что племзавод не получал компенсации.

«Если комиссия Росветнадзора установит нарушение ветеринарных норм, то хозяйство не получит компенсации. Еще несколько лет назад многие фермеры в похожих ситуациях получали деньги из краевой казны, но когда случаи стали массовыми, требования санитарных комиссий ужесточились и выплаты закончились», – поясняет один из фермеров.

Ведомости

Кролики могут заменить свиней

Автоматизированная кроличья ферма на 400 голов появится в Староминском районе Краснодарского края к концу осени. Проект создается на базе производителя клеток для кроликов как демоверсия. Бизнесмены ожидают роста продаж на 40% к марту 2014 г.

Производство автоматизированных ферм и клеток для кроликов – совместный проект украинской компании «Панкроль» и кубанского ЗАО «Староминская сельхозтехника». Кроличья ферма появится на выста-

вочной площадке предприятия в качестве демонстрационной версии для клиентов. По словам начальника отдела маркетинга «Староминской сельхозтехники» Сергея Молчанова, кролиководство набирает обороты на Кубани.

«В текущем году продажи выросли на 30% по сравнению с 2012-м, – говорит Сергей Молчанов. – В следующем году мы ожидаем больший рост: только после «Кубанской ярмарки-2013» мы приняли более 50 заказов на изготовление и поставку автоматизированных клеток. Большая часть заказчиков – аграрии из Краснодарского края». Кролики заменят свиней в личных подсобных хозяйствах (ЛПХ), уверяет власти Кубани.

После вспышки АЧС, прошедшей в 2012 г. и уничтожившей 193 тыс. свиней на фермах края, чиновники разрешили вести этот бизнес только крупным аграриям. Малым фермерам предложили перейти на альтернативное животноводство. Оно включает в себя разведение мелкого рогатого скота (коз, овец), нутрий, кроликов и т. д. Эта отрасль поддерживается государственными субсидиями. Фермам возмещают 30% затрат на приобретение молодняка кроликов (не более 400 рублей за одну голову молодняка).

По данным регионального Минсельхоза, в Краснодарском крае содержится более 177 тыс. кроликов (в 2012 г. было 140,5 тыс.). Участники рынка считают, что поголовье может вырасти вместе со спросом на 30–40% в 2014 г. Почти 99% кроликов сосредоточено в кубанских ЛПХ. По оценкам аграриев, здесь работает более двух тысяч кроличьих хозяйств.



Отметим, что мясо кролика не входит в список продуктов, рекомендованных Минздравом РФ. Согласно списку, житель России ежегодно должен потреблять 75 кг мяса, из которых: 14 кг свинины, 1 кг баранины, 25 кг говядины и 30 кг птицы.

Деловая газета. Юг

Интеллектуальная собственность под защитой

Коллегия палаты по патентным спорам полностью удовлетворила возражение, поданное ЗАО «Мясная га-

лерея» (входящим в холдинг ABI PRODUCT) против предоставления правовой охраны товарному знаку «Чебурелли», принадлежащему «ТПК «ВИЛОН».



Было установлено, что регистрация товарного знака «Чебурелли» противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Гражданского Кодекса РФ. В результате проведения соответствующей проверки коллегия признала товарный знак «Чебурелли» схожим до степени смешения с серией, включающей словесный элемент «Чебу-пели», ранее зарегистрированной «Мясной галереей», в отношении однородных товаров 29 и 30 классов МКТУ. Серия товарных знаков, включающих словесный элемент «Чебу-пели», была зарегистрирована «Мясной галереей» в период с 11.12.2009 по 11.05.2011 гг. Правовая охрана ТЗ «Чебу-пели» была получена 05.10.2010 г. и имеет приоритет по дате.

Денис Мартасов, директор по маркетингу ТМ «Горячая штучка», прокомментировал: «Покупатели ценят не только высокое качество и отличный вкус продукции ТМ «Горячая штучка», но и наше желание разнообразить традиционный для рынка ассортимент, сделать процесс употребления более комфортным, «вписав» его в привычный для человека высокий темп жизни.

«Чебу-пели» – это флагман и безусловный хит продаж целой линейки «тюнингованных» продуктов для микроволновки, выпускаемой ABI PRODUCT с 2011 года. Мы не в первый и, думаю, не в последний раз сталкиваемся с идейным копированием нейминга этого успешного продукта. И конечно, наша компания не оставляет такие прецеденты без внимания: Департамент по правовым вопросам ABI PRODUCT использует весь спектр средств защиты интеллектуальной собственности холдинга, установленных законодательством РФ».

По сообщению компании

Здоровая жизнь по новым правилам

В России требуют ввести полноценную маркировку продуктов питания. С гражданской инициативой выступил Национальный ис-

следовательский центр «Здоровое питание».

Активисты организации предлагают россиянам поддержать мировую практику маркировки, которая принята во многих странах, для того чтобы потребители могли осознанно выбирать продукты, исходя из их пользы для организма, а не из рекламных ухищрений производителей. Это значит, что на этикетке должна быть представлена полная информация о составе изделия.

На сегодняшний день в России уже есть маркировка, которая регулируется Техническими регламентами, однако она применяется только к узкой группе продуктов: масложировым, соковым и молочным. Еще одним недостатком является то, что она не достаточно подробно сообщает о составе и питательных свойствах продукта.



Новые правила маркировки, предложенные Национальным исследовательским центром «Здоровое питание», предполагают сразу несколько изменений, которые приблизят ее к международным стандартам и будут способствовать созданию более здорового общества.

Предлагается маркировать все группы продуктов, расширить спектр указываемых элементов состава изделий, сообщать калорийность не только на 100 г, но и на порцию, а также ввести показатель процента от дневной нормы потребления ключевых пищевых веществ исходя из нормативных рекомендаций РФ и ЕС.

Для маркировки продуктов выбраны не все основные пищевые вещества, а те компоненты пищи, которые считаются диетологами вредными для здоровья: насыщенные животные жиры, транс-жиры, соль, сахар, холестерин. Их содержание для наглядности предлагается выделять цветом. Зеленый цвет должен означать нормальный уровень содержания, желтый – допустимый, красный – опасно повышенный. Чтобы человек даже с плохим зрением мог узнать информацию о продукте, шрифт маркировки должен быть увеличен до 12 кегля, или же она должна занимать 50% упаковки. Аналогичная маркировка существует в странах Европы и Америки, а также в Скандинавских государствах: Дании, Норвегии и Швеции.

retail.ru



Комплексные смеси специй, вкусо-ароматические композиции и функциональные добавки австрийской фирмы ZALTECH для производства всех видов мясных изделий.

Москва	(495) 642-82-42
Санкт-Петербург	(812) 363-31-66
Астрахань	(8512) 33-74-76
Владимир	(4922) 34-66-11
Волгоград	(8442) 26-52-52
Краснодар	(861) 210-09-71
Казань	(843) 224-52-61
Липецк	(4742) 41-78-73
Новосибирск	(383) 363-03-70
Барнаул	(3852) 63-39-12
Томск	(3822) 40-56-96
Омск	(3812) 37-36-00
Саранск	(8342) 23-04-98
Самара	(846) 977-38-18
Саратов	(8452) 35-11-88
Тамбов	(4752) 73-70-01
Челябинск	(351) 262-28-40
Ярославль	(4852) 72-18-85
Воронеж	(4732) 39-56-08
Нижегород	(831) 233-82-54
Пенза	(8412) 60-69-68

Эксклюзивный представитель ZALTECH

в России ООО «Биофуд Спайс»

Тел./факс: (495) 642-82-42, (498) 602-76-40

www.zaltech.com





АгроПром
комплектация
Группа компаний

«АгроПромкомплектация» удвоит мощности и войдет в ТОП-10



Возведение в Курской области высокогенетического племенного репродуктора на 2,5 тыс. голов для выращивания чистопородных свинок (GGP) предусмотрено стратегией развития компании.

Около села Копенки Железнодорожного района Курской области холдинг «АгроПромкомплектация» начал строительство племенной фермы (нуклеуса) на 2,5 тысячи свиноматок.

На отведенном для строительства нуклеуса земельном участке площадью 25 га уже начато возведение административных и производственных объектов. Осуществляется прокладка инженерных коммуникаций, а также ведутся работы по внутриплощадочным дорогам. Завершение строительства и сдача объекта в эксплуатацию намечены на май 2014 года. Стоимость проекта – 1,6 млрд руб. Финансовым партнером выступил Россельхозбанк. Четвертая часть финансирования – собственные средства компании.

Нуклеус представляет собой свиноферму замкнутого цикла, на которой происходит осеменение животных,



опорос, дорастивание, выращивание и откорм. Основное функциональное предназначение нуклеуса в Копенках – производство ремонтных свинок для пяти товарных свинокомплексов холдинга, расположенных в Конышевском, Железнодорожном и Дмитриевском районах Курской области. Процесс выращивания ремонтной свиньи занимает 160 суток, далее животные переводят-

ся на площадки воспроизводства товарных свинокомплексов, где выполняют свою репродуктивную (материнскую) функцию. Дополнительный участок откорма нуклеуса предназначен для доведения особей мужского пола (боровков) и бракованных ремонтных свинок до товарной кондиции, после чего они направляются на убой, а впоследствии на Дмитрогорский мясокомбинат холдинга, расположенный в Конаковском районе Тверской области.

Для формирования маточного поголовья холдинга «АгроПромкомплектация» в Курской области в производственное объединение «АПК-Курск» доставлена партия свиней породы «Крупная белая» в количестве 1 139 голов, отобранных по контракту с компанией-партнером РИС на принадлежащем ей нуклеусе в Канаде. Доставленные в Курскую область свинки



Завершение строительства и сдача объекта в эксплуатацию намечены на май 2014 года. Стоимость проекта – 1,6 млрд руб.

помещены на Наумовском свиномкомплексе (Коньшевский район Курской области) и включены в основной производственно-технологический цикл. После осеменения породы «Крупная белая» хряком полученное потомство будет помещено на нуклеусе в Копенках Железнодорожного района.

Строительство в Курской области высокогенетического племенного репродуктора (нуклеуса) первого порядка на 2,5 тыс. голов для выращивания чистопородных свинок (GGP) предусмотрено стратегией развития холдинга «АгроПромкомплектация».

«В связи с тем, что каждая порода обладает специфическими признаками, характеризующими ее многоплодность и пригодность для мясного направления, мы создаем такую систему, при которой наличие разных праприродительских форм позволит гибко реагировать на всякое изменение конъюнктуры рынка, меняя в зависимости от характера спроса на продукцию как количественный, так и качественный состав товарного поголовья», – говорит **учредитель и генеральный директор «АгроПромкомплектации», член Национального союза свиноводов Сергей Новиков.**

По оценке **генерального директора Национального союза свиноводов Юрия Ковалева**, «АгроПромкомплектация» – самая прогрессирующая компания из второй десятки рейтинга 20 крупнейших производителей свинины в России, которая в ближайшие годы как минимум удвоит мощности и войдет в ТОП-10.

В этом году компании исполнилось 25 лет. Основанный в сентябре 1988 года вертикально интегрированный холдинг включает 19 предприятий, в числе которых Дмитрогорский молочный завод, товарно-молочный комплекс, семь высокотехнологичных свино-

Сергей Новиков:
«Мы создаем такую систему, при которой наличие разных праприродительских форм позволит гибко реагировать на всякое изменение конъюнктуры рынка».



комплексов, племенная свиноферма, Дмитрогорский мясокомбинат, хладобойня, элеватор, два комбикормовых завода. Все предприятия группы компаний, действующие в ряде регионов России, в том числе Московской, Курской, Тверской, Владимирской и Ярославской областях, объединены одной целью. Эта цель – обеспечение непрерывного цикла производства молочной

и мясной продукции: от выращивания скота и создания кормовой базы до доставки готовых изделий на витрины магазинов.

Холдинг «АгроПромкомплектация» – активный участник национального проекта «Развитие АПК», а также Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельхозпродукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы.

Запуск новых производственных площадок в Курской и Тверской областях до конца этого года позволит увеличить поголовье до 350 тысяч, а производство свинины – до 85 тысяч тонн в год. Группа компаний на принадлежащих ей 53 тысячах гектаров сельскохозяйственных угодий ежегодно обеспечивает валовый сбор зерна в объеме 100 тысяч тонн и заготавливает более 200 тысяч тонн комбикорма. Объемы переработки составляют 70 тонн по мясной продукции и около 70 тонн молока-сырья в сутки.

По итогам работы «АгроПромкомплектации» за 2012 год более чем в два раза увеличилась реализация свиней в живом весе, валовый сбор зерна превысил результат 2011-го в 4,6 раза, а выручка холдинга возросла на 40% и составила 6 млрд рублей. Наибольшая доля, а именно 37% в структуре его оборота, приходится на сельскохозяйственную деятельность – свиноводство, разведение крупного рогатого скота, растениеводство.

В системе дистрибуции «АгроПромкомплектации» – четыре оптовых и четыре розничных торговых дома. Основные бренды – молочный «Искренне Ваш», молочный и мясной «Дмитрогорский продукт», мясной «Ближние горки». Выпускаемый ассортимент достаточно широк и насчитывает 250 наименований мясной и более 80 наименований молочной продукции. **МС**



Событие:

Пресс-тур на АПХ «Мираторг»

Дата:

20–21 августа 2013 г.

Место проведения:

Брянская область

Цель:

реализация инвестиционных проектов в отрасли мясного скотоводства и птицеводства

Цифры:

Проект «Развитие мясного скотоводства»:

- 33 фермы КРС
- Материнское поголовье: более 110 тысяч голов
- Товарное поголовье: 120 тысяч голов в год

Проект «Птицеводство»:

- 7 бройлерных птицеферм
- 12 площадок родительского стада и ремонтного молодняка
- Инкубаторий на 75 млн яиц в год
- Объем выпускаемой продукции: 100 тысяч тонн в год





Брянские проекты «Мираторга»

Автор:



Виктория Загоровская

Фото:

Пресс-служба компании «Мираторг»,
Виктория Загоровская

Отечественный лидер по производству свинины, агропромышленный холдинг «Мираторг», пригласил нас в гости, чтобы продемонстрировать масштабные проекты в отрасли мясного скотоводства и птицеводства, которые реализуются в Брянской области.

Мы побывали на ферме по созданию высокопродуктивного поголовья мясных пород крупного рогатого скота «Котляково», третьей птицеводческой площадке ремонтного молодняка и комбикормовом заводе.



Благодаря поддержке Правительства РФ и Правительства Брянской области, для реализации уникального проекта по воссозданию отрасли мясного скотоводства были созданы все условия.



Американские ковбои, лошади и коровы

К реализации крупнейшего в России проекта по созданию высокопродуктивных мясных пород крупного рогатого скота в целях развития отечественного производства мяса и обеспечения российских потребителей качественной говядиной АПХ «Мираторг» приступил в 2010 году. Поддержку компании оказали Правительство России, Правительство Брянской области и «Внешэкономбанк», предоставивший кредитные средства.

На сегодняшний день в рамках проекта по производству говядины на территории Брянской области запущено 30 ферм для содержания КРС, в числе которых находится и «Котляково». Инфраструктура объекта включает коттедж для сотрудников фермы, администра-

тивно-бытовой корпус, оснащенный современной компьютерной техникой и средствами связи, помещение для временного содержания скота (кораль), госпиталь и помещение для обслуживания животных, водозаборный узел, водонапорную башню, стоянку и гараж для сельскохозяйственной техники, конюшню и склад для хранения кормов.

Ферма уже заселена животными специализированной мясной породы Абердин-Ангус, прибывшими из Австралии и США. Порода Абердин-Ангус выбрана не случайно. Она наиболее популярна в мире и считается одной из лучших по производственным показателям и вкусовым характеристикам мяса.

Благодаря природно-климатическим условиям Брянской области (к примеру, здесь выпадает достаточное количество осадков) животных можно содер-



Американские ковбои на Брянщине выступают в роли консультантов и следят, чтобы не были допущены ошибки.

жать на пастбищах круглый год. Кроме того, в регионе производится достаточное количество зерна и корма – силос, сенаж, сено, кукуруза и так далее. Еще один плюс – наличие свободных земель, причем не фрагментированных участков, а крупных массивов.

Одна ферма рассчитана на содержание 3,5 тыс. голов племенного материнского стада КРС или 7 тыс. голов КРС со шлейфом. Каждую площадку будет обслуживать один ветеринар, что лишней раз напоминает о важности подготовки и повышения квалификации специалистов.

Вот почему на предприятии проводится обучение ветеринарных врачей передовым методикам в сфере контроля здоровья и продуктивности животных, а также работе с высокотехнологичным оборудованием.

«Задача ветеринара – обеспечить максимальный контроль здоровья и продуктивности животных, от этого напрямую зависит не только качество мяса, но и экономическая эффективность всего проекта. Врач тратит на ультразвуковую диагностику стельности коровы 1–3 минуты, тогда как при старых методах на это требовалось 10 минут и более. В масштабах проекта разница в затратах времени и труда – колоссальная. Мы внедряем самые современные технологии в сфере производства крупного рогатого скота мясных пород, и наши специалисты должны не только обладать новейшими знаниями и методиками, но и уметь эффективно применять их на практике. Комплексная система повышения квалификации решает эту задачу», – отметила **и. о. главного ветеринарного врача «Брянской мясной компании» Эльвира Балезина.**

В проекте задействованы 11 иностранных представителей из США, Канады, Австралии и стран Европы. Поскольку опыта производства мясного КРС в России пока мало и специалистов – недостаточно, американские ковбои на Брянщине выступают в роли консультантов и следят, чтобы не были допущены ошибки. «Мираторг» придерживается принципа дублирования, когда рядом с американским специалистом работает российский. Эта практика продолжится до 2015–2016 го-



В основу птицеводческого проекта заложена идея создания вертикально-интегрированной структуры: от выращивания зерновых для производства комбикормов из собственного сырья до готовой, преимущественно охлажденной продукции в потребительской и промышленной упаковке и ее полной дистрибуции собственными силами компании.

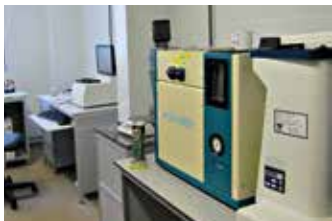
дов, пока проект не выйдет на полную производственную мощность.

Компания также привезла из США специальных лошадей известной «ковбойской» породы – Квотер-Хорс. Они используются на пастбищах и отличаются большой выносливостью. Стадо охраняют собаки – волкодавы, привезенные из Дагестана.

В четвертом квартале 2013 года компания завершит строительство пяти ферм в Дубровском, Климовском, Рогнединском и Погарском районах Брянской области. Всего в рамках проекта к 2014 году будут построены 33 фермы для содержания 250 тысяч животных, 110 тысяч из которых составит материнское стадо. Откормочная площадка (фидлот), при возведении которой учитывается опыт строительства самых современных фидлотов Канады и США, позволит одновременно содержать до 45 тысяч голов КРС.

«До конца года материнское поголовье скота будет полностью сформировано, в 2014 году компания начнет следующий этап производства – интенсивный откорм скота, убой и переработку. Первую продукцию – высококачественную говядину по доступной цене – потребители увидят на полках





В 2013 году в Выгоничском районе завершилось строительство крупнейшего в регионе комбикормового завода производственной мощностью 360 тыс. т в год. Инвестиции в проект составили 2,2 млрд рублей. Благодаря высокой автоматизации производства здесь работает в несколько раз меньше сотрудников, чем на аналогичных российских предприятиях.



магазинов уже в следующем году», – сказал **председатель совета директоров ООО «Мираторг-Брянск» Дмитрий Моисеенко.**

Для убоа и глубокой переработки мяса в Брянской области появится высокотехнологичное предприятие мощностью 400 тыс. голов в год, не имеющее аналогов в России.

В ходе реализации проекта мясного скотоводства в экономику Брянской области поступит 24 миллиарда рублей инвестиций.

Концепция «от поля до прилавка»

Производство высококачественной говядины – не единственный проект «Мираторга» в Брянской области. В рамках стратегии диверсификации бизнеса параллельно создается комплекс по вы-

ращиванию и убою цыплят-бройлеров, а также последующей переработке мяса птицы мощностью 12 тысяч голов в час.

Вертикально-интегрированное производство включает растениеводческий дивизион, высокотехнологичный комбикормовый завод, площадки по выращиванию птицы и автоматизированное предприятие по убою и глубокой переработке. Инвестиции в проект, который начнет поставки готовой продукции на рынок в 2014 году, составят более 20 млрд рублей. Запланированный годовой объем производства при выходе на полную мощность достигнет 100 тыс. т. мяса цыплят-бройлеров (в убойном весе) и полуфабрикатов из него.

Концепция проекта предусматривает применение новейших идей и последних достижений в мировой практике птицеводства и переработки. Голланд-

ская технология выращивания птицы «Паттио» обеспечивает цыплятам условия, максимально приближенные к естественной среде обитания. Многоэтажные корпуса с уникальной системой микроклимата, автоматизированной подачей корма, воды и отлова птицы обеспечат показатели эффективности проекта на уровне ведущих мировых производителей.

В настоящее время в эксплуатацию введены три площадки ремонтного молодняка и две площадки родительского стада, что позволило увеличить общий объем поголовья до 400 тысяч. Продолжается строительство семи бройлерных ферм, а также современного мясоперерабатывающего комплекса, инкубатория и элеватора в Выгоничском районе. До конца 2013 года запланирован ввод в эксплуатацию 10 из 12 птицеводческих

площадок, предусмотренных проектом, и увеличение поголовья до 500 тысяч.

Кроме того, в Выгоничском районе в 2013 году завершилось строительство крупнейшего в регионе комбикормового завода производственной мощностью 360 тыс. т в год. Инвестиции в проект составили 2,2 млрд рублей. Завод оснащен современным оборудованием от лучших мировых производителей. Благодаря высокой автоматизации производства здесь работает в несколько раз меньше сотрудников, чем на аналогичных российских предприятиях.

«Компания выпускает большой ассортимент продукции, включающий как рассыпные, так и гранулированные корма для разных возрастных групп животных. На постоянной основе ведется закупка больших объемов зерновых и бобовых культур для переработки, – рассказывает **директор комбикормового производства Андрей Митин.** – Производительность 60 т в час позволит полностью покрыть собственные потребности компании в кормах для птицы и КРС».

Кроме того, в структуру комбикормового завода входит элеватор мощностью 96 тыс. т., склад для хранения мукушного и зернового сырья, лаборатория, оснащенная современным оборудованием для осуществления входного и выходного контроля качества сырья, административно-бытовой корпус, очистные сооружения, железнодорожный путь общей протяженностью 2 км и собственный автопарк техники.

Завод представляет собой производство замкнутого цикла, здесь осуществляется как входной, так и выходной контроль.

«Комбикорма являются важным этапом в вертикально-интегрированной цепочке производства мяса «от поля до прилавка»: их доля в себестоимости конечного продукта может достигать 70%, а качество и безопасность напрямую определяют качество мясных изделий на столах потребителей, – поясняет Андрей Митин. – Всего в структуре холдинга – четыре комбикормовых завода, годовая производственная мощность которых составляет 1,5 млн тонн. Все они выпускают широкий спектр продукции, включая незерновые компоненты».



Андрей Митин,
директор комбикормового
производства:

«Комбикорма являются важным этапом в вертикально-интегрированной цепочке производства мяса «от поля до прилавка»: их доля в себестоимости конечного продукта может достигать 70%, а качество и безопасность напрямую определяют качество мясных изделий на столах потребителей».

Вклад в экономику региона

На сегодняшний день «Мираторг» – крупнейший инвестор Брянской области: инвестиции в экономику региона после завершения обоих проектов составят более 44 миллиардов рублей.

Их реализация будет способствовать развитию инфраструктуры региона и его экономическому развитию: поступления в бюджет всех уровней (федеральный, областной и местный) за период с 2012 года по 2022 год увеличатся на 17 млрд рублей.

К 2016 году совокупный объем налоговых выплат агрохолдинга составит 2,9 млрд рублей, из которых более 2,2 млрд рублей направятся в региональный бюджет.

Одним из приоритетных направлений работы АПХ «Мираторг» в Брянской области является сотрудничество с региональными вузами и училищами в соответствии с программой по подготовке молодых специалистов с последующим трудоустройством в компании. В рамках проектов по разведению мясных пород крупного рогатого скота и птицеводству к 2016 году будет создано более 6 тысяч рабочих мест для местного населения. **МС**



Гость:

Д-р Эрнст-Отто Шнелль,
владелец и управляющий директор
Karl Schnell GmbH & Co. KG

Беседовала:

Ольга Паленова



собственник

досье

Имя, фамилия:

Д-р Эрнст-Отто Шнелль

Название компании, должность:

Karl Schnell GmbH & Co. KG,
владелец и управляющий
директор

Место рождения:

Германия, г. Штутгарт

Страны, где компания
активно работает:

компания представлена
по всему миру через сеть
из 65 дистрибьюторов.

Специалисты Karl Schnell ведут
работу со всеми клиентами,
независимо от того, в какой
части мира они находятся

Семейное положение:

женат; трое детей: две
дочери и один сын


Хобби и интересы:

спорт, танцы (совместно
с женой), охота



Д-р Эрнст-Отто Шнелль: «Случайностей в жизни не бывает!»

У большинства компаний существует PR-легенда о том, как они были созданы. Когда вы говорите о своей компании, используете легенду или рассказываете, как все было на самом деле? Поделитесь историей создания бизнеса: от возникновения идеи и выбора философии до претворения их в жизнь?

 – Действительно, у каждой компании есть своя легенда. Я могу рассказать множество историй о том, как они сочиняются, а также про людей, которые начинают свое дело «с нуля».

Нашу компанию создал мой отец. Дело в том, что в жизни часто все складывается само собой: в конкретный период жизни, когда у тебя есть интересная идея, ты



Мы начали работать в 1948 году как поставщики, когда мой отец, инженер по образованию, изобрел агрегат, производящий муку из зерна.

— В жизни часто все складывается само собой: в конкретный период жизни, когда у тебя есть интересная идея, ты встречаешь именно тех людей, которые необходимы для ее воплощения.

встречаешь именно тех людей, которые необходимы для ее воплощения. Если есть твердое стремление доводить начатое дело до конца, следовать своей цели и не сворачивать с пути, на нем обязательно встретятся нужные люди, появление которых в нашей жизни не случайно. Так все и начинается.

Расскажите, когда и где все началось?

— Мы начали работать в 1948 году как поставщики, когда мой отец, инженер по образованию, изобрел агрегат, производящий муку из зерна. Это оборудование стали использовать на фермах и в небольших магазинах. В отличие от сегодняшнего спроса на крупногабаритное оборудование, тогда существовала потребность в компактных машинах, подходящих и по цене, и по размеру, и по скорости работы, с помощью которых можно было обрабатывать посевы картофеля и корма для сельскохозяйственных животных в целях обеспечения их полноценным питанием. После этого мы стали заниматься переработкой овощей и бобовых культур, затем – переработкой мяса, и постепенно бизнес стал развиваться именно в этом направлении.

Кто из семьи сегодня принимает активное участие в управлении бизнесом?

— Изначально это были мой отец и моя мать, на сегодняшний день я, моя жена и моя дочь.

Когда компания выросла в нечто большее и значимое?

— В настоящий момент у нас работает 220 человек на двух предприятиях в Германии. Также есть еще два подразделения: 15 специалистов работает во Франции, трое – в США, к северу от Чикаго. Однако для Германии мы все равно являемся небольшой компанией, а для нашей отрасли – предприятием среднего размера. Тем не менее, благодаря слаженной работе команды специалистов, Karl Schnell успешно занимается международным бизнесом, работая в том числе и с Россией.

Давно вас заинтересовала Россия?

— Еще во времена моего отца, в 1970–80-е годы. Я был тогда студентом, но помню все переговоры с поставщиками из Австрии, Германии, Нидерландов и Дании. Благодаря счастливому стечению обстоятельств наше оборудование вскоре оказалось представлено и в Советском Союзе.

Вы часто ездите в Россию?

— Да, еще со студенческих лет, когда поставщики из разных стран могли

продавать оборудование кому угодно. Многие из них помнят прошлые времена и до сих пор работают с нами, признавая высокий уровень разрабатываемых современных решений нашей компании.

Где предпочитаете проводить переговоры: в России или на вашей территории, когда клиенты приезжают в Германию?

— Это решают клиенты. Конечно, когда я нахожусь на своей фабрике, у меня есть преимущество – я могу полностью контролировать процесс, задавать вопросы техническим специалистам – электрикам, механикам. На территории клиента я чувствую себя гостем, но быстро могу оценить ситуацию и разобраться в проблеме.

Практикуете ли вы визиты российских клиентов на европейские фабрики?

— Это зависит от ситуации. На крупных фабриках для этого необходимо разрешение: нужно сообщать, кто, зачем и для чего приезжает. Одни предприятия не имеют ничего против таких визитов, другие настроены на категорический отказ. В любом случае окончательное решение остается за фабриками. С предприятиями в Германии у нас сложились хорошие отношения, и потому они готовы показывать оборудование в действии.

Что важнее в бизнесе – рациональность или интуиция? Сочетаются ли они друг с другом? Какие ваши самые рискованные решения оказались наиболее успешными?

— Очень важно гармоничное сочетание и того, и другого: порой приходится мыслить исключительно рационально, порой – руководствоваться собственными чувствами, так как нельзя все просчитать и облечь в слова, – тогда действуешь в соответствии с интуицией.

Благодаря слаженной работе команды специалистов, Karl Schnell успешно занимается международным бизнесом, работая в том числе и с Россией.

Я никогда не заставляю своих детей поступать определенным образом – я лишь показываю, что они могут сделать. Присоединяться к семейному бизнесу или нет – зависит только от них. Конечно, я бы хотел, чтобы было, кому продолжить дело.



Порой приходится мыслить исключительно рационально, порой – руководствоваться собственными чувствами, так как нельзя все просчитать и облечь в слова, – тогда действуешь в соответствии с интуицией.

Какие перспективы для развития бизнеса вы видите в России? Выгодно ли для компании вступление страны в ВТО?

– Я не могу точно сказать, поскольку не знаю, какие изменения произойдут в политических и экономических взаимоотношениях двух государств. Деловые связи с Россией и другими странами у нас были выстроены задолго до присоединения – бизнес существовал независимо от ВТО и, надеюсь, сможет делать это дальше.

Что вы намерены делать с бизнесом в будущем?

– Когда настанет время, я передам бразды правления своим детям: они станут моими преемниками. А пока сын учится на инженера-механика, инженер-электротехника и параллельно получает образование в области управления бизнесом. Молодец, что не теряет времени – потом в жизни его будет не так много.

Одна моя дочь уже окончила учебу в области управления бизнесом и присоединилась к деятельности компании, заняв должность менеджера по кадрам. Вторая учится по тому же направлению в Вене: когда получит диплом, ей тоже найдется место в компании.

Я никогда не заставляю своих детей поступать определенным образом – я лишь показываю, что они могут сделать. Присоединяться к семейному бизнесу или нет – зависит только от них. Конечно, я бы хотел, чтобы было, кому продолжить дело.

Что для вас служит источником идей, подталкивает к дальнейшим действиям?

– Спрос со стороны клиентов. Клиенты – вот те, кто говорят: у меня есть проблема, можете ли вы помочь? Так возникает новая отправная точка для обсуждения, благодаря которому рождается решение, а вслед за этим появляется новый продукт. Если он оказывается успешным, можно продолжать его совершенствовать и продвигать в других отраслях.

Видите ли вы различия в требованиях европейских и российских клиентов? Или все примерно одно и то же?

– Этот вопрос касается не только России и Европы, но и всех стран, ведь у каждой из них есть свое прошлое, которое, как известно, определяет настоящее. В некоторых государствах клиенты оказываются более продвинутыми с технической точки зрения, им нуж-

ны полностью автоматизированные линии. Другим странам и компаниям нужны лишь базовые, несложные технологические решения. Это две разные философии, и у каждой из них есть свои плюсы и минусы.

При этом все клиенты совершенно разные, у каждого – свои особенности, соответственно, при работе с ними приходится систематизировать всю информацию и понимать, чему здесь можно научиться.

Когда и где вы предпочитаете проводить отпуск?

– Есть четыре времени года – весна, лето, осень, зима, и в каждом из них – своя прелесть. Если все время отдыхать летом, через несколько лет это наскучит, если только зимой – появится ощущение бесконечного холода. Поэтому я предпочитаю отдыхать в разное время года.

Я люблю путешествовать, особенно нравятся ездить в Россию, которой я очарован. У вас есть все: горы, тундра, тайга, леса, плодородные почвы, юг с теплым климатом – Кавказ, Черное море.

Вы упоминали охоту как одно из любимых занятий. В каких необычных странах довелось побывать?

– Наиболее экзотическими были Киргизия и Таджикистан.

На какое самое крупное животное вы охотились?

– На оленя. На слонов не приходилось. Моя цель – дать животному шанс выжить, а не просто застрелить его. У человека для восприятия окружающего мира есть пять чувств, у животного – целых десять. Вы видите, слышите, ощущаете на вкус, обоняете и осязаете. Кроме того, мы наделены интуицией, которая тем острее, чем ближе мы к дикой природе. Поэтому важно не убить животное, а испытать опыт охоты. **MC**



**22^я международная
специализированная выставка
УПАКОВКА/УПАК ИТАЛИЯ**
Переработка
Упаковка
Печать

2014

28 – 31 января



**Красная Пресня
Москва, Россия**

www.upakowka.ru

В сотрудничестве с:



CENTREXPO

000 «Мессе Дюссельдорф Москва»
119021 Россия, Москва _ ул. Тимура Фрунзе, д. 3, стр. 1
Тел.: +7 495 955 91 99 _ Факс +7 499 246 92 77

www.messe-duesseldorf.ru



В ПОЛЯХ

Гость:

Евгений Дзидзигури,
генеральный директор компании
Schur Flexibles Rus

Беседовала:

Ольга Паленова



Евгений Дзидзигури: «Даже находясь в офисе, я – “в поле”»

Как вы начинали свою карьеру?

– Работать я начал с 17 лет. Тогда я устроился в больницу санитаром. Карьеру же в продажах начал в 1998 году за границей.

Расскажите о первой значимой для вас продаже. Как она повлияла на вашу карьеру?

– В 1998 году я продал крупную партию подсолнечного масла. Это была успешная сделка и, как любой успех, она повлияла на мою дальнейшую карьеру положительно.

Какую профессию вам пророчили в детстве родные?

– Дедушка и бабушка у меня были врачами, и мои родители думали, что я пойду по их стопам. Однако я стал финансистом и, получив образование в Париже, начал работать в продажах.

Каковы, на ваш взгляд, главные качества хорошего продавца? Всеми ли из них вы обладали от природы, или чему-то пришлось учиться? Как вы это делали?

– Хороший продавец в первую очередь – технически подкованный и коммуникабельный человек. Он обладает навыками убеждения и при этом хорошо знает свой продукт. Грамотный продавец не пытается осуществить сделку

ради прибыли – он помогает клиенту стать лучше и успешнее.

Для «продажника» очень важно умение убеждать. У вас это качество врожденное или приобретенное? Расскажите, как оно помогает вам в жизни?

– Мне сложно сказать. Наверное, навык убеждения, как и любой другой, оттачивается и развивается в процессе работы.

С чего вы начинаете разговор с новым клиентом?

– Всегда по-разному. Каждый человек индивидуален: разный возраст, интересы, должность, степень и зоны ответственности.

Грамотный продавец не пытается осуществить сделку ради прибыли – он помогает клиенту стать лучше и успешнее.

После подписания договора мысленно открываю бутылку шампанского. Причем саблей, как это делали гусары. Распиваю ее – тоже мысленно – и работаю дальше.



Порой тот факт, что я нахожусь в офисе, даже сидя в кабинете, осознаю только в самом конце рабочего дня. Ментально я нахожусь в поле, готовясь ко встрече.

кую-либо невинную цитату из книги или анекдот могут принять за флирт. В целом любая сделка, любые переговоры – это игра.

Различается ли ваш подход на переговорах к VIP-партнерам и «рядовым» клиентам?

– Конечно, я внутренне понимаю, какого клиента можно считать VIP-ом, а какого – нет. Но если к «рядовому» клиенту относиться, как к очень важному, шансы добиться его расположения и, соответственно, успешной сделки возрастают.

Важно, чтобы любой клиент чувствовал, что вы говорите с ним на одном языке, иногда даже в прямом смысле. Например, однажды я ездил к заказчику в один из регионов нашей страны вместе с коллегой. У клиента, как и у моего коллеги, была не очень грамотная речь, и они очень быстро нашли общий язык. В итоге сделка состоялась.

С кем у вас складываются более теплые партнерские отношения: с клиентами из регионов или со столичными заказчиками? Чувствуется ли разница в менталитете?

– Стараюсь и с теми, и с другими поддерживать теплые отношения. Хотя заметил, что люди из регионов более приветливы, а иногда и более образованны, чем некоторые наши столичные клиенты. И более внимательны и аккуратны в работе.

Иногда с потенциальными партнерами можно познакомиться не только в деловой поездке, но и в других местах, например, на отдыхе. Были ли у вас такие ситуации?

– Да, были. Иногда под конец отпуска узнаешь, что человек, который отдыхал в том же отеле, – директор или владелец какого-либо предприятия, и он впоследствии становится нашим клиентом.

Расскажите о самой необычной ситуации подписания договора в вашей практике.

Сколько вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом человеке?

– Понимание того, какой человек перед тобой находится, может прийти как за три-пять секунд, так и в течение нескольких часов. Все люди раскрываются по-разному: одни – быстрее, другие – дольше. Но в целом в первые пять минут уже можно хотя бы примерно понять, какой человек перед тобой находится.

Общаясь с клиентом, вы обращаете внимание на его пол?

– Да, безусловно. У мужчин и женщин разный подход к ведению бизнеса. На мой взгляд, леди, занимающие ответственные должности, в силу того, что по природе своей более мягкие, чем мужчины, выбирают достаточно жесткую стратегию руководства, чтобы компенсировать свою природную слабость.

Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола? Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?

– Опять же, все зависит от характера и темперамента собеседницы и ее восприятия тебя. Иногда женщины ка-



досье

Имя, фамилия:

Евгений Дзидзигури

Должность, компания:

генеральный директор

компании Schur Flexibles Rus

Работает в продажах:

с 1998 года

Общая сумма заключенных контрактов:

десятки миллионов евро

Места, где побывал в командировках:

Восточная и Западная

Европа, почти вся Россия

Люди из регионов более приветливы, а иногда и более образованны, чем некоторые наши столичные клиенты.

В первые пять минут общения уже можно хотя бы примерно понять, какой человек перед тобой находится.

– Бывало, что приходилось писать договор на коленке, чтобы не упустить момент и не потерять заказчика. Были и другие не совсем стандартные ситуации. Например, я выезжал к клиенту, чтобы помочь ему оперативно решить возникшую проблему, а в итоге мы стали не только надежными партнерами но и хорошими друзьями.

Какие города из тех, где вы бывали в командировках, можете назвать любимыми? Чем они вам запомнились?

– Санкт-Петербург. И еще Ростов: чем ближе к югу, тем больше мне нравятся города.

Вы часто говорите о работе в нерабочее время: с друзьями, семьей?

– Стараюсь не говорить, если нет необходимости.

Вам легко удается отключаться от работы?

– Достаточно легко.

Где вы себя чувствуете лучше: в офисе или «в поле»? Почему?

– Порой тот факт, что я нахожусь в офисе, даже сидя в кабинете, осознаю только в самом конце рабочего дня. Ментально я нахожусь в поле, готовясь ко встрече, общаясь с клиентами по телефону. В целом чувствую себя одинаково комфортно и в офисе, и в поле.

Как вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?

– У меня несколько видов мотивации. Во-первых, финансовая. Во-вторых, эмоциональная: после успешной сделки угощаю коллег шампанским или тортом.

Расскажите о себе как о руководителе.

– Вообще зачастую начальники сильно удалены от подчиненных. Я даже при достаточно большом штате стараюсь не отдаляться от своих сотрудников.

Также считаю, что очень важно создать подчиненным комфортные усло-

вия работы – начиная от освещения в кабинете и заканчивая возможностью иметь гибкий график. Последняя привилегия – только для сотрудников, в которых я уверен. Для меня важнее результат, чем постоянное нахождение человека на рабочем месте.

Безусловно, если работник не показывает результат – не приносит прибыль, – с ним приходится расставаться. Хотя я никогда не увольняю людей без причин: за всю свою практику уволил только двух-трех человек и сам по этому поводу каждый раз очень переживал.

Назовите фильм, который вы показали бы своему отделу продаж.

– «Побег из Шоушенка». В его главном герое собраны все положительные качества, которые стоит развивать в себе не только «продажнику», но и любому человеку.

А на книги время остается?

– Сейчас читаю книгу «Благовоительницы». Это повесть о том, что независимо от того, за кого ты воюешь, лицемерие, трусость, мужество, доблесть и честь проявлялись по обе стороны окопов. А также про то, как лучшие людские качества могут быть использованы против человечества. А вообще мой любимый писатель – Набоков. Очень нравится его игра слов.

Какую книгу, по-вашему, можно назвать энциклопедией продаж?

– Чтобы добиться успеха в продажах, нужно быть эрудированным и очень много читать разной литературы.

Что бы вы подарили клиенту на юбилей, если бы у вас были неограниченные ресурсы?

– Наверное, таблетку счастья.

Что вы считаете самым важным в жизни?

– Благополучие семьи. Все остальное вторично. Я работаю не ради карьеры, а ради того, чтобы жить. **МС**



День «в поле»

В деловую поездку я обязательно беру с собой инструментарий, который позволяет мне работать удаленно.

Находясь в пути, я думаю о предстоящих событиях.

Собираясь на переговоры, тщательно готовлюсь. Собираю информацию о собеседнике.

Если я опаздываю на встречу, предупреждаю. Универсальное оправдание – пробка, его все понимают и принимают.

Как правило, я не всегда на первой встрече могу определить, готов ли человек заключить контракт: на переговорах бывают разные ситуации, особенно в России. Зачастую на первой встрече с тобой общаются достаточно радушно, однако это не всегда говорит о том, что сделка состоится.

Когда я только начинал работать в продажах, технический директор предприятия мог поставить меня в неловкое положение, задав вопрос о нюансах работы того или иного продукта. Сейчас я знаю гораздо больше об упаковках, которые предлагаю, поэтому таких ситуаций уже не возникает.

После подписания договора мысленно открываю бутылку шампанского. Причем саблей, как это делали гусары. Распиваю ее – тоже мысленно – и работаю дальше.



**Главная выставка для профессионалов
животноводства в России**

4 - 6 февраля 2014 г.

Россия, Москва, Всероссийский выставочный центр

**Всё о производстве молока и мяса
в крупном и мелком масштабе**



ЗАЩИТНАЯ ОДЕЖДА
для мясной промышленности



Германия

Кольчужные перчатки
WAVE comfort

- 1 Полностью металлическая перчатка, в т.ч. ремешок
- 2 Соответствие высоким гигиеническим стандартам
- 3 Возможность обработки в стерилизаторе
- 4 Хорошая эргономика
- 5 Прочность и эластичность
- 6 Универсальность для левой и правой руки
- 7 Индивидуальный серийный номер у каждого изделия
- 8 Гарантия 24 месяца



Без манжеты



Манжета 8 см



Манжета 15 см



Манжета 19 см

141080, Московская обл., г. Королев,
проспект Космонавтов, д. 43 Б
Телефон: (495) 500-4-500, 500-4-100,
Факс: (495) 500-4-195, mail@antes.ru

Санкт-Петербург +7 (812) 332-27-53
Воронеж +7 (473) 239-85-73
Казань +7 (843) 570-16-87
Волгоград +7 (8442) 58-07-77
Ростов-на-Дону +7 (863) 230-43-85
Екатеринбург +7 (343) 345-02-67
Самара +7 (846) 858-88-27
Новосибирск +7 (383) 211-96-99
Иркутск +7 (3952) 47-56-23



taste the quality

Новогодняя
акция от REICH

Близится конец года, большие продажи и высокая нагрузка на оборудование. Компания REICH как всегда начинает принимать заявки на проведение уже ставшей традиционной акции «Сервис и запчасти – новогодний рубеж».

Прием заявок будет осуществляться с 15 по 30 ноября, исполнение – с 18 ноября по 27 декабря 2013 года. Как всегда, компания приготовила свои стандартные скидки на сервис, а для постоянных клиентов, участвующих в акции во второй или третий раз, размер скидки составит 50%!



В этом году скидка на запчасти увеличится на 5% и на некоторые группы товара будет равняться 50%!

О подробностях акции можно узнать в отделе продаж. Компания REICH надеется, что все ее дорогие клиенты смогут без проблем отработать напряженные праздничные дни, сэкономив деньги и нервы, чтобы счастливо встретить Новый год! А затем «с легкой руки» заказать новую камеру REICH, которая отличается надежностью и бесперебойной работой.

Компания REICH уже более 130 лет приносит радость и удовольствие своим клиентам! **Р**

www.reich-germany.de



Колбаса
от Кузбасской
птицефабрики

На Кузбасской птицефабрике 29 октября состоялось торжественное открытие нового колбасного цеха, оборудованного техникой компании Schaller.

Кузбасская птицефабрика – одно из редких предприятий советских времен, которое в условиях рыночной экономики и с приходом нового собственника не распродало активы и не прекратило существова-

ние, а полностью модернизировалось и вышло на уровень мировых стандартов. Отличает фабрику еще и многопрофильность: помимо яиц, здесь производят мясо бройлеров, а также комбикорм и премиксы. Логичным шагом для целеустремленного и дальновидного руководства стало открытие колбасного цеха: ведь высококачественное сырье всегда под рукой.

Вклад в масштабный проект, выведший птицефабрику на новый рынок, внесли специалисты компании «Шаллер». Именно они помогли выбрать, закупить и наладить все необходимое оборудование (куттер, клипсатор, термокамеры, льдогенератор, упаковочную машину, весовое оборудование, а также гигиенические установ-



ки: машину для мойки ящиков и санпропускник). Кроме того, птицефабрика обязана специалистам компании рецептурами и необходимыми для колбасного производства специями. Благодаря этому потребители, давно оценившие свежую и полезную продукцию Кузбасской птицефабрики, смогут покупать у любимого производителя не только бройлеров и яйца, но также вареную и варено-копченую куриную колбасу, сосиски, сардельки и другие деликатесы. Как обещает ее руководство и подтверждают технологи компании «Шаллер», мяса в эти изделия не докладывать не будут.

На открытии цеха присутствовали заместитель губернатора Кемеровской области А. И. Мирошник и начальник Департамента сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности О. Б. Третьяков. После торжественной церемонии с перерезанием ленточки гостям предложили попробовать образцы будущей продукции. **Р**

www.schalleraustria.com



Насыщенный
мясной вкус

В лаборатории ГК «Союзоптторг» проведены выработки мясных продуктов с использованием новых ин-

гредиентов Symrise, создающих и усиливающих мясной вкус.



Эти ингредиенты наиболее эффективно действуют в мясной белковой среде, то есть в продукте, содержащем хотя бы минимальное количество мяса, с вариативностью нестабильного качества. Кроме того, они позволяют сохранить полноту вкуса готового изделия в случае его многократного замораживания-оттаивания при транспортировке.

Поэтому данные ингредиенты рекомендуются использовать в составе мясных полуфабрикатов, а также вареной колбасы для обеспечения яркого, насыщенного мясного вкуса.

В коллекции представлены шесть вкусов: курица вареная/жареная, говядина вареная/жареная, мясо вареное/жареное.

Важно, что с помощью предлагаемых ингредиентов можно скорректировать и даже изменить профиль мясного вкуса (например, придать куриному мясу вкус говядины и т. д.).

В ходе проведенных специалистами ГК «Союзоптторг» лабораторных тестов успешно отработаны рецептуры пельменей, фрикаделек и колбас на разных типах сырья. В итоге ингредиенты обеспечили глубокий мясной вкус продукта при незначительном содержании в нем мясного сырья.

ГК «Союзоптторг» является эксклюзивным дистрибьютором ингредиентов Symrise в России. **Р**

www.soyuzopttorg.ru

Гид по говяжьим
отрубам

Американская экспортная федерация представила «Международный номенклатурный гид по говяжьим отрубам».

Поскольку все больше государств принимают правила, требующие, чтобы американское экспортное красное мясо имело отметки, нанесенные на языке страны назначения, Американская экспортная мясная федерация (USMEF) опубликовала международный номенклатурный справочник говяжьих отрубов, который

обеспечивает эквивалентные названия для наиболее распространенных видов говяжьей вырезки из США для 33 различных стран и регионов, а также сопоставимые имена малоизвестных видов вырезки и отрубов для отдельных латиноамериканских рынков.

«Глобализация бизнеса и кратность терминов, используемых в международной торговле мясом, осложнили нашу деятельность», — говорит **д-р Нельсон Уэрта Лайдес, директор технической службы USMEF в Латинской Америке**, который возглавил этот проект USMEF при поддержке мясной промышленности США, Китая, ЕС, Японии, Мексики, стран Ближнего Востока, Панамы, России, Южной Америки, Южной Кореи и Тайваня.



«Наша цель состояла в том, чтобы дать экспортерам простой справочник, который стал бы для них пособием и настольной книгой, помогающей правильно определить те виды говяжьей вырезки, которые чаще всего продаются на международных рынках, чтобы двуязычная маркировка больше не была проблемой», — говорит он.

meatinfo.ru

ЕС вводит спецмаркировку

ЕС вводит специальную маркировку для продуктов с растительными стеролами и станоном.

Начиная с 15 февраля 2014 г. все поставляемые на рынок ЕС продукты, содержащие сложные фитостерины, эфиры фитостеринов, фитостанолы или эфиры фитостанолов должны быть снабжены специальным предупредительным знаком о нежелательности их использования лицами, которые не контролируют свой уровень холестерина. Эта норма вошла в новое постановление Европейской комиссии.

При этом вся продукция со старой этикеткой, уже присутствующая на рынке ЕС, и изделия со сроком хранения до 15 февраля будут свободно продаваться вплоть до истечения данного времени.

foodcontrol.ru



«Мираторг» инвестирует в биокомплекс

АПХ «Мираторг» до конца 2013 года запустит высокотехнологичный биокомплекс глубокой очистки стоков на свином комплексе «Кураковский» в Ивнянском районе Белгородской области.

«Мираторг» является крупнейшим производителем свинины в России и последовательно реализует долгосрочную стратегию развития и повышения эффективности всей цепочки вертикально-интегрированного производства: от растениеводства до глубокой переработки мяса.

Свинокомплекс «Кураковский» — одна из первых площадок холдинга, запущенная в 2004 году в Ивнянском районе, с общей мощностью единовременного содержания более 30 тысяч голов. Инвестиции в проект по повышению экологической безопасности (строительство биокомплекса по разделению жидкой и твердой фракций животноводческих стоков) составили 7 млн рублей. Биокомплекс будет введен в эксплуатацию в конце года. Он включает накопительную емкость объемом 400 куб. м и основной цех переработки мощностью 360 куб. м в сутки.

«Мы строго соблюдаем нормы и требования законодательства по степени вредности выбросов в атмосферу, и экологические замеры подтверждают безопасность производства для окружающей среды. Новый биокомплекс повысит эффективность очистки и избавит местных жителей от главного фактора, вызывающего дискомфорт, — неприятного запаха при смене ветра в сторону населенных пунктов. Мы внедряем новую технологию биофильтров — распыления в воздухе водного раствора, состоящего из смеси концентратов эфирных масел и органических соединений. При успешном завершении тестов эта технология может быть внедрена на других объектах «Мираторга», — прокомментировал генеральный директор свиного комплекса компании в Ивнянском районе Алексей Юдин.

По сообщению компании

«Мираторг» запустил комплекс «Case-Ready»

АПХ «Мираторг» запустил первый в России высокотехнологичный комплекс мясопереработки «Case-Ready», увеличив мощности по производству полуфабрикатов из свинины в потребительской упаковке в четыре раза (до 83 тыс. т в год).

Комплекс «Case-Ready», установленный на мясоперерабатывающем заводе «Короча» в Белгородской области, включает 13 технологических линий по производству продукции, готовой для непосредственного приготовления: фарша, котлет, стейков, крупнокусковых и мелкокусковых полуфабрикатов, продукции в маринадах и специях. Объем инвестиций в проект составил 5,1 млрд рублей.

Мощность МПЗ «Короча», самого современного комплекса по убою и переработке свинины в России, — 800 тонн продукции в сутки. После выхода линий «Case Ready» на полную мощность (сейчас они работают в тестовом режиме) объем производства продукции в потребительской упаковке вырастет до 320 тонн в сутки, что составит 40% от общего показателя завода.

Комплекс «Case-ready», специально разработанный с учетом технологических особенностей мясоперерабатывающего комбината, использует самые современные решения в сфере весового, дозирующего и упаковочного оборудования, что позволяет значительно увеличить объемы производства, выпускать продукцию наивысшего качества, а также сократить издержки.



«Мы видим отличные перспективы развития рынка охлажденного мяса в потребительской упаковке в России и растущий спрос на качественное отечественное мясо и полуфабрикаты. С запуском комплекса «Case-Ready» компания существенно увеличит поставки на российский рынок продукции, которая составляет достойную конкуренцию лучшим импортным образцам и при этом доступна по цене широкому слою населения», — сказал президент АПХ «Мираторг» Виктор Линник.

По сообщению компании

Ваша путеводная звезда к успеху



CSB-System —

Комплексное отраслевое
IT-решение для управления
Вашим предприятием

Компания CSB-System
поздравляет всех своих
клиентов и партнеров с
Новым 2014 годом и
Рождеством!



CSB-System
INTERNATIONAL

Наша система для
достижения Ваших целей

CSB-System в России:
ООО «ЦСБ-Систем»
115054, г. Москва, ул. Пятницкая, 73
тел.: +7 (495) 64-15-156 ■ факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург
ул. Белоостровская 2, офис 423
тел.: +7 (812) 44-94-263 ■ факс: +7 (812) 44-94-264

e-mail: info@csb-system.ru ■ www.csb.com



CSB-System
INTERNATIONAL

ООО «ЦСБ-Систем»

115054, Москва,
ул. Пятницкая, 73, оф. 8
тел.: +7 (495) 64-15-156,
факс: +7 (495) 95-33-116

197342, Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская, 2, оф. 423
тел.: +7 (812) 44-94-263,
факс: +7 (812) 44-94-264
e-mail: info@csb-system.ru
www.csb.com

Гость:
Андрей Чолокян,
генеральный директор
ОАО «Черкизовский
мясоперерабатывающий завод»

Беседовала:
Елена Иншакова,
менеджер отдела работы с прессой
ООО «ЦСБ-Систем»



«Черкизово» укрепляет лидирующие позиции с помощью IT-решения CSB-System

Группа «Черкизово», лидер российского рынка мясо- и птицепереработки, включает в себя шесть крупных предприятий. Мясопродукты лидирующих торговых марок, таких как «Петелинка», «Куриное царство», «Черкизовский», «Империя вкуса», «Моссельпром», ежегодно завоевывают высшие награды за качество на различных отраслевых выставках и пользуются неизменным спросом у потребителей.

Благодаря высококвалифицированному персоналу и руководству компании, а также правильно выбранной стратегии развития, предприятие из года в год достигает высоких производственных и финансовых результатов. Большое значение для непрерывного роста группы компаний имеет стратегия активного использования новых технологий, инвестирование в автоматизацию и модернизацию производственных площадок.



Андрей Чолокян,
генеральный директор
ОАО «Черкизовский мясоперерабатывающий завод»:

«Внедрение IT-решения происходило в несколько этапов в соответствии с технологической цепочкой колбасного производства: начиная от приемки сырья и заканчивая маркировкой готовой продукции для отправки потребителю».

В 2011 году на трех ведущих мясокомбинатах группы «Черкизово» было установлено специализированное отраслевое программное обеспечение немецкой компании CSB-System. Генеральный директор Черкизовского мясоперерабатывающего завода Андрей Чолокян рассказал нам об этом важном проекте.

Андрей Георгиевич, руководство компании приняло решение заменить программное обеспечение на новое. Почему?

– Используемое нами ранее программное обеспечение характеризовалось своей неоднородностью и представляло собой отдельные многочисленные решения. Такое решение исчерпало свои возможности и абсолютно не соответствовало растущим потребностям нашей компании. Кроме того, многие производственные процессы, такие как



убой скота, дефростация, разделка, фаршесоставление и другие, вообще не были автоматизированы.

С чем конкретно перестало справляться прежнее программное решение? Как вы пришли к выбору немецкого поставщика отраслевых решений CSB-System?

– Нам требовалось решение, которое сочетало бы в себе систему планирования ресурсов предприятия (ERP) и систему управления производством (MES), учитывало отраслевые особенности, имея модульное построение, росло вместе с компанией и, при необходимости, могло быть расширено и дополнено в соответствии с нашими потребностями.

Выбор немецкой компании CSB-System в качестве поставщика IT-решения не был случайным. Это предприятие уже более 30 лет является разработчиком и поставщиком комплексных IT-решений для мясной отрасли, то есть предлагает без посредников полный пакет продуктов и услуг, включающий консультирование по бизнес-процессам, отраслевое IT-решение и необходимые аппаратные средства.

Каковы были цели проекта? Как происходило внедрение нового IT-решения, и были ли соблюдены сроки работ?

– Основной целью проекта была организация сырьевых складов, включающая приемку и учет сырья и ма-



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА CSB-SYSTEM AG

Немецкая компания CSB-System AG является разработчиком и поставщиком инновационных, комплексных специализированных отраслевых программных решений для всего оперативного и стратегического менеджмента предприятий пищевой промышленности. Все бизнес-процессы индивидуально для каждого клиента интегрируются в единой системе управления предприятием. Уже более 35 лет IT-решения CSB-System успешно используются на предприятиях клиентов компании в Европе, США и Канаде.

териалов и автоматизацию процессов колбасного производства. На базе собранной учетной информации необходимо производить оценку эффективности производства и своевременно принимать нужные управленческие решения. Кроме того, с помощью интегрированной информационной системы нам нужно было обеспечить возможность надежного прослеживания партий готовой продукции.

Внедрение IT-решения происходило в несколько этапов в соответствии с тех-

нологической цепочкой колбасного производства: начиная от приемки сырья и заканчивая маркировкой готовой продукции для отправки потребителю.

Сроки работ, к сожалению, соблюдены не были. Но тому есть объективное объяснение – в процессе внедрения любого программного обеспечения возникали организационные вопросы, которые ранее просто были незаметны. Параллельно с внедрением информационной системы необходимо было решать эти вопросы, что в итоге сказалось на увеличении сроков реализации проекта.

Вопрос качества продукции приобретает все большее значение для потребителя, особенно сегодня, когда российский мясной рынок практически полностью насыщен. Каким образом система CSB поддерживает ваше предприятие в этом направлении?

– Благодаря нормам и стандартам, заложенным в программном обеспечении, снижается роль человеческого фактора в производственном процессе и, соответственно, вероятность ошибки. А в случае возникновения какого-либо отклонения от нормы происходит немедленное информирование персонала, принимающего решение. Использование такого многофункционального высокопроизводительного программного обеспечения, как CSB-System, помогает нам поддерживать качество продукции на неизменно высоком уровне и благодаря этому сохранять и укреплять лидирующие позиции на российском рынке мясопереработки.

Каковы планы компании на будущее? Продолжите ли вы сотрудничество с CSB-System в дальнейшем?

– В течение последних двух лет мы успешно занимаемся внедрением и расширением IT-решения на наших заводах в Калининградской и Пензенской областях. Стоит отметить, что благодаря масштабируемости и модульному построению система позволяет выполнять эти расширения и осуществлять основную часть стандартных процессов собственными силами наших предприятий.

В настоящее время реализуется также новый проект более высокой степени автоматизации по производству охлажденных мясных полуфабрикатов с применением технологии RFID.

Кроме того, компания CSB-System принимает участие в проектировании нашего крупномасштабного проекта в Липецкой области. **Р**

Автор:



**Виктория
Загоровская**

Фото:

В статье использованы
фотографии компании
«Бицерб Рус»
(Рис. 1 и Рис. 3)

Этикетка. Современные решения



Рис. 1. В интеллектуальной этикетке ТТИ (индикатор времени-температуры) используется специальный слой, который выцветает, если не соблюдаются определенные температурные условия хранения товара. Эта технология гарантирует покупателю качество продукта.

За последние 15–20 лет мировая индустрия этикеток стала одной из самых динамично развивающихся отраслей полиграфического рынка. Ежегодно продажи этой продукции, так же как и прибыльность ее производства, растут довольно высокими темпами.

Этикетка позволяет индивидуализировать упакованную продукцию на прилавках, сделать ее узнаваемой и привлекательной для клиента, представить продукт покупателю в наиболее выгодном свете.

«Традиционно этикетка имеет как минимум две функции: информировать покупателя и украшать товар, – рассказывает **Игорь Кочанов, генеральный директор компании «Бицерб Рус»**. – А значит, можно наносить две этикетки: одну информационную (термоэтикетку), другую – имиджевую. Для некоторых продуктов только такой вариант этикетки и подходит, но с точки зрения оптимизации затрат у производителей есть стремление совместить названные функции в одном решении. В этом случае в рамках имиджевой этикетки выделяется специальное поле для нане-

сения переменной информации (чаще всего это вес, штрих-код и т. д.).»

«С активным развитием сетевой розничной торговли перед производителями мясной продукции наиболее остро встали два вопроса. Первый – как снизить себестоимость продукции при сохранении качества. Второй – как выделиться на полке магазина и повысить узнаваемость торговой марки, – считает **руководитель проектов «Упаковочное оборудование» компании «КАСцентр» Евгений Куприн**. – Ответом стало применение этикеток с предварительно напечатанной информацией, обязательной при маркировке пищевой продукции с использованием полноцветных логотипов. При этом переменная информация о весе, дате, партии и штрих-коде печатается уже на месте, что позволяет снизить себестоимость маркировки и затраты на приобретение и эксплуатацию этикетировочного оборудования».

В последние годы на мировом рынке отмечается растущий интерес к эко-этикеткам. Основными потребителями экологических этикеток являются производители органических пище-

вых продуктов. Наибольшим спросом они пользуются на рынке стран Европы и Северной Америки, где наблюдается бум потребления органических продуктов. Постепенно спрос будет расти и в России, хотя сегодня он невелик.

«В России запросы на эко-этикетку для мясных продуктов обычно ограничиваются требованием употребления клеев и красок с низкой миграцией, отсутствия запаха, – говорит **Анна Яременко, директор по PR и маркетингу компании «ССЛ-Контур»**. – Однако существуют специальные биоразлагаемые этикеточные материалы, цель которых – сократить воздействие на природу не в ущерб печатному качеству. За экологичность на Западе производители готовы платить дополнительно, поскольку она также продвигает товар и увеличивает продажи. В России эта практика пока не очень распространена».

На рынке этикеток наметилась еще одна тенденция – рост уровня их «интеллекта». Появились изделия, называемые «умными этикетками» – smart labels. Их секрет заключается в интегральной микросхеме, которая открывает широкие возможности применения. Так, «интеллектуальные» этикетки могут использоваться для управления движением изделий и материалов в производственных линиях, а также для предотвращения краж и подделок товара.

Все чаще производители для отслеживания пути своей продукции от склада до магазинной полки используют RFID-этикетки – специальные идентификационные чипы, содержащие всю информацию о продукте, в том числе о сроках и условиях его хранения.

«Для того чтобы назвать этикетку «умной», сейчас достаточно нанести массу разнообразной информации на обыч-



Рис. 2. RFID-этикетки с радиочастотной идентификацией позволяют кодировать различную информацию в электронном виде и считывать автоматически специальным устройством. Метки RFID могут хранить до 1000 бит информации.



Рис. 3. Этикетка с QR-кодом. За последние несколько лет во многих странах мира стала востребованной технология кодов быстрого отклика. При их фотографировании мобильными устройствами пользователь автоматически переадресовывается на интернет-ресурс производителя товара.

новенную бумажную термозтикетку. При этом есть передовые технологии, которые задают тренды на рынке, – это в первую очередь RFID-этикетки, позволяющие кодировать различную информацию в электронном виде и считывать автоматически специальным устройством, – отмечает Игорь Кочанов. – Применение таких этикеток делает процессы передачи и приемки товара в логистической цепочке практически мгновенными, позволяет отслеживать его движение на складах и в магазинах, проводить инвентаризацию. Повсеместному использованию технологии мешает лишь цена этикетки – она по-прежнему достаточно высока».

Розничную торговлю можно назвать одной из самых перспективных областей применения RFID-этикеток, которым здесь будет отдаваться приоритет.

«Еще одной технологией является применение этикеток ТТИ (индикатор времени-температуры), – продолжает эксперт. – В этом случае используется специальный слой, который выцветает к определенному моменту времени, если товар с такой этикеткой находится под воздействием определенной температуры. Если температурные условия с течением времени не соблюдаются, этикетка выцветает быстрее. Технология позволяет отслеживать температурные условия во всей логистической цепочке, что гарантирует покупателю качество продукта. Это особенно актуально для свежего мяса, рыбы».

По его словам, применение технологии ограничивается тем фактом, что она выгодна лишь конечному потребителю, а не отдельным операторам в цепи поставки продукции в торговую сеть. Несмотря на результаты многочисленных исследований, которые показали, что конечный потребитель готов платить



Рис. 4. Существуют специальные биоразлагаемые этикеточные материалы, цель которых – сократить воздействие на природу не в ущерб печатному качеству.

за гарантированно свежий товар больше, чем за условно-свежий, технология пока не нашла широкого применения.

«Другой пример инновации в этикетке – нанесение QR-кодов. При их фотографировании мобильными устройствами пользователь автоматически переадресовывается на интернет-ресурс производителя товара. Некоторые западные сети взяли данную технологию на вооружение и применяют для предоставления возможности покупателям заказывать продукцию онлайн», – говорит генеральный директор «Бицерб Рус» Игорь Кочанов.

«Жесткие требования сетей по уровню считываемости штрих-кодов привели к большему использованию термотрансферной печати при маркировке как единичной упаковки, так и групповой (гофрокоробов, паллет), – делится мнением специалист «КАСцентра» Евгений Куприн. – Этикетирование групповых упаковок в настоящий момент усложняется: все чаще применяется несколько штрих-кодов (включая EAN-128) для автоматического отслеживания и учета продукции на всех стадиях логистической цепочки от производителя до полки магазина».

«Отследить цикл производства товара (кто, когда сделал, из чего, что упаковал)

можно, руководствуясь принципами НАССР, то есть контролируя производственный процесс на каждом этапе переработки сырья в готовое изделие, – замечает Игорь Кочанов. – В итоге на этикетке может быть нанесен дополнительный код (или штрих-код), который позволяет «раскрутить» всю цепочку операций, которые привели к производству именно этой уникальной упаковки. В нашей стране есть предприятия, активно использующие данные принципы и готовые предоставить конечному потребителю максимально достоверную информацию об изделии».

Этикетки, выпускаемые с использованием новых технологий, имеют наиболее значительные перспективы на рынке. «Один из видов «умной» этикетки – этикетка, принимающая сложную форму упаковки для мясных продуктов, проходящей через процесс вакуумного запечатывания и последующей усадки, – добавляет директор по PR и маркетингу «ССЛ-Контур» Анна Яременко. – Она проходит процесс усадки без складок и позволяет более гибко планировать производство, подходит для коротких тиражей».

Роль изобразительных элементов возрастает в области продуктов питания, где простая, порой прямоугольная форма упаковки является серьезным ограничением для фантазии дизайнера. Предлагается широкий выбор цветов, выдерживающих воздействие тепла и влаги, различные варианты дизайна.

«Стремление выделиться на полке – движущая сила индустрии. Периодически мы наблюдаем революционную смену цвета, некоторые производители закупают буклетные этикетки, – продолжает Анна Яременко. – Так, одна из наших последних новинок – производство буклетных этикеток с переменной информацией и различными вкладышами, от наклеек до магнитов. Хотя последние приходится наносить вручную, производители идут на это, так как идет речь о создании дополнительной потребительской ценности».

В целом достижение фотографического качества печати уже не считается чем-то труднодоступным, способным выделить из ряда конкурентов. Все больше производителей отказываются от фотографий в дизайне и привлекают внимание за счет графики, цвета. Модным трендом стало, например, использование бронзы. На первый план выходит качество дизайна и исполнения: печать, вырубка, нанесение этикетки». **МС**



Гости:



Карл Дейли,
президент компании «Силд Эйр»,
подразделение Food Care
(Пищевая промышленность)



Лука Черани,
вице-президент по развитию бизнеса
«Силд Эйр», подразделение Food Care
(Пищевая промышленность)

Компания:

ЗАО «Силд Эйр»

Москва, ул. Смольная, 24 Д, 8 эт.
тел.: +7 (495) 795-01-01,
факс: +7 (495) 795-01-00
e-mail: cryovac.cismkt@sealedair.com
www.sealedair-emea.com

Мы стремимся к улучшению, а не удешевлению продукции!

В сентябре в Волгограде прошла пресс-конференция, приуроченная к празднованию 20-летия компании «Силд Эйр». На вопросы гостей ответили руководители ее подразделений: президент компании «Силд Эйр», подразделение Food Care (Пищевая промышленность) Карл Дейли и вице-президент по развитию бизнеса «Силд Эйр», подразделение Food Care (Пищевая промышленность) Лука Черани.

В последние десять лет все мы стали очевидцами стремительного развития производства упаковочных материалов. Какие тенденции в упаковке мяса и продукции птицеводства вы считаете самыми важными – как на мировом, так и на российском рынке?

Карл Дейли: Главная движущая сила мирового рынка упаковки – стремление продлить срок хранения мясных продуктов, гарантировать их безопасность и управлять жизненным циклом. В особенности это касается продуктов, предназначенных на экспорт. Потребление мяса растет во всех странах мира. Большие объемы продукции экспортируются на огромные расстояния, и в связи с этим предприятия мясоперерабатывающей промышленности, с которыми мы взаимодействуем, внедряют новые упаковочные системы – технологии, обеспечивающие увеличение сроков годности и безопасность изделий.

Для производителей мясных продуктов активизация рынка сопряжена со сложностями: им требуется квалифицированный персонал, который не так просто найти, также приходится менять организацию труда в связи с повышением уровня требований к производственной гигиене и управлению бизнес-процессами. Один из таких процессов – упаковка готовой продукции, которая стала играть особенно заметную роль в пищевой промышленности в течение последнего десятилетия. И как мы видим, на этом фоне российская индустрия мясных продуктов питания становится все более самостоятельной.

Лука Черани: В России наблюдается общемировой тренд – развитие индустрии ритейла. Наиболее интенсивно растут торговые сети Москвы, Санкт-Петербурга и близлежащих городов. Постепенно они продвигаются в сторону Сибири и Дальнего Восто-

ка. Процесс развития сетевой торговли требует разнообразной упаковки продуктов, адресованных различным потребительским группам. Подчеркну, что в настоящее время необходимо обращать внимание не только на сохранность и безопасность продукции, но и на соответствие запросам конечного потребителя.

Одно дело – ее срок хранения с точки зрения продавца, другое – сохранность и безопасность с точки зрения дистрибьютора. В России расстояния и, соответственно, сроки транспортировки иногда отличаются очень большой протяженностью, поэтому, наряду



Карл Дейли,
президент компании «Силд Эйр»,
подразделение Food Care
(Пищевая промышленность):

«Инновационная деятельность нашей компании заключается в комплексных решениях. Используя различные сочетания материалов и оборудования, мы упрощаем процесс упаковки, повышаем его скорость и производительность благодаря автоматизации».

с логистическими, необходимы современные упаковочные решения. Производитель должен быть твердо уверен в неизменности потребительских качеств мясной продукции, дошедшей до конечного покупателя. Потребителю должен быть предоставлен широкий выбор качественных изделий. К этому пришли много лет назад США, затем страны Западной Европы, а сейчас настает черед России.

С развитием индустрии ритейла современный потребитель становится все более требовательным по, а по мере

роста его запросов развивается индустрия упаковки, предлагающая производителям, дистрибьюторам и торговле новые упаковочные решения.

Какие инновационные упаковочные решения предлагает Sealed Air в разных регионах?

Карл Дейли: У нас есть множество инновационных решений. Я затрудняюсь в определении хронологических рамок – последнее десятилетие, последние пять лет... все это время мы выпускали на рынок новые виды упаковки для мясных продуктов, сыра и других потребительских товаров. Сегодня мы предлагаем разнообразные варианты комплексных упаковочных решений, в частности компактные, удобные для конечного потребителя объема, с опцией легкого открывания и возможностью повторного закрывания.

Мы ведем научные исследования, на основе которых разрабатываются новые технологии, оборудование и материалы для упаковки пищевых продуктов. Теперь они более тонкие, но гораздо более практичные, чем раньше, более прочные и устойчивые по отношению к любым внешним воздействиям.

Инновационная деятельность нашей компании заключается в комплексных решениях. Используя различные сочетания материалов и оборудования, мы упрощаем процесс упаковки, повышаем его скорость и производительность благодаря автоматизации. Наша компания выпускает крупноформатные промышленные упаковочные материалы для производителей пищевой продукции и продовольственных служб, предназначенные для транспортировки свежего мяса и других продуктов питания в разное время года.

Как вы думаете, существуют ли в разных странах какие-то национальные предпочтения в отношении упаковки мясных продуктов, которые определяют уровень потребительских запросов?

Лука Черани: Если взглянуть на европейские страны, то все они очень маленькие в сравнении с Россией. Италия, Франция, Великобритания, Скандинавия – привычки потребителей в каждом регионе своеобразны, и их нужно уважать.

Например, в России очень высоким спросом пользуется упаковка для маринованного мяса, которая далеко не так популярна в Италии, где уровень его потребления намного ниже. У жителей России есть традиция выезжать на природу и жарить шашлыки. Для этого они покупают мясо в специальных контейнерах большой емкости. Поэтому, планируя поставки для России, мы непременно включаем их в каталоги.

В каждой стране мы адаптируем ассортимент к запросам конечного потребителя, хотя общераспространенные тренды одинаковы для всех стран – это безопасность, соответствие гигиеническим стандартам, сохранность продукции, удобство в использовании.

Я бы сравнил манеру упаковывать продукты с индивидуальным стилем одеваться. Все мы покупаем пиджаки, но выбираем разные фасоны и цвета, надеваем их с разными рубашками и галстуками, – в этом проявляется отличие людей друг от друга. Упаковка – своего рода одежда, в которую вы наряжаете свой продукт, чтобы представить его покупателю.

Карл Дейли: Кроме того, мы учитываем законодательство и гигиенические нормативы стран, в которые поставляем материалы и технологии. Ведь когда ты соблюдаешь правила дорожного движения, у тебя намного больше шансов прибыть в конечный пункт вовремя.

Кухни разных стран тоже сильно отличаются друг от друга. Например, недавно мы ужинали в австралийском ресторане, заказывали мясные блюда, а попутно обменивались мнениями о том, какие виды нашей новой продукции могут оказаться наиболее востребованными в Австралии. Оказавшись в другой части света, мы пробуем бразильские бифштексы и рассуждаем на ту же тему. В такие моменты национальные предпочтения становятся наиболее очевидными, и самое время принимать гибкие маркетинговые решения.

В России мясо всегда было и остается одним из главных продуктов питания. Местный рынок свинины, говядины и мяса птицы переживает период бурного развития. Его могут обогатить современные инженерные решения, технологии, новые породы племенного скота и птицы и, конечно, инновационная упаковка конечной продукции.

Какие возможности появились у клиентов и партнеров Sealed Air с ее приобретением компании Diversey, выпускающей экологически безопасные средства гигиены?

Карл Дейли: У Diversey есть ценные предложения для пищевой промышленности с доставкой до дверей заказчика. В первую очередь речь идет о средствах для мойки и очистки технологического оборудования. И сейчас мы вышли на рынок с новым комплексным предложением «От фермы до обеденного стола».

Мы объединили наши исследования и находим комплексные решения для компаний, выпускающих мясную и молочную продукцию, напитки, а также для инкубаторов и ферм. Ос-



Лука Черани,

вице-президент по развитию бизнеса «Силд Эйр», подразделение Food Care (Пищевая промышленность):

«В каждой стране мы адаптируем ассортимент к запросам конечного потребителя, хотя общераспространенные тренды одинаковы для всех стран – это безопасность, соответствие гигиеническим стандартам, сохранность продукции, удобство в использовании».

новополагающий принцип – оздоровление санитарных условий по всей производственной цепочке: от приемки живого скота до поставки готового продукта потребителю.

В своей работе мы исходим из потребностей заказчика. Если у него есть проблемы со сроками хранения и транспортировки, то обеспечиваем необходимые упаковочные решения. Для

управления гигиеной производства снабжаем составами для всех видов чистки и уборки, дозаторами, энергоэффективными системами очистки и контроля санитарного состояния.

Наши новейшие технологии предназначены для обслуживания процессов производства качественных, полезных для здоровья продуктов питания. Микробиотика – одно из основополагающих начал нашего нового предложения на рынке, и в этой области мы явно опередили конкурентов.

Практикуется ли кем-то из участников рынка противомикробная обработка упаковочных материалов с целью продлить сохранность продукта?

Карл Дейли: Мы не верим, что такая обработка будет коммерчески оправданной. Иногда заказчики спрашивают, можно ли нанести какие-то препараты на внешнюю сторону пленки, чтобы предотвратить микробное обсеменение мясной продукции. Мы отвечаем, нет, потому что противомикробный препарат неизбежно попадет с пластика на мясо.

Мы работаем над технологиями, позволяющими предотвращать заражение продуктов, но при этом используем строго научные методы и маркетинговый опыт. Чтобы решение было востребовано, оно должно работать систематически и иметь научную основу.

Лука Черани: Наш принцип – никогда не обманывать потребителя. Если мы внедряем и совершенствуем технологию повышения безопасности продукта, то мы должны быть на 100% уверены в том, что она не причинит вреда здоровью. Чтобы не утратить репутацию на рынке, мы обязаны следить за тем, чтобы некачественное мясо не продавалось в нашей упаковке. Мы занимаемся гигиеной производства и не можем себе позволить нечистоплотность во всех смыслах этого слова. А это такой же трюк, как, например, подкрашивание мяса. В некоторых странах потребители любят красное мясо, и есть способы сделать его цвет более насыщенным, но мы не занимаемся подделками. Мы стремимся к улучшению, а не к удешевлению продукции. Таков один из основных подходов к бизнесу компании Sealed Air. ■



Гость:



Джонатан Дарнфорд,
вице-президент компании
«Силд Эйр», подразделение
Food Care (Пищевая
промышленность)

Компания: **ЗАО «Силд Эйр»**
Москва, ул. Смольная, 24 Д, 8 эт.
тел.: +7 (495) 795-01-01,
факс: +7 (495) 795-01-00
e-mail: cryovac.cismkt@sealedair.com
www.sealedair-emea.com

Уникальный опыт компании «Силд Эйр» в России

До того как занять должность вице-президента по упаковке в Западной Европе, Джонатан Дарнфорд был менеджером по работе компании «Силд Эйр» в России и много времени проводил в нашей стране. Мы решили побеседовать с ним об особенностях российского рынка упаковки для продуктов питания.

В 2013 году компания «Силд Эйр» отпраздновала двадцатую годовщину своей работы в России. Расскажите, с чего все начиналось и что было самым успешным?

– С самого начала выхода на российский рынок, в 1993 году, компания «Силд Эйр» использовала свои инновационные возможности и уникальный опыт в области упаковки для того, чтобы помогать развитию бизнеса своих клиентов. Мы предложили решения, которые позволяли продлить сроки годности продуктов питания и улучшить их внешний вид.

Отдельно я бы отметил производство жестких лотков высокого качества, которые есть в нашем портфолио российской продукции. В то же время продвижение гибких пленок удалось даже лучше: в этом направлении у нас задействовано много квалифицированных сотрудников в различных регионах. Вообще, в России сложилась прекрасная команда из молодых образованных профессионалов. Всего на территории страны работают порядка 600 сотрудников компании. А объем продаж по



Джонатан Дарнфорд,
вице-президент компании «Силд Эйр»,
подразделение Food Care
(Пищевая промышленность):

«В России, как и во многих других странах мира, мы стараемся инвестировать в решения, увеличивающие и гарантирующие безопасность продукции. У нас есть множество предложений как по вакуумной упаковке, так и по упаковке в модифицированной газовой среде».

итогам 2012 года превысил 120 миллионов долларов США.

Насколько изменилась ситуация в сетевой розничной торговле?

– Современная розничная торговля показывает очень хорошую динамику роста, что связано прежде всего с увеличением потребительского спроса на

упакованные мясные продукты, а также свежие изделия из мяса, в том числе мяса птицы.

Мы наблюдаем весьма позитивную динамику в области обеспечения гигиены и безопасности на всех этапах: от производства до поступления на прилавки. Развивается местное производство мяса, причем его объемы постоянно растут – во многом за счет свежих продуктов, пользующихся популярностью у россиян. Это хорошо как для потребителей, так и для российской экономики, которая становится менее зависимой от импорта.

У каких технологий упаковки мяса, по вашему мнению, самые большие перспективы?

– В России, как и во многих других странах мира, мы стараемся инвестировать в решения, увеличивающие и гарантирующие безопасность продукции. У нас есть множество предложений как по вакуумной упаковке, так и по упаковке в модифицированной газовой среде. Все они имеют свои особенности и должны подбираться специалистами в зависимости от продукта и целей, которые ставятся по его распространению.

Очень часто упакованная в вакуум продукция из сырого мяса выделяет влагу. Каковы технологические решения этой проблемы?

– Мясные продукты – как сырые, так и приготовленные – могут выделять сок внутри упаковки, и необходимо контролировать его распространение. Чтобы избежать проблемы, нужно использовать специальные типы материалов, учитывать их взаимодействие с продукцией, пробовать различный уровень адгезии к мясу. Это достаточно длительная и трудоемкая работа, но специалисты компании всегда готовы прийти на помощь.

«Силд Эйр» постоянно обновляет упаковку для мяса, чтобы наиболее полно удовлетворить запросы производителей, розницы и потребителей. ■

Крупнейшее слияние на рынке российского инжиниринга: «Холод Экспресс» – «АГРО-3»



Два крупнейших игрока на рынке российского инжиниринга – холдинг «АГРО-3» (Москва) и «Холод Экспресс» (Санкт-Петербург) – объявили о слиянии. Это беспрецедентная по своему значению и масштабности сделка, которую можно считать одним из самых значительных событий на рынке в 2013 году.

Цена активов каждой из двух компаний оценивается суммой с девятью нулями. Стоимость бизнеса оценить трудно, так как здесь важную роль играет опыт и стаж компаний – более 20 лет на рынке. Данная сделка коснется прежде всего рынков пищевой (мясоперерабатывающей, хлебопекарной, кондитерской) и холодильной промышленности.

В результате на рынок выходит мощный объединенный холдинг, способный обеспечить все потребности российского и зарубежного клиента и имеющий возможность максимально эффективной реализации крупных проектов «под ключ» без привлечения сторонних субподрядчиков на различных этапах осуществления проекта, чего на данный момент не предлагает ни одна российская или европейская компания. Новый холдинг планирует работать под брендом Express Group.

Профессиональный опыт каждой из двух компаний позволяет полностью «за-

крыть» ту часть процессов, которая требуется для успешной реализации проекта, независимо от его масштаба и направления деятельности. Разработка концепции, генеральное проектирование, генеральный подряд, строительство, разработка и внедрение технологических решений и схем, комплексное оснащение объекта (включая холодоснабжение, системы вентиляции и кондиционирования, поставку и последующую установку технологического и климатического оборудования), общая логистика, запуск и сопровождение объекта в период эксплуатации – теперь «Express Group» берет на себя все этапы осуществления проекта. Успешной работе нового холдинга способствует привлечение лучших российских и зарубежных специалистов широкого и узкого профиля.

В качестве наиболее важной причины слияния называется стремление участников сделки к максимальному снижению себестоимости проектов

при улучшении их качественных характеристик. В числе очевидных плюсов, которые получает заказчик в результате слияния компаний «Холод Экспресс» и «АГРО-3», – возможность передачи проекта «в одни руки», оптимизация внешней и внутренней коммуникации, снижение материальных (на 25–40%) и временных затрат, гарантированность вложений, контроль качества на всех этапах реализации, что в итоге приводит к увеличению общей эффективности проекта.

«Вот уже много лет мы работаем, руководствуясь слоганом «От идеи до реализации». С учетом нынешнего слияния двух крупных инжиниринговых компаний холдинг приобретает новую мощь, – заявил **Борис Меламед, заместитель генерального директора группы компаний «Холод Экспресс»**. – Сотрудничая с Express Group, заказчик получит значительное расширение спектра конечных услуг по выгодной стоимости, а мы, в свою очередь, – возможность более эффективной реализации крупных проектов от начала до конца. Таким образом, на рынок российского инжиниринга выходит новый крупный игрок, способный самостоятельно выполнять масштабные проекты «под ключ». Контроль на всех этапах реализации проекта приводит к гарантии качества финального продукта».

«Для развития нашей компании нам был необходим сильный надежный партнер. Мы рады, что смогли обрести его в лице компании «Холод Экспресс», – отмечает **Дмитрий Баженов, генеральный директор холдинга «АГРО-3»**. – В рамках интегрированного холдинга Express Group мы сможем предложить клиентам новый качественный уровень взаимодействия».

В ходе процесса объединения уже прошло несколько мероприятий, способствующих информационной интеграции компаний. С 15 по 18 ноября состоялся обучающий семинар для сотрудников холдинга, где более 150 представителей двух инжиниринговых компаний обменялись детальной информацией о направлениях и продукции, а также обсудили новые открывающиеся возможности на рынке. В ближайшее время в Москве для руководителей предприятий пищевой промышленности будет организован семинар «Современные тенденции рынка мясопереработки», который откроет торжественная презентация объединенного интегрированного холдинга Express Group (ГК «Холод Экспресс» и «АГРО-3»). ■



Компания: **METALQUIMIA, S. A.**
Font de l'Abat, 21
тел.: +34 (972) 21-46-58,
факс: +34 (972) 20-00-11
e-mail: info@metalquimia.com

Автор:



Джозеп Лагарес,
генеральный директор
компании Metalquimia

www.metalquimia.com

Меняя мировую форму переработки мяса



лажденного мяса на рынке. А совсем недавно прорывная технология QDS (Quick Dry Slice), которая уже меняет парадигмы развития мирового мясного сектора, положила начало работе «Металкмии» в сегменте сыровяленых мясных продуктов.

Все разработки в этом направлении, которые несомненно стали точкой отсчета совершенного процесса переработки мяса, в первый раз увидели свет на главной выставке мировой мясной промышленности IFFA во Франкфурте в мае этого года. Экспозиции, где технология, процесс и рынок соединяются в единое целое и, «шагая в ногу», определяют будущее мясной промышленности, стали реальностью.

Сегодня, когда перед нами стоит масса захватывающих задач, требующих эффективных решений (экономических, энергетических, экологических, социальных), бизнес мясных протеинов как никогда нуждается в лидерах, способных смотреть в будущее с разумным оптимизмом. Именно с таким настроением и новыми надеждами «Металкмия» вернулась на выставку «Агропродмаш-2013», представив оборудование и технологии, способные заново переосмыслить процессы переработки, предложить интересные продукты и создать новые модели бизнеса.

В конечном счете сегодня мы предлагаем представителям мировой мясной промышленности концепции, способные расширить границы их бизнеса и представить уникальные предложения потребителям. Именно на решение этих задач еще с момента основания была направлена работа компании, претендующей на изменение формы переработки мяса в мировой промышленности. **Р**

С момента основания в 1971 году наша компания всегда стремилась изменить форму переработки мяса в мировой мясоперерабатывающей промышленности.

Сначала это были гидравлические инжекторы с эффектом «спрей» и технологии «с нулевой усадкой», которые в сочетании с компьютеризированными реакторами мягкого/жесткого массажа и первыми набивочными машинами для цельномышечных продуктов позволили переработчикам получить доступ к вареным мясoproдуктам, неизвестным до того момента.

После этого технологии маринования, созданные «Металкмией», позволили индустриализировать этот процесс и существенно повысить ценность ох-



Джозеп Лагарес,
генеральный директор
компании Metalquimia:

«В этом году компания представила на выставке «Агропродмаш» оборудование и технологии, дающие возможность заново переосмыслить процессы переработки, предложить интересные продукты и создать новые модели бизнеса».

Энергосберегающее оборудование для очистки пеной

Вопрос гигиены зданий и помещений остро стоит для всех предприятий пищевой промышленности. И в большинстве случаев решается лишь путем компромиссов.

С одной стороны, строгие санитарно-гигиенические предписания требуют минимального образования бактерий на поверхностях, с другой – постоянная очистка водяной струей под давлением в конечном итоге негативно отражается как на оборудовании помещения в целом, так и на установленной в нем технике.

В арсенале компании Schaller есть решения, способные обеспечить высокие стандарты гигиены на предприятии, гарантируя при этом сохранность и долговечность помещений и оборудования. Совместно со своим эксклюзивным партнером – компанией РНТ, имеющей огромный опыт, знания и собственные инновационные разработки в области гигиены предприятий, Schaller предлагает специальные приборы для очистки пеной с щадящим способом обработки под максимальным давлением до 40 бар.

Большой разрыв между этапами очистки, связанный с чередованием разных приборов и приспособлений, остался в прошлом. Приборы для очистки пеной сводят продолжительность очистки к минимуму. Один такой прибор способен выполнить полный цикл очистки: ополаскивание, нанесение пены, мойку и дезинфекцию.

Изготовленные полностью из высококачественной стали, приборы для очистки пеной долговечны и надежны. Наряду с этими характеристиками



Главная станция очистки пеной



Дополнительная станция-сателлит

при их разработке были учтены такие факторы, как простота в использовании и удобство обслуживания. Кроме того, пристальное внимание было уделено встроенным в станции очистки безмасляным супертихим промышленным компрессорам, благодаря которым даже моечный марафон длиной в восемь часов теперь не представляет проблемы. Такая комбинация на сегодняшний день уникальна.

Помимо самих приборов для очистки пеной, которые могут быть как стационарными, так и мобильными, в линейке компании есть насосные установки для повышения давления и водоснабжения дополнительных станций. Они позволяют подключить к работе от 1 до 27 операторов. Любые системы – будь то основные или дополнительные станции, мобильные или стационарные – могут быть сконструированы с учетом индивидуальных требований и пожеланий заказчика.

В последние годы все активнее выходят на первый план темы экономии ресурсов и оптимизации производственных процессов. В наше время неизмеримо быстро растущих затрат на энергию вопросы, связанные с ее потреблением и экономией, становятся камнем преткновения для многих предприятий. Компания РНТ учла эти требования при разработке своих приборов для очистки пеной. Инновационная энергосберегающая технология Blueflux®, используемая в этих установках, позволяет сократить до 60% потребляемой энергии действующих центральных насосов из высококачественной стали и моторов. Это уникальное решение снижает выбросы углекислого газа и существенно уменьшает производственные издержки.

Многообразный выбор принадлежностей и дополнительного оснащения позволяет не только обеспечить высокий уровень гигиены предприятия, но и учесть все индивидуальные пожелания. Кроме того, в дополнение к оборудованию Schaller предоставляет идеально подходящие к нему высокоэффективные средства для очистки и дезинфекции предприятий.

Все эти и многие другие факторы в итоге влияют на правильное функционирование и бесперебойную работу производства. Компания Schaller объединяет необходимые составляющие и осуществляет проекты по поставке как одной производственной установки, так и готовых комплексных решений, учитывающих все необходимые параметры для организации грамотного и рентабельного производственного процесса. Специалисты компании охотно проконсультируют более подробно по всем вопросам, связанным с проектированием и комплексным оснащением предприятий по мясо- и птицепереработке, а также представят референтные проекты и посоветуют оптимальные решения, исходя из своего огромного опыта и прекрасного знания рынка, техники и актуальных тенденций. ■

17-я Международная выставка

ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ, ДОБАВКИ И ПРЯНОСТИ

*Важный ингредиент для развития
бизнеса*



Ufi
Approved
Event

ingredients
RUSSIA



18–21 марта 2014

ВВЦ, Павильон 75
Москва, Россия



По вопросам участия
обращайтесь:
Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
ingredients@ite-expo.ru



Одновременно:



www.ingred.ru

PSS
PROCESSING SYSTEM SOLUTIONS

SOLUTIONS FOR QUALITY AND QUANTITY

PSS SCG 200 | Speed Combi Grinder

Высокоскоростной волчок PSS SCG 200 обеспечит Вам более высокую скорость на пути к успеху. Резка замороженных блоков (-25°C) с экономическим 55kW главным приводом. Свяжитесь с нами ещё сегодня!



PSS SVIDNÍK, a.s.
Sovietských hrdinov 460/114
089 01 Svidník, Slovakia

tel.: +421/54/7862 111
fax: +421/54/7520 904

predaj@pss-svidnik.sk
www.pss-svidnik.sk



11-14 ФЕВРАЛЯ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ МИР ВКУСА 2014

**МОСКВА, МВЦ КРОКУС ЭКСПО
ОТКРЫТ ПРИЁМ ЗАЯВОК НА РАЗМЕЩЕНИЕ СТЕНДОВ**

TASTY WORLD - ЭТО МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, КОТОРАЯ ПРЕДСТАВИТ ВСЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РЫНОК ПРОДУКЦИИ КАК ОТЕЧЕСТВЕННЫХ, ТАК И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.

TASTY WORLD ИМЕЕТ СТАТУС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕРОПРИЯТИЯ, САМОГО ШИРОКОГО ФОРМАТА, КОТОРОЕ ОБЪЕДИНИТ И ПРОДЕМОНСТРИРУЕТ ВСЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОТРАСЛИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЯВЛЯЯСЬ УНИКАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПЛАТФОРМОЙ, ОТЛИЧАЮЩЕЙСЯ ОБШИРНОЙ БИЗНЕС-ПРОГРАММОЙ, НАША ВЫСТАВКА - ЭТО НАИБОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНОЕ МЕСТО ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ НОВЫХ СДЕЛОК, ЗАВЯЗЫВАНИЯ НОВЫХ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ, ПОЛУЧЕНИЯ СВЕЖЕЙ ИНФОРМАЦИИ О ПЕРЕМЕНАХ И НОВИНКАХ НА СТРЕМИТЕЛЬНО РАЗВИВАЮЩЕМСЯ И ДИНАМИЧНОМ РЫНКЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

ПРОСТРАНСТВО ВЫСТАВКИ ОХВАТЫВАЕТ ВСЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ON-TRADE ПРОДАЖИ И NOBESA. ТАК ЖЕ НА ВЫСТАВКЕ ШИРОКО ПРЕДСТАВЛЕН АКТУАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ, ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ И ЭКОПРОДУКЦИИ ПРЕМИУМ-КЛАССА.

НА ВЫСТАВКЕ TASTY WORLD БУДУТ ОРГАНИЗОВАНЫ ТРЕНИНГИ, ОТКРЫТЫЕ ЛЕКЦИИ И СЕМИНАРЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ЭКОПИТАНИЮ И ПРОИЗВОДСТВУ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ УПАКОВКИ.

ОРГАНИЗАТОРЫ ВЫСТАВКИ КОМПАНИЯ DP GROUP ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КРОКУС ЭКСПО.

К УСПЕХУ →

К
DP

+7 (495) 363-00-53

WWW.TASTYWORLD.RU INFO@TASTYWORLD.RU

Место проведения:

Крокус Экспо
Международный выставочный центр

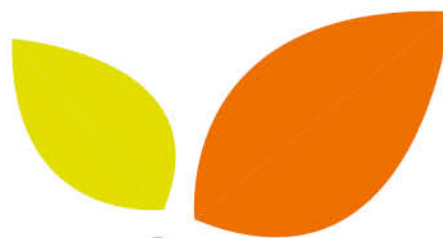
Организаторы:



Крокус Экспо
Международный выставочный центр

16+

18-я Международная выставка
ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ,
НАПИТКИ
И ИНГРЕДИЕНТЫ



interfood

ST. PETERSBURG

19–21 марта 2014

Санкт-Петербург
ВК Ленэкспо



infoodspb.ru

Техника и Технология Мясной Промышленности

handtmann
Ideen mit Zukunft.



МАТИМЭКС ГМБХ
Großbauerstraße 8
1210 Wien, Austria
Tel. +43 1 29 05 173
matimex@matimex.at

ООО МАТИМЭКС
121357, Россия, Москва
ул. Вере́йская, 29, стр.134
Tel. +7 495 7877797
matimex@mtmx.ru

Промышленный вакуумный шприц HANDTMANN VF 628

- › вакуумные роторные шприцы
- › волчки-приставки
- › шприцы-наполнители для ветчин
- › дополнительные устройства и системы
- › формователи фрикаделек



PREMIUMPACK –

австрийская компания, специализирующаяся на производстве 9-ти слойных высоко-барьерных термоусадочных пленок и пакетов на базе EVOH, а так же классических высоко-барьерных пленок и пакетов.

Упаковочные материалы от **PREMIUMPACK** сохраняют качество конечного продукта и продлевают срок его хранения. Широкая палитра наших продуктов включает в себя упаковочные пленки и пакеты для упаковки свежего и охлажденного мяса, мяса на кости, мясной продукции и полуфабрикатов, сыра, рыбы и морепродуктов.

PREMIUMflex

PREMIUMmax

PREMIUMfresh

PREMIUMcheese

www.premiumpack.at

УСТАНОВКИ ДЛЯ ОЧИСТКИ ПЕНОЙ ОТ SCHALLER®



ПРЕВОСХОДНЫЙ
РЕЗУЛЬТАТ ОЧИСТКИ
МИНИМАЛЬНАЯ
ПОТЕРЯ ДАВЛЕНИЯ
ДО 3 РАЗЛИЧНЫХ
ХИМ. СРЕДСТВ
БЕЗ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЯ

SCHALLER®



ЗАО «ШАЛЛЕР»

Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2.

Тел.: +7-495-797 63 33, факс: +7-495-797 63 44

office.moskau@schalleraustria.com, www.schalleraustria.com

Excellence in Food

Совершенство в каждом продукте

VIV Europe 2014

В ГОЛЛАНДИЮ ВМЕСТЕ С «АСТИ ГРУПП»

www.viv.net

20 - 22 мая 2014 года, Утрехт, Голландия

Крупнейшая в Европе международная выставка инновационных технологий и перспективных разработок для мясной и молочной индустрии VIV Europe – это демонстрация самых передовых разработок в области производства качественных продуктов, услуг и технологий для разведения, содержания и использования сельскохозяйственных животных. Идеальное место встречи для профессионалов агропромышленного комплекса всего мира.



По вопросам участия в выставке
VIV Europe 2014,
а также посещения в составе делегации
русских предпринимателей
обращайтесь в выставочную компанию
«Асти Групп»

по тел.: +7 (495) 797 6914
или e-mail: info@vivrussia.ru
www.vivrussia.ru

**Заявки принимаются
до 10 декабря 2013 года.**

UNITY
FOOD MACHINERY

**С НОВЫМ
ГОДОМ
и рождеством!**



Оборудование
для мясо-
переработки

Гигиена
предприятия

Термическое
и холодильное
оборудование

Вспомогательное
оборудование



MADE IN RUSSIA

г.Ярославль, ул.Пожарского 66А, тел.: 8-800-100-73-01, +7 (4852) 58-44-53,
+7 (4852) 94-74-00, +7 (4852) 94-74-99, Email: trade@unitym.ru www.unitym.ru