



20%
 В среднем продажи через Интернет-магазины растут на 20% в год.



18%
 В 2013 году из Норвегии было экспортировано на 18% семги меньше, чем в 2012.



40%
 Объем вылова в Краснодарском крае в 2013 году вырос на 40% по сравнению с 2012.

издается с апреля 2011 г.

www.sfera.fm

№1 (09) 2014

рыбная сфера

Человек ищет, где рыба,
 а рыба там, где деньги

6



18



28



46



54

IX МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС-ФОРУМ PRIVATE LABEL & REGIONAL BRANDS 2014

Отель Корстон Москва

Сделано в ВВCG

20 и 21
МАРТА



Специальный гость – Лиз Морган,
основательница компании Innoweaver Counselling
(разработка private labels для британской
розничной сети Boots).

ВПЕРВЫЕ! Ярмарка MADE IN RUSSIA.

Товары лучших региональных производителей СТМ
в наиболее востребованных категориях

Выставка международных производителей PL-EXPO

Блиц-презентации экспонентов на стендах

50+ спикеров.

Экспертный совет включает:



Сессия переговоров сетей и поставщиков

Рабочие группы, интерактивные дискуссии,
практические кейсы, мастер-классы
от лучших экспертов рынка

Гала-ужин. Вручение наград лучшим сетям
и поставщикам года: Private Label Awards
и РЕГИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД 2014

На правах
рекламы

16+

СТМ, РЕГИОНАЛЬНЫЕ МАРКИ И ИМПОРТ 2014:

Как создать единую стратегию развития? Уникальное предложение для покупателя.



Ксения Петрова,
K.Petrova@b2bcg.ru
+7 495 785-22-06, доп. 1132
+7 965 235-54-44



Ирина Чиннова,
iren@b2bcg.ru
+7 (495) 785-22-06,
+7 (495) 781-11-34



Дина Каширина,
kashirina@b2bcg.ru
+7 (495) 785-22-06, доп. 1151
+7 (495) 781-11-34

www.b2bcg.ru

ВВCG
B2B Conference Group

<http://app.b2bcg.ru>



МИР ВКУСА TASTY world



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 ВЕСЬ 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 NORECA. ТАК ЖЕ НА ВЫСТАВКЕ ШИРОКО ПРЕДСТАВЛЕН АКТУАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ 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 ↑

DP GROUP

+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+

содержание

отрасль	14
Требования к маркировке рыбной продукции ужесточатся	22
крупным планом	Реализация свежей рыбной продукции 26

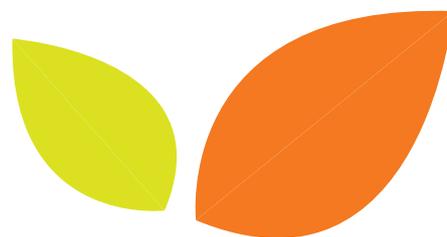


Сырье для производства большинства видов рыбной продукции ввозится в Россию из-за рубежа: российские рыбаки могут обеспечить переработчиков в достаточной мере лишь некоторыми видами рыбы и морепродуктов, а аквакультура в нашей стране, особенно по части лососевых, пока еще находится на стадии становления.

6

тема номера	Человек ищет, где рыба, а рыба там, где деньги	6	отрасль <i>/крупным планом</i>	Требования к маркировке рыбной продукции ужесточатся	22
отрасль <i>/тенденции</i>	Объем экспорта российской рыбы и морепродуктов за рубеж увеличился	14		Рыбная отрасль: итоги 2013 года	24
industry <i>/tendencies</i>	Russian Fishery Products Outflow Rises	14		Реализация свежей рыбной продукции	26
<i>/события и факты</i>	Новости	17		Мы не продаем воду!	28
<i>/потребитель</i>	Рыбная продукция: потребительский спрос и ожидания	18	производство <i>/экспертиза</i>	Опасные рыбные салаты	37

18-я Международная выставка
ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ,
НАПИТКИ
И ИНГРЕДИЕНТЫ



interfood

ST. PETERSBURG

19–21 марта 2014

Санкт-Петербург
ВК Ленэкспо



РЕСТАК

содержание

производство	37
Корма: критерии выбора	42
в полях	Продажи как спорт 54



Вопреки ожиданиям некоторых маркетологов живая рыба не пользуется популярностью среди потребителей ввиду того, что условия ее жизни в магазинных водоемах вызывают у наших соотечественников серьезное недоверие.

18

производство <i>/аквакультура</i>	Итальянские корма для рыбы Veronesi – в ассортименте продукции AGRAVIS Raiffeisen AG	41	производство <i>/оборудование</i>	Линии для производства рыбных консервов	46
<i>/корма</i>	Корма: критерии выбора	42	<i>/ингредиенты</i>	Расширить ассортимент прощев, чем кажется	50
<i>советы технолога</i>	Морская капуста в линейке рыбоперерабатывающих предприятий	43	инфографика	Объем отечественного рынка сайры уменьшился	52
			в полях	Продажи как спорт	54

рыбная сфера

№1 (09) 2014

Информационное издание по рыбоперерабатывающей индустрии.

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-45775 от 6 июля 2011 года

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

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Заместитель генерального директора по административным вопросам:

Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm

Директор по продажам и маркетингу:

Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm

Арт-директор:

Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:

Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.baranseva@sfera.fm

Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Анастасия Барина
a.barinova@sfera.fm

Корректор,
литературный редактор:
Анна Войцева
kottektor@sfera.fm

Перевод:
Янина Крутина

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 2-6 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: 15.01.14.
Тираж: 3000 экз.





Замороженное... нельзя... охлажденное

Российский рынок рыбной продукции без преувеличения можно назвать уникальным. Ни в одной другой стране нет такой огромной удаленности основного района потребления морепродуктов – Москвы – от ключевых мест добычи. Расстояние между столицей России и Мурманской областью составляет примерно 2 тыс. километров, а между Москвой и Дальневосточным регионом – около 9 тыс. километров.

При этом в мегаполисе и его окрестностях есть несколько рыбоперерабатывающих предприятий, которые снабжают рыбной продукцией жителей столицы и области. И несложно предположить, что данные компании в качестве сырья используют замороженную рыбу. «Та же сайра на заводы-переработчики, которые находятся в Подмоскovie, поступает с Дальнего Востока. Ни о каком охлажденном сырье в этом случае речи не идет. А заморозка оказывает негативное влияние на качество рыбы», – рассказывает **председатель Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль» Всеволод Вишневецкий**.

А ведь из охлажденной, только что выловленной рыбы и консервы, и пресервы получаются гораздо вкуснее и качественнее, чем из замороженной. Не зря в нормах ГОСТ на консервы, которые действовали во времена СССР, было отмечено, что они должны производиться исключительно из охлажденного сырья. Соответственно, самую качественную рыбную продукцию, готовую к употреблению, изготавливают прибрежные предприятия рыбопереработки. Однако доставка готовой продукции гораздо дороже, чем доставка сырья. Соответственно, стоимость в Москве банки консервов или пресервов, произ-

веденной в местах вылова, будет в разы превышать цену той, что изготовлена в Подмоскovie.

В итоге продукция из замороженного сырья все же находит своих потребителей, что было бы хорошо, если бы во всех случаях рыба замораживалась сразу после вылова, хранилась и транспортировалась на перерабатывающие предприятия без нарушений температурных режимов и дефростировалась непосредственно перед изготовлением конечной продукции. Однако такое случается не всегда. Всеволод Вишневецкий отмечает: «Для производства большинства консервов, как правило, эконом-класса, используется задержанное сырье – замороженная рыба, срок годности которой подходит к концу. В результате конечный продукт имеет мажущую консистенцию, нет ощущения цельности мышечных волокон при кусании».

А ведь качество замороженного сырья проверить достаточно сложно. В итоге предприятиям рыбопереработки приходится иметь дело с тем, что есть.

Поэтому, выбирая поставщика, стоит подробно изучить всю информацию о нем. У большинства компаний, которым дорога репутация, есть списки клиентов с контактами – уже само наличие такого документа говорит о том, что поставщику, скорее всего, нечего скрывать. Если конкуренты будут делиться опытом неохотно, всегда можно почитать форумы и, конечно, сделать пробную закупку прежде, чем принимать окончательное решение.

Главное – чтобы было, из кого выбирать!

Редактор журнала «Рыбная сфера»
Елена Максимова



Тема номера

ЧЕЛОВЕК ИЩЕТ, ГДЕ РЫБА, *а рыба там, где деньги*



Автор:
Елена Максимова



Иллюстрации:
Тимофей Яркоусов, Нина Кузнецова



Ключевые игроки рынка, чтобы получить хотя бы частичную независимость по сырью, строят собственные предприятия по выращиванию рыбы, а те, кто не готов к таким затратам, налаживают отношения с крупными российскими предприятиями аквакультуры. Однако рыбоводы нашей страны на данный момент не могут обеспечить всех переработчиков сырьем в необходимом количестве.

Все знают, что рыбная продукция должна присутствовать в рационе человека: она полезна, легко усваивается, да и готовить рыбу быстрее, чем мясо. Особенно если приобретать не целую тушку, а стейки, филе или замороженные полуфабрикаты. Если же и на приготовление данных продуктов нет времени, на выручку придут консервы, пресервы, копченая рыба, продукция из фарша сурими и прочая готовая к употреблению рыбная снедь на любой вкус и кошелек.

Однако чтобы производить рыбную продукцию в необходимых объемах, нужно иметь достаточное количество сырья, причем хорошего качества – в противном случае, потребители просто не будут покупать изделия из рыбы и морепродуктов.

Достаточно ли сегодня в России сырья для производства рыбной продукции, насколько оно качественное и каким образом будет развиваться ситуация с поставками рыбы на предприятия рыбопереработки? Попробуем разобраться в данных вопросах вместе с нашими экспертами.

Кто кормит рыбой россиян

Если говорить о конечной продукции, то на российском рынке значительная ее доля принадлежит российским производителям: «Агама» (Московская область), «РОК-1» (Санкт-Петербург), «Дефа» (Санкт-Петербург), «Меридиан» (Москва),

«Балтийский берег» (Санкт-Петербург) и др. Также на нашем рынке присутствует продукция транснациональных компаний – «Санта Бремор» и «Вичунай».

Основное направление компании «Агама» – премиальная рыбная продукция. Предприятие поставляет на российский рынок морепродукты, красную рыбу, филе трески и тунца, имеет собственную разветвленную логистическую сеть.

Группа компаний «Рок-1» производит широкий спектр товаров из красной рыбы, морепродуктов, сельди, сурими и т. д. «Дефа» занимается поставками на рынок столовой, охлажденной и свежемороженой рыбы различной степени переработки, деликатесной рыбной продукции, а также морепродуктов.

«Меридиан» производит пресервы из различных видов рыбы, рыбной икры и морепродуктов, копченую рыбу, рыбные снеки и салаты.

«Балтийский берег» изготавливает преимущественно различные виды продукции из красной рыбы и сельди, а также консервы из анчоуса.

Все упомянутые рыбопереработчики вкладывают серьезные инвестиции в производство рыбной продукции, в логистику и, конечно, в закупку сырья. Предприятия для изготовления своей продукции используют как рыбу естественного вылова, так и выращенную на предприяти-

По данным экспертов Норвежского Комитета по Рыбе в России, в настоящее время наша страна – важнейший рынок экспорта для Норвегии.

Все сырье, используемое для изготовления рыбной продукции, поставляемой на наш рынок, можно разделить на отечественный вылов, зарубежный вылов, сырье от российских предприятий аквакультуры и от зарубежных компаний, занимающихся выращиванием рыбы.

ях аквакультуры. Причем в обоих случаях они работают и с отечественными, и с зарубежными поставщиками.

Таким образом, все сырье, используемое для изготовления рыбной продукции, поставляемой на наш рынок, можно разделить на отечественный вылов, зарубежный вылов, сырье от российских предприятий аквакультуры и от зарубежных компаний, занимающихся выращиванием рыбы.

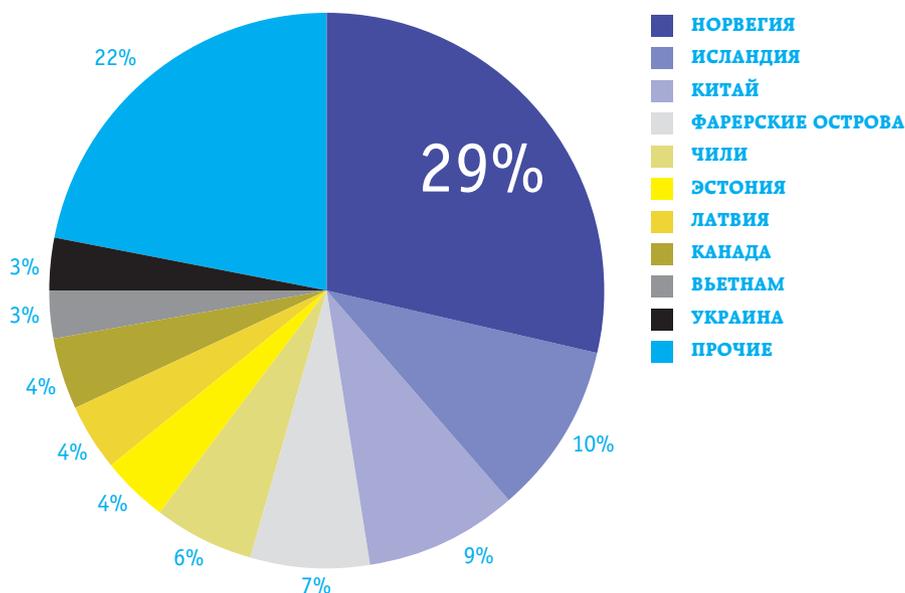
Основные поставщики сырья

Сырье для производства большинства видов рыбной продукции ввозится в Россию из-за рубежа: российские рыбаки могут обеспечить переработчиков в достаточной мере лишь некоторыми видами рыбы и морепродуктов, а аквакультура в нашей стране, особенно по части лососевых, пока еще находится на стадии становления.

Согласно данным «Рыбного союза», по итогам 11 месяцев 2013 года по поставкам сырья в Россию лидирует Норвегия – в указанный период данная страна экспортировала на наш рынок 248,3 тыс. тонн рыбы. На втором месте – Исландия, доля ее поставок рыбы на российский рынок за 11 месяцев прошлого года – 85,4 тыс. тонн. Третье место занимает Китай – за указанный период он поставил в Россию 81,4 тыс. тонн рыбы. В десятку стран-экспортеров рыбы на российский рынок также входят Фарерские острова (57,1 тыс. тонн), Чили (56,26 тыс. тонн), Эстония (37,8 тыс. тонн), Латвия (32,6 тыс. тонн), Канада (30,9 тыс. тонн), Вьетнам (26,9 тыс. тонн) и Украина (25,9 тыс. тонн). Общая доля поставок рыбы в Россию прочих стран составляет 188,1 тыс. тонн.

По данным экспертов Норвежского Комитета по Рыбе в России, в настоящее время наша страна – важнейший рынок экспорта для Норвегии. В 2013 году поставки морепродуктов из Норвегии в Россию составили в стоимостном выражении 785 млн евро (6,6 млрд норв. крон), что на 10% больше показателя предыдущего года. Это позволило России занять в 2013 году четвертое место по показателю приро-

Страны-поставщики рыбы в РФ, 11 месяцев 2013 года



ста экспорта норвежской рыбы и морепродуктов.

«Российский рынок – важный рынок сбыта рыбы и морепродуктов из Норвегии, и мы с удовлетворением отмечаем, что в ресторанах и на перерабатывающих предприятиях страны из норвежской рыбы создаются ценные продукты. Наша цель на предстоящий период – еще более эффективно сотрудничать с российскими производителями в интересах стимулирования и увеличения продаж продукции, произведенной на рынке России», – говорит директор Норвежского Комитета по Рыбе в России Ингрид Дал Скарстейн.

За 2013 год на рынок России было экспортировано 108 975 тонн Норвежской семги, это на 17,8% меньше, чем в 2012 году. В декабре 2013 года Норвегия экспортировала в нашу страну 11 355 тонн норвежской семги. По сравнению с декабрем прошлого года – это меньше на 10,4%.

Что касается форели норвежских фьордов, то за 2013 год на рынок России было экспортировано 25 702 тонны данной продукции, это на 19,6% меньше, чем в 2012 году. Норвегия поставила в Россию 1 850 тонн форели норвежских фьордов. По сравнению с декабрем прошлого года, это меньше на 39,6%.

Рыба, да не та

Помимо крупных рыбоперерабатывающих компаний, которые в основном работают в премиальном и среднем ценовых сегментах, в России есть множество

предприятий, изготавливающих недорогую рыбную продукцию глубокой переработки – в основном это рыбные консервы, а также замороженное рыбное филе из дешевых видов рыбы.

Однако сегодня все чаще можно слышать о том, что рыбопереработчики могут остаться без сырья для производства консервов из кильки для малообеспеченных слоев населения. Это связано с тем,



Всеволод Вишневецкий,
председатель СПБ ООП
«Общественный контроль»:

«Иногда производители консервов вместо кильки кладут в банку салаку. Изготовитель пользуется тем, что банки для консервов, как правило, непрозрачные и кладет в нее другую рыбу».

что в январе ввоз рыбной продукции на территорию России нескольким эстонским предприятиям был запрещен. Среди них – шесть крупных поставщиков кильки. Еще для двух таких компаний дорога в Россию была закрыта в ноябре. При этом Эстония занимает львиную долю в струк-

Согласно данным «Рыбно-го союза», по итогам 11 месяцев 2013 года по поставкам сырья в Россию лидирует Норвегия – в указанный период данная страна экспортировала на наш рынок 248,3 тыс. тонн рыбы.

туре российского импорта кильки, а собственная добыча, по оценке аналитического центра Информационного агентства по рыболовству, составляет менее трети от общего объема.

Однако некоторых производителей не пугает тот факт, что на российском рынке может быть дефицит кильки, они нашли способ решения проблемы с недостатком и удорожанием данного вида сырья. «Иногда производители консервов вместо кильки кладут в банку салаку. Изготовитель пользуется тем, что банки для консервов, как правило, непрозрачные и кладет в нее другую рыбу. Салака – более крупная, соответственно, более проста в обработке, больше весит», – отмечает председатель Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль» Всеволод Вишневецкий.

Таким недобросовестным переработчикам стоило бы учесть печальный опыт азиатских предпринимателей, которые, поставляя филе пангасиуса в Россию, выдавали его за филе более дорогой трески, за что получили запрет на ввоз данной рыбы в нашу страну.

А ведь филе пангасиуса, которое поступало на российские прилавки по «честной» цене, пользовалось спросом у малоимущих потребителей.

Если жалоб на подмену кильки другой рыбой от потребителей и общественных организаций будет много, не исключено, что не только недобросовестные переработчики будут наказаны штрафами, но достанется и честным игрокам рынка, так как контролирующие органы запретят поставки на рыбоперерабатывающие предприятия любой рыбы, хотя бы отдаленно напоминающей кильку. Пока, конечно, подобных прецедентов не было, но не стоит их провоцировать.

Куда уплывают деньги из рыбодобывающих регионов

Еще одна серьезная проблема, связанная с сырьем, – его нехватка на береговых предприятиях Северного бассейна. Напомним, что 14 июля 2013 года принято Распоряжение Правительства Российской Федерации



Для большинства компаний, ведущих рыбный промысел, продавать уловы иностранцам удобно и выгодно.

Опыт Норвегии показывает, что поставка на берег охлажденного сырья для дальнейшей переработки – это и есть главная задача для рационального использования ВБР, являющихся национальным достоянием страны.

№ 1196-р (далее – Распоряжение), утвердившее перечень районов добычи (вылова) водных биологических ресурсов, в которых разрешается при прибрежном рыболовстве осуществлять перегрузку уловов и производство на судах рыбопромыслового флота рыбной и иной продукции из водных биологических ресурсов.

На практике Распоряжение позволило судовладельцам, занимающимся прибрежным рыболовством, замораживать добытые водные биологические ресурсы на борту и в дальнейшем распоряжаться ими по своему усмотрению.

Результатом действия документа и указанной манеры работы владельцев прибрежной квоты стало снижение объема поставляемого на береговые предприятия Мурманской области охлажденного рыбного сырья для переработки. За июль-ноябрь прошлого года объемы поставок сократились почти на 50% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года.

Для большинства компаний, ведущих рыбный промысел, продавать уловы иностранным компаниям удобно и выгодно: рыбопродукция в замороженном виде отправляется на экспорт, а рыбаки получают легкие и быстрые деньги – иностранные закупщики, в отличие от российских предприятий, рассчитываются с рыбаками сразу после перегрузки улова. При этом рыбаков сложно обвинить в том, что они решили продавать уловы компаниям, которые готовы платить сразу после получения товара. Но почему иностранные закупщики могут рассчитываться за сырье непосредственно после его получения, а наши переработчики не могут? Ответ прост: при перегрузке рыбы в море рыбаки не должны платить налог, как в случае поставок сырья на берег.

Ситуацию с поставками сырья российского вылова на фабрики региона прокомментировал представитель «Рыбного Союза» в Мурманской области Михаил Заиграев.

Михаил, насколько сильно в данный момент ощущают нехватку сырья рыбоперерабатывающие предприятия Мур-

манской области? Можно ли изменить ситуацию к лучшему?

– Представители предприятий береговой рыбоперерабатывающей отрасли региона, объединившиеся в Северо-Западный филиал НО «Рыбный союз», всерьез озабочены проблемами рыбохозяйственного комплекса (РХК) в Северном бассейне в целом, но наиболее острый для них вопрос – катастрофическая нехватка рыбного сырья для переработки (в первую очередь, трески и пикши).

В настоящий момент береговые рыбоперерабатывающие предприятия доведены практически до грани банкротства: рабочая неделя сократилась до двух-трех дней, снижен заработок сотрудников, уменьшились налоговые отчисления, наблюдается отток рабочей силы. А с учетом того, что многие фабрики и заводы расположены в прибрежных селах и деревнях, удаленных от областного и районных центров, другую работу люди найти не могут, что порождает, в свою очередь, социально-экономическую напряженность.

Прибрежное рыболовство всегда было направлено на развитие региона, ведь для обеспечения работы прибрежных судов необходима достаточно развитая береговая инфраструктура: причалы, буксиры, погрузчики, работающие ежедневно, ведь прибрежные суда заходят в порт каждые четыре-пять дней, а не один раз в полгода как суда океанического промысла. Следовательно, прибрежное рыболовство обеспечивает работой не только рыбаков, но и большое

количество береговой инфраструктуры рыбохозяйственного комплекса области.

Президент Российской Федерации в своих поручениях Правительству Российской Федерации по вопросам развития рыбохозяйственного комплекса от 16.08.2013 г. предлагает «разработать и утвердить комплекс мер по обеспечению населения качественной пищевой и иной продукцией из водных биоресурсов». Речь, в частности, идет об усилении контроля за импортными рыбными товарами, стимулировании потребительского спроса на российскую рыбу на внутреннем рынке. При этом, как и в мартовских поручениях, отмечена важность продвижения за рубежом российской рыбопродукции с высокой степенью переработки.

Также стоит отметить, что цель Государственной программы РФ «Развитие рыбохозяйственного комплекса», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 07.03.2013 г. N 315-р, – обеспечение перехода от экспортно-сырьевого типа к инновационному типу развития на основе сохранения, воспроизводства, рационального использования водных биологических ресурсов, внедрения новых технологий и обеспечение глобальной конкурентоспособности вырабатываемых российским рыбохозяйственным комплексом товаров и услуг.

К тому же в Стратегии развития рыбохозяйственного комплекса РФ на период до 2020 года (утверждена приказом Федерального агентства по рыболовству от 30.03.2009 г. N 246) к числу основных при-

Поступление охлажденного сырья на предприятия «Рыбного Союза» Мурманской области (август-октябрь 2012-2013 гг.)

Компания, потребность, тонн	2012/2013 год			
	Август, тонн	Сентябрь, тонн	Октябрь, тонн	Снижение, раз
ООО «Акватория» (400)	288/85	186/24	196/10	5,4
ООО «Баренцрыба»(350)	267/217	308/92	206/53	2,15
ООО «Рубин» (500)	340/212	375/ 72	350/111	2,63
ООО «СЗРП» (700)	501/232	245/108	388/112	2,5
ООО «РТ» (350)	140/155	190/100	206/ 50	1,76
ООО «СяфудРус» (600)	353/339	470/146	490/139	2,7
ООО «Рыбные мануфактуры» (400)	300/184	250/125	250/150	1,7
Итого:	2193/1424	2024/667	2086/625	2,32

Информация предоставлена «Рыбным союзом»



В Россию ввозят кильки из других стран, но этот объем не может в полной мере удовлетворить рынок, к тому же Эстония исторически лидирует по качеству и цене поставляемой кильки.

Заменить продукцию из кильки достаточно сложно, так как это самая дешевая рыба, которая используется в массовой переработке.

оритетных направлений государственной политики в сфере развития рыбохозяйственного комплекса отнесены: модернизация рыбоперерабатывающего сектора и развитие инновационного потенциала рыбного хозяйства; приведение стандартов качества рыбной продукции в соответствие со стандартами, применяемыми в международной практике; наращивание экспорта конкурентоспособной рыбной продукции с высокой добавленной стоимостью.

Первым делом, необходимо исключить треску и пикшу из перечня, утвержденного распоряжением № 1196-р от 14.07.2013 г., при сохранении возможности производства на судах охлажденной рыбы. Также следует увеличить квоты для прибрежного рыболовства пропорционально увеличению ОДУ для России.

Всех этих целей и задач невозможно будет достичь, оставив рыбопереработчиков без высококачественного сырья.

Большинство береговых предприятий региона ориентированы на переработку охлажденного сырья, что позволяет производить качественную продукцию как для внутреннего рынка, так и на экспорт. Инвестиции в современное оборудование и географические условия обусловили возможность предприятиям Мурманской области производить «премиум» продукт и составить конкуренцию китайским, вьетнамским и другим азиатским производителям!

Но даже мороженого сырья, которое могло бы стать альтернативой охлажденному, на сегодняшний день также не хватает.

Каким образом другие страны решают проблемы береговой переработки? У кого нам бы стоило поучиться?

– Опыт Норвегии – страны, с которой мы делим пополам ВБР Баренцева моря и которая является «законодателем моды» в рациональном использовании ресурсов, – показывает, что поставка на берег охлажденного сырья для дальнейшей переработки – это и есть главная задача для рационального использования во-

дных биоресурсов (ВБР), являющихся национальным достоянием страны!

Если посмотреть, как в Норвегии распределены ресурсы между традиционными пользователями, то мы увидим, что более двух третей общего допустимого улова (ОДУ) приходится на маломерный флот, который поставляет сырье на береговые предприятия только в свежем и охлажденном виде! По словам **Сигурда Ларсена, который работал в рыбном директорате коро-**

левства Норвегии, ныне консультанта по связям с норвежским рыболовным бизнесом, государство строго регулирует рыболовство. Основная цель этого регулирования – поддержка социальной составляющей прибрежных регионов путем обеспечения полной занятости населения, которое работает на рыбоперерабатывающих предприятиях, промысловых судах и предприятиях обеспечивающих работу РХК страны (судоремонт, производство тары и материалов, порты и т. д.).

При Министерстве рыболовства Норвегии создан Совет по мерам регулирования рыболовства, состоящий из представителей объединений рыбаков и рыбообработчиков, директоратов рыболовства и окружающей среды, науки, профсоюзов, бытовых кооперативов, регионального парламента, береговой охраны. Аналог существует и у нас – Северный научно-промысловый Совет, в котором, впрочем, нет ни одного участвующего в принятии решений голоса рыбопереработки.

Безусловно, только при таком подходе к использованию ресурсов и переработке в береговых условиях можно добиться максимального использования

добытого сырья, с наибольшей добавочной стоимостью. Конечно, для производства качественной продукции необходимо только охлажденное сырье, и оно в достатке поставляется норвежскими рыбаками на береговые предприятия страны.

В Российской Федерации отраслевое законодательство регулирует только добычу и никак не увязано с береговой инфраструктурой. Как итог такого регулирования, более 80% квотных ресурсов (треска и пикша) Северного бассейна экспортируется с низкой степенью обработки для переработки в Китае и других странах. Получается, мы поддерживаем и развиваем там перерабатывающую промышленность! Ситуация доходит до абсурда: добытчики экспортируют мороженое сырье (треску, пикшу), а переработчики импортируют из Норвегии охлажденное сырье, чтобы загрузить перерабатывающие мощности. При этом цена из Норвегии ниже, чем от российских поставщиков.

Какие вы видите пути решения проблемы нехватки сырья для предприятий береговой переработки?

– Первым делом, необходимо исключить треску и пикшу из перечня, утвержденного распоряжением № 1196-р от 14.07.2013 г., при сохранении возможности производства на судах охлажденной рыбы. Также следует увеличить квоты для прибрежного рыболовства пропорционально увеличению ОДУ для России. Кроме того, необходимо распределить «научные» квоты и квоты «третьих стран» только среди добывающих предприятий, поставляющих на берег сырье в свежем и охлажденном видах.

Данные меры позволяют сохранить существующие в регионе предприятия и задать правильное направление дальнейшего развития РХК Мурманской области, а на ее примере и во всех прибрежных регионах России.

Выводы

Рыбоперерабатывающие предприятия нашей страны действительно переживают сейчас не лучшие времена: те, которые

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

803 УЧАСТНИКА, 36 СТРАН, 18 780 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

19-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

www.agroprod mash-expo.ru



АГРО ПРОД МАШ

6–10
октября 2014

«АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2014»

6-я международная выставка-салон
«Комплектующие, агрегаты
и материалы для пищепрома»



Реклама

* Лучшая выставка России 2011–2012 гг. по тематике «Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты» во всех номинациях. Рейтинг составлен ТПП РФ и РСВЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами

Организатор:



При содействии:

Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

Генеральный
информационный
партнер:



Информационный
партнер:



Официальный
интернет-
партнер:



12+



работали на отечественном сырье естественного вылова, остались без поставщиков, а компании, работающие на импортном сырье, тоже сталкиваются с дефицитом поставок.

Ключевые игроки рынка, чтобы получить хотя бы частичную независимость по сырью, строят собственные предприятия по выращиванию рыбы, а те, кто не готов к таким затратам, налаживают отношения с крупными российскими предприятиями аквакультуры. Однако рыбоводы нашей страны на данный момент не могут обеспечить всех переработчиков сырьем в необходимом количестве.

Для того чтобы ситуация изменилась в лучшую сторону, необходимо принятие комплексных мер. В частности, важно отстаивать свои интересы на государственном уровне через отраслевые организации. Сейчас представители власти говорят о том, что необходимо развивать рыбохозяйственный комплекс страны в сторону производства конкурентоспособной продукции глубокой переработки высокого качества и обещают поддержку предприятиям, работающим в данном направлении. Осталось добиться того, чтобы данная поддержка была направлена на обеспечение наших рыбопереработчиков сырьевой базой, причем не за счет закрытия рынка для ключевых поставщиков. Важно, чтобы действия контролирующих органов по закрытию тех или иных иностранных каналов поставок сырья не были внезапными. Кроме того, необходимо законодательно обязать рыбаков обеспечивать охлажденной рыбой прибрежные предприятия. По мнению экспертов, это можно сделать за счет увеличения ставок за пользование ВБР для добывающих компаний, которые экспортируют продукцию с низкой степенью переработки, и их снижения или отмены при поставке сырья в свежем или охлажденном виде на территорию Таможенного Союза.



Сергей Гудков:

«Импорт охлажденного лосося пока удалось сохранить благодаря активной позиции российского и норвежского бизнеса – обе стороны продемонстрировали готовность к самому тесному взаимодействию с ветеринарными службами России и Норвегии по вопросам контроля качества и безопасности норвежской рыбы».

О том, как обстоят дела с сырьем для производства рыбной продукции в отрасли в целом, мы побеседовали с **исполнительным директором «Рыбного союза» Сергеем Гудковым.**

Сергей Владимирович, оправдаются ли, на Ваш взгляд, опасения участников рынка по поводу кильки? Есть ли вероятность, что переработчики вовсе останутся без данного сырья, а потребители в ближайшее время не смогут побаловать себя шпротами?

– Если говорить о текущей ситуации, то период с января по март – это самый сезон промысла, когда рыба становится пригодной для переработки в пищевых целях, однако ключевой рынок сбыта, Россия, для Эстонии закрыт. Мы находимся под угрозой сокращения рабочих мест, так как эту продукцию заменить нечем.

В Россию ввозят кильку и из других стран, но этот объем не может в полной мере удовлетворить рынок, к тому же Эстония исторически лидирует по качеству и цене поставляемой кильки.

Наряду с Эстонией, одним из основных экспортёров является Финляндия, которая поставляет «балтийскую смесь» из кильки и салаки, но в силу сложности сортировки мелкой рыбы эта смесь не годится для изготовления пресервов, а идет исключительно на консервы.

Вообще, вся килька, которая поступает на рынок России, перерабатывается в пресервы (килька пряного посола (п/п)) и консервы (шпроты, килька в томатном соусе). Эта продукция относится к эконом-сегменту и востребована в основном потребителями с невысоким доходом.

Заменить продукцию из кильки достаточно сложно, так как это самая дешевая рыба, которая используется в массовой переработке. Альтернативой могли бы стать мойва и сельдь, но из-за многократного снижения общего допустимого улова мойвы на 2014 год и роста цены на нее, а также из-за высокой цены на сельдь в данный момент, эти виды рыб не могут заменить кильку.

Российские компании на протяжении десятилетий поддерживали партнерские отношения с эстонскими поставщиками, которые имея большой спрос на свою продукцию со стороны многих стран – Украины, Дании, Польши, Молдовы – продолжали поставки в Россию. В случае долгосрочного закрытия эстонских производителей, более чем на один-два месяца, остатки сырья у российских переработчиков закончатся, и они будут вынуждены останавливать производство. Эстонские компании также не смогут хранить большой объем сырья на складах в надежде на то, что им откроют поставки и начнут его реализацию на рынки других стран. В результате на российские прилавки килька начнет поступать в уже переработанном виде из других стран, которая может быть и найдёт своего покупателя, но уже не будет таким массовым и доступным продуктом, каким она была до сих пор. Поэтому мы надеемся, что российские и эстонские ветеринарные службы в скором времени предпримут все необходимые действия, чтобы российские рыбопереработчики получили столь необходимое им сырье – кильку, а потребители не лишились дешевой, вкусной и качественной рыбы.

Вы упомянули норвежскую рыбу. Как известно, некоторое время назад Россельхознадзор приостановил по-



Важно, чтобы закрытие тех или иных иностранных каналов поставок сырья не было внезапным. Также необходимо законодательно обязать рыбаков обеспечивать охлажденной рыбой прибрежные предприятия.

Во всем мире половина потребляемой рыбной продукции выращивается искусственно, а в России этот показатель составляет всего 3%.

ставки пелегических видов рыб из Норвегии, что только усугубило дефицит сырья на российском рыбном рынке. А какова сейчас ситуация с поставками норвежской семги и форели?

– Действительно, с 1 января 2014 года Россельхознадзор ввел временные ограничения на поставки рыбы с 90% предприятий Норвегии. Наибольшее значение для российского рынка в этом контексте имеет норвежская сельдь, и хотя наши перерабатывающие предприятия запаслись ею на несколько месяцев вперед, в условиях сокращения поставок дефицит и рост цен на рынке на эту рыбу практически неизбежен.

Импорт охлажденного лосося пока удалось сохранить благодаря активной позиции российского и норвежского бизнеса – обе стороны продемонстрировали готовность к самому тесному взаимодействию с ветеринарными службами России и Норвегии по вопросам контроля качества и безопасности норвежской рыбы. Недавно по инициативе Рыбного союза и Рыбной ассоциации в рамках достигнутых в декабре прошлого года соглашений с Россельхознадзором мы провели видеоконференцию с норвежскими производителями, где определили порядок, согласно которому норвежские поставщики смогут представлять информацию о своей продукции непосредственно в информационную систему Россельхознадзора. Еще во время обсуждения подтвердили ранее достигнутую договоренность: на каждом норвежском предприятии рыбной отрасли, поставляющем продукцию в Россию и страны Таможенного союза, будет постоянно находиться специалист, ответственный за безопасность рыбы. Для проведения ветеринарной сертификации продукции он должен направлять информацию в норвежскую государственную службу по надзору за пищевыми продуктами. Предложенная схема взаимодействия должна заработать после получения согласия норвежской государственной службы по надзору за пищевыми продуктами на официальный запрос Россельхознадзора. Российские ветеринары создадут специализи-

рованный «Личный кабинет» на английском языке для норвежских производителей в государственной системе «СИРА-НО». Эта система по просьбе российских рыбопереработчиков будет дополнена показаниями, отражающими температуру рыбной продукции при транспортировке и регулярность проведения дезинфекции транспортных средств. До момента внедрения английского интерфейса результаты исследований в инициативном порядке норвежские компании могут передавать по электронной почте. По итогам переговоров была достигнута договоренность о подготовке соглашения между российскими и норвежскими рыбными ассоциациями, в котором будет отражено, кто и каким способом будет осуществлять дополнительный контроль при транспортировке рыбы, каким образом в систему будут поступать данные о качестве рыб-

ставки пангасиуса из Вьетнама. Как бы вы можете это прокомментировать?

– Российские рыбопереработчики находятся в предкризисной ситуации. Россельхознадзор вводит ограничения для основных поставщиков практически каждый месяц. Мы не знаем, как организовать производственное планирование, как договариваться с торговыми сетями, так как не знаем, каких поставок можем лишиться в ближайшее время. В то же время, из-за дефицита импортной рыбы пострадают и потребители. Например, тот же пангасиус был на российском рынке одним из самых дешевых источников белка, его охотно покупали потребители с невысоким доходом. На фоне массовых запретов поставок рыбы из других стран – Норвегии, Эстонии – это эмбарго выглядит удручающе, а ситуация – очень нервной.

По добыче каких видов сырья для продукции глубокой переработки Россия лидирует? Какими видами рыбного сырья страна полностью может себя обеспечить?

– Наша страна лидирует по добыче минтая, трески, дикого лосося и полностью может себя обеспечить данными видами сырья. Однако у нас есть проблемы с поставками трески на береговые перерабатывающие предприятия, а дальневосточный лосось поступает на европейскую часть страны в замороженном виде, поэтому потребности внутреннего рынка в охлажденной красной рыбе в европейской части России пока что в основном закрывает Норвегия и некоторые другие страны-экспортеры.

Вообще экспорт рыбы необходим, чтобы обеспечить ее видовое разнообразие на столе у россиян, но все же мы считаем одной из приоритетных задач российской рыбной отрасли развитие собственных производств по искусственному выращиванию рыбы. Во всем мире половина потребляемой рыбной продукции выращивается искусственно, а в России этот показатель составляет всего 3% (150 тыс. тонн), и последние 15 лет он не менялся. 

Сергей Гудков:

«Российские рыбопереработчики находятся в предкризисной ситуации. Россельхознадзор вводит ограничения для основных поставщиков практически каждый месяц.»

ной продукции, а также согласованы вопросы контроля при транспортировке товара. На наш взгляд, такая схема позволит следить за поступающей рыбой и обеспечивать предсказуемость в двухсторонней торговле. Однако если этот вариант по каким-то причинам не будет внедрен в жизнь, у нас есть опасения, что мы останемся без необходимого нашим переработчикам и потребителям объема поставок красной рыбы, которая станет очень дорогим продуктом на полках магазинов.

Совсем недавно пришло известие о введении Россельхознадзором ограничений с 31 января 2014 года на все по-



В период с января по сентябрь 2013 года объем российского экспорта рыбы, ракообразных, моллюсков и прочих водных беспозвоночных (ТН ВЭД 03) составил 1,256 тыс. тонн.

Объем экспорта российской рыбы и морепродуктов за рубеж увеличился

В период с января по сентябрь 2013 года объем российского экспорта рыбы, ракообразных, моллюсков и прочих водных беспозвоночных (ТН ВЭД 03) составил 1,256 тыс. тонн. За первые 9 месяцев 2012 года из России было вывезено 1,101 тыс. тонн рыбы и морепродуктов. Наблюдается прирост показателя на уровне 14%. Увеличение общего объема экспорта произошло в основном за счет роста поставок за границу мороженой рыбы (за исключением рыбного филе и прочего мяса рыб товарной позиции 0304), которая составляет 91% от всей экспортируемой рыбной продукции.

С начала 2013 года было вывезено 1,126 тыс. тонн мороженой рыбы, что на 119 тыс. тонн (12%) больше аналогичного показателя 2012 года. Причем за отчетный период 2013 года 60% (680 тыс. тонн) всей мороженой рыбы было экспортировано в Китай, 30% (349 тыс. тонн) – в Республику Корею. Еще одна важная товарная позиция, повлиявшая на рост объема экспорта рыбы и морепродуктов, – свежее, охлажденное или мороженое рыбное филе и про-

Russian Fishery Products Outflow Rises

The quantity of the Russian Federation exports between January and September of 2013 made 1 million 256 thousand tons of fish, crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates (classified under No 03 according to the TNVED, Commodity Nomenclature of foreign-economic activity). Russia exported 1 million 101 thousand tons of fishery products in the first months of 2012, which means the exports quantity increase of 14% in 2013. The total exports growth is attributable mostly to the increased outflow of frozen fish (except fish fillet and other kinds of fish classified under 0304 heading) that accounts for 91% of all the exported fishery products. 1 million 126 thousand tons of frozen fish has been exported for the last year, 119,000 tons (12%) more than in the same period of 2012. Thereby, 60% (680,000 tons) of all the frozen fish was exported during the reported period to China, 30% (349,000 tons) – to the Republic of Korea. Another important commodity item that made a significant impact on the fishery products exports growth is fresh, chilled or frozen fish fillet and other kinds of fish (including minced fish). The quantity of fish fillet and other kinds of fish exports was 84,000 tons reported for the first

Автор:

**Таисия
Манушкина.**

аналитик Fishretail.ru
+7 (812) 448-84-18
+7 (495) 721-88-57

E-mail:
taya.manushkina@gmail.com

Author:

**Taisiya
Manushkina,**

Market Expert, Fishretail.ru
+7 (812) 448-84-18
+7 (495) 721-88-57

E-mail:
taya.manushkina@gmail.com

График 1. Динамика объема экспорта товарной группы ТН ВЭД 03 «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие водные беспозвоночные» с января 2012 года по сентябрь 2013 года, тыс. тонн

Graph. 1. Dynamics of TNVED Commodity Group No 03 'Fish and crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates' exports, January – September 2013, in thousand tons

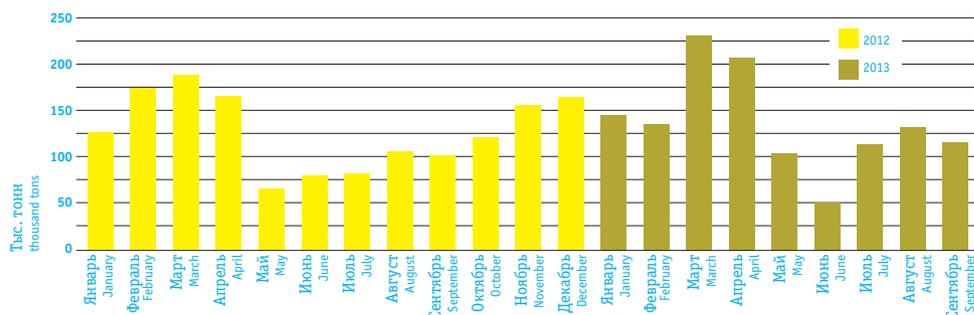


Таблица 1. Распределение объема экспорта товарной группы ТН ВЭД 03 «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие водные беспозвоночные» в разрезе товарных групп в период с января по сентябрь 2013 года, тонны. Сравнение с показателями предыдущего года, %

Table 1. TNVED 03 Commodity Group (Fish, crustaceans, shell fish and other water invertebrates) exports break-down by commodity groups, Jan.-Sept.'2013, in tons, as compared to the previous year, %

Группа ТН ВЭД / Group under TNVED	Январь-сентябрь 2013, тонны / January – September 2013, tons	Январь-сентябрь 2012, тонны / January – September 2012, tons	Прирост января-сентября 2013 к январю-сентябрю 2012, % / January – September 2013 Index increase, from the quantity exported between January and September 2012, %	Доля группы в общем объеме экспорта за сентябрь 2013, % / The group's share in total exports as per September 2013, %
Рыба живая, свежая, охлажденная, за искл. рыбного филе и прочего мяса рыб позиции 0304 / Live fish, including fresh and chilled fish, except fish fillet and other kinds of fish classified as No 0304	397	698	43%	0.1%
Рыба мороженая за искл. рыбного филе и прочего мяса рыб позиции 0304 / Frozen fish except fish fillet and other kinds of fish classified as No 0304	1,125,953	1,007,208	12%	91%
Рыбное филе и прочее мясо рыб (включая фарш) свежее, охл. или мороженое / Fish fillet and other kinds of fish (including minced fish), fresh, chilled or frozen	84,326	50,938	66%	5.7%
Рыба сушеная, соленая или в рассоле, копченая / Dried, salted fish, fish in brine, smoked fish	3,883	4,331	-10%	0.2%
Ракообразные живые, свежие, охл., мор., сушеные, соленые или в рассоле, копченые / Crustaceans, live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine, smoked	29,886	27,567	8%	1.7%
Моллюски живые, свежие, охл., мор., сушеные, соленые или в рассоле, копченые / Molluscs, including live, fresh, chilled, frozen, dried, salted molluscs or molluscs in brine, smoked molluscs	4,370	6,219	30%	0.8%
Водные беспозвоночные, кроме ракообразных и моллюсков живые, свежие, охл., мор., сушеные, соленые или в рассоле, копченые / Water invertebrates, including live, fresh, chilled, frozen, dried, salted or in brine, smoked ones, except crustaceans and molluscs	7,115	4,332	64%	0.5%
Итого / Total	1,255,932	1,101,294	14%	-

чее мясо рыб, включая фарш. За первые 9 месяцев 2013 года объем таких поставок за границу составил 84 тыс. тонн, превысив на 66% аналогичный показатель предыдущего года (51 тыс. тонн). Стоит отметить, что с начала года 44 тыс. тонн (52%) рыбного филе и прочего мяса рыб вывезли в Республику Корею, 33 тыс. тонн (39%) – в Нидерланды.

Именно Китай, Республика Корея и Нидерланды входят в тройку крупнейших стран экспорта российской рыбной продукции. С долей 49% в общем объеме экспорта товарной группы «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие водные беспозвоночные» (ТН ВЭД 03) первое место занимает Китай. В период с января по сентябрь 2013 года в эту страну было вывезено 682 тыс. тонн рыбы и морепродуктов, что на 14% больше аналогичного показателя 2012 года (599 тыс. тонн). Следующая значимая страна экспорта российской рыбной продукции – Республика Корея, охватывающая 34% общего объема поставок за границу. С начала 2013 года туда вывезли 421 тыс. тонн рыбы и морепродуктов, за первые 9 месяцев 2012 года эта величина составила 387 тыс. тонн, при-

nine months of the year, an increase of 51,000 tons (66%) from the quantity exported in the same period last year. It should be noted that 44,000 t (52%) of fish fillet and other kinds of fish have been exported to the Republic of Korea and 33,000 t (39%) – to the Netherlands in 2013 up to the current moment.

Thus, the Big Three of main importers of Russian fishery products are composed of China, the Republic of Korea and the Netherlands. The first place belongs to China with its 49% of total outflow of goods classified as 'Fish and crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates' (TNVED No 03). 682,000 tons of fish products were exported to this country between January to September 2013, 14% more than within the same period in 2012 (599,000 tons). Second in Russian fishery products imports is the Republic of Korea which seizes 34% of total exports. 421,000 tons of fish and seafood have been exported there last year with 387,000 tons delivered during the first nine months of 2013 and an increase of 9%. The top three is rounded up by the Netherlands that owns 10% of total Russian fishery products exports. Fishery products exports to the Netherlands between

Таблица 2. Десятка крупнейших стран экспорта товарной группы ТН ВЭД 03 «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие водные беспозвоночные» в период с января по сентябрь 2013 года, тонны. Сравнение с показателями предыдущего года, %

Table 2. The Top Ten Countries of TNVED Commodity Group No 03 'Fish and crustaceans, shell fish and other aquatic invertebrates' exports, January - September 2013, in tons, as compared to the previous year. %

№	Страна экспорта / Country of exports	Январь-сентябрь 2013, тонн / January - September 2013, tons	Январь-сентябрь 2012, тонн / January - September 2012, tons	Прирост января-сентября 2013 к январю-сентябрю 2012, % / January - September 2013 Index increase, from the quantity exported between January and September 2012. %	Доля страны в общем объеме экспорта данной товарной группы, % / The country's share in total commodity group exports. %
1	Китай / China	682361	598813	14%	49%
2	Республика Корея / The Republic of Korea	420671	386729	9%	34%
3	Нидерланды / The Netherlands	72265	29110	в 2,5 р.б.	10%
4	Япония / Japan	46085	50712	-9%	4%
5	Азербайджан / Azerbaijan	1543	1924	-20%	0,5%
6	Канада / Canada	939	94	в 10 р.б.	0,4
7	Польша / Poland	636	716	-11%	0,3%
8	Украина / Ukraine	3233	4310	-25%	0,3%
9	Норвегия / Norway	2083	1959	6%	0,2%
10	Киргизия / The Kyrgyz Republic	3100	2628	18%	0,2%

рост показателя равен 9%. Замыкают тройку лидеров Нидерланды, на долю которых приходится 10% от общего объема вывоза рыбной продукции из России. За январь-сентябрь 2013 года объем поставок рыбы и морепродуктов в Нидерланды составил 72 тыс. тонн, превысив показатель января-сентября 2012 года – 29 тыс. тонн – в 2,5 раза.

По данным Fishretail, на 44-ой неделе 2013 года в Москве по большинству позиций отмечена положительная динамика средних оптовых цен на рыбу. Наиболее подорожала тушка кальмара – на 5,6% до уровня 99,44 руб./кг. Сайда б/г и окунь б/г (калибр 200-500+) поднялись в цене на 1,3%, их стоимости равны 88,93 руб./кг и 148,37 руб./кг соответственно. На 0,1% увеличились средние оптовые цены на минтай б/г и тушку хека до 63,16 руб./кг и 94,07 руб./кг соответственно. Тушка сельди (300-350+) подешевела на 0,7% до уровня 62,23 руб./кг, горбуша с/г – на 0,9% до уровня 85,90 руб./кг. На 1,0% уменьшилась средняя стоимость путассу до 31,34 руб./кг. Оптовая цена на треску б/г упала на 1,4% до показателя 92,43 руб./кг.

В Санкт-Петербурге на 44-ой неделе 2013 года также наблюдалась положительная динамика средних оптовых цен на рыбу. Сайда б/г продолжает расти в цене и теперь составляет 90,98 руб./кг, прирост показателя равен 3,7%. На 1,2% подорожал минтай б/г, его средняя стоимость достигла 63,68 руб./кг. Тушка хека стоит на 1,0% больше – 93,72 руб./кг. На 0,4% до 154,90 руб./кг увеличилась оптовая цена на окуня б/г (калибр 200-500+), на 0,3% до 54,79 руб./кг – на тушку сельди (300-350+), на 0,2% до 102,93 руб./кг – на треску б/г. Путассу за неделю подешевела на 1,0% до 28,02 руб./кг. Средняя стоимость горбуши с/г упала на 2,1% до значения 94,12 руб./кг. Снижение оптовой цены на уровне 2,9% зафиксировано относительно тушки кальмара, теперь она стоит 83,99 руб./кг. **24**

January to September 2013 is reported as 72,000 tons exceeding the exports index of January-September 2012 (29,000 tons) in 2,5 times.

According to Fishretail, the average wholesale prices for fish in Moscow are characterized by upward trend among the most of the products during in the 44th week of 2013. The highest increase was reported for squid body price that rose by 1.3% up to 99.44 Rubles per kilo. Headed coalfish and perch (with a caliber equal to 200-500 +) grew up 1.3% in price, which made it 88.93 and 148.37 Rubles per kilo, respectively. The growth of average wholesale prices for headless pollack and whole hake made 0.1% reaching the level of 63.16 and 94.07 Rubles per kilo, respectively. The price of whole herring price (300-350+) went down 0.7% to make 62.23 Rubles per kilo, price of humpback salmon with head went down 0.9% to make 85.90 Rubles per kilo. Average cost of poutassou went down 1.0% and made 31.34 Rubles per kilo. Wholesale price for headless cod went down 1.4% reaching into the 92.43 Rubles bracket for kilo.

Saint-Petersburg fishery products market also showed upward trend with regards to average prices. Headless coalfish price keeps on growing and makes now 90.98 Rubles per kilo with an increase of 3.7%. Price of headless pollack rose by 1.2%, now it values at 63.68 Rubles per kilo in average. Whole hake has grown by 1.0% higher in price, which is 93.72 Rubles per kilo now. The price for headless perch (with a caliber equal to 200-500 +) increased by 0.4% (154.90 Rubles per kilo), for herring's whole round (300-350+) – by 0,3% to the level of 54.79 Rubles per kilo, for the headed cod – by 0.2% to make 102.93 Rubles per kilo. Poutassou price went down 1.0% to 28.02 Rubles per kilo this week. Average price of humpback salmon with heads went down 2.1% and made 94.12 Rubles per kilo. The decrease of 2.9% was reported for the price for squid body which costs now 83.99 Rubles per kilo. **25**

The quantity of the Russian Federation exports between January and September of 2013 made 1 million 256 thousand tons of fish, crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates (classified under No 03 according to the TNVED, Commodity Nomenclature of foreign-economic activity).

К недобросовестным рыболовецким компаниям будут применены жесткие санкции

Заместитель министра сельского хозяйства Российской Федерации – руководитель Росрыболовства Илья Шестаков провел переговоры с Министром Министерства по морским делам и рыболовству Республики Корея Юн Чжин Сук.



Юн Чжин Сук сообщила, что с конца января в республике вступают в силу анонсированные ранее для России поправки в законодательство, направленные на пресечение поступления на корейский рынок водных биоресурсов, добытых при ННН промысле в водах России. Министр особо отметила, что тем самым будет перекрыт и транзит такой продукции через территорию южнокорейской республики в третьи страны. Таким образом, по ее словам, Республика Корея надеется на скорейшее начало переговоров по предоставлению Россией квот на вылов ВБР на 2014 год.

Кроме того, корейская сторона подтвердила свою готовность инвестировать в рыбохозяйственный комплекс Приморского региона.

Еще одной темой переговоров стала ситуация с корейскими компаниями, незаконно контролирующими российских рыбодобытчиков. Так, присутствовавший на переговорах представитель **Федеральной антимонопольной службы России Армен Ханян** отметил следующее. Несмотря на то, что корейский капитал формально вышел из российских промысловых структур, контроль через заключенные притворные соглашения фактически остался над 25-ю российскими предприятиями. Этому у ФАС есть все доказательства.

На встрече было отмечено, что Россия намерена применить самые жесткие санкции как в отношении аффилированного российского бизнеса (предполагается лишить их квот), так и в отношении конкретных корейских бизнесменов – их не допустят к промыслу в российских водах, осуществляемому по межправительственному соглашению.

Rosinvest.com

Промысловая рыба в Азовском море

Азовское море, всегда считавшееся рыбным местом, теряет большой потенциал. Государственная экологическая инспекция Министерства природы Украины констатирует снижение показателей промышленного вылова пелингаса, камбалы и калкана в три-четыре раза.

И это только за последние 10-15 лет! Что ожидает Азов в дальнейшем? Полное исчезновение всех видов промысловых рыб? Да, если немедленно не принять продуманные и адекватные меры.

Спасти от безрыбья самое продуктивное на планете море можно, только введя строгие ограничения на лов, считает **Геннадий Молодан – директор национального парка «Меотида»**. По его словам, только совместно принятые жесткие меры, как с российской, так и с украинской стороны, способны решить вопрос отсутствия промысловых видов рыб в Азовском море. Например, полностью запретить промышленный вылов минимум на пятилетний срок.



Конечно же, в данном случае речь не идет о рыбаке, приехавшем на отдых в ту же Кирилловку с целью отвлечься от будней с удочкой в руках. И местные жители, подцепившие на крючок пару-тройку рыбешек на уху, под наказание не попадают. Однако, каждый, кто решил выйти на морской промысел с тралом или сеткой, должен знать, что ему светит статья со всеми вытекающими неприятностями. Это – строгие меры, но только при их соблюдении появится возможность спасти Азовское море от опустошения. Вполне понятно, что в случае запрета промышленного вылова рыбы неизбежно пострадают приазовские рыбаки, живущие за счет данного промысла. И для того, чтобы введенные по спасению Азова меры не стали критическими для населения, проживающего в тех же Першотравневом и Новоазовском районах, для людей следует продумать альтернативные источники заработка.

Несколько продуманной будет предлагаемая межгосударственная программа по спасению промысловых видов азовской рыбы, каким образом будет обеспечен контроль за ее исполнением, и как решится вопрос заработка для рыбаков Приазовья, покажет будущее. По большому счету, даже установлен-

ные на ряде баз отдыха веб-камеры отобразят наличие в акватории лодок и судов, ведущих масштабный вылов пелингаса, калкана и камбалы. Или их отсутствие.

То, что решительные меры по охране и воспроизведению рыбных запасов нужны, несомненно. И если уж люди довели Азовское море до такого состояния, то на их совете и вернуть ему прежнее рыбное богатство.

Главное

Президент России подписал закон о порядке банкротства сельхозпредприятий

Президент РФ Владимир Путин подписал закон о порядке банкротства сельхозпредприятий, соответствующий документ опубликован на официальном портале правовой информации.

Закон предусматривает, что дело о банкротстве может быть возбуждено только в том случае, если задолженность сельскохозяйственной организации превысит 500 тыс. рублей (для остальных должников – 100 тыс. рублей) и если требования кредиторов к сельхозорганизации не были исполнены в течение трех месяцев (в первом чтении – шести месяцев).

Согласно закону, в случае если имущественный комплекс сельхозорганизации-должника не был продан на торгах, на продажу единым лотом выставляется ее имущество, которое используется для производства сельхозпродукции.

Преимущественное право выкупа такого лота получают сельхозпроизводители, владеющие участком, прилегающим к участку банкрота. При отсутствии таких лиц преимущественное право выкупа лота дается сельхозпроизводителем, расположенным в данной местности, а также соответствующему субъекту РФ или органу местного самоуправления.

Прайм

Объем вылова рыбы в 2013 году в Краснодарском крае вырос на 38%

Вылов водных биологических ресурсов рыбодобывающими предприятиями края на всех водоемах с января по ноябрь прошедшего года составил 22 тыс. тонн.

Данный показатель на 6 тыс. тонн превышает количество вылова 2012 года в аналогичный период. При этом объем вылова рыбы вырос на 38%. Об этом заявил



во время краснодарской пресс-конференции, **Сергей Гаркуша – министр сельского хозяйства России**.

По словам Сергея Гаркуши, значительное увеличение количества вылова водных биоресурсов непосредственно связано с повышением количества рыбодобывающего флота, который был задействован в прошлом году, в процессе промысла хамсы, благоприятной промышленной обстановкой, а также проведенной модернизацией судов.

Министр пояснил, что хамса – основной объект промысла. За прошлый год было добыто 17 тыс. тонн хамсы. Это составляет 77% от общего количества всех водных биоресурсов, которые были добыты в крае в указанный период. Данный объем вылова в два раза превышает вылов 2012 года – 8,1 тыс. тонн. В общем рыбодобывающим флотом выловлено 19,3 тыс. тонн. Вместе с этим в промысле было задействовано 13 судов.



В прошлом году предприятия края были значительно увеличен вылов пиллингаса, тарани и судака. С начала 2013 года вылов судака составил более 88,5 тонн, а тарани 308 тонн. Данные показатели в 2,5 раза превышают аналогичный период 2012 года. В результате промысел судака в мае 2013 года был закрыт. Вылов бычка в прошлом году составлял 2,5 тыс. тонн. Данный показатель на 0,7 тыс. тонн меньше аналогичного за период 2012 года.

Prodmagazin.ru

Россия запретила поставки рыбной продукции из Эстонии

Россельхознадзор с 9 января запретил поставки в Россию молочной и рыбной продукции 11 предприятий Эстонии.

Как сообщает ведомство, запрет на ввоз рыбы и рыбной продукции касается шести предприятий. Ранее руководитель службы Сергей Данкверт заявил, что решение об ограничении поставок принято по итогам инспектирования молочных и рыбных предприятий Эстонии.

Интерфакс



Автор:



Елена Максимова

Рыбная продукция: потребительский спрос и ожидания

Казалось бы, российский рыбный рынок сегодня достаточно насыщен. На нем присутствует и охлажденная рыба, и замороженная, и продукты глубокой переработки различных категорий и ценовых сегментов. Однако что думают потребители о степени насыщенности рынка рыбной продукцией? Какие товары в данной категории пользуются у них особым спросом, как часто наши соотечественники потребляют рыбу в различных ее вариациях и чего ожидают от производителей и поставщиков? Об этом мы спросили самих потребителей и делимся с вами результатами.

Рыбный день хоть каждый день?

Всем известно, что Россия не входит в число стран, отличающихся высоким потреблением рыбы. Были времена, когда наших соотечественников даже законодательно обязывали включать ее в рацион. Так, в 30-е годы вышло постановление Наркомснаба СССР «О введении рыбного дня на предприятиях общественного питания», автором которого был Анастас Микоян. Введение рыбного меню для населения было вызвано спадом производства мяса и борьбой с не-

достатком белков в рационе. Позже, в 1979 году, ЦК КПСС издал повторное постановление о введении «рыбного дня». На этот раз причиной его введения стала не только нехватка мясной пищи, но и желание руководства страны увеличить производство рыбной продукции.

На этот раз за рыбным днем был закреплен постоянный день недели – четверг. Многие предприятия общественного питания в этот день не включали в меню никаких мясных блюд, что, кстати, вызывало недовольство у рабочих и служащих.

Сегодня наши соотечественники потребляют рыбную продукцию совершенно добровольно, и большинство из них, как оказалось, делает это чаще, чем раз в неделю. Так, 40% опрошенных ответили, что готовят блюда из свежей или замороженной рыбы не реже, чем два-три раза в неделю. 40% респондентов отдают предпочтение рыбной продукции глубокой переработки – филе, стейкам, консервам и пресервам, причем как из рыбы, так и из морепродуктов и рыбной икры. Данную продукцию эти респонденты тоже потребляют

в среднем более шести раз в месяц. Наконец, 20% опрошенных отметили, что покупают рыбу крайне редко. Эти потребители балуют себя пресервами и снеками из рыбы и морепродуктов не чаще двух раз в месяц, причем жители Санкт-Петербурга, вошедшие в эти 20%, не могут себе отказать в удовольствии приобретать и готовить корюшку в сезон путины.

Обратим внимание: ни один из опрошенных не отметил, что вовсе не потребляет рыбную продукцию или приобретает ее, скажем, только по праздникам, однако среди респондентов также не было ни одного человека, который был бы готов есть рыбные блюда каждый день. Все же для наших соотечественников важно включать в свой рацион разнообразные продукты. Кстати, попытка разнообразить свое питание и сделать его более здоровым – основная причина, по которой потребители приобретают рыбу и рыбную продукцию. Это отметили в своих ответах 90% опрошенных.

Консерваторы или экспериментаторы?

Российский рынок рыбы и морепродуктов достаточно разнообразен. Здесь присутствуют как традиционные, давно привычные для нас товары – тресковые, красная рыба, сельдь и т. д., так и продукция, с которой наши потребители только начинают знакомиться – тилапия, морской окунь, сибас.

По результатам нашего исследования, 60% респондентов готовы приобретать новые виды рыб, которые появляются на рынке, особенно если цена на них адекватна. Однако 20% опрошенных отметили, что хотели бы, чтобы к такой продукции прилагались рецепты блюд, которые можно из нее приготовить. 10% опрошенных признали, что с опаской относятся к новым видам рыбной продукции, остальные 20% респондентов воздержались от ответов.

Таким образом, большинство наших соотечественников все же готовы пробовать новую рыбную продукцию, а это говорит о том, что производители могут развивать свою ассортиментную линейку, в том числе за счет пополнения ее новыми видами рыбы.

Требования к продукции

Рыбная продукция скоропортящаяся, поэтому относится к группе про-

Об исследовании

В анкетировании приняли участие жители Санкт-Петербурга (80%) и Москвы (20%). Возраст респондентов – от 30 до 40 (60%), от 50 до 65 (40%) лет.

Вопросы, заданные потребителям в ходе исследования:

Потребляете ли вы рыбные продукты/рыбу?
Что именно?

Каковы ваши потребности в отношении рыбных товаров?

Какие требования предъявляете к упаковке рыбных товаров, к самой рыбе, к информации, к месту продажи?

В каком виде предпочитаете покупать продукцию данной категории?

Какие факторы стимулируют, а какие, наоборот, препятствуют вашей покупке рыбных товаров?
Какие виды рыб вам известны?

Как относитесь к нетрадиционным видам рыбы и будете ли ее приобретать, если она появится?

Как относитесь к рыбе на льду и упакованным рыбным товарам?
Что вызывает больше доверия?

довольственных товаров высокой степени риска, и потребители это прекрасно понимают. Как следствие, большинство наших соотечественников очень внимательно относятся к выбору рыбной продукции.

Все опрошенные ответили, что при выборе охлажденной продукции они обращают внимание на запах. Отметим, что респонденты в возрасте от 30 до 35 лет доверяют точкам розничных продаж, где рыба хранится на льду: они считают данный способ хранения надежным. Респонденты же более старшего возраста не считают хранение на льду панaceей: они выбирают рыбу по состоянию ее глаз

и жабр, а также смотрят, чтобы в продукте не присутствовали признаки предварительной заморозки – чтобы мясо не было водянистым.

Вопреки ожиданиям некоторых маркетологов живая рыба не пользуется популярностью среди потребителей ввиду того, что условия ее жизни в магазинных водоемах вызывают у наших соотечественников серьезное недоверие.

По поводу упакованной продукции большинство опрошенных отметило, что упаковка должна быть прозрачной, выглядеть аккуратно и добротно, четко читаемыми должны быть дата и время выработки, при этом целостность упаковки не должна быть нарушена. 20% респондентов отдают предпочтение упаковке оформленной грамотно с точки зрения дизайна: «должно быть видно, что над ней работал профессиональный дизайнер который знает, как компоновать текст и рисунки, умеет находить правильные цветовые решения». По мнению данных потребителей, выполненная со вкусом упаковка говорит о солидности производителя.

Что касается розничных точек продаж, 60% респондентов отметили, что больше доверяют специализированным рыбным магазинам, чем супер- и гипермаркетам, 40% анкетированных воздержались от ответа.

Ожидания от производителей и розничной торговли

Несмотря на широкий ассортимент и, казалось бы, достаточно развитую сеть розничной реализации рыбной продукции, потребители все же хотят большего. Так, 10% опрошенных хотели бы видеть на прилавках более обширный ассортимент свежей морской рыбы. Еще 10% респондентов отметили, что им не хватает специализированных рыбных магазинов в пешей доступности. 20% респондентов хотели бы видеть на прилавках магазинов полностью готовые рыбные блюда, которые можно было бы приобрести на развес и разогреть в микроволновке.

Наконец, все потребители хотели бы видеть максимально свежую продукцию, причем чтобы продавцы, работающие с ней, следили за чистотой рук и могли по требованию предъявить санитарные книжки. **□**

ХИХ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ

БИЗНЕС САММИТ FOOD & RETAIL RUSSIA 2014 & DROGERIE



Москва.
Отель
Korston

В центре дискуссии:

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ МАГАЗИНА

Новый формат! ПЕРСОНАЛЬНЫЕ СЕССИИ:



Сэр Терри Лихи
Впервые в России!
Легендарный CEO Tesco!
Эксклюзивная фокус-сессия.
Закрытая сессия вопросов
и ответов для CEO



Илья Якубсон,
Президент ГК «ДИКСИ»



Julio Duarte,
Вице-президент
сети Żabka Polska



Владимир Садовин,
Генеральный директор
Азбука Вкуса



Мэтт Аргано,
Старший вице-президент
по персоналу сети
The Fresh Market



О ПЕРСПЕКТИВНЫХ
КОНЦЕПЦИЯХ:
В ДЕТАЛЯХ,
НА ЛИЧНОМ ОПЫТЕ

- **Food to go**
или как продается еда для перекуса.
- **Shop-in-Shop.** Специализированные
магазины внутри магазина.
- **Pick-up.** Пункты выдачи
интернет-покупок в магазине.
И система организации продаж.
- **Экспресс ритейл.** Почему время реально
стоит денег. И как это работает.
- Кафе, зона дегустации в магазине.
- **Fresh.** Меню модных концепций
организации продаж свежей продукции.
- **СТМ.** Как private labels
становятся большими брендами.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ СЕКЦИИ:

- ПРЕМИАЛЬНЫЙ FOOD RETAIL
- КОСМЕТИЧЕСКИЙ И АПТЕЧНЫЙ РИТЕЙЛ



+7 (495) 785-22-06



info@b2bcg.ru



www.b2bcg.ru

Получите скидку 10%! Кодовое слово: **Терри Лихи**

На правах рекламы. 16+

BBCG
B2B Conference Group

Подготовила: **Светлана Карельская**

Информация предоставлена Федеральным агентством по рыболовству

Требования к маркировке рыбной продукции ужесточатся

По заверению специалистов, к концу наступившего года ужесточатся требования к маркировке продуктов питания из-за вступления в силу новых европейских правил размещения информации о продуктах питания на упаковках. Это позволит потребителю совершать более взвешенный выбор.

Catch area FAO 27		
Commercial designation: TURBOT		FAO TUR
Scientific name: <i>Scophthalmus maximus</i>		
Net weight	Presentation	
Supplier: ID: X - Virgen de Guia - XX - YY	Address: Garcia Barbón, 5	External X JJ
MS xx-yyy-zz FF		

1.

Production method and Catch area: Caught in Bay of Biscay		Gear category: Trawler
Commercial designation: TURBOT		FAO TUR
Scientific name: <i>Scophthalmus maximus</i>		
Net weight	Presentation: Defrosted	
Supplier: ID: X - Virgen de Guia - XX - YY	Address: Garcia Barbón, 5	External X JJ
		Date of minimum durability: DD/MM/YYYY
	MS xx-yyy-zz CE	

2.

Маркировка рыбопродукции ЕС до (1) и после 2013 года (2)



В новых правилах установлен минимальный размер букв – 1,2 мм – и оговаривается наличие контрастного фона. Обязательную информацию надо будет располагать на видном месте, она должна хорошо читаться.

нимателя предоставлять информацию о способе обработки продуктов питания, это требование не было достаточно эффективным. Обозначение даты заморозки – новое требование, которое дает потребителю необходимую информацию о свойствах и качестве продукта.

В Евросоюзе некоторые ужесточения требований к информации на этикетках рыбной продукции вступили в силу уже с середины декабря прошлого года. Согласно им, маркировка должна включать дату окончания минимального срока годности и информацию о том, была она разморожена или нет. Производители также обязаны прописывать научное название рыбы, из которой произведен продукт, более конкретное описание того, где была поймана рыба и информацию об используемых орудиях лова.

«Аналогичная маркировка предусмотрена и в техническом регламенте «О безопасности рыбы и рыбной продукции», который на данный момент проходит обсуждение на площадке Таможенного союза, –



Тимур Митупов,
руководитель Аналитического
центра информационного
агентства по рыболовству:

«Не секрет, что например, в рыбной консервации около 20% составляет фальсифицированная или контрафактная рыбопродукция. Надеюсь, что с принятием таможенного документа доля некачественной продукции значительно уменьшится.»

сообщил **руководитель Аналитического центра информационного агентства по рыболовству Тимур Митупов.** – Такая практика необходима, прежде всего для того, чтобы оградить нашего потребителя

от некачественной или фальсифицированной рыбопродукции. В техрегламенте предусмотрена прослеживаемость продукции от момента вылова до ее поступления на прилавок магазина. Не секрет, что например, в рыбной консервации около 20% составляет фальсифицированная или контрафактная рыбопродукция. Надеюсь, что с принятием таможенного документа доля некачественной продукции значительно уменьшится».

Новые требования, согласованные в рамках новой организации Общего Рынка, будут применяться как к расфасованной, так и к нерасфасованной продукции, для которой информация может быть предоставлена через плакаты или листовки.

В дополнение к обязательной информации производитель будет иметь возможность включать дополнительную информацию, такую как дата вылова, дата сбора продукции аквакультуры или информацию о порте, в котором продукты были выгружены. **РС**

ИННОВАЦИЯ ОТЛИЧАЕТ ЛИДЕРА ОТ ДОГОНЯЮЩЕГО. —Стив Джобс

Как остаться на плаву в море перемен?

Пополняющийся список выращиваемых рыб, переменчивый рынок сырья и сложные экологические проблемы создают необходимость постоянно совершенствовать процесс производства аквакормов. Компания «Венгер» — многолетний лидер на рынке экструзионных технологий — использует инновационные подходы для решения этой задачи. Последние разработки компании «Венгер»: конусообразная матрица трубчатого типа и расширяющийся конусный шнек, позволяющие в 3–5 раз увеличить производство экструдата малого диаметра по сравнению с экструдером классической конструкции; двухшнековый экструдер, который дает возможность повысить уровень ввода жидких компонентов, в том числе рыбной суспензии и масла; НІР-кондиционер с регулятором интенсивности смешивания для производства кормов различных рецептов, например с высоким содержанием крахмала, клетчатки или масла.

И это еще не полный список разработок.

Свяжитесь с нами уже сегодня. Наши новые идеи способны удовлетворить потребности развивающегося рынка аквакультуры.

Превращая намерения в возможности
ПЕРЕДОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО КОРМОВ

Что принесет завтрашний день



RUSSIA +7 812 335 06 45

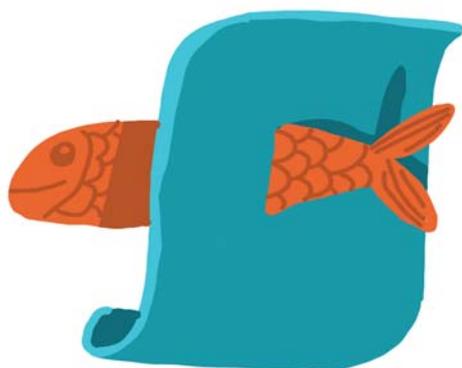


wenger.com

BELGIUM TAIWAN BRASIL CHINA TURKEY INDIA

Рыбная отрасль: итоги 2013 года

Прошедший год можно назвать действительно знаковым для рыбной отрасли. Рассмотрим, благодаря каким событиям это произошло и как они отразятся на игроках рыбного рынка в году наступившем.



Долгожданный закон

Летом 2013 года произошло то, чего вся отрасль ждала на протяжении многих лет: президент России подписал Федеральный закон №148 «Об аквакультуре (рыбоводстве) и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», принятый Госдумой в третьем чтении. Отечественная аквакультура, наконец, получила правовой фундамент, которого ей так не хватало.

Механизм доступа к использованию естественных водоемов посредством рыбоводных участков и право собственности на полученный предпринимателем ресурс входят в число главных предметов принятого закона. Согласно документу, объекты аквакультуры отдаются в собственность рыбоводным хозяйствам, а право собственности для предприятий аквакультуры пастбищного типа отныне регулируется граждан-

ским законодательством и посредством договора пользования рыбоводным участком.

Однако у закона, регулирующего деятельность предприятий аквакультуры, есть существенный недостаток: по факту, он не может работать в полную силу, пока не будут готовы все подзаконные акты.

В том числе до сих пор не решен вопрос по субсидированию, что очень негативно сказывается на отрасли. Дело в том, что с конца прошлого года действует постановление правительства о субсидировании части затрат на уплату процентов по новым кредитам, в котором производители аквакультуры, в отличие от предыдущего постановления, не указаны в качестве получателей дотаций.

ФАС уполномочен заявить

Безудержное служебное рвение продемонстрировала в этом году Федеральная антимонопольная служба. В своем скандальном письме руководство ФАС предложило отменить исторический принцип распределения квот, но идея была встречена в штыки рыболовным сообществом. И, надо сказать, причины для этого имелись: за прошедшие годы в отрасли возникли крупные игроки, которые могли разом лишиться заслуженных квот.

Осознав это, представители ФАС попытались объяснить свое предположение борьбой с «рыбными рантье». «Там ничего нет, а деньги идут.



Не проще отдать тем, кто хочет работать? Мы именно за такую модернизацию исторического принципа, чтобы тот, кто действительно развивает это хозяйство, пользовался колоссальными преференциями, а те, кто превратился в рантье, ушли», – высказался **статс-секретарь-замруководителя ФАС Андрей Цариковский** на одной из пресс-конференций в октябре прошлого года.

Надо сказать, что такая постановка вопроса имеет смысл: без рантье цены на рыбу действительно упадут, а отрасль сможет вздохнуть полной грудью. Потребители, как и добродородные рыболовы, от этого только выиграли бы. Тем не менее, изначальный подход к проблеме настроил против ФАС буквально всех представителей рыбацкого сообщества. Скорее всего, впереди нас ждут новые предложения антимонопольщиков. Только пусть уж они будут более взвешенными.



А вот борьба ФАС с незаконным присутствием иностранцев в рыбной отрасли заслуживает особого внимания. В прошлом году антимонопольщики признали незаконной деятельность китайской Pacific Andes, контролировавшей до 60% улова российского минтая. С этого началась активная кампания по возвращению отрасли отечественному бизнесу. Однако некоторые предприятия, аффилированные с китайским капиталом, до сих пор не удалось вырвать из цепких лап китайской корпорации.

Летом 2013 года досталось корейским компаниям, которые незаконно вылавливали порядка 220-250 тыс. тонн минтая.

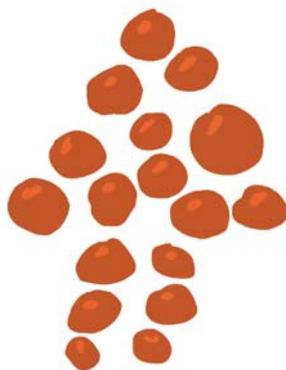
Неприкаянный флот

Еще одно событие – приватизация Архангельского тралового флота. Отдать предприятие в частные руки пытались несколько раз, причем безуспешно. В прошлом году правительство подошло к цели как никогда близко. Двое участников даже подали финальные оферты. Ими стали «Интрарос» в составе компании «Русское море – Добыча» (предложил 2,117 млрд рублей) и «Вирма» из группы «Северо-Западный рыбопромышленный консорциум» (2,2 млрд рублей).

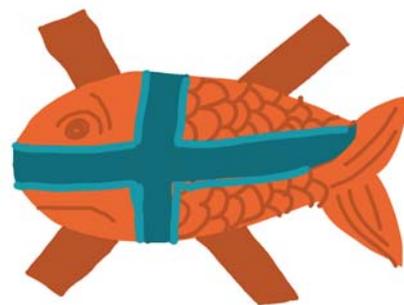
Власти собирались подвести итоги еще 13 декабря, но даже на конец прошлого года от правительства не было никаких вестей. Непонятно и по какому принципу будет выбран владелец 100% акций АТФ. Изначально предполагалось, что государство будет учитывать прежде всего неценовые факторы. Но внезапно **руководитель Федерального агентства по управлению государственным имуществом Ольга Дергунова** заявила, что иных критериев и правил, кроме ценового, не существует.

Дорогая икра

В середине года красная икра, один из главных продуктов русской национальной кухни, стала очень быстро дорожать. В июле отпускные цены рыбоводчиков на Камчатке выросли в среднем на 40% и составили 2,1-2,5 тыс. рублей за килограмм. Поначалу причиной роста цен стал слабый показатель вылова, но затем ситуация постепенно улучшилась, и рыбаки добыли 400 тыс. тонн рыбы лососевых пород, что привело к крайне неприятной ситуации. Дело в том, что о дефиците красной икры узнали американцы и тут же поставили на российский рынок 5 тыс. тонн замороженной икры из Аляски, что составляет примерно треть от ежегодного объема потребления этого продукта в России. «Американскую икру растаможивали по \$7 за килограмм, с легкостью продавали по 400-600 рублей за килограмм и таким образом уронили рынок», – рассказал **официальный представитель Росрыболовства Александр Савельев**.



При этом цены на икру не были серьезно снижены. «Дело в том, что рыбопереработчики закупают ястык (необработанную икру) на весь год, а не пополняют запасы раз в три месяца. Соответственно, розничная цена формируется именно в период закупки сырья», – объяснил ситуацию **исполнительный директор «Рыбного союза» Сергей Гудков**. Исходя из этой логики можно предположить, что в этом году икра подешевеет.

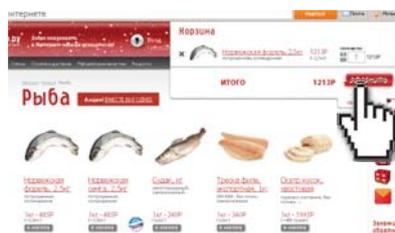


Россияне больше не увидят норвежской рыбы?

Норвежская семга весь год остается в фокусе внимания отрасли по разным причинам. Летом этого года ФАС выявила картель поставщиков семги и форели из Норвегии. Антимонопольщики утверждают, что в картеле участвовало порядка 10 российских компаний. Даже Россельхознадзор был обвинен в заключении антиконкурентного соглашения с Ассоциацией производителей и торговых предприятий рыбного рынка.

На протяжении всего года разразился конфликт между Россельхознадзором и производителями норвежской рыбной продукции. В апреле 2013 отечественные ветеринары обнаружили живых личинок нематоды в партии норвежской трески, а в декабре ветеринарную проверку не прошла партия трески от другой норвежской компании. Тогда глава Россельхознадзора заявил, что норвежское производство не соответствует санитарным нормам. В результате с 1 января 2014 года в Россию прекращен ввоз некоторых сортов норвежской рыбы. Запрет коснется прежде всего трески, пишки, семги и атлантической сельди.

И если с дефицитом сельди отечественные рыболовы еще могут как-то справиться, то запрет на ввоз норвежской семги оставит россиян без охлажденной рыбы. Помимо Норвегии, привезти семгу в Россию можно только из Чили, Шотландии и Фарерских островов. Но даже здесь речь идет о замороженном продукте. Охлажденная рыба «живет» всего 14 дней и попросту не успеет доехать до российских берегов. В сложившейся ситуации остается надеяться только на отечественные предприятия аквакультуры, которые, впрочем, на данный момент не смогут полностью покрыть потребность рынка в красной рыбе. **РБ**



Многие наши соотечественники, покупая рыбу, считают своим святым долгом «посмотреть ей в глаза, заглянуть за жабры». Поэтому посещаемость сетевых супер- и гипермаркетов чрезвычайно высока.

Реализация свежей рыбной продукции

Подготовила:



Елена Максимова

Один из ключевых вопросов, волнующих производителей, – реализация продукции. Если же речь заходит о товарной категории, относящейся к сегменту fresh, такой как рыба и продукция из нее, то вопрос своевременной доставки конечному потребителю стоит особенно остро. Сегодня можно встретить несколько способов реализации производителями своих товаров: через сетевую розницу, магазины фирменной торговли и посредством Интернет-продаж.

Онлайн-магазины

Последний способ, пожалуй, наиболее бюджетный: предпринимателю не нужно тратить деньги на аренду помещения и оформление магазина, платить зарплату персоналу – достаточно за небольшие деньги создать сайт магазина, куда можно выложить красивые фотографии продукции. А некоторые начинающие предприниматели и вовсе обходятся бесплатными аккаунтами в соцсетях.

Однако у Интернет-магазинов есть свои издержки. В частности, большин-

ство потребителей хочет воочию посмотреть на продукт, потрогать его, особенно если дело касается свежей цельной рыбы. Многие наши соотечественники, покупая рыбу, считают своим святым долгом «посмотреть ей в глаза, заглянуть за жабры». Кроме того, в Интернете очень большая конкуренция, и можно легко затеряться.

Взаимодействие с ритейлом

Посещаемость сетевых супер- и гипермаркетов чрезвычайно высока,

поэтому в них высок и процент продаж товаров. Однако для того чтобы работать с сетями, необходимо соблюдать правила игры, выдвигаемые ритейлерами: предлагать качественный товар, причем желательно не по самой высокой цене и в качественной, удобной упаковке, а также обеспечивать своевременность и бесперебойность поставок.

Если крупные поставщики достаточно просто могут справиться с задачами, которые им ставит сетевая розница, то небольшим производителям крайне сложно обеспечивать предприятиям ритейла необходимые объемы и широкий ассортимент поставок. Для решения этой проблемы эксперты предлагают создавать межрегиональные оптовые терминалы, которые будут обеспечивать целый комплекс услуг и позволять осуществлять круглогодичные поставки продукции.

И хотя, по мнению участников рынка, вопрос создания подобных объединений предпринимателей должен решаться системным образом, на уровне федеральных программ по развитию местного производства, в российской практике уже есть примеры реализации подобных проектов. Об одном из них рассказал в своем выступлении на международном саммите, посвящен-

ном реализации продукции сегмента fresh, **Дмитрий Востриков, директор по развитию Ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз»:** «На моей памяти есть одно объединение сельхозпроизводителей. Они создали свою базу-склад, нашли управляющую компанию, благодаря которой наладили сбыт, переработку и упаковку продукции. В итоге общими усилиями предприниматели синхронизировали свои объемы поставок с теми, которые необходимы для входа в сеть, и смогли заключить контракты с ритейлерами».

Открытие собственной розницы

Реализация продукции через собственные магазины – еще один способ доставки товаров конечному потребителю. Плюс собственной розницы в скорости товарооборота: реализовывая продукцию, производитель получает деньги сразу, а не через несколько месяцев, как при работе с сетями. Для некоторых фермерских хозяйств это – единственная возможность выхода на потребителя, так



Дмитрий Востриков,
директор по развитию Ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз»:

«На моей памяти есть одно объединение сельхозпроизводителей. Общими усилиями предприниматели синхронизировали свои объемы поставок с теми, которые необходимы для входа в сеть, и смогли заключить контракты с ритейлерами».

как объемы их продукции невелики, и они не могут синхронизироваться даже с маленькими сетями.

Говоря о магазинах фирменной торговли, не будем забывать, что через них удобно реализовывать не только свежую рыбу и морепродукты, но и готовые рыбные блюда. По мнению экспертов, у сегмента кулинарии огромный потенциал для развития.

Фирменная торговля, по прогнозам аналитиков, будет развиваться. Однако для того чтобы развитие было эффективным, необходимо понимать, что небольшие магазины, торгующие свежей продукцией, дают производителю не только прибыль, но и возможность донести до конечного потребителя собственные ценности. Если покупатель будет понимать, что для предпринимателя важно предоставить качественный продукт и высокий уровень сервиса, то посещаемость магазина будет расти, появятся постоянные клиенты.

Кроме того, при формировании ассортимента в магазине фирменной торговли очень важно определить, какая товарная группа или группы пользуются максимальным спросом и обеспечивают посещаемость точки. Именно по этим группам, по мнению специалистов, покупатель судит о качестве магазина и решает, придет ли он туда еще раз.

Безусловно, лучше всего, когда производителю удастся охватить максимальное количество каналов реализации продукции, однако даже если это не удастся, можно найти оптимальный вариант. При грамотном подходе в плюсе останутся и предприниматель, и потребитель. **PC**



Австрийская фирма Zaltech предлагает функциональные добавки и комплексные вкусо-ароматические композиции для переработки рыбных продуктов.

- комплексные смеси для посола, интенсификаторы созревания для различных пород рыб;
- пряные смеси для посола;
- ароматизаторы и стабилизаторы;
- консерванты, средства для сохранения свежести; красители

Эксклюзивный представитель ZALTECH
в России ООО «Биофуд Спайс»
тел./факс (495) 642-82-42, (498) 602-76-40
www.zaltech.com





Фоторепортаж

Наша встреча с директором рыбной эко-лавки «Свои люди» Антоном Искандыровым проходила в несколько этапов. Мы посетили офис компании, где наш собеседник рассказал об истории появления «Своих людей» на рынке Москвы и Санкт-Петербурга и о специфике работы в каждом из двух мегаполисов.



Компания:
**рыбная эко-лавка
«Свои люди»**

Город:
Санкт-Петербург

Дата основания:
2012 год

Ассортимент:
рыба, морепродукты,
полуфабрикаты,
кулинарная продукция,
икра осетровых
и лососевых рыб

После этого мы поехали в точку розничных продаж компании. По дороге Антон делился с нами своими планами на будущее и взглядами на рыбный рынок российских городов-миллионников, удаленных от мест вылова.





Гость:



Антон Искандыров,
директор рыбной эко-лавки
«Свои люди»

Беседовала:

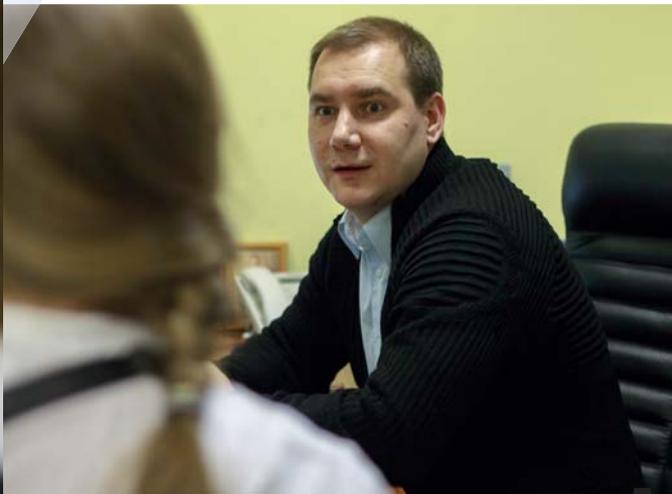


Елена Максимова

Фото:



Нина Слюсарева



Мы не продаем воду!

*Кому можно доверять безоговорочно? Конечно, только своим людям: они плохого не посоветуют, помогут сделать правильный выбор и поделятся нужной информацией. На том и построен бизнес рыбной эко-лавки «Свои люди», директор которой – **Антон Искандыров** – рассказал нам об особенностях реализации рыбной экологической продукции в России и поделился планами на будущее.*

Антон, как возникла идея появления компании?

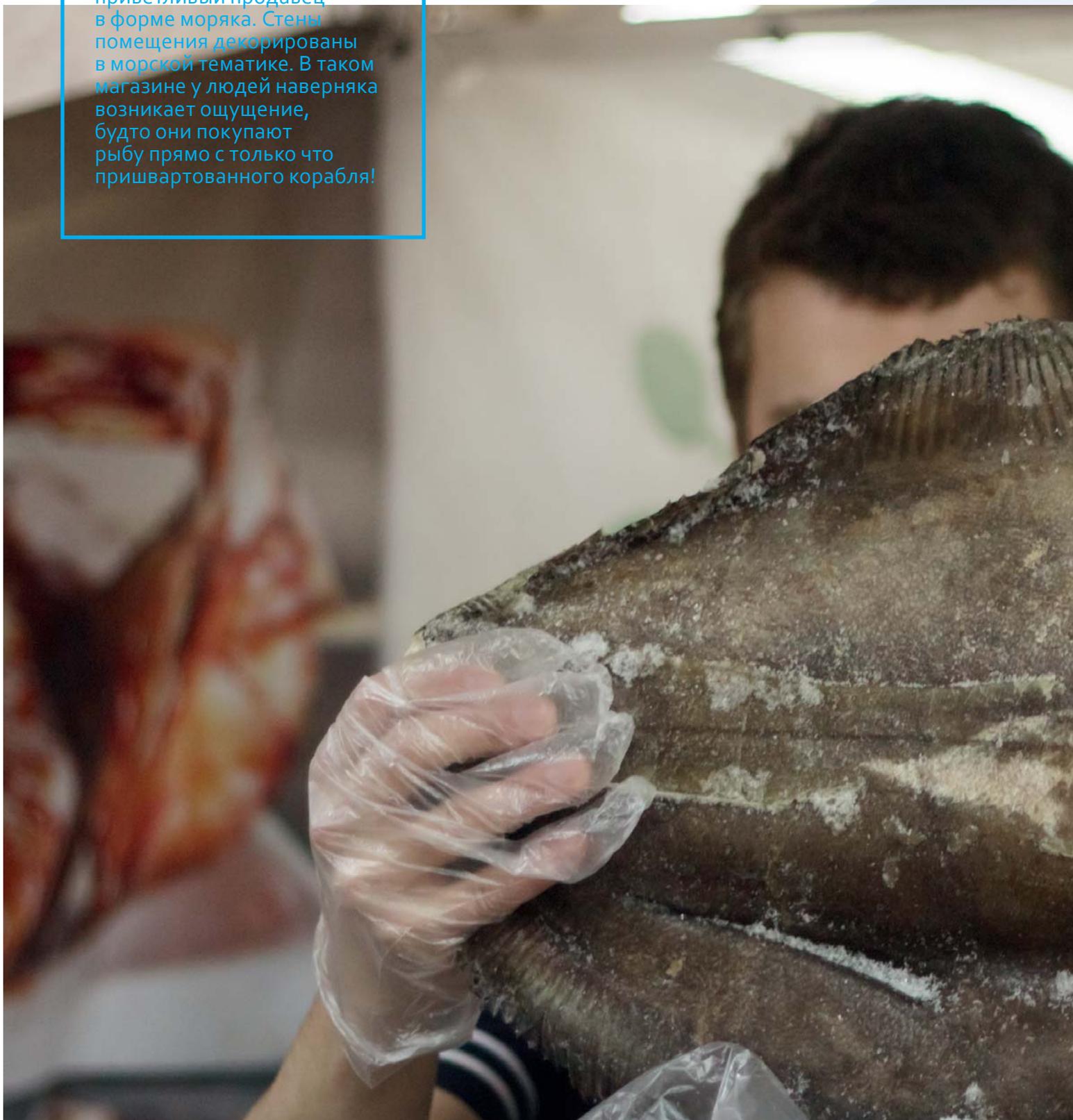
– Несколько лет назад у нас с приятелем и партнером по бизнесу Филиппом Галкиным было несколько рыбо-ловецких участков на Сахалине, на которых мы сами рыбачили. Оттуда мы привозили в Москву и Питер икру. И многие знакомые просили нас привезти рыбу хорошего качества. Мы ее просто дарили. Постепенно поняли, что

в Санкт-Петербурге и Москве есть реальная потребность в рыбной экопродукции, и решили создать бизнес на ее поставках. Сначала мы сами доставляли и развозили продукцию тем, кто ее заказывал, а потом решили создать Интернет-магазин. В 2012 году создали сайт и начали работать. Изначально у нас был просто Интернет-магазин, но потом мы открыли и розничные точки продаж в обоих мегаполисах. >





В магазине нас встретил приветливый продавец в форме моряка. Стены помещения декорированы в морской тематике. В таком магазине у людей наверняка возникает ощущение, будто они покупают рыбу прямо с только что пришвартованного корабля!





>

В этом была необходимость?

– В определенной степени да. Если в Москве люди уже привыкли к Интернет-магазинам и свободно заказывают продукцию в сети, то в Санкт-Петербурге такой способ покупки продуктов питания пока еще только развивается. А непосредственно в точке реализации продавец рассказывает о продукции, люди могут своими глазами посмотреть на рыбу, оценить ее качество.

Где больше продаж: в столице или в городе на Неве?

– В Москве. Там нас знают лучше, так как мы участвуем во многих продовольственных выставках, готовим нашу продукцию и угощаем ею людей, завоевывая тем самым постоянных клиентов.

Дают ли вам выставки интересные деловые контакты?

– Безусловно. В частности, на одной из выставок мы заключили контракт с японскими производителями, которые изготавливают для нас кулинарную продукцию – японские пельмени гедза со смесью креветок, грибов или сыра тофу с овощами и замороженную готовую лапшу.

Выбор места для точек розничных продаж произошел стихийно или вы выбрали его осознанно?

– Скорее стихийно. В Санкт-Петербурге мы изначально открывали точку на Суворовском проспекте: решили, что это проходное место, однако потом поняли, что ее посещаемость достаточно невысокая и переместились в спальный район. Там торговля пошла активнее, стали приезжать люди даже из других концов города. В Москве тоже переезжали несколько раз. Сейчас у нас розничная точка в промышленном районе столицы, но в Москве все же больше продаж идет через Интернет, чем через магазин фирменной торговли.



Фоторепортаж

Можно ли сказать, какова динамика спроса на онлайн-заказы продовольственных товаров в Санкт-Петербурге?

– В среднем продажи нашего Интернет-магазина растут на 20% в год. И это притом, что мы сильно нигде не рекламируемся. У нас есть сайт, странички в соцсетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Instagram и, конечно, «сарафанное радио» – клиенты рассказывают про нас своим знакомым.

Рекламу в Интернете даете?

– Не считаем нужным. Она дорогая и при этом не работает. Люди, желающие заказать себе доставку еды, обычно ищут «Доставка продуктов на дом», а не «Доставка рыбы». Та реклама, которую мы давали, работала только на оптовиков, а это не наша целевая аудитория. А вот сайт нашего Интернет-магазина мы дорабатываем постоянно, стараясь сделать его максимально удобным и информативным.

Расскажите про ваших поставщиков.

– Изначально мы сами добывали рыбу и привозили ее из Сахалина, но потом перестали заниматься добычей. Сейчас работаем с поставщиками из Мурманска и Дальнего Востока. Также несколько позиций нам поставляют одно из Азовских рыболовческих предприятий.

Вы работаете с крупными компаниями или с небольшими?

– Чаще всего с небольшими: они гораздо внимательнее относятся к качеству продукции, что для нас крайне важно. Крупные же компании, как правило, борются за объемы, отчего качество страдает. Обычно мы работаем с предприятиями, представляющими собой артели и семейные подряды. Они поставляют свою продукцию не только на российский рынок, но и в некоторые европейские страны, где очень строгий контроль качества. У нас такие поставщики вызывают доверие.

Сложности с логистикой возникают?

– Если говорить о Мурманске, то нет, а вот с Дальним Востоком работать несколько сложнее. Во-первых, мы не всегда имеем возможность купить продукцию непосредственно у рыбаков, приходится выходить на посредников. Но все же с некоторыми рыбаками удается работать напрямую. Каждое лето, когда идет промысел красной рыбы – кеты,



Антон Искандыров,
директор рыбной
эко-лавки «Свой люди»:

«Еще в Москве люди уже привыкли к Интернет-магазинам и свободно заказывают продукцию в сети, то в Санкт-Петербурге такой способ покупки продуктов пока еще только развивается. А непосредственно в точке реализации продавец рассказывает о продукции, люди могут своими глазами посмотреть на рыбу, оценить ее качество.»

горбуши – мы выезжаем в места вылова, берем рыбу на анализ. Затем нанимаем транспортную компанию, которая по железной дороге в рефконтейнерах доставляет всю продукцию в Москву, где у нас есть централизованный склад, отсюда идут отгрузки в Санкт-Петербург.

В своем магазине вы продаете продукцию различной степени переработки. У вас собственное производство?

– Да. Раньше мы по готовой продукции пытались работать с поставщиками из регионов, но столкнулись с некоторыми сложностями, в частности связанными с ветеринарными документами и транспортом. Поэтому, чтобы ни от кого не зависеть, мы решили открыть в Подмоскovie собственное производство. Сейчас мы получаем от поставщи-

ков только сырье в виде цельной рыбы, сами ее разделяем, изготавливаем широкий ассортимент продукции, упаковываем ее в пакеты под вакуумом и поставляем в наши магазины или непосредственно конечному потребителю после онлайн-заказов. У нас на производстве работают технологи, которых мы специально пригласили из других городов: одного из Мурманска, другого – с Дальнего Востока.

Расскажите подробнее о вашем ассортименте кулинарной продукции.

– Изготавливая филе и стейки, мы поняли, что остаются куски рыбы хорошего качества, но не пригодные для реализации. Тогда мы стали делать из них фарш и производить котлеты. Затем начали экспериментировать: производить кальмары, фаршированные



Фоторепортаж



судаком, треской и лососем. Людям понравилось. Вскоре планируем изготавливать рыбную колбасу и сосиски. Однако чтобы развивать кулинарию, необходимо иметь производство в месте продаж, и сейчас мы работаем над тем, чтобы открыть собственное производство в Санкт-Петербурге. Мы очень тщательно выбираем персонал для работы в наших цехах: сотрудники компании «Свои люди» должны понимать ценность экопродукции и строго следить за ее качеством.

Также вы занимаетесь изготовлением суши. Данный продукт пользуется спросом?

– Да, у нас постоянно заказывают суши, которые мы изготавливаем непосредственно после получения заказа из российской рыбы естественного вылова. Потребителям они нравятся.

Как часто обновляется ваш ассортимент?

– В среднем от одной до трех новых позиций у нас появляется раз в два месяца.

Расскажите о вашей упаковке.

– Продукцию мы расфасовываем в вакуумные прозрачные пакеты, наклеиваем этикетку, на которой указана вся информация о продукте. Нам

важно, чтобы потребители могли видеть товар. Что касается кулинарных изделий, которые для нас изготавливают японцы, для них в России была разработана премиальная дизайнерская упаковка.

Какая продукция вашего производства пользуется наибольшим спросом? И зависит ли спрос на ту или иную продукцию от региона, или все же можно говорить о тенденциях глобализации в данном аспекте?

– Безусловно, зависит от региона. Например, на Камчатке большим спросом пользуется копченая теша. Мы тоже стали коптить тешу, которая остается после разделки рыбы для приготовления балыка. У нас балык пользуется спросом, а копченую тешу никто не покупает.

С морепродуктами та же история. Креветку любят и знают практически все потребители мегаполисов, гребешок тоже многие покупают, а вот более экзотические морепродукты, такие как трубач, особым спросом в Москве и Санкт-Петербурге не пользуются, хотя на Дальнем востоке данный моллюск один из самых популярных. В наши магазины, к слову, приходят люди, которые переехали в мегаполисы с Дальнего Востока – вот они покупают именно трубача.

Вся продукция была аккуратно упакована, даже филе минтая выглядело не удручающе, как во многих магазинах, а очень даже аппетитно.





Антон Искандров,
директор рыбной
эко-лавки «Свои люди»:

Продукцию мы расфасовываем в вакуумные прозрачные пакеты, наклеиваем этикетку, на которой указана вся информация о продукте. Нам важно, чтобы потребители могли видеть товар.



Возникают ли какие-либо трудности в связи с тем, что меняются вкусы потребителей?

– Иногда возникают. Например, наши покупатели любят очень слабо просоленную красную икру. По ГОСТу в икре высшего сорта допускается содержание соли до 4,5%. Мы же работаем с теми поставщиками, которые добавляют в данный продукт не более 3,2% соли. Конечно, такая икра нежнее, чем та, что содержит 4,5% соли, но ее жизнь значительно короче. А когда мы начали продавать продукцию с ГОСТовскими нормами содержания соли, покупатели жаловались, что продукт слишком соленый.

Мы подстраиваемся под спрос. Например, в нашем ассортименте есть икра без консервантов от одного из сахалинских поставщиков. Продукт содержит только икру и соль, просаливается сразу после вылова, закатывается в банки и замораживается. Для потребителей мы упаковываем замороженные банки с икрой в пенопластовые контейнеры, чтобы человек мог донести продукт до дома в замороженном виде и перед тем как захочет съесть, разморозить в холодильнике. Спрос на такую икру есть, так как в мегаполисах очень много аллергиков, которые реагируют на содержание в продукте консервантов. Однако в виду того, что в этом году икра сильно подорожала, нам тоже пришлось на нее поднять цены. Потребители стали меньше ее покупать, и мы пошли им навстречу, периодически делаем на данный продукт акции и скидки.

Антон, а что понимается под сегментом рыбной экопродукции? Это любая рыба естественного вылова?

– Да, это рыба, выловленная в естественных условиях. Сегодня на российском рынке, в частности в категории красной рыбы, в основном присутствует продукция, выращенная предприятиями аквакультуры. Тот же норвежский лосось, который до запрета на ввоз в Россию был очень популярен у наших соотечественников, подкрашивается искусственными красителями, его кормят антибиотиками, и все эти вещества мы употребляем в пищу.

С другой стороны, от рыбы, которая продается в сетях, другого ожидать и не стоит, ведь ритейлеры, в первую очередь, смотрят на цену продукта. Мы продаем в наших магазинах олюторскую сельдь с Дальнего Востока, солим ее естественным путем в бочках. А в норвежскую сельдь, которая поставляется в сети, добавляются консерванты, влагоудерживающие вещества, добавляющие продукту 40% веса.

А потребители готовы переплатить за натуральность?

– Сейчас люди задумываются о своем здоровье и питании и все чаще приобретают рыбу естественного вылова, в которую при переработке не добавляются никакие вредные для организма вещества. Но все же на сегодняшний день процент потребителей, готовых покупать натуральные рыбные продукты по высокой цене, еще мал. И хотя сейчас российские контролирующие орга-

ны уже начали запрещать ввоз рыбы некоторым предприятиям Норвегии, норвежский лосось вряд ли скоро уйдет с российского рынка, так как власти этой страны поддерживают своих производителей.

Есть и еще один аспект. Мы, в отличие от многих поставщиков замороженной продукции в сети, не продаем воду, не допускаем, чтобы количество глазури на нашей продукции превышало 5%. В итоге килограмм трески у нас стоит не более 350 рублей, но при разморозке покупатель получает 950 граммов мяса, а не 500 граммов, как из килограмма трески, купленной в сети за 250 рублей. В этом случае получается, что потребитель скорее экономит, чем переплачивает.

А главное, мы уважаем наших потребителей. Если получаем жалобу на то, что доставленный продукт был некачественный, мы его заменяем, причем привозим новый товар на дом. Поэтому у нас появляются постоянные клиенты, готовые платить за качество не только продукции, но и сервиса.

По качеству потребители могут отличить продукцию, выращенную в искусственных условиях, от рыбы естественного вылова?

– Большинство людей по внешнему виду, конечно, отличить не могут: верят на слово. Однако когда они ее пробуют, то разницу чувствуют. Особенно люди, которые родились в местах вылова и ели качественную рыбу. Для них наш магазин – просто спасение, так как



они не привыкли к рыбе, содержащей красители и консерванты, которая продается в сетях.

То есть, Вы не планируете выходить на сети?

– Планируем, и даже ведем переговоры с одним из московских предприятий ритейла. Дело в том, что люди все равно будут покупать рыбу в сетях, так как это гораздо быстрее, чем сделать заказ и дождаться его получения – от онлайн заказа до доставки товара потребителю проходят в среднем сутки. Уверен, если наша рыба появится в сетях, потребители оценят ее качество и будут покупать довольно часто. Но мы пока не можем договориться с сетевиками по цене. Хотя в Москве мы уже поставляем продукцию в некоторые несетевые магазины, и она там пользуется спросом.

Сейчас вашу продукцию покупают только обеспеченные потребители?

– У нас представлена как дорогая продукция – черная икра, морепродукты, дорогие виды красной рыбы, так и более дешевая – филе минтая, горбуша и даже рыбные суповые наборы, поэтому в наших магазинах отовариваются совершенно разные слои населения.

Как будет развиваться направление рыбной экопродукции в России?

– Думаю, что достаточно долго. Заниматься экопродукцией в основном будут представители малого бизнеса, хотя, возможно, с ростом спроса предприятия будут укрупняться. Сейчас многие крупные поставщики рыбы заявляют о том, что они поставляют экологически чистую продукцию

в те же сети, однако мне слабо в это верится: у них такие объемы, что для сохранности рыбы все же приходится добавлять в нее некоторые консерванты, например, аскорбиновую кислоту. Возможно, процесс продвижения рыбной экопродукции нарастит свои темпы, если в нашей стране появятся рыбные рынки.

Существуют ли предприятия аквакультуры, выращивающие экологически чистую продукцию? Были бы вы готовы работать с ними?

– Да, такие предприятия периодически предлагают нам к реализации свою продукцию. Пока мы с ними не работаем, однако вскоре, наверное, начнем. Рыбы естественного вылова становится все меньше, поэтому в любом случае выращивать ее необходимо.



Фоторепортаж

Государство оказывает поддержку предприятиям, занимающимся реализацией рыбной экопродукции?

– Целевых программ нет. Пропагандой российской рыбы естественного вылова на данный момент занимается Федеральное агентство по рыболовству. Данный орган помогает рыбакам получать кредиты и лоббирует их интересы на государственном уровне.

С какими еще каналами сбыта работаете, помимо перечисленных?

– Нашу продукцию покупают некоторые магазины, поставляющие потребителю широкий ассортимент фермерских товаров. Некоторые перефасовывают ее в собственную упаковку, а кто-то оставляет упаковку с нашим логотипом. Кроме того, сотрудничаем с некоторыми ресторанами: они ценят качество нашей продукции.

Каковы ваши планы на будущее?

– В первую очередь, мы планируем стать ближе к потребителю. Собираемся открыть несколько розничных точек продаж, которые будут представлять собой магазины, совмещенные с кафе. Там можно будет попробовать различные рыбные блюда, изготовленные из натурального сырья. При этом посетитель сможет на витрине магазина выбрать любой продукт и попросить повара его приготовить.

Кроме того, мы хотим работать с рыбаками напрямую и помогать им реализовывать уловы не только через наши магазины, но и через другие розничные каналы. Рыбаки не могут выйти на прилавок самостоятельно. Сейчас у них сначала скупают продукцию трейдерские компании, которые, в свою очередь, продают продукцию мелким оптовикам, а те уже доставляют ее в магазины. А чем больше количество посредников, тем выше цена. Мы хотим сократить этот путь, а также планируем рассказывать о местах вылова конкретной продукции конечным потребителям в видеосюжетах, которые будут опубликованы на нашем сайте, и информационных материалах в точках продаж.

Так как на нас выходят предприниматели из регионов и просят дать им франшизу, планируем разработать четкую модель и технологические карты, чтобы мы могли быть представлены не только в мегаполисах.

Также будем расширять ассортимент продукции, представленной в наших

магазинах, однако это более долгосрочный план.

А расширить ассортимент в сторону включения других товарных категорий, помимо рыбы, у вас не возникло желания?

– Нет. Мы занимаемся рыбой, у нас четкое позиционирование. Единственное, что добавили в свой ассортимент – белорусские соки, так как потребители при заказе просят привезти им не только рыбу, но и что-нибудь попить. Если включим в свой ассортимент другие позиции, например, мясо, мед, или грибы, мы потеряем свое лицо. **ps**



«Кстати, правильно подать продукт, чтобы потребителю захотелось его приобрести, очень важно», – гордо говорил Антон Искандыров, с любовью рассказывая нам практически о каждой своей товарной позиции.





Контроль Качества

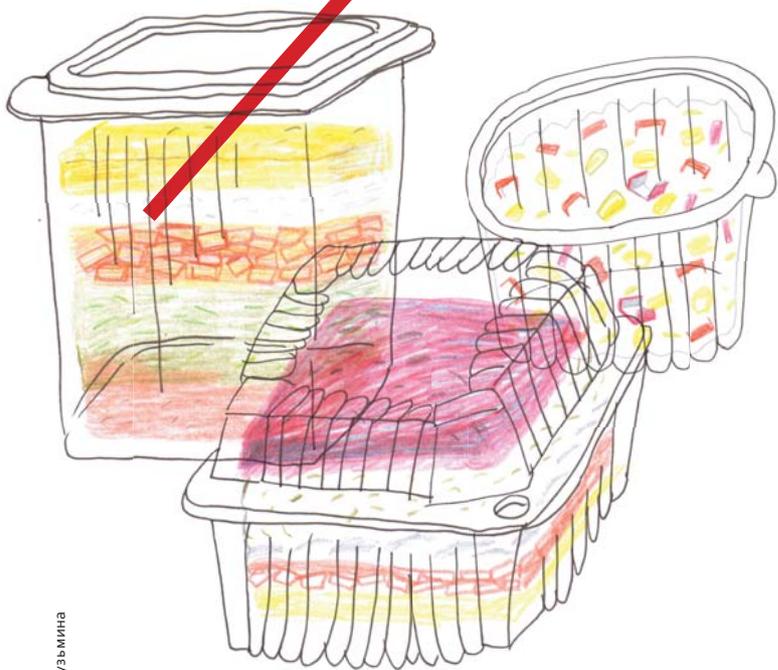


Эксперт:
Всеволод Вишневецкий,
председатель СПб ООП
«Общественный контроль»

Информация предоставлена Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль»
190103 Санкт-Петербург, пер. Лодыгина, д. 1, лит. А
тел./факс: 324-25-88
e-mail: okk@petkach.spb.ru
www.petchach.spb.ru

Опасные рыбные салаты

Салаты – как в заводской упаковке, так и сделанные непосредственно в магазинах, – продолжают нести в себе потенциальную угрозу для здоровья покупателей. В Санкт-Петербурге очередная общественная проверка безопасности популярных рыбных салатов показала, что только 20% образцов соответствуют требованиям СанПиН, в остальных 80% салатов сотрудники испытательного центра ГНУ ВНИИЖ Россельхозакадемии обнаружили бактерии группы кишечной палочки (БГКП).



В Санкт-Петербурге очередная общественная проверка безопасности популярных рыбных салатов показала, что только 20% образцов соответствуют требованиям СанПиН, в остальных 80% салатов сотрудники испытательного центра ГНУ ВНИИЖ Россельхозакадемии обнаружили бактерии группы кишечной палочки (БГКП).

Причем такую неблагоприятную картину в сфере розничной торговли Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль» регистрирует ежегодно! Удивляет и то, что Управление Роспотребнадзора по Санкт-Петербургу в прошлом году по сигналу «Общественного контроля» так и не привлекло к административной ответственности ни один магазин, хотя результаты проверки были аналогичными: БГКП были обнаружены в восьми из девяти образцов оливье.

Опасная микрофлора

Сотрудники «Общественного контроля» на основании ст. 45 ФЗ № 2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей» для проверки безопасности и качества закупили десять образцов рыбных салатов в следующих предприятиях розничной торговли: «Ашан», «Лента», «О'Кей», «Семья», «Сезон», «Призма», «Азбука Вкуса» и «Лайм».

В лаборатории кулинарную продукцию проверяли по трем показателям: микробиология, органолептика (вид, вкус, запах, цвет, консистенция), а также полнота предоставленной для потребителя информации на этикетке.

Самым безопасным магазином с точки зрения реализации салатов был признан «Ашан»: в нем были приобретены два образца (фасованный салат «Крабовый» из Московской области, ООО «Технологии качества», срок годности 13 суток, и салат рыбный «Мимоза» – срок годности 5 суток, изготовитель ООО «РБ», Санкт-Петербург), кото-

рые соответствовали требованиям Санитарных норм и правил.

Остальные магазины, в которых проводилась закупка, тест на безопасность провалили полностью. Однако самым неблагоприятным в санитарном отношении был признан весовой салат «Мимоза», изготовленный ООО «Лента». Помимо БГКП образец имел общую бактериальную обсемененность выше нормы. Прямо не салат, а бомба замедленного действия! И это при том, что, судя по информации на упаковке, продукт был изготовлен в день закупки в 10:31 (срок годности на этикетке – 12 часов). По мнению специалистов, причин порчи может быть несколько: грязные руки персонала, условия хранения, несвежее сырье.

«Наличие БГКП и превышение допустимого уровня общей бактериальной обсемененности в салате может говорить также о неудовлетворительном санитарном состоянии помещений и оборудования, – говорит **специалист ИЦ ГНУ ВНИИЖ Россельхозакадемии Елена Скоморохова**. – Безусловно, любое нарушение СанПиН может привести к негативным последствиям для здоровья человека. Если микробов много и условия для них благоприятные, они будут стремительно размножаться. В таком случае отравиться салатом ничего не стоит».

Кислые и с костями

Мужественные сотрудницы испытательного центра, не дожидаясь результатов микробиологического анализа, были вынуждены проверить качество розничной кулинарии на себе: ограничен-

Мнение эксперта



Всеволод Вишневецкий,
председатель СПБ ООП
«Общественный контроль»:

«Краткость информации на этикетке говорит не о таланте изготовителя, а о нарушении закона».

Справка

При реализации проекта «Общественный контроль качества» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 8 мая 2010 года №300-рп.

ные сроки годности продукции просто не оставляли другого выбора.

В ходе дегустации замечания по органолептическим показателям получили четыре образца: салат «Мимоза» из универсама «Семья», салат «Мимоза с семгой» из «Азбуки Вкуса», салат «Мимоза» «Ленты» и салат «Мимоза» от ООО «РБ» из «Ашана». В салатах из магазинов «Семья» и «Азбука Вкуса» обнаружили рыбные кости, а образцы из «Ленты» и «Ашана» оказались нетипичными – кислыми на вкус.

Как рассказал **Всеволод Вишневецкий, председатель СПБ ООП «Общественный контроль»**, понять, какой перед вами салат, можно, оценив полноту информации на этикетке. В данном случае краткость говорит не о таланте изготовителя, а о нарушении закона. Самым скрупулезным на информацию о своем салате «Мимоза» оказался универсам «Сезон». Кроме названия продукта, веса, цены и даты изготовления, магазин не ука-



Контроль Качества

зал ничего, таким образом, неизвестными остались: наименование и местонахождение изготовителя, состав продукта, пищевая и энергетическая ценность, условия хранения, срок годности, нормативный документ, в соответствии с которым продукт был изготовлен, информация о подтверждении соответствия.

Кроме универсама «Сезон», неполную или недостоверную информацию о своих салатах предоставили магазины «Лайм», «Азбука Вкуса», «Семья», а также ООО «Влад», салат которого был приобретен в «Призме».

Так, в «Салате из лосося» (ООО «Влад») специалисты обнаружили рис, не заявленный на этикетке, а на упаковках салата «Мимоза» из универсама «Семья» и салата «Мимоза с семгой» из «Азбуки Вкуса» были указаны сроки хранения вместо сроков годности, что является нарушением требований нормативных документов. Кроме того, обозначенный на этикетке срок годности «Мимозы» из универсама «Семья» был равен 72 часам, в то время как по санитарным нормам срок годности весового салата не может быть более 12 часов.

Загадочная семга

Чтобы продать салат подороже, изготовители и продавцы порой идут на разные хитрости, например, указывают крупно в названии салата один вид рыбы, а в составе мелким шрифтом другой. Так, например, поступил магазин премиум-класса «Азбука Вкуса», указав в названии семгу, а в составе... лосося. Вроде нарушения нет – семга входит в семейство лососевых, но у изготовителя тем самым открывается лазейка: за-

являя в составе лосося, он может использовать в салате его более дешевый подвид, например, горбушу, которая стоит в два раза дешевле семги. Вот такие маленькие рыбы хитрости.

Салаты-долгожители

Исследованные салаты имели разные сроки годности: от 12 часов до 13 суток. «Долгожителем» можно назвать салат «Крабовый» из Московской области. Консерванты, заявленные на этикетке, – сорбат калия и бензоат натрия – вот причина долголетия! Не удивительно, что этот салат успешно прошел тест на безопасность и оказался способен пролежать на прилавке почти две недели.

Сегодня изготовители вполне законно могут продлевать сроки годности пищевых продуктов, причем без всякого согласования с кем бы то ни было. Времена, когда продление сроков годности необходимо было согласовывать с Роспотребнадзором, канули в Лету. Поэтому выбор салатов на прилавках, к сожалению, весьма не велик: либо с кишечной палочкой, либо с консервантами. Вывод напрашивается сам собой: остерегайтесь покупать салаты в магазинах, готовьте их лучше сами!

Но если все-таки вы фанат розничной кулинарии, при покупке салатов будьте предельно внимательны: поинтересуйтесь у продавца, когда был изготовлен продукт, посмотрите на условия хранения (нормальная температура +2–4 °С). Холодильные камеры должны быть закрыты для сохранения достаточно низкой температуры, в контейнерах с салатами не должны лежать ложки, продавцам разрешается накладывать продук-

цию в потребительскую упаковку только в перчатках. На видном месте в отделе кулинарии должна быть представлена информация о составе, сроках годности и условиях хранения блюд.

Завсегдатаям кулинарных отделов также необходимо знать, что, согласно СанПиН 2.3.2.1324-03, салаты с рыбой, заправленные майонезом, можно хранить в холодильнике не более 12 часов с момента изготовления либо вскрытия упаковки, незаправленные – до 18 часов.

Мы за цену не постоим

Может ли цена салата говорить о его качестве? Давайте посмотрим. Самым дорогим из приобретенных образцов оказалась «Мимоза с семгой» от «Азбуки Вкуса» – 470 руб. за килограмм. За такие деньги потребитель вправе рассчитывать на салат не только без рыбных костей, но и без кишечной палочки, а также на информацию на этикетке в полном объеме.

На этом фоне более честной выглядит цена салата «Крабовый» в заводской упаковке из Московской области – 151 руб. 20 коп. за килограмм. С консервантами, зато без кишечной палочки и в три раза дешевле!

Таким образом, цена салатов не может быть объективным показателем их качества и безопасности. Что не может не огорчать. Ведь, выбирая магазин премиум-класса, мы вправе рассчитывать, что платим не только за дорогую отделку интерьера, эффектное освещение и просторный торговый зал, но и за качество товара, которое, как видим на примере «Азбуки Вкуса», оставляет желать лучшего. 



cool technologies, hot opportunities

CHILLVENTA ROSSIJA 2014

chillventa-rossija.com

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО
4-6 ФЕВРАЛЯ 2014

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ХОЛОДИЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ,
КЛИМАТИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ И ТЕПЛОВЫХ
НАСОСОВ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ,
ТОРГОВЛИ И СТРОИТЕЛЬСТВА

Chillventa Россия –

ведущая специализированная выставка в России, ориентированная на освещение отечественных и зарубежных инноваций в области промышленного холода, кондиционирования и тепловых насосов.

Выставка Chillventa Россия – это информационная и деловая площадка для обмена актуальными научными решениями и продвижения Вашего бизнеса.

Не упустите возможность представить бренд, продукцию и технологические разработки Вашей компании вниманию специалистов отрасли и потенциальных деловых партнеров.

Информацию по выставке и участию Вы найдете на сайте
chillventa-rossija.ru

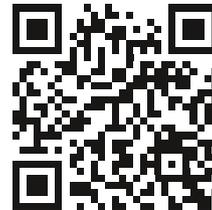
Контакт для
российских экспонентов:
Мария Беляева
ООО «ОВП-РУС»
Международная – 2, офис 533
Краснопресненская наб., 12
123610 Москва, Россия
Тел. +7 495 967-04-64
Факс +7 495 967-04-62
Email: m.belyaeva@owp-russia.ru

NÜRNBERG MESSE

реклама

www.sfera.fm

Пищевая отрасль в цифрах и фактах



Читайте.



реклама



Компания: **AGRAVIS Raiffeisen AG**
сайт: www.agravis.ru

Автор: **Олег Ворожбитов**,
директор ООО «Агравис»

Итальянские корма для рыбы Veronesi – в ассортименте продукции **AGRAVIS Raiffeisen AG**

Крупнейший поставщик кормов для сельскохозяйственных животных Концерн AGRAVIS Raiffeisen AG с радостью сообщает о появлении в своем ассортименте новой линейки продуктов – кормов для рыбы итальянского производителя Veronesi, с которым несколько лет назад было подписано соглашение о партнерстве для работы на немецком рынке. В мае 2013 года подписано соглашение о реализации продукции в странах СНГ.

Рыбная отрасль в России развивается стремительными темпами, в значительной мере и за счет предприятий аквакультуры, представители которых очень внимательно относятся к выбору кормов. Поэтому для реализации рыбных кормов концерн AGRAVIS выбрал производителя, который отвечает всем европейским стандартам качества.

Первые поставки новой продукции были совершены в Германию, где нормы и требования к рыбным кормам очень жесткие. Проведенные опыты по использованию итальянских кормов в немецких хозяйствах показали, что клиенты по достоинству оценили высокое качество инновационного высокотехнологичного продукта компании Veronesi.



Завод Veronesi был создан в 1963 году в итальянском городе Верона. Сегодня это один из крупнейших производителей комбикормов не только в Италии и Европе, но и во всем мире.

Veronesi на протяжении всей своей истории остается семейным бизнесом. Зарождение знаменитого бренда произошло еще в XVI веке, когда в собственности итальянской семьи Веронези была одна мукомольня. История группы компаний, существующей сегодня, началась в 1952 году. Первый комбикормовый завод был открыт основателем компании Апполинаре Веронези в 1958.

Сегодня знаменитый европейский холдинг предоставляет полный спектр услуг по производству и продаже кормов для животноводства. В состав группы компаний входит семь заводов, располагающихся на территории Италии. Рыбный комбикормовый завод был создан в 1963 году в итальянском городе Верона.

Veronesi – один из крупнейших производителей комбикормов не только в Италии и Европе, но и во всем мире. В 2013 году холдингом было произведено более 3 млн тонн кормов. Вся продукция компании соответствует международным стандартам качества (ISO:9001, QS, Global GAP) и изготавливается с применением современных технологий из высококачественных защищенных компонентов, закупаемых у ведущих мировых производителей.

Производство кормов в Veronesi по принципу «just in time» («точно в срок») автоматизировано, на заводе используется современное высокотехнологичное оборудование таких известных мировых брендов, как Buhler и Geelen.

На предприятии производят исключительно «GMO-free» корма. Это означает, что в состав данной продукции входят генетически не модифицированные соя и кукуруза.

Предлагаемый Veronesi ассортимент кормов для аквакультуры рассчитан на каждый этап разведения всех пород рыб. Форма выпуска комбикормов также разнообразна – от рассыпных и мелкозернистых до брикетированных. Veronesi производят как плавающие, так и погружающиеся корма с высоким биологической ценностью.

Широкий ассортимент, современные технологии и высокие стандарты качества продукции – именно эти факторы оказали решающее влияние на принятие решения AGRAVIS Raiffeisen AG о сотрудничестве с Veronesi.

Обеспечение клиентов качественным продуктом – главная задача концерна AGRAVIS, и пополнение продуктовой линейки высококачественными кормами для аквакультуры, безусловно, позволит рыбным хозяйствам успешно справляться с задачами обеспечения качества и рентабельности своего производства. **Р**

Гость: **Виктор Хмельницкий**,
директор компании «Аквафид»

Беседовала: **Елена Максимова**

Корма: критерии выбора

Один из важнейших факторов правильного и гармоничного роста рыбы на предприятиях аквакультуры – правильный выбор корма. О нюансах этого процесса мы побеседовали с директором компании «Аквафид» Виктором Хмельницким.

Виктор, насколько сильно качество корма влияет в итоге на количество и качество выращенной рыбы?

– Качество корма и качество воды равноценно влияют на качество и количество выращенной рыбы.

От чего зависит выбор того или иного корма для рыбы?

– Выбор определяется видом рыбы и условиями выращивания.

По каким критериям сегодня предприятия аквакультуры выбирают поставщиков рыбных кормов?

– Большинство – 99% предприятий – в первую очередь старается купить более дешевые корма.

А можно ли сказать, что чем корм дороже, тем он лучше?

– Да, почти всегда в данном сегменте рынка цена соответствует качеству.

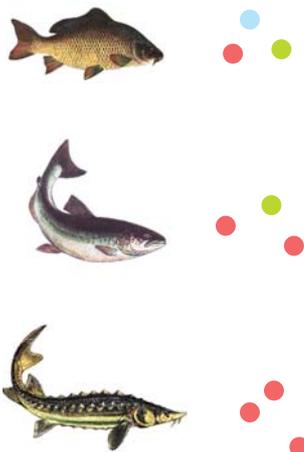
Могут ли разные виды рыб питаться одним и тем же кормом?

– В принципе, некоторые виды рыб могут питаться одинаковыми кормами.

Все ли виды рыб одинаково чувствительны к качеству корма?

– Нет. Например, карп менее чувствителен к выбору корма, чем лососевые и осетровые виды рыб.

• Большинство – 99% предприятий – в первую очередь старается купить более дешевые корма. Качество же кормов, которые производятся в нашей стране, не контролируется вовсе – все держится на доверии клиента к производителю.



Предъявляются ли особые требования к кормам для смолта?

– Безусловно. Чаще всего стартовые корма производятся западными компаниями. Производство кормов для личинки и молоди рыб – технологически очень сложный процесс. Смолт обладает очень активными темпами роста и особыми физиологическими потребностями. Поэтому сырью, из которого изготавливаются корма для малька, предъявляются очень высокие требования.

Существуют ли корма, которые подходят для выращивания экопродукции? В чем их особенность?

– Да, существуют. Особенность этих кормов в том, что при их производстве вовсе не применяются или применяются в минимальных количествах белки животного производства, за исключением рыбной муки.

Что можно сказать о качестве кормов, произведенных в России, по сравнению с западными? Почему крупные предприятия аквакультуры пока предпочитают последние?

– Сегодня в России уже довольно много предприятий, которые изготавливают корма для рыбы, однако уровень их технологической дисциплины и качество сырья, из которого они изготавливают продукцию, крайне низкий.

Аквакультурщики, покупающие российские корма, рискуют в любой момент столкнуться с рядом проблем. С западными кормами это происходит гораздо реже, так как продукция проходит жесткий контроль как внутри предприятий, так и при ввозе в Россию.

Качество же кормов, которые производятся в нашей стране, не контролируется вовсе – все держится на доверии клиента к производителю.

То есть российское производство кормов пока не может конкурировать с западным ни по каким позициям?

– Я бы так не сказал. Например, в нашей стране изготавливаются вполне достойные корма для карпа. А вот для судака, лососевых и осетровых видов рыбы наши соотечественники пока делать корма не научились. **EQ**

Авторы: **Ольга Никитина, Нина Уварова,**
НИУ ИТМО Академия ЛИМТУ

Морская капуста в линейке рыбоперерабатывающих предприятий

Вкусы, традиции и технологии производства продуктов питания в разных странах отличаются, но высокое качество вырабатываемых продуктов повсюду имеет главное значение. Именно качество товара определяет его конкурентоспособность.

Перспективы использования морской капусты для массового потребления

Глобализация мировой экономики и вступление России в ВТО ставят пищевую промышленность страны перед необходимостью решения задач по увеличению объемов производства, повышению качества и конкурентоспособности вырабатываемой продукции, для того чтобы обеспечить отечественным производителям доминирующее положение на внутреннем продовольственном рынке, а также расширить ее экспортные возможности.

Приоритетом остается сохранение питательных качеств продукции и решение проблемы укрепления здоровья нации посредством улучшения качества питания. Именно поэтому сейчас актуальна разработка пищевых продуктов с использованием морской капусты. Это – высокоэффективные и безопасные источники витаминов, макро и микроэлементов, особенно йода, в рационе здорового человека, а также в диетическом – лечебном и профилактическом – питании.

Использовать морскую капусту можно в любом виде: сушеную, замороженную, свежую или вяленую. Кроме того, ее можно мариновать и консерви-

ровать. Поэтому ассортимент продукции может быть разнообразным, начиная от салатов из морской капусты и заканчивая закусками, супами, запеканками, пельменями и даже шоколадом – в его производстве морские водоросли используют на Дальнем Востоке.

Один из видов морской капусты – ламинария. Она содержит уникальный комплекс биологически активных ве-

ществ, необходимых для полноценного функционирования организма: витамины А, Е, С, группы В и другие, включая антиоксиданты, хлорофилл, каротиноиды, аминокислоты, иммуноактивные полисахариды, кальций, фосфор, магний, а также множество микроэлементов, в том числе йод. Значительную часть, до 40% от массы сухой ламинарии, составляет обладающая сорбционной способностью в отношении тяжелых и радиоактивных металлов альгиновая кислота – природный ионообменник.

В настоящее время салаты из морской капусты занимают лидирующую позицию по отношению к другим продуктам из этого сырья, что позволяет оптимистично оценивать перспективы развития данного направления в пище-



СПРАВКА

Салаты из рыбы и морской капусты уже включены в ассортимент некоторых рыбоперерабатывающих предприятий, особенно тех, которые находятся в промысловых регионах. Производители изготавливают данную продукцию в различных ценовых категориях. Для эконом-сегмента в состав салатов из морской капусты могут быть включены крабовые палочки. Салаты из морской капусты премиального сегмента содержат красную рыбу и морепродукты – кальмары или креветки.

При изготовлении салатов из морской капусты необходима гарантия полной очистки сырья, удаления песка и непищевых примесей, обеспечение качественной и равномерной варки волокон морской капусты и охлаждения.



Салаты из морской капусты представляют широкую вкусовую линейку за счет использования различных ингредиентов: морепродуктов, моркови, брусники и т. д. Помимо этого морская капуста может использоваться в рецептурах супов, запеканок, пельменей и даже шоколада.



вой промышленности. Согласно статистическим данным, рынок по производству салатов ежегодно увеличивается на 22-25%, и окончание этого роста еще не предвидится. Есть множество причин, из-за которых производство салатов из морской капусты можно назвать выгодным.

Во-первых, производство салатов из морской капусты имеет достаточную доходность и недлительный производственный цикл, поэтому денежные средства постоянно находятся в обороте. Во-вторых, свою роль играет незначительная конкуренция, что делает перспективу производства салатов из морской капусты еще более привлекательной. Третья причина заключается в ритме жизни современного человека, который заставляет его питаться перекусами, а салат из морской капусты – лучший для этого вариант. То есть благодаря морской капусте у людей есть возможность хорошо питаться даже при современном рабочем ритме. Вариантом развития данной пищевой отрасли может служить выгодное заключение договора с сетевыми магазинами, кафе, ресторанами, столовыми, где всегда есть клиенты.

Производство салатов из морской капусты отличается сезонностью, так как в зимнее время клиентов намного больше чем летом. Это связано с тем, что в летний период расширяется возможность приобретения свежих фруктов и овощей для приготовления из них са-

лата. Добавим, что отсутствие рекламы тормозит развитие этого направления, часть разработок остается невостребованной бизнесом, медленно внедряются в производство новые технологии.

Схема производства салатов из морской капусты

Для того чтобы готовый салат из морской капусты сохранил максимальное количество полезных веществ, имел допустимые органолептические показатели и привлекательный внешний вид, одним словом – был качественным, необходимо соблюдение принципиальной технологической схемы (оптимального режима тепловой обработки, который способствует сохранению йода и возможен при температуре 88-96°C и продолжи-



Ламинария сахарная и ламинария рассеченная обитают в морях Северного Ледовитого и Атлантического океанов, ламинария японская – в морях Тихого океана. Растут, образуя заросли, у побережья на глубине 2-20 м.

тельности обработки 10-15 мин). Технология производства салатов из морской капусты состоит из нескольких этапов.

Процесс гидратации

На производство морская капуста попадает в сухом виде. Поэтому процесс начинается с замачивания сушеных морских водорослей в воде и удаления излишнего количества водорастворимых минеральных веществ.

Процесс мойки

После замачивания водоросли тщательно очищают от песка и посторонних примесей.

Шинкование

Морскую капусту шинкуют соломкой шириной от 2 до 5 миллиметров, длиной 5-8 сантиметров, если она поступила не нарезанной, а в виде слоевищ (тепло низших растений, не расчлененное на стебель и листья).

Бланширование и дальнейшее охлаждение

Промытую морскую капусту загружают в кипящую воду (соотношение капусты и воды 1:8), варка длится 15 мин с момента закипания с добавлением уксуса. Степень готовности определяется легкостью прокалывания слоевища. Масса капусты увеличивается в 5-7 раз.

Затем вареную морскую капусту промывают холодной водой, эта процедура



придает морским водорослям свежий вид и сохраняет их естественный цвет.

Маринование

Морскую капусту заливают маринадом (раствор соли и уксуса в воде), выдерживают в холодном помещении при максимальной температуре от +2 до +4°C, после чего маринад сливается.

При изготовлении салатов из морской капусты необходима гарантия полной очистки сырья, удаления песка и непищевых примесей, обеспечение качественной и равномерной варки волокон морской капусты и охлаждения. Перед тем как маринованную капусту берут в работу, ее проверяют на кислотность и органолептику.

Смешивание ингредиентов

Важный прием – тщательное перемешивание всех ингредиентов. Маринованную морскую капусту загружают в устройство для смешивания всех ингредиентов салата при помощи вала механической мешалки. Затем смесь попадает в дозатор и по передающим шлангам в потребительскую тару. Обычно морские салаты расфасовывают в пластиковые контейнеры массой нетто 250 или 400 граммов каждый.

Упаковка

На данной стадии происходит герметичная укупорка банок крышками, мойка и маркировка тары.

Рыба и рыбопродукты, как никакой другой продукт питания, обеспечивает организм человека достаточным количеством белка и жира, причем таких, которые легко усваиваются. Именно поэтому добавление рыбы и рыбопродуктов к морской капусте обеспечивают высокую пищевую и биологическую ценность и полноценный состав функциональных ингредиентов.

Хранение

Салаты хранят в хорошо вентилируемых складских помещениях при относительной влажности воздуха не более 75% в местах, защищенных от попадания прямых солнечных лучей. Гарантийный срок годности салатов со дня изготовления при t от -2 до +6°C составляет два-три месяца.

Возможность разработки различных видов изделий из морской капусты

В последние годы большинство предприятий пищевой промышленности ведет планомерную работу по техническому перевооружению, заботится об эстетическом оформлении и расширении ассортимента продукции. Это позволяет им более уверенно чувствовать себя в условиях жесткой конкурентной среды, держать марку на российском рынке.

Ассортимент пищевой продукции из ламинарии требует постоянного расширения. Салаты из морской капусты, в целом, представляют широкую вкусовую линейку за счет использования различных ингредиентов: морепродуктов, моркови, брусники и т. д., которые усиливают функциональные особенности и привлекательность товара для потребителя.

Применение консервантов при изготовлении салатов позволяет увеличить их сроки хранения до двух-трех месяцев.

В качестве консервирующих веществ обычно применяют уксусную кислоту, бензойную кислоту и ее соли, сорбиновую кислоту и ее соли, реже применяют низин – антибиотик. Однако очень многие синтетические консерванты способны вызывать аллергию, вплоть до приступов астмы, головные боли и тошноту, особенно у людей, предрасположенных к аллергическим реакциям. Использование натуральных пищевых добавок, таких, например, как ягоды: морошка, брусника, клюква и др. не только

ко помогут увеличить сроки хранения, но и повысить пищевую ценность готового салата.

Поскольку энергетическое соотношение белков, жиров и углеводов в морской капусте составляет 14%, 7% или 48% соответственно, для полноценного состава ей недостает белков и жиров. Рыба и рыбопродукты, как никакой другой продукт питания, обеспечивают организм человека достаточным количеством белка и жира, причем таких, которые легко усваиваются. Именно поэтому добавление рыбы и рыбопродуктов к морской капусте обеспечивает высокую пищевую и биологическую ценность и полноценный состав функциональных ингредиентов.

В рецептуры на основе морской капусты можно добавлять прудовую, морскую рыбу, гидробионты морского и океанического происхождения. Такие продукты служат источниками йода в питании человека, не вызывающими гипертиреоз. В их применении нет определенных ограничений, как у медицинских препаратов (продолжительность курса, перерывы между курсами, количество курсов). Помимо микроэлементов в организм с этими продуктами поступают незаменимые аминокислоты, полиненасыщенные жирные кислоты, углеводы, витамины. Они отличаются низкой калорийностью и себестоимостью, что в конечном итоге обуславливает целесообразность и экономическую эффективность их производства. Вдобавок ко всему вышеперечисленному, такой продукт будет отличаться оригинальным вкусом.

Таким образом, добавляя в свой ассортимент салаты из морской капусты, рыбопереработчики не только расширяют свою товарную линейку, но и обеспечивают потребителей продуктами питания с профилактическими и функциональными свойствами, что способствует улучшению здоровья всей нации. **РБ**



Выравниватель автоматически устанавливает банки в определенное положение и затем передает на ленточный конвейер моечно-сушильной машины. Из моечно-сушильной машины банки по транспортеру передают на этикетировочную машину, а затем в банкоукладочный агрегат для укладки в картонные коробки.

Подготовила: **Светлана Карельская**

Линии для производства рыбных консервов

Пожалуй, ни один способ глубокой переработки рыбной продукции не позволяет так надолго сохранить потребительские свойства рыбы, как консервация. Это обусловлено тем, что рыбные продукты в процессе консервирования проходят предварительную обработку и герметично укупорены в тару, после чего их подвергают стерилизации в течение определенного времени и при температуре, достаточной для подавления жизнедеятельности микроорганизмов.

Общие стадии

Производство рыбных консервов – это технологический процесс, включающий определенные стадии, из которых обязательны следующие:

- разделка и мойка рыбы;
- порционирование;
- прошпаривание банок;
- закатка;
- стерилизация;
- охлаждение и хранение.

Некоторые специфические аспекты изготовления консервов зависят от того, использует переработчик натуральное сырье или полуфабрикат.

Изготовление консервов из натурального сырья включает в себя больше этапов, чем работа с полуфабрикатами. В частности, в первом случае необходимы агрегаты для отсечения головы и разделки рыбы. При использовании для из-

готовления консервов замороженных рыбных тушек без головы необходимы аппараты для дефростации, а в машинах для отсечения головы нет необходимости. Однако с каким бы сырьем ни работал изготовитель, для производства консервов ему необходимы рыбообрезочный автомат, моющие (могут быть различного типа) и порционирующие машины, оборудование для обработки тары, установки для укладки рыбы в банки и закатки банок.

Подготовка сырья

Рыбообрезочные машины вспарывают брюшную полость, извлекают внутренности и промывают рыбу.

Для мойки сырья используются разнообразные моющие установки. Выбор моечной машины определяется структурно-механическими и прочностными свойствами сырья. Для каждого вида рыбы требуется свой способ и режим мойки. Как правило, на рыбоперерабатыва-

НОВОСТИ
КАЧЕСТВО НА ВСЕХ ЭТАПАХ!

BAADER[®]

Food Processing Machinery

ОГЛУШЕНИЕ + УБОЙ | СПИРАЛЬНЫЕ ВАННЫ
УДАЛЕНИЕ ПИНБОНОВ | ПРОГРАММЫ V'Logic
ОПРЕДЕЛЕНИЕ К-ФАКТОРА | МОНИТОРИНГ ВЫХОДА

ОГЛУШЕНИЕ



ОХЛАЖДЕНИЕ



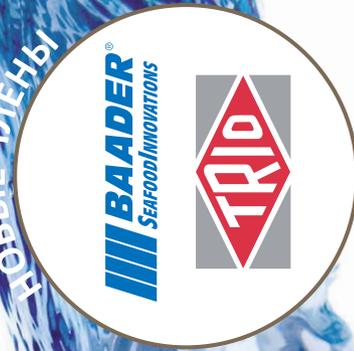
ПО V'Logic



УДАЛЕНИЕ ПИНБОНОВ



НОВЫЕ ЧЛЕНЫ



Германия: тел. +49/451-5302-0, факс +49/451-5302-492, e-mail: baader@baader.com, www.baader.com
Москва: тел. +7 (495) 730-5270, факс +7 (495) 730-5272, e-mail: nml-mos@gmx.de, mos.office@baader.ru
Владивосток: тел. +7 (4232) 279888, факс +7 (4232) 278689, e-mail: baader@online.vladivostok.ru



Загрузочное устройство подает рыбу под дисковые ножи, разрезающие ее на равные куски, которые по величине соответствуют высоте консервных банок.

Консервы в стеклянных банках или алюминиевых тубах стерилизуют в горячей воде с противодействием, создаваемым напором воды или сжатым воздухом.

ющих предприятиях используются моечные машины барабанного типа, которые состоят из двух частей. В наружной неподвижной части расположен поддон для сбора воды. Внутри неподвижной части вращается барабан, как правило, из нержавеющей стали, из которого рыба продвигается к выпускному отверстию.

Если производитель имеет дело с рыбой крупного или среднего размера, которая консервируется не целиком, то промытое сырье отправляется на станцию порционирования. Порционированием называется разрезание разделанных тушек крупной и средней рыбы на куски, соответствующие размерам консервных банок. Тушки мелких рыб не порционируют и укладывают в банки целиком.

Обычно тушки рыб порционируют на многодисковых машинах. Порционирующие машины чаще всего однооперационные, устройство их несложное. В большинстве конструкций порционирующих ма-



шин на сварной станине из углового железа в верхней части укреплены два подшипника, в которые помещен вал с дисковыми ножами, закрепленными на нем на равном расстоянии один от другого, расстояние между ножами можно менять путем смены втулок. Под дисковыми ножа-

ми смонтирован загрузочный механизм, подающий тушки рыбы.

Загрузочные механизмы бывают трех видов: в виде подающих звезд, смонтированных на общем валу и вращающихся между ножами; в виде ковшового элеватора с прорезями для ножей; в виде горизонтального транспортера с прорезями.

При подаче в порционирующие машины рыбу укладывают поперек загрузочного устройства (звезд, элеватора или транспортера). Загрузочное устройство подает рыбу под дисковые ножи, разрезающие ее на равные куски, которые по величине соответствуют высоте консервных банок.

Готовые к укупориванию полуфабрикаты обрабатываются различными способами, в зависимости от которых подбирается вид заливки. Так, например, для заливки копченой рыбы используют растительное масло, а к обжаренному сырью подходит томатная заливка.



Банки с готовой продукцией закупориваются автоматическим или полуавтоматическим способами.

Подготовка банок к закупорке

Рыбные консервы в зависимости от вида тары стерилизуют следующими способами. Консервы в банках из жести №25 и более толстой объемом до 350 см³ обычно стерилизуют паром при температуре не выше 112°C без противодействия. Продукцию в банках из любой жести объемом 350 см³, консервы в мелких банках, сделанных из тонкой жести (№18-22), а также отдельные виды консервов, требующие обязательного прогревания при температуре 120°C, стерилизуют паром с паровоздушным противодействием и водяным охлаждением в автоклаве (на некоторых заводах консервы в круп-

Сущность двухступенчатой стерилизации заключается в быстром прогреве продукта при высокой температуре 120°C в начале процесса и при сравнительно низкой температуре 110°C в конце. Разность между начальной и конечной температурами стерилизации должна составлять не менее 10°C.

ных жестяных банках стерилизуют также в воде, но при этом увеличивается расход пара). Консервы в стеклянных банках или алюминиевых тубиках стерилизуют в горячей воде с противодействием, создаваемым напором воды или сжатым воздухом.

Общая формула стерилизации для рыбных консервов в любой таре имеет следующий вид. Различные виды рыбных консервов в нашей стране стерилизуют при температурах 112, 115 и 120°C. Стерилизация консервов при температуре 120°C гораздо менее продолжительна, чем при температуре 112 или 115°C. Для улучшения условий стерилизации рыбных консервов при повышенной температуре (120°C) ВНИРО разработан способ двухступенчатой стерилизации.

Сущность двухступенчатой стерилизации заключается в быстром прогреве продукта при высокой температуре 120°C в начале процесса и при сравнительно низкой температуре 110°C в конце. Разность между начальной и конечной температурами стерилизации должна составлять не менее 10°C.

Преимущество двухступенчатого способа стерилизации состоит в некотором улучшении вкуса, консистенции и цвета рыбы, а также томатного соуса в готовых консервах, в возможности стерилизации консервов в банках (из жести не тоньше 0,24 мм) емкостью до 350 см³ при температуре 120°C без противодействия и при сокращении продолжительности стерилизации на 20-25% по сравнению с продолжительностью стерилизации при температуре 112°C.

Банки с готовой продукцией закупориваются автоматическим или полуавтоматическим способами и остужаются для этикетирования и укладки в транспортную тару.

Обработка укупоренных банок

Укупоренная тара может обрабатываться различными способами. Комплексный механизированный способ предполагает, что банки с консервами после охлаж-

дения в автоклавах высыпают из сеток при помощи специального опрокидывающего устройства на стол транспортера, который подает их в выравниватель. Выравниватель автоматически устанавливает банки в определенное положение и затем передает на ленточный конвейер моечно-сушильной машины. Из моечно-сушильной машины банки по транспортеру передают на этикетировочную машину, а затем в банкоукладочный агрегат для укладки в картонные коробки.

При частично механизированном способе банки с консервами после охлаждения пропускают через моечно-сушильные машины и по ленточным конвейерам передают на склад, где их вручную снимают с транспортеров и укладывают в колонки по автоклавоваркам (без ящиков).

При формировании вагонных партий банки сортируют, при необходимости дополнительно перетирают или лакируют быстросохнущим бесцветным лаком, затем с помощью машин этикетируют и далее вручную упаковывают в деревянные или картонные ящики, которые складывают в штабеля.

Немеханизированный способ, который применяется на некоторых технически малооснащенных предприятиях, предполагает, что банки с консервами после охлаждения вручную перетирают ветошью или опилками и направляют на склад для временного хранения.

Перед отгрузкой тару сортируют и повторно перетирают, затем вручную или с помощью машины этикетируют, вручную упаковывают в ящики и укладывают в штабеля. **РС**



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

реклама

Подготовила:



Елена Максимова

Пресервы:

расширить ассортимент проще, чем кажется

Такой продукцией, как рыбные пресервы, потребители балуют себя достаточно часто. Она хороша и в качестве закуски, и как бутербродный компонент. Производитель может предложить потребителям широкий ассортимент пресервов всего из одного вида рыбы – скажем, из сельди. Для того чтобы это сделать, необходимо лишь использовать различные заливки.



На российском рынке наиболее популярны пресервы из сельди, однако на полках наших супер- и гипермаркетов также можно найти пресервы из морепродуктов, тунца, макрели, скумбрии.

Виды заливок

Сегодня в супер- и гипермаркетах можно встретить пресервы в различных видах заливок – на любой вкус. Все представленное на рынке многообразие можно разделить на несколько групп. Заливки могут быть масляными, маринадными, густыми. Также в отдельную группу выделим заливки с овощами. При этом в состав любой заливки обязательно должен входить антисептик. Как правило, бензойнокислый натрий, хотя эксперты предлагают использовать более безопасные варианты, коими являются соли карбоновых кислот, а также сахар.

Кроме того, для изготовления практически всех видов заливок используют пряности. Специалисты рекомендуют хранить их в сухих и чистых помещениях, а перед добавлением в заливку все пряности, кроме лаврового листа, тщательно смешивать с сахаром.

Поговорим отдельно о каждом виде заливок и об основных ингредиентах в их составе, обеспечивающих сохранность пресервов.

Масляные заливки: классика жанра

Самыми распространенными для пресервов считаются масляные заливки. Они позволяют сохранить натуральный вкус и аромат рыбы, при этом раскрыв его максимально полно.

Для производства масляных заливок используют растительные масла, чаще всего подсолнечное, реже оливковое. Для



Масляные заливки позволяют сохранить натуральный вкус и аромат рыбы.



Пресервы с «гарниром»: филе при фасовке не смешивается с другими составляющими продукта.



Для придания рыбе более необычного вкуса в качестве маринада может использоваться винный уксус.



В состав густых заливок входят майонезные, горчичные или томатные соусы, а также их смеси.

СПРАВКА

Рыбные пресервы — продукция, не подвергающаяся термической обработке, благодаря чему рыба сохраняет все свои полезные свойства. Длительное хранение пресервов обеспечивается не только за счет добавления в них консервантов, но и за счет герметичности упаковки. На российском рынке наиболее популярны пресервы из сельди, однако на полках наших супер- и гипермаркетов также можно найти пресервы из морепродуктов, тунца, макрели, скумбрии.

придания сельди разных вкусов изготовители применяют различные виды пряностей. Как правило, из специй в состав масляных заливок могут входить перец, горчица, карри, куркума или кориандр.

Иногда в масляные заливки производители пресервов добавляют лук или зелень.

Маринады: заливка для гурманов

Маринадные заливки тоже достаточно распространены. Они придают сельди островатый вкус, делают филе более мягким и нежным. Обычно маринадные заливки изготавливаются на основе уксусной кислоты. Для придания рыбе более необычного вкуса в качестве маринада может использоваться винный уксус — такая продукция позиционируется как «пресервы в винной заливке».

В маринадные заливки так же, как и в масляные, может добавляться укроп или лук и различные специи — например, перец, лавровый лист, мускатный орех, гвоздика.

Густые заливки: для любителей соусов

Потребители, которые предпочитают приправлять еду соусами, чаще всего выбирают пресервы в густых заливках. Как правило, в их состав входят майонезные, горчичные или томатные соусы, а также их смеси. Например, большой популярностью у покупателей пользуются майонезно-

горчичные заливки. Некоторые производители изготавливают пресервы в майонезно-свекольных заливках, отсылая потребителя к одному из любимых нашими соотечественниками салатов — сельди под шубой. В этом случае в майонезную заливку обычно добавляется сушеная свекла.

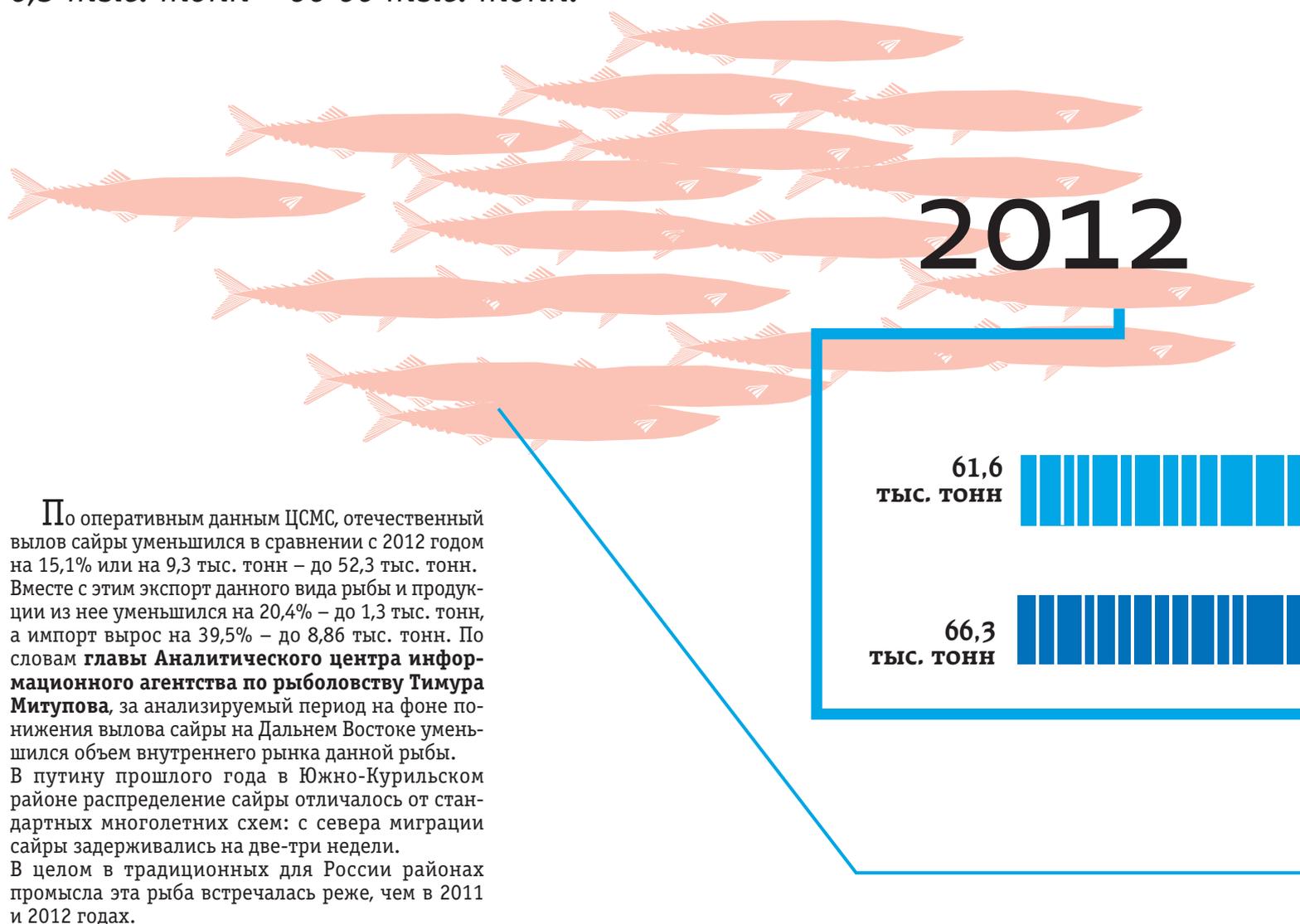
Заливки с овощами: пресервы с «гарниром»

Некоторые изготовители пресервов для разнообразия ассортимента продукции добавляют в нее консервированные овощи — горошек, кукурузу, маринованную свеклу, морковь или лук. Чаще всего для изготовления такой продукции используется маринадная или майонезная заливки. Филе при фасовке не смешивается с другими составляющими продукта: овощи выкладываются отдельно, сбоку от рыбы, а затем в продукт добавляется предусмотренная рецептурой заливка.

Очевидно, что вариантов заливок для пресервов сельди множество, однако при изготовлении данной продукции важно помнить, что чем качественнее рыба используется для производства этой закуски, тем больший успех она будет иметь у потребителя. Наши соотечественники уже достаточно уверенно определяют по виду, вкусу и консистенции рыбы, было сырье для изготовления пресервов замороженным или свежим, поэтому рыбу низкого качества не спасет никакая заливка. **РБ**

Объем отечественного рынка сайры уменьшился

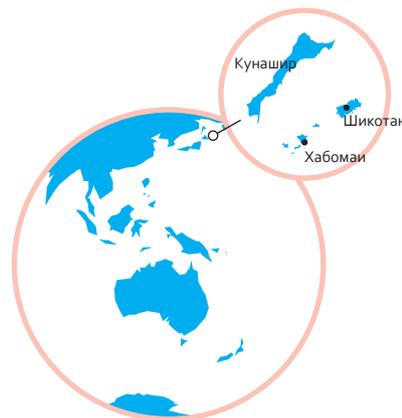
Объем отечественного рынка сайры без учета остатков за январь-ноябрь 2013 года по отношению к аналогичному периоду 2012 года сократился на 9,1% либо на 6,3 тыс. тонн – до 60 тыс. тонн.





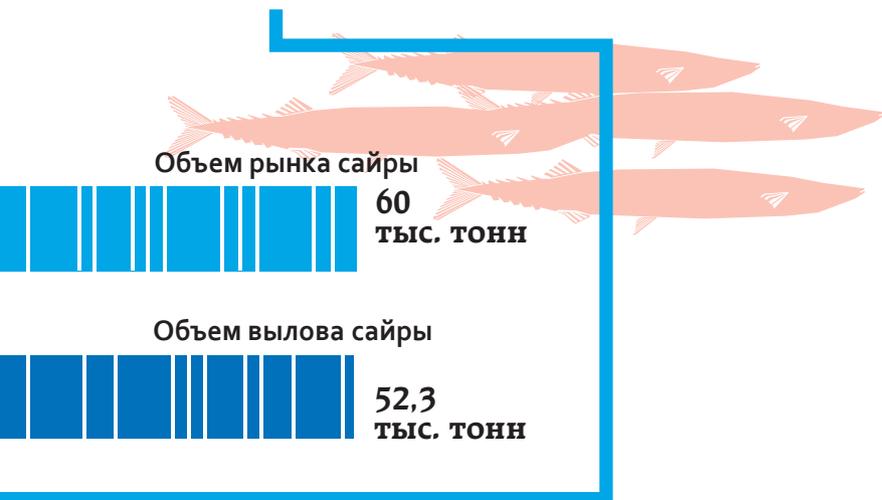
Тимур Митупов
глава аналитического центра
информационного агентства
по рыболовству

За анализируемый период на фоне понижения вылова сайры на Дальнем Востоке уменьшился объем внутреннего рынка данной рыбы.



В прошлом году в Южно-Курильском районе с севера миграция сайры задерживалась на две-три недели.

2013



т 180 г
Л 40 см

живет
до 5–6 лет

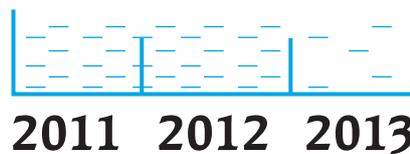


-20,4%

Экспорт сайры и продукции из нее уменьшился до 1,3 тыс. тонн

+39,5%

Импорт сайры вырос до 8,86 тыс. тонн



В целом в традиционных для России районах промысла эта рыба встречалась реже, чем в 2011 и 2012 годах.



В ПОЛЯХ

Для того чтобы стать профессионалом в такой специфической сфере, как холодильная техника, необходимы знания и опыт, все это приходит с годами в процессе ежедневной работы.

Гость:
Леонид Кузьмичев,
заместитель коммерческого директора
ООО «ГЕА Рефрижерейшн РУС»

Беседовала:
Елена Максимова



Леонид Кузьмичев:

«Продажи как спорт»

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

– Первый крупный для меня проект был более 10 лет назад. Тогда это была самая серьезная сделка за всю историю фирмы. Позднее суммы проектов росли во всей компании, в том числе и у меня были продажи значительно больше. Но именно благодаря тому успеху мне удалось получить опыт работы с крупными проектами, значительно повысить личную квалификацию, а также завоевать авторитет коллег и руководства.

Что вы считаете самым важным для хорошего сотрудника отдела продаж?

– Результат, при этом разным специалистам удается достигать его разными способами. И конечно, в продажах очень важны такие качества, как коммуникабельность, целеустремленность и личная инициатива.

Всеми качествами продавца вы обладали от природы или чему-то пришлось учиться?

– Безусловно, что-то заложено в нас с рождения, но многому приходится учиться. И я в этом случае не исключение. Для того чтобы стать профессионалом в такой специфической сфере, как холодильная техника, необходимы знания и опыт, все это приходит с годами в процессе ежедневной работы.

Для специалиста по продажам промышленной техники очень важно умение убеждать. У вас это качество врожденное или приобретенное? Расскажите, как оно помогает вам в жизни?

– Полностью согласен, умение убеждать чрезвычайно важно. Но убеждать надо грамотно, мотивированно, внимательно слушая и понимая позицию клиента, а также учитывая местные условия и индивидуальные требования по каждому проекту. Честно признаюсь, лично у меня еще есть, над чем работать. Умение аргументировать свою позицию по тем или иным вопросам полезно в любой сфере жизни: в профессиональной, личной и общественной.

Умение аргументировать свою позицию по тем или иным вопросам полезно в любой сфере жизни: в профессиональной, личной и общественной.

Те, кто чувствует себя некомфортно на предприятии клиента далеко от дома, не должны работать в продажах.



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

– Для формирования первоначального впечатления достаточно нескольких минут разговора, а вот окончательное мнение уже складывается в процессе совместной работы. И не всегда первоначальное мнение совпадает с окончательным.

Если клиент насторожен, напряжен или настроен не очень дружелюбно, каким образом его можно расположить к себе?

– Важно постараться завоевать его симпатию и показать свою компетентность в предмете переговоров.

Изменился ли за последние 10-15 лет портрет типичного руководителя компании-производителя продуктов питания?

– Да, изменился. Современные руководители, как правило, обладают профильным образованием и используют полученные управленческие и экономические знания на практике, а в первые годы после распада СССР обычно руководящие должности занимали самоучки, которые в работе больше полагались на свое чутье.

Сейчас любой руководитель вынужден мыслить стратегически и смотреть минимум на 5-10 лет вперед, иначе ему не выжить и не сохранить свой бизнес в условиях жесткой конкуренции. Раньше, в эпоху тотального дефицита, конкуренции практически не было, и директора смотрели в лучшем случае на год вперед, определяя политику и стратегию своего предприятия. Современный руководитель знает, какое направление ключевое в компании – это продажи, от них многое зависит, они кормят всю фирму.

досье

Имя, фамилия:

Леонид Кузьмичев

Должность, компания:

заместитель коммерческого директора
ООО «ГЕА Рефрижерейшн РУС»

Стаж работы в продажах:

более 10 лет

Стоимость самой крупной сделки:

несколько миллионов евро

Места, где побывал

в командировках:

Приморье, Красноярский край,
Алтай, Новосибирская область,
Пермский край, Поволжье,
центральные и южные регионы
России

У менеджера по продажам есть четкая цель: заключить контракт и заработать для себя и для компании. Однако не каждые переговоры заканчиваются сделкой. Получаете ли Вы удовольствие просто от общения с клиентом?

– Продажи как спорт: если ты любитель, то тебе достаточно и просто участвовать, но, если ты профессионал, настоящее удовлетворение получаешь исключительно от побед. Безусловно, от результата сделки зависит и прибыль компании, и наша зарплата.

Дают пустые, не заканчивающиеся подписанием контракта переговоры что-либо, помимо потраченного времени? Анализируете ли Вы их? Есть ли смысл в разборах полетов?

– Разборы полетов всегда очень важны, особенно на крупных или сложных проектах. Мы все понимаем, что умный учится на чужих ошибках, но ничто так твердо не откладывается в памяти и не дает такого опыта, как собственные промахи. В нашей компании разборы полетов составляют неотъемлемую часть работы.

Вы говорили о том, что менеджерами по продажам не рождаются. В чем плюсы и минусы начинающих специалистов в данной сфере?

– Плюсы в том, что у них есть рвение, мотивация и запал, а минус – в недостатке опыта.

Каких слов категорически не должен иметь в своем лексиконе специалист по продажам?

– Никогда нельзя говорить «не знаю», «не могу», «не буду» – как на экзамене в институте.

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

– Разница в менталитете чувствуется, однако не могу сказать, с кем работать проще и лучше. Хорошие отношения складываются не за день, не за месяц и даже не за год. Они – результат многолетней совместной работы. Со всеми клиентами, с которыми сотрудничаю много лет, независимо от их географического положения, у меня достаточно теплые отношения, я бы даже сказал дружеские.

Поясните!

– С некоторыми партнерами мы уже достигли такого уровня взаимопонимания и доверия, что порой можем заключить сделку устно и при-

Главная задача любого руководителя – максимально использовать именно достоинства своих сотрудников.

У нас сильный командный дух – это наше конкурентное преимущество!



В жизни, как и в работе, самое важное – общечеловеческие ценности и теплые отношения между людьми.

ступить к ее реализации, а все формальности соблюсти позднее. Причем никогда ни с нашей стороны, ни со стороны партнеров подобные договоренности не нарушаются.

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

– Люблю Алтай – край неповторимой и нетронутой природы. На Алтае иной ритм жизни, приезжая туда отдыхаешь душой, даже в командировках. И, конечно, там очень гостеприимные и приветливые жители.

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

– Нечасто, но иногда такое случается. Не всегда могу сразу отключиться от работы.

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

– Работа в продажах неразрывно связана с работой «в поле». Те, кто чувствует себя некомфортно на предприятии клиента далеко от дома, не должны работать в продажах. А в офисе все себя чувствуют комфортно, для этого там созданы все условия.

К своим сотрудникам Вы предъявляете высокие требования? Какие?

– Не бывает идеальных людей и идеальных работников, у всех есть свои

достоинства и свои недостатки. И главная задача любого руководителя – максимально использовать именно достоинства своих сотрудников. Завышенные и невыполнимые требования чаще вредят достижению общего результата. Всегда очень ценю ответственность и добросовестность в работе.

Как Вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?

– Мы работаем в команде, и «отсидеться» за спинами коллег не удастся никому. У нас сильный командный дух – это наше конкурентное преимущество!

По своей сути менеджер по продажам – больше предприниматель или исполнитель?

– Я бы сказал, что продавец – это некий симбиоз предпринимателя и исполнителя: он, конечно, работает за зарплату, однако вместе с тем ее размер напрямую зависит от результата работы.

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

– «Маркетинг и менеджмент» Филиппа Котлера, рекомендую ее прочесть всем начинающим и опытным специалистам по продажам.

Что Вы считаете самым важным в жизни?

– В жизни, как и в работе, самое важное – общечеловеческие ценности и теплые отношения между людьми. **PS**



День «в поле»

В деловую поездку я обязательно беру с собой ноутбук, необходимую документацию, настрой и хорошее настроение.

У нас достаточно большая страна, поэтому зачастую приходится много времени проводить в дороге, и чтобы его не терять напрасно, я работаю – готовлюсь к переговорам, изучаю дополнительную информацию, составляю документы.

Собираясь на переговоры, я тщательно готовлюсь к ним.

Пунктуальность очень важна в нашей работе, но, если все-таки опаздываю на встречу, то заранее предупреждаю об этом партнеров и переносу ее на более позднее время.

Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу – договариваюсь с ним на удобное для него время.

Я считаю сделку состоявшейся после перечисления авансового платежа.



17-я Международная выставка

Пищевые ингредиенты, добавки и пряности

ingredients

RUSSIA

18–21 марта 2014

ВВЦ, Павильон 75
Москва, Россия

*Важный ингредиент для развития
бизнеса*



реклама



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

При поддержке:



www.ingred.ru

Одновременно:



**МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ
ИНДУСТРИЯ**

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.

18+



реклама

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства сельского
хозяйства РФ

