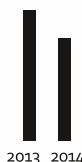


2,6 млн т

Производство свинины за девять месяцев этого года превысило 2,6 млн т (живой вес), что на 6,4% больше, чем за аналогичный период 2013-го, сообщает Минсельхоз.



18,7%

По данным ФТС, за период с января по сентябрь 2014 года импорт свежего и свежемороженого мяса (без мяса птицы) составил 727,1 тыс. тонн. Это на 18,7% меньше, чем за аналогичный период прошлого года.



4%

В 2014 году, по прогнозам аналитиков, рынок замороженных полуфабрикатов вырастет не более чем на 4% в натуральном выражении.

издается с сентября 2001 г.

www.sfera.fm

№6 (103) 2014

мясная сфера

Что рубль грядущий нам готовит?

Или продуктовый патриотизм

12



38



44



48



50

13-я Международная выставка
молочной и мясной индустрии

**17–20 марта
2015 года**

Москва, ВДНХ, павильон 75



**МОЛОЧНАЯ
И МЯСНАЯ
ИНДУСТРИЯ**



Оборудование
и технологии для
агропромышленного
производства
молочной и мясной
продукции

www.md-expo.ru



Тел.: +7 (495) 935-81-40, 935-73-50
e-mail: md@ite-expo.ru
www.md-expo.ru

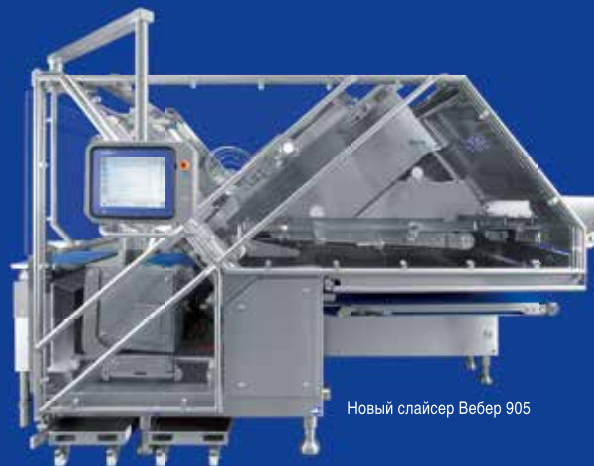
Одновременно
с выставкой:



На уровень выше



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



Новый слайсер Вебер 905

weber®
The High Tech Company

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



Международная выставка VIV Russia 2015

**МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК**

19-21 Мая
Москва, Крокус Экспо

САММИТ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОТРАСЛИ | **18 МАЯ**, LOTTE HOTEL MOSCOW

FEED to MEAT



Более 350 компаний из 36 стран мира в области животноводства, свиноводства, птицеводства, кормопроизводства и здоровья животных представят новейшее оборудование, технологии и инновационные разработки для специалистов агропромышленного комплекса.

Специальные разделы

Календарь выставок 2015-2016



VIV Asia 2015

11-13 марта 2015
Бангкок, Таиланд



VIV Russia 2015

19-21 мая 2015
Москва, Россия



VIV Turkey 2015

11-13 июня 2015
Стамбул, Турция

VIV China 2016

6-8 сентября 2016
Пекин, Китай

Организаторы:

Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915

Organized by:



E-mail: info@vivrussia.ru
www.vivrussia.ru • www.viv.net





ДОВЕРИЕ ЗАСЛУЖЕННОЕ ДЕЛОМ!



www.agravis.ru

ingredients

RUSSIA

17–19 марта 2015 года

ВДНХ (ВВЦ), Павильон 75
Москва, Россия



SSSSSSSSPRAY PLUSSSSSSSSS SSSSSSSYSTEM

SPRAYPLUS® SYSTEM

ЗАПУСКАЯ ИНЪЕЦИРОВАНИЕ В НОВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ



**ВЫСШИЕ КОНЕЧНЫЕ
РАСЧЕТНЫЕ ВЫХОДА**

**НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ
РАССОЛА И ЦВЕТА**

**УВЕЛИЧЕНИЕ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ**

**УНИКАЛЬНАЯ
УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ**

www.metalquimia.com

 @MetalquimiaNews

 **МТИ** Простые
Технологии
Ингредиенты
ГРУППА КОМПАНИЙ

Тел/факс +7 (495) 786 8565



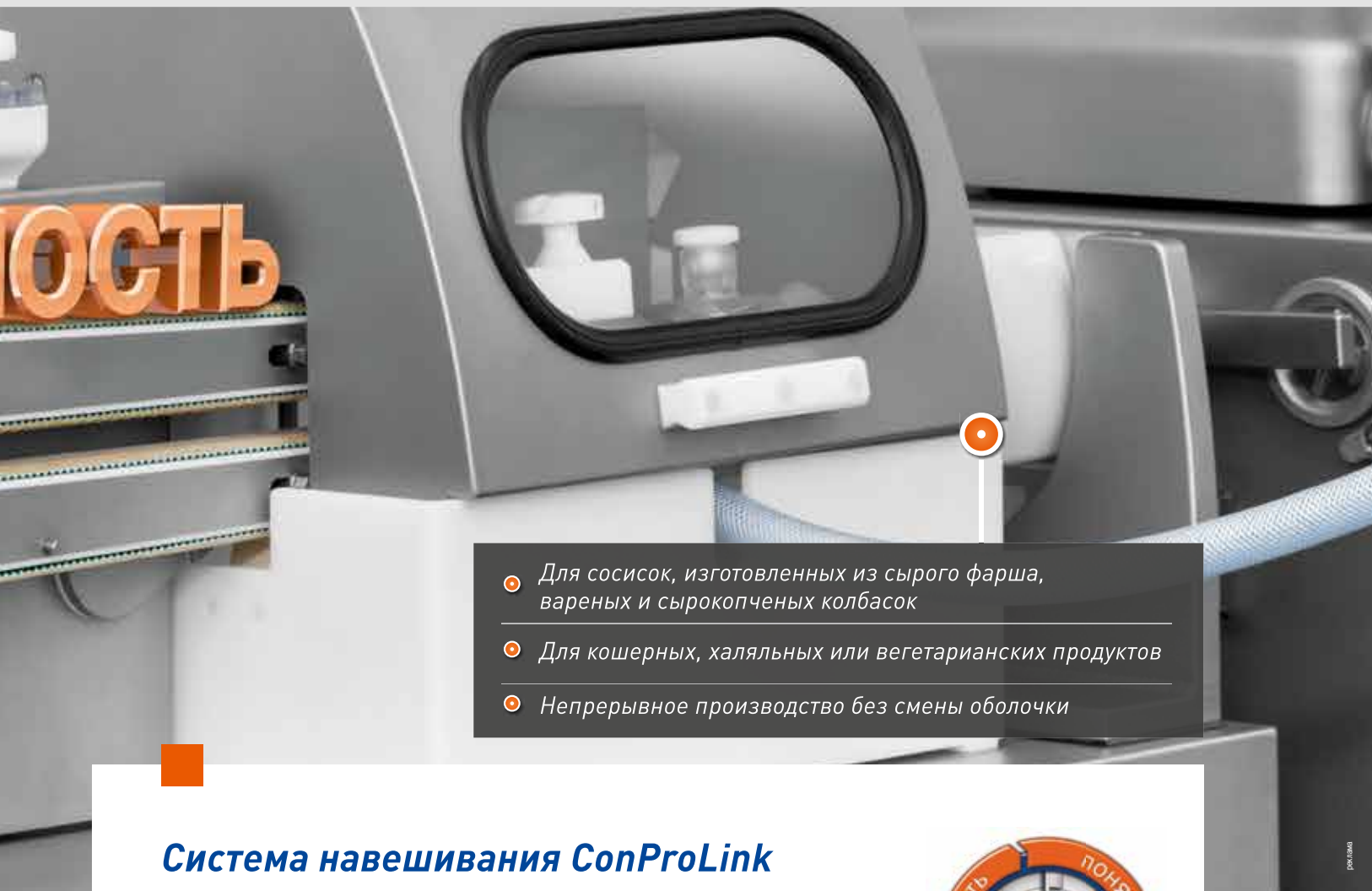
**Коэкструзия,
перекрутка,
навешивание,
восхищение!**

ЭФФЕКТИВНО

Преимущества

- *Снижение производственных затрат на 40% по сравнению с равноценными продуктами в натуральной или искусственной оболочках*
- *Малые производственные затраты благодаря высочайшей точности веса и уменьшению потерь*
- *Применение имеющихся копильных и варочных установок для навешанных продуктов*
- *Эффективная рационализация за счет полного автоматизирования*





- Для сосисок, изготовленных из сырого фарша, вареных и сырокопченых колбасок
- Для кошерных, халяльных или вегетарианских продуктов
- Непрерывное производство без смены оболочки

Система навешивания ConProLink

... теперь в новом исполнении: Перекрутка и навешивание в непрерывном процессе! Не требуется остановка машины для смены оболочки. С применением системы навешивания ConProLink сырокопченые и варено-копченые сосиски изготавливаются самым современным и самым экономичным способом



handtmann
Идеи с будущим.

www.TOPSALE.TODAY

мясная

молочная

хлебная

кондитерская

птицепром

рыбная сфера

1.

Выбери купон с акцией, получи спецпредложение

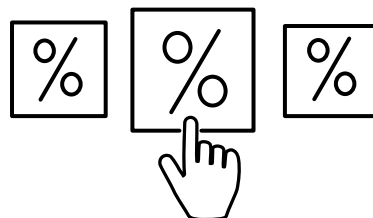
-10%

-30%

-50%

-70%

распродажи. скидки. акции.



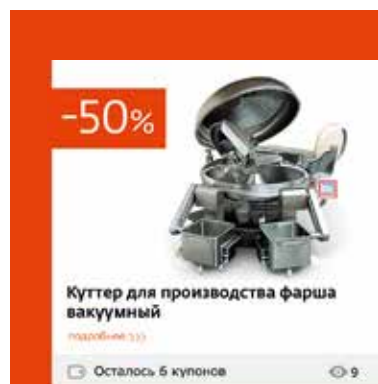
2.

Свяжись с продавцом, получи подробную информацию



3.

Заклучи выгодную сделку



содержание

	отрасль	18	
Рынок ЗПФ: рецессия началась еще до падения рубля		28	
	инфографика		Мировые ресурсы мясного сырья 34



Продуктовое эмбарго не помогает развитию АПК в России. Единственный плюс – с введением санкций на этот сектор экономики стали больше обращать внимания, говорят участники рынка. Однако ситуация в целом лишь ухудшилась: цены на сырье и технику растут, в том числе из-за колебаний валюты, а покупатели голосуют рублем, часто выбирая товары более низкой ценовой категории, кроме того, зафиксировано падение потребительского спроса.

12

тема номера	Что рубль грядущий нам готовит? Или продуктовый патриотизм	12	женские правила	Наталья Кузнецова: «Любой кризис – стимул для новых идей!»	44
отрасль /события и факты	Новости	18	в полях	Роман Кононенко: «Продавец должен уметь общаться с людьми!»	48
	«Агропродмаш» отвечает на вопросы нового времени	20	собственник	Маркус Винклер: «Мы верим в перспективы российского рынка!»	50
/крупным планом	Удиви меня!	26	производство /события и факты	Новости	53
/исследование	Рынок ЗПФ: рецессия началась еще до падения рубля	28	/автоматизация	Оптимальное управление производством по убою и разделке скота	56
industry /research	Frozen processed foods market: the recession had begun before the fall of the ruble	28	/оборудование	Как выбрать бренд и страну-производителя?	58
инфографика	Мировые ресурсы мясного сырья	34		Камера для производства запеченных изделий ПКМ РОТО	61
компании /события и факты	Новости	36		Революция от Poly-Clip System	62
/крупным планом	Компания «Кремонины»: открытие завода по переработке говядины	38			

Наталья Кузнецова: «Любой кризис – стимул для новых идей!»	компании	36
	консалтинг	44
	Интернет-продвижение в сегменте B2B	74



ГК «Кремонини», посредством контролируемой компании Inalca Eurasia Holdings, также принадлежащей Cascade International Holding – Knightsbridge Group, 24 октября открыла в Оренбурге, на Южном Урале, первый завод по убою и переработке мяса говядины «Оренбив». На мероприятии присутствовали вице-премьер России Аркадий Дворкович и губернатор Оренбургской области Юрий Берг.

38

/оборудование	«Шаллер» на выставке «Агропродмаш-2014»	64	/упаковка	Как упаковать свинину? Вариации на тему	68
	Термокамеры REICH, самые экономичные камеры в мире!	65		ГК «Биостар» на выставке «Агропродмаш-2014»	72
/санитария и гигиена	Меньше затрат, эффективнее бизнес – принцип аренды	66	Консалтинг /маркетинг	Интернет-продвижение в сегменте B2B: эффективность основных площадок	74

мясная сфера

№6 (103) 2014

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясopеpаbывающей индустрии
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС 77 – 46401 31.08.2011 г.

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

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Директор по продажам и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm
Менеджер по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm
Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm
Наталья Баранцева
n.baranцева@sfera.fm
Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm
Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:
Виктория Загорская
editor@sfera.fm
Дизайн и верстка:
Татьяна Путинцева
t.putinceva@sfera.fm
Дизайн инфографики:
Нина Слюсарева
Корректор, литературный редактор:
Лариса Торопова
Иллюстрации в номере:
Тимофей Яржомбек и Нина Кузьмина
Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 6 раз в год.
Использование информационных и рекламных материалов журнала возможно только с письменного согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Материалы, отмеченные значком **R**, публикуются на коммерческой основе. Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 25.11.14. Тираж: 5 000 экз.





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

О политике и экономике

Если, подводя итоги года, говорить о последствиях продовольственного эмбарго, то главное положительное последствие – это то внимание, которое сейчас уделяется АПК. Но в целом многие отечественные производители не видят ожидаемого всплеска спроса на свою продукцию, как и ажиотажного внимания со стороны ритейла.

Зато после того как Россия ограничила продовольственный импорт, отмечают дефицит мясного сырья, рост цен, уход с рынка ряда игроков, преимущественно производителей колбас. Кроме того, у руководителя Россельхознадзора Сергея Данкверта прибавилось работы – его служба борется с контрабандой запрещенных товаров из Канады, США и ЕС и выдает разрешения на импорт продовольствия из Чили, Китая, Индии и других стран.

Глава правительства России Дмитрий Медведев в ноябре предупредил, что введенный сроком на один год запрет на ввоз в страну ряда продуктов из США, Евросоюза, Канады, Австралии и Норвегии в случае необходимости может быть продлен.

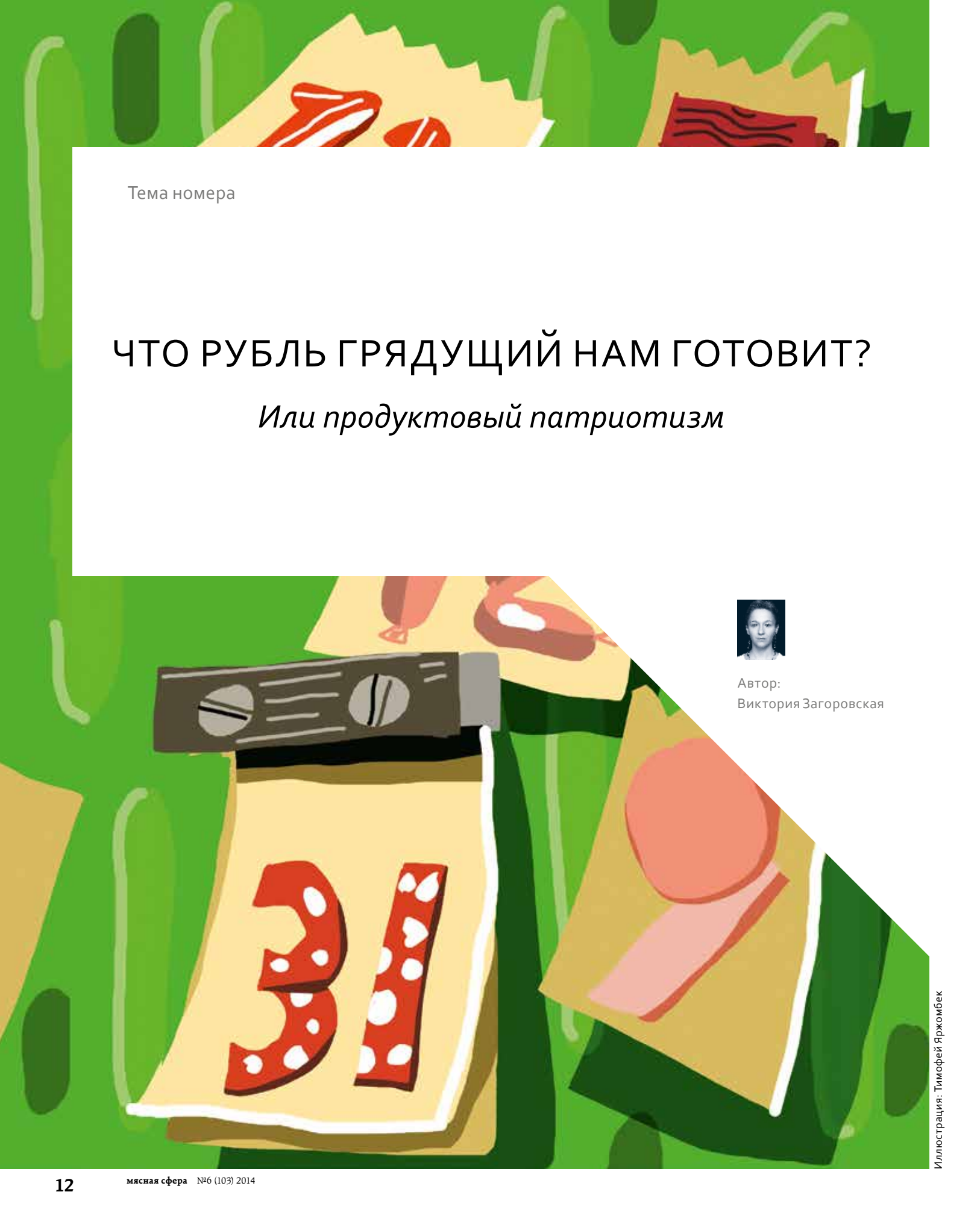
Медведев признал, что из-за антироссийских санкций у экономики РФ возникли «определенные проблемы», однако пересмотр бюджета и основных положений бюджетной политики может произойти лишь при действительно сильном и устойчивом падении цен на нефть. Пока цены колеблются около 80 долларов за баррель, никаких экстраординарных мер ситуация, по словам главы правительства, не требует, а «драматических причин», которые

бы влияли на курс рубля или вообще на ситуацию, не существует. Последние же действия ЦБ РФ Медведев назвал «вполне либеральной» мерой.

«Те решения, которые, например, принял Центральный банк, не имеют никакого отношения к мобилизации, мобилизационному характеру экономики, каким-то ограничительным действиям... Все разговоры о том, что мы собираемся ограничить движение капитала и ввести какие-то дополнительные меры валютного регулирования, они тоже ни на чем не основаны. Это либо досужие разговоры, либо попытки сыграть на этой ситуации», – пояснил российский премьер, выразив уверенность в том, что российской экономикой будет найдена точка равновесия, а рубль укрепится.

Более того, по словам Медведева, у войны санкций есть и «положительная сторона» – люди привыкают покупать российское. А вот европейским и американским компаниям, потерявшим из-за войны санкций место на российском рынке, по словам Медведева, придется хуже. Даже после снятия санкций вернуться смогут не все.

«Далеко не все, что раньше было занято на продуктовых полках иностранными продовольственными товарами, будет восстановлено. Потому что там уже прочно обоснуются товары, произведенные в нашей стране, качественные и вкусные, ну и товары, которые приходят из других стран: и стран Таможенного союза, и государств СНГ, и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», – пояснил премьер-министр.



Тема номера

ЧТО РУБЛЬ ГРЯДУЩИЙ НАМ ГОТОВИТ?

Или продуктовый патриотизм



Автор:
Виктория Загоровская

Иллюстрация: Тимофей Яржомбек



Нынешней осенью рубль переживает не самые лучшие времена. Что будет дальше с ценами на продукты питания и как изменение курсов валют отразится на мясном рынке?

Еще одна проблема – поступление на территорию России продукции неизвестного происхождения в обход введенных ею санкций. Для нее даже придумали новый термин – «партизанское сырье».

Продуктовое эмбарго не помогает развитию АПК в России. Единственный плюс – с введением санкций на этот сектор экономики стали больше обращать внимания, говорят участники рынка. Однако ситуация в целом лишь ухудшилась: цены на сырье и технику растут, в том числе из-за колебаний валюты, а покупатели голосуют рублем, часто выбирая товары более низкой ценовой категории, кроме того, зафиксировано падение потребительского спроса.

Одно из основных ограничений коснулось ввоза свинины. Естественно, недостаток свинины на рынке вызвал рост цен на сырье, причем значительный: с июля до октября он составил порядка 70%. Небольшой спад произошел в начале ноября, однако сейчас рост цен на свинину вновь продолжается; для переработчиков наступило достаточно сложное время.

Многие выступают за продление сроков введенного Россией продовольственного эмбарго, что должно позволить отечественным производителям закрепиться на рынке.

В долгосрочной перспективе сложности на рынке заставят развивать те направления, которым раньше не уделяли внимания, налаживать деловые контакты с новыми странами-партнерами и приведут к импортозамещению и продовольственной независимости.

Рубль слабеет — цены растут

Нынешней осенью рубль переживает не самые лучшие времена. Чтобы смягчить волатильность курсовой разницы, правительство страны решило постепенно переводить расчеты в рамках межгосударственных товарооборотов с доллара и евро в рубли, о чем уже идут переговоры с Китаем, африканскими, арабскими и азиатскими странами. Министр промышленности и торговли РФ Денис Мантуров считает, что ослабление рубля может негативно отразиться на росте цен на импортные продукты, особенно те, которые попали под продуктовое эмбарго. Однако он надеется, что перевод экономики на импортозамещение, а также поиск импортеров среди стран АТР, Латинской Америки, Ближнего Востока и африканских государств поможет избежать гиперинфляции и резкого удорожания продовольственной корзины, сообщает сайт agropages.ru.

По его словам, в сложившейся ситуации новые возможности открываются и для отечественных сельхозтоваропроизводителей, которые начали интенсивно наращивать объемы поставок. Министр надеется, что даже если рубль продолжит слабеть, эти положительные факторы помогут сдерживать рост цен на продукты. Он также попросил не паниковать по поводу

возможного дефицита из-за продовольственных санкций, которого быть не должно. По мнению чиновника, рост цен связан с сезонными факторами. Цены на определенные товары в те или иные месяцы то опускаются, то поднимаются. Мантуров заверил, что если будут зафиксированы абсурдные факты превышения всех мыслимых ценовых порогов, то правительство подготовит соответствующие инструменты ограничения. Когда стоимость продукции повышается более чем на 30%, правительство вправе накладывать на 90 дней ограничения цены.

Насколько губительно ослабление национальной валюты для продуктовых цен? **Экономист, ведущий специалист направления «Финансовый менеджмент» университетской бизнес-школы МГУ Владислав Гинько** уверен, что в условиях растущей инфляции по-прежнему нет серьезных поводов для опасений, пишет agropages.ru. Что касается панических настроений по поводу скачка цен на продукты, то они в большей мере вызваны продуктовым эмбарго, наложенным в августе текущего года российским правительством на импорт из стран ЕС, США и Канады. Новые партии по завышенным из-за курсовой разницы ценам закупаться не будут. Многие ритейлеры уже нашли замену поставщикам продуктов из санкционного списка, следовательно, дефицита опасаться не стоит.

Кроме того, по мнению экспертов, не которым игрокам рынка выгодно, если население в панике начнет скупать или продавать валюту, а после сметать импортные продукты с прилавков магазинов. Аналогичная ситуация наблюдалась с гречкой на фоне плохого урожая и резкого роста цены. Аналогичного мнения придерживается и вице-премьер РФ Аркадий Дворкович. Он считает, что на резкую инфляцию и рост продуктовых цен повлияло не только

Незаконные поставки из Евросоюза осуществляются в сопровождении поддельных товаросопроводительных документов, включая ветеринарные сертификаты.

Резкий рост цен заставляет россиян экономить на еде: согласно прогнозам, потребление мяса и овощей сократится на 2,4%, молочной продукции – на 4%, рыбы – на 7%.

ослабление рубля, но и введение эмбарго на импортное продовольствие.

Но правительство уже выработало определенную программу по импортозамещению. На сегодняшний день рыбную и мясную продукцию готовы поставлять страны Латинской Америки. Дворкович отметил, что на внутреннем продуктовом рынке отмечаются первые признаки стабилизации. В частности, подскочившая в цене и исчезающая с прилавков в начале года свинина сегодня снизилась на 20 – 30% благодаря открытию поставок с предприятий новых стран.

«Партизанское сырье»

Еще одна проблема – поступление на территорию России продукции неизвестного происхождения в обход введенных ею санкций. Для нее даже придумали новый термин – «партизанское сырье». Об этом говорится в сообщении Россельхознадзора по итогам встречи главы ведомства Сергея Данкверта с операторами рынка товаров, поднадзорных государственной ветслужбе.

Как заявляют в ведомстве, контрабандные поставки поднадзорной продукции из стран Евросоюза осуществляются в основном путем так называемого ложного транзита через территорию России. «Положение осложняется и юридической непроработанностью вопроса о размещении контрольных постов на административной границе России с другими государствами Таможенного союза, а также многочисленностью пересекающих границу дорог, включая проселочные. При выгрузке незаконно ввезенной продукции производится ее перемаркировка и легализация на уровне ветеринарных служб отдельных субъектов Федерации», – констатируют в Россельхознадзоре. Там также отмечают правовые проблемы и с утилизацией изъятой контрабандной продукции. Будучи неизвестного происхождения,



По данным Росстата, в октябре продовольственная инфляция в России превысила отметку 11%. Отдельные товары, к примеру, мясо, прибавили в цене более 20%.

она является угрозой как для здоровья потребителя, так и для биологической безопасности страны.

В целом, как полагает Сергей Данкверт, сложившаяся ситуация «убедительно показывает настоятельную необходимость скорейшего введения единых правил ввоза и транзита поднадзорной продукции на всей территории Таможенного союза, а также единой электронной системы ее ветеринарной сертификации и прослеживания».

Как сообщает Россельхознадзор, незаконные поставки из Евросоюза осуществляются в сопровождении поддельных товаросопроводительных документов, включая ветеринарные сертификаты. «Перемещение крупных товарных партий такой продукции не отслеживается компетентными органами Еврокомиссии, никакие меры по пресечению незаконной деятельности на территории Евросоюза ими не предпринимаются», – полагают в службе.

Кроме того, Россельхознадзор отмечает резкий всплеск завоза в страну некачественной продукции из Беларуси. В поступающих товарах специалисты выявляют высокое содержание вредных веществ. В частности, в моло-

ке, которое завозится под маркой белорусских производителей, все чаще находят антибиотики, а в свинине – вирус африканской чумы. Из Брянска в Беларусь возвращено 72 партии потенциально опасного для здоровья товара, и еще 60 тонн продукции решено утилизировать.

Качество белорусских продуктов питания снизилось после того, как Россия ввела санкции на аналогичную продукцию из стран Запада. Специалисты Россельхознадзора связывают это с тем, что Беларусь увеличила долю иностранных компонентов в своей продукции, сообщает «Регнум».

В ответ Россельхознадзор принимает достаточно жесткие меры – лишение права продавать продукцию в России тем белорусским предприятиям, которые установили рекорды по нарушениям ветеринарных требований.

Между тем до конца 2014 года Белоруссия планирует поставить российским потребителям молочной и мясной продукции на \$2,1 млрд.

Потери в войне санкций

В августе, месяц спустя после введения санкций, экспорт из стран Евросоюза в Россию упал на 19% до 7,9 млрд евро по сравнению с июлем 2014 года. В общей сложности ЕС за месяц потерял около 2 млрд евро. Падение отчасти обусловлено ответными санкциями Москвы, включающими запрет на импорт продовольствия из стран еврозоны. Россия теряет 2,6 млрд евро в месяц.

Как сообщает Reuters со ссылкой на данные статистического ведомства Eurostat, за первые восемь месяцев 2014 года импорт из Евросоюза сократился на 12% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года. Поставки производственного и транспортного оборудования в августе упали на 23%.

По оценке министра финансов РФ Антона Силуанова, экономика РФ теряет

Мнения экспертов

Ограничения на импорт продовольствия, введенные РФ в ответ на санкции Запада, могут оказаться выгодными для ведущих российских производителей мяса, таких как ОАО «Группа Черкизово», которые могут получить господдержку.



Евгения Жучева,
генеральный директор
Торгового Дома
«Экоферма Аলেখовщина»:

«Благодаря санкциям отечественный производитель смог зайти в сети со своей продукцией, тогда как раньше это было практически невозможно».

из-за санкций 40 млрд долларов в год и еще 90–100 млрд – из-за падения цен на нефть на 30%.

Согласно оценке Натальи Волчковой, эксперта Центра экономических и финансовых исследований и разработок, Россия сильнее всего пострадает от собственного запрета на ввоз импортного продовольствия. Эксперты прогнозируют, что потери российского реального ВВП в этом году составят около 0,6%, тогда как страны Европейского союза потеряют максимум 0,1%, а для США и Китая негативный эффект от российских санкций близок к нулю.

Импорт из стран, на которые были наложены санкции, к концу года упадет на 70 – 90%, тогда как ввоз из государств, которых не коснулось эмбарго, вырастет всего на 10 – 50%. Результатом такого процентного соотношения будет серьезный рост цен на продукты, подпавшие по санкции, негативный эффект для отечественного производства в разных отраслях, снижение покупательной способности потребителя в частности и благосостояния экономики в целом.

Резкий рост цен заставляет россиян экономить на еде: согласно прогнозам, потребление мяса и овощей сократится на 2,4%, молочной продукции – на 4%, рыбы – на 7%.

Санкции не укрепляют продовольственную безопасность России, наоборот, доступность продуктов питания для населения будет существенно снижаться. А продовольственная независимость нашей страны на данном этапе находится под большим вопросом: резкое падение рубля не позволяет закупать импортное оборудование в достаточном объеме для обеспечения 100% импортозамещения, сообщает сайт компании «МК Нева-Продукт».

Кто выигрывает?

Ограничения на импорт продовольствия, введенные РФ в ответ на

санкции Запада, могут оказаться выгодными для ведущих российских производителей мяса, таких как ОАО «Группа Черкизово», которые могут получить господдержку, считает международное рейтинговое агентство Moody's.

«Российские производители мяса могут получить дополнительную финансовую поддержку в размере 84,4 млрд рублей до 2020 года в рамках реализации "дорожной карты" по сокращению государственной зависимости от импорта мяса до 7,7% с 21,6%», – приводятся в докладе Moody's слова его автора, аналитика Екатерины Липатовой.

В докладе отмечается, что в случае утверждения новые меры поддержки обеспечат необходимое стимулирование и доверие к сельскохозяйственным производителям, включая «Черкизово», а также снизят финансовое бремя компании, связанное с реализацией долгосрочных капиталоемких проектов, сообщает РИА Новости.

Moody's также отмечает, что российское эмбарго гарантирует высокий спрос на отечественное продовольствие. Однако в течение срока действия эмбарго (12 месяцев) «Черкизово» не успеет увеличить объем продукции, чтобы воспользоваться благоприятными рыночными условиями. Учитывая длительный срок окупаемости новых проектов (пять лет в сегменте свинины), компании вряд ли удастся принять какие-либо существенные инвестиционные решения, основанные на таких краткосрочных факторах, как эмбарго на продовольствие.

Как заявил премьер-министр России Дмитрий Медведев, продовольственное эмбарго, введенное Россией в ответ на санкции Запада, по указу президента будет действовать до августа 2015 года. Однако в случае необходимости ограничительные меры могут быть как отменены раньше срока, так и, наоборот, продлонгированы.

Какие события этого года стали самыми значимыми для пищевой промышленности и сельского хозяйства страны, а также вашей компании?

– Для страны, безусловно, политическая и экономическая ситуация. Санкции, эмбарго. Для нашей компании очень значимое событие – это получение «органик» сертификата на куриные яйца! Наши куриные яйца первые в России имеют статус «органик»!

Как эти события отразились на российском рынке мяса и вашем бизнесе?

– На рынке мяса, я думаю, отечественный производитель смог зайти в сети со своей продукцией, тогда как раньше это было практически невозможно. На нашем бизнесе не отразилось никак.

Каков ваш сценарий развития отрасли и планы на 2015 год?

– Мы продолжим двигаться в том же направлении, то есть развивать био-производство и наращивать поставки экологически чистой продукции в специализированные магазины Петербурга. Особое внимание планируем уделить козоводству.

Мнения экспертов



Олег Орехов,
генеральный директор МПК «Ясные Зори», филиал ООО «Белгранкорм»:

«Многие переработчики и производители запланировали расширение или ввод новых мощностей, однако уже сейчас ощущающийся рост импорта из разрешенных стран может привести к отмене многих планов развития или их изменению».

— Для нашей компании завершающийся год ознаменовался выводом на полную мощность нового завода по убою и переработке птицы производительностью 12 тыс. голов в час, запущенного в прошлом году. Это производство можно назвать уникальным не только в России, ведь даже в мире таких – единицы. При проектировании предприятия была учтена и реализована на практике масса инновационных идей и технологий, таких как двухфазное оглушение в газовой среде, соответствующее европейским стандартам благополучия птицы; системы электростимулирования и созревания на линии; вакуумная транспортировка продуктов из основного цеха; буферный склад для формирования сетевых заказов; рентген-аппараты и металлодетекторы для контроля отсутствия посторонних включений. Впервые в России здесь начали применять в промышленных масштабах не только газовое оглушение птицы, но и упаковку по системе flow-pack в термоусадочную растягивающуюся пленку, которая обеспечивает полную герметичность готовой продукции. В целом все производство спроектировано и постро-

ено в соответствии с передовыми европейскими технологиями, а выпуск продукции осуществляется в соответствии с нормами Евросоюза.

Только упаковку на этом заводе можно назвать инновационной – абсолютная герметичность и высокий уровень гигиены продукта достигается при помощи шовной запайки. Такая упаковка не протечет. Продукция в ней сохраняет свежий, привлекательный для покупателя внешний вид на протяжении всего цикла, от производства до использования конечным потребителем. Заботясь о положительных эмоциях нашего покупателя, мы знаем, что он может и не увидеть разницы между новой и традиционной стрейч-упаковкой, но уверены, что он обязательно ее почувствует.

Что касается всей мясной отрасли в целом, в этом году можно отметить ограничение импорта, связанное сначала с неблагоприятной ветеринарной обстановкой в странах Евросоюза, а затем – с введением эмбарго на ввоз мяса в Россию из некоторых стран. Эти ограничения стимулировали на первых порах мощный толчок к развитию отечественного производства мясной продукции. Многие переработчики и производители запланировали расширение или ввод новых мощностей, однако уже сейчас ощущающийся рост импорта из разрешенных стран может привести к отмене многих планов развития или их изменению.

Грамотная политика поддержки российского производства со стороны государства в следующем году, правильное распределение объемов, думаю, позволит отечественным специалистам не только не потерять темпы роста, взятые во втором полугодии 2014 года, но и начать масштабную программу импортозамещения. Причем это должно коснуться как самой продукции, так и сопутствующих материалов, участвующих в процессе

Актуальность приобретают готовые блюда или продукты высокой степени готовности, к которым можно отнести как различные рубленые полуфабрикаты, в том числе полностью готовые, так и полуфабрикаты в маринадах.

производства. А это кормовые добавки, витамины и минералы, необходимые для кормления сельскохозяйственных и птицы, пищевые ингредиенты, упаковочные материалы, а также оборудование и запасные части. Ведь абсолютное большинство перерабатывающих заводов работает на зарубежном оборудовании, и приобретение запчастей для него – достаточно затратно и в части финансов, и в части времени поставки. И здесь – широкое поле для деятельности российских специалистов, которые, как известно, на все руки мастера.

Если говорить о рынке, в современном, постоянно ускоряющемся темпе жизни всё большую актуальность приобретают готовые блюда или продукты высокой степени готовности, к которым можно отнести как различные рубленые полуфабрикаты, в том числе полностью готовые, которые остаются только разогреть, так и полуфабрикаты в маринадах, максимально упрощающие процесс приготовления. И рынок постепенно смещается в сторону таких продуктов. Ведь так приятно нашим хозяйкам приготовить для своей семьи максимально быстрый и вкусный ужин, при этом больше времени уделяя себе любимым и посвящая его красоте и здоровью!

Подводя итог, можно сказать, что основной вектор развития рынка в будущем году – это сетевой ритейл, глубокая переработка и продукция высокой степени готовности.

А нашим покупателям можно посоветовать уделять внимание отечественным производителям, ведь крупные интегрированные компании имеют полный замкнутый цикл, позволяющий контролировать все этапы производства продукции, начиная от изготовления комбикормов и заканчивая переработкой отходов убои, и гарантировать высокое качество конечного продукта.

Мнения экспертов



Владимир Зотов,
генеральный директор
ООО «ГК Агро-Белогорье»:

«В августе 2014 года холдинг начал строительство второго завода по глубокой переработке свинины на одной площадке с действующим МПЗ «Агро-Белогорье» в Яковлевском районе Белгородской области».

— Группа компаний «Агро-Белогорье» рассчитывает по итогам 2014 года выйти на рекордные для себя производственные показатели – 160 тысяч тонн свинины в живом весе. Это почти на 13 тысяч тонн больше, чем годом ранее. Наибольший вклад в прирост внесли пять новых комплексов, введенных в 2012 году, которые продолжают набирать обороты. По итогам трех кварталов они произвели на 39% больше, чем за этот же период в 2013 году. Остальные предприятия тоже показали рост, увеличив реализацию на 6%.

В августе 2014 года холдинг начал строительство второго завода по глубокой переработке свинины на одной площадке с действующим МПЗ «Агро-Белогорье» в Яковлевском районе Белгородской области. Он более чем вдвое увеличит перерабатывающие мощности Группы компаний. Строительство ведется в рамках реализации комплексного проекта, включающего увеличение скорости убоя, введение новых цехов обвалки и глубокой переработки, а также второго модуля низкотемпературного склада.

Модернизация действующей линии по убоям свиней увеличит ее произво-

дительность почти на треть – с нынешних 250 до 320 голов в час. Строящийся цех глубокой переработки рассчитан на 300 полутуш в час с возможностью увеличения до 360, что позволит более чем вдвое нарастить имеющиеся перерабатывающие мощности МПЗ.

Ввод завода в эксплуатацию запланирован на конец 2015 года. Инвестиционная стоимость проекта составит 2-2,5 млрд рублей. Его реализация позволит создать порядка 1000 новых рабочих мест.

Кроме того, в 2014 году растениеводческие компании холдинга собрали рекордный урожай зерновых. Со 110 тысяч гектаров пашни на территории Белгородской области получено 384 тыс. тонн зерна – почти на 40 тыс. тонн больше, чем годом ранее, и на 70 тыс. тонн больше, чем в 2012 году.

В разрезе по культурам наибольшая доля у ячменя – почти 140 тыс. тонн. Более 100 тыс. тонн – озимая пшеница. Урожай кукурузы составил почти 75 тыс. тонн, подсолнечника – 29,5 тысячи. Горох пополнил закрома еще на 11,5 тыс. тонн.

В Борисовском районе Белгородской области в 2014 году построен завод по переработке подсолнечника. Предприятие способно принимать до 15 тыс. тонн семян в год. Продуктами переработки являются подсолнечное масло и высокопротеиновый жмых. Оба ингредиента используются в производстве кормов. До сих пор ГК «Агро-Белогорье» закупала эти продукты на рынке либо перерабатывала на стороне собственный подсолнечник. Предприятие позволит закрыть потребности холдинга в подсолнечном масле на 100% и в жмыхе – до 25%. Излишки масла будут продаваться на свободном рынке.

В 2014 году в составе холдинга образовано новое предприятие – «Сады Белогорья», которому предстоит реализовать проект мощностью 1000 тонн

В первый урожайный год «Сады Белогорья» планируют собрать около 200 тонн продукции. А к 2020 – 2021 годам, когда предприятие выйдет на проектную мощность, каждый гектар будет приносить по 50 тонн, то есть всего около 1000 тонн яблок в год.



Группа компаний «Агро-Белогорье» рассчитывает по итогам 2014 года выйти на рекордные для себя производственные показатели – 160 тысяч тонн свинины в живом весе.

яблок в год в том же Яковлевском районе Белгородской области.

Яблоневый сад разместится на площади 20 гектаров. Осенью здесь были выполнены подготовительные работы, а весной будущего года высадят плодовые деревья. При этом первый урожай рассчитывают собрать уже в 2016 году. Это станет возможным благодаря закупке двухлетних саженцев, которые рано начнут плодоносить.

В первый урожайный год «Сады Белогорья» планируют собрать около 200 тонн продукции. А к 2020 – 2021 годам, когда предприятие выйдет на проектную мощность, каждый гектар будет приносить по 50 тонн, то есть всего около 1000 тонн яблок в год. **МС**



Выпуск мяса в России вырос

За 9 месяцев текущего года объем производства мяса и субпродуктов в России вырос на 10,7%.

Согласно официальным данным ЕМИСС, в сентябре 2014 года было произведено 487,4 тыс. тонн мяса и субпродуктов, что на 3,7% больше, чем в предыдущем месяце, и на 13,2% больше, чем в сентябре 2013 года.

В частности, в сентябре производство говядины в России поставило новый годовой рекорд и составило 22,0 тыс. тонн, что на 12,8% выше, чем в прошлом месяце. В целом с января по сентябрь 2014 года производство говядины упало на 4,1% по сравнению с аналогичным периодом, зато производство свинины и мяса птицы выросло на 17% и 9,3% соответственно.

agronews.by



Россия в ТОП-10 производителей баранины

Мировая торговля мясом мелкого рогатого скота имеет свои отличия относительно других наиболее потребляемых видов мяса в мире: птицы, свинины, говядины. По итогам 2013 года на ее долю приходится лишь около 1% от общемирового торгового оборота в натуральном выражении – это порядка 1200 тыс. тонн. При этом 1125 тыс. тонн из этого объема приходится на торговлю бараниной. Отметим, что по итогам прошлых лет Россия входит в топ-10 крупнейших производителей данного вида мяса.

Крупнейшим производителем мяса мелкого рогатого скота является Китай (включая Гонконг). Однако в целом структура мирового производства баранины и козлятины в разрезе отдельных стран имеет свои различия. Так, мировое про-

изводство баранины помимо Китая сконцентрировано в Австралии и Новой Зеландии, тогда как производство козлятины в большей степени сосредоточено в азиатских и африканских странах, что является отличительной особенностью относительно других видов мяса.

Несмотря на лидирующие позиции в производстве баранины и козлятины, Китай не в состоянии обеспечить собственные потребности и является крупнейшим потребителем данных видов мяса. По итогам 2013 года торговый баланс (разница экспорта и импорта) этой страны составил – 316 тыс. тонн, также существенные объемы импортируются во Францию и США. При этом главными мировыми поставщиками мяса мелкого рогатого скота прогнозируемо являются Новая Зеландия и Австралия, торговый баланс которых по итогам прошлого года составил +415 тыс. тонн и +410 тыс. тонн соответственно.

Сергей Чернышов,
аналитик информационно-аналитического
агентства «ИМИТ»



Переломный момент на рынке фастфуда

Проблемы крупнейшей сети «Макдоналдс» должны побудить других участников рынка пересмотреть свое отношение к стандартам ведения бизнеса, качеству организации бизнес-процессов и, как следствие, вызвать новую волну развития рынка.

По мнению экспертов, ближайшие 12 – 18 месяцев могут обнаружить нового перспективного игрока, который при условии быстрого выхода на рынок и столь же быстрого масштабирования бизнеса может отыграть у нынешних лидеров 15 – 20% рынка.

Euromonitor International опубликовал список сетей быстрого питания в России, которые занимают более 1% рынка. За «Макдоналдсом», у которого 32,8%, с гигантским отрывом (5,3%) следует «Бургер Кинг». У сети Subway – 4,5%, у KFC – 4,3%.

По данным УК «Финанс Менеджмент», сегмент заведений быстрого обслуживания остается основным бенефициаром индустрии общественного питания. На его долю приходится в среднем не менее 30 – 40% всех продаж общепита. В 2013 году продажи фастфуда превысили 1 трлн рублей. В условиях спада в экономике и ожидаемого сужения спроса сегмент рынка будет

испытывать наименьшее давление, оставаясь максимально устойчивым. В денежном выражении эта часть рынка общепита сохранит в ближайшие один – два года динамику роста в диапазоне 10–15%.

Максим Стишкин, бизнес-консультант консалтинговой группы «ТРИУМФ» (TRIUMPH consulting group), уверен, что современная автоматизация в сфере фастфуда вполне может обеспечивать высокий уровень качества продукции, достаточную проходимость ресторанов и скорость обслуживания посетителей. Нынешним лидерам рынка, для того чтобы переделать систему менеджмента в соответствии с новыми потребностями клиентов, понадобится много времени и инвестиций в реорганизацию бизнес-процессов. «Новые игроки имеют сейчас уникальную возможность сразу выстроить эффективную гибкую корпоративную систему, систему франчайзинга и в короткие сроки масштабировать бизнес, заполучив солидную долю рынка с перспективой ее дальнейшего удержания и увеличения», – считает он.

По словам Шамиля Курамшина, аналитика ИК «Фридом Финанс», все крупнейшие мировые игроки фастфуда уже представлены на российском рынке (за исключением Wendy's, которая ушла из России совсем недавно). «Новые бренды, особенно после событий последнего времени, скоро будут готовы самостоятельно выйти на наш рынок, однако если появится крупный франчайзи, который сумеет убедить западных партнеров в своей способности развить сеть в России, появление нового бренда на отечественном рынке вполне возможно. Для достижения успеха нужно не пытаться захватить лидерство на всем рынке, а найти пустую нишу и осваивать ее», – отмечает он.

В ближайшие три – пять лет рынок фастфуда ждет дальнейшая региональная экспансия с усилением конкуренции в средних и небольших городах. «Особенно за пределами городов-миллионников быстрым ресторанам обеспечено устойчивое развитие на долгие годы. Маломальская конкуренция есть в Москве, Санкт-Петербурге и еще нескольких городах. Остальная часть страны – поле непаханое», – говорит Кирилл Романюк, гендиректор консалтинговой компании Бюро ресторан-ных технологий. По его словам, есть еще такой востребованный формат, как стритфуд, и его развитие в настоящее время безгранично, особенно в регионах. Интересен формат и фри-флоу (тот же фастфуд, только с возможностью самостоятельного обслуживания).

Российская Бизнес-газета

Мясо крокодилов на прилавках

Россельхознадзор разрешил Филиппинам поставлять на российский рынок мясо крокодилов, сообщает ведомство.



«Рассмотрев обращение департамента сельского хозяйства Филиппин с просьбой включить в разрешительный реестр предприятие Coral Agri-ventures Farm, Inc., производящее замороженное мясо крокодила, Россельхознадзор счел возможным включить это предприятие в реестр стран, имеющих право поставки на территорию Таможенного союза, после согласования с ветеринарными службами Казахстана и Белоруссии», – говорится в сообщении.

Напомним, что 7 августа Россия на год запретила импорт ряда продовольственных товаров из стран, которые ввели санкции в отношении Москвы: США, Евросоюза, Канады, Австралии и Норвегии. В соответствующий список попали говядина, свинина, птица, рыба, фрукты, овощи, сыры и молочная продукция. При этом предполагается защищать отечественное производство и налаживать контакты с другими странами.

РИА Новости



В России появится мясо яка

Россияне заинтересовались мясом яка из Кыргызстана как деликатесом. К Новому году планируется направи-ть в РФ опытную партию мяса данного вида. Об этом сообщил замминистра сельского хозяйства и мелiorации Эркинбек Чодуев.

«Мы можем ежегодно поставлять до 50 тысяч тонн мяса. Наиболее интересна для россиян говядина, конина и мясо яка. Последним интересуются как деликатесом. Какой объем мы можем экспортировать, я сказать не могу», – сообщил Чодуев.

Экс-министр сельского хозяйства Торогул Беков назвал объем возможного экспорта в Россию мяса яков. «Так как в стране насчитано примерно 50 тысяч голов этого животного, из них 20 тысяч можно экспортировать. Это равняется 5 тысячам тонн мяса. Все санитарные проверки проводятся у нас в стра-

не. Раз россияне готовы принять этот деликатес – значит, они примут наши результаты проверок. По регламенту, конечно, проведут и свои исследования. А экспорт проводить лучше через сети коммерческих организаций, – сказал Торгоул Ниязович.

vesti.by



Запрет на ввоз субпродуктов

Еврокомиссия (ЕК) сообщила, что получила от российских властей «короткий список новых продуктов животного происхождения», которые запрещаются к ввозу в РФ.

Представитель ЕК Фредерик Винсент прокомментировал, что новый короткий список ударит по АПК Европы. В данный момент европейские чиновники заняты поиском санитарных проблем, которые стали причиной запрета.

Ранее Россельхознадзор сообщил, что в 17 поставленных в Россию товарных партиях субпродуктов были обнаружены несоответствия ветеринарно-санитарным нормам, в частности патогенные микроорганизмы и тяжелые металлы. Также в подконтрольной продукции был выявлен антибиотик хлорамфеникол, запрещенный к использованию на территории Евросоюза.

В итоге под запрет попали говяжьи субпродукты, тримминг, мясокостная мука, говяжий, свиной и птичий жир.

Агроинвестор



Производство свинины растет

Производство свинины за девять месяцев этого года превысило 2,6 млн т (живой вес), что на 6,4%

больше, чем за аналогичный период 2013-го, сообщает Минсельхоз.

Прирост в сельхозорганизациях достиг 12,2%, они произвели более 2 млн т. Наиболее активно наращивали объемы Тамбовская (79%), Псковская (77%) и Курская (27%) области. На 0,2% снизилось производство в Южном федеральном округе, на 0,9% в Приволжье, на 4,3% в Дальневосточном округе.

По данным на 1 октября, средняя цена реализации свиней в живом весе составила 1079 руб./кг. Согласно Росстату, по итогам трех кварталов прошлого года свинина в живом весе стоила около 73,5 руб./кг.

Агроинвестор



Таможня не дает «добро»

Более 800 попыток ввоза в РФ партий с запрещенным продовольствием пресечено российскими таможенниками с момента введения ответных санкций. Об этом сообщил премьер-министру РФ Дмитрию Медведеву на выставке «Таможенная служба-2014» в конце октября начальник управления рисков и оперативного контроля ФТС РФ Вячеслав Голоскоков.

В беседе с журналистами он привел ряд примеров, в частности таможенниками выявлялись партии голландской свинины, задекларированные как пюре из Китая. Еще в одном случае пресекался ввоз неопознанного сыра под видом технической белковой смеси. Сухое молоко из Польши пытались ввезти под видом карбоната бария из КНР, добавил Голоскоков, перечислив еще ряд схожих случаев.

«Восемьсот восемнадцать партий выявлены при таможенном контроле. Ввоз запрещен. Возбуждено 139 дел об административных правонарушениях», – сказал представитель таможенной службы. Он пояснил, что административные дела возбуждались только при подаче недостоверных деклараций, в остальных случаях просто запрещался ввоз продовольствия.

Как сообщила пресс-служба Россельхознадзора, руководство ведомства 20 ноября проведет встречу с представителями ветеринарных служб и отраслевых объединений ряда стран Евросоюза и России. Встреча будет посвящена обсуждению ситуации, сложившейся «в связи с непрекращающимися попытками незаконного ввоза мяса и мясного сырья в Россию с территории стран, являющихся субъектами ответных экономических санкций России, а также поставками небезопасных субпродуктов из стран Евросоюза».

РИА Новости
agriculture.by

О наличии племенного молодняка

Минсельхозом России проведен мониторинг обеспечения российскими племенными хозяйствами потребности товарного животноводства в племенном молодняке сельскохозяйственных животных.



Племенная база животноводства страны представлена племязаводами и репродукторами, в которых содержится лучший генофонд разводимых видов и пород сельскохозяйственных животных. Ведется непрерывная работа по совершенствованию хозяйственно-полезных признаков животных и повышению генетического потенциала их продуктивности.

В настоящее время удельный вес маточного поголовья крупного рогатого скота по России составляет 12,7%. Численность коров в племенных организациях – более 1 млн голов. За 9 месяцев текущего года племенными хозяйствами было реализовано 60 тыс. голов молодняка крупного рогатого скота молочного и мясного направлений продуктивности. Наибольшее количество голов реализовано в Приволжском федеральном округе – 20,6 тыс., в Центральном федеральном округе – 10,4 тыс., на Северо-Западе России – 7,4 тыс.

advis.ru

Ваша путеводная звезда к успеху



CSB-System

Комплексное отраслевое
IT-решение для управления
Вашим предприятием

Компания CSB-System
поздравляет всех своих
клиентов и партнеров с
наступающим Новым 2015
годом и Рождеством!



Наша система для
достижения Ваших целей

ООО «ЦСБ-Систем»

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

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

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



19 155 посетителей

762 экспонента



Событие:

**19-я Международная выставка
«Агропродмаш-2014»**

Дата:

6–10 октября 2014 года

Место проведения:

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Организатор:

ЗАО «Экспоцентр»

Участники:

762 компании из 36 стран мира

Посетители:

19 155 человек

Площадь выставки:

более 22 тыс. м²

«Агропродмаш» отвечает на вопросы нового времени

С 6 по 10 октября в Москве в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр» прошло одно из самых значимых событий для отечественного и мирового агропромышленного комплекса – 19-я международная выставка «Агропродмаш-2014».



Владимир Азаров,
заместитель директора департамента
агропродовольственного рынка,
пищевой и перерабатывающей
промышленности Минсельхоза России:

«Наши производители с удовольствием
бы работали на отечественном
перерабатывающем оборудовании,
если бы оно было. Но сегодня импорт
занимает львиную долю рынка».

В новых условиях, которые открылись сегодня для развития продовольственного рынка, выставка «Агропродмаш» обрела особое значение, так как демонстрировала оборудование, на котором будет производиться продовольствие, выпускаемое российскими пищевыми предприятиями. В экспозиции этого года были представлены достижения и новинки для 30 отраслей пищевой индустрии, весь технологический процесс производства продуктов питания и напитков – от сырья, ингредиентов, разнообразного оборудования до упаковки и логистических решений, контроля качества.

В этом году смотр посетили 19 155 человек. Площадь выставки составила более 22 тыс. кв. м. В ней приняли участие 762 компании из 36 стран Европы, Азии и Америки. Германия, Дания и Китай организовали национальные экспозиции. Премьерой стала национальная экспозиция Индии.

Россию на выставке представили 423 компании. Новейшие мировые достижения продемонстрировали известные зарубежные компании.

Несмотря на все сложности сегодняшней экономической и политической ситуации, выставка «Агропродмаш-2014» прошла успешно, более того, появился 61 новый участник.

Новый этап развития пищевой промышленности

В приветственном слове на церемонии открытия вице-президент ТПП РФ **Владимир Страшко** подчеркнул, что в нынешних условиях выставка «Агропродмаш» сохранила потенциал, накопленный в прошлые годы, и даже в чем-то превзошла его.

Огромное внимание проведению мероприятия уделяет исполнительная власть, связывая с ним перспективы выпуска в России качественной продукции на качественном оборудовании. В своем обращении к организаторам и участникам выставки **министр сельского хозяйства РФ Николай Федоров** отмечает, что «объединяя на одной площадке производителей оборудования и переработчиков сельхозпродукции, выставка тем самым способствует ускорению внедрения инноваций на агропромышленных предприятиях России».

«Проведение «Агропродмаш» способствует развитию международных контактов и межотраслевых связей, стимулирует рост конкурентоспособности отечественной промышленности, предоставляет реальную возможность ознакомиться с передовыми разработками и обсудить современные тенденции в развитии производства машин и оборудования для пищевой и перераба-

тывающей промышленности», – говорится в приветствии заместителя министра промышленности и торговли РФ **Андрея Дудова**.

Президент Российского зернового Союза Аркадий Злочевский отметил: «Мы вступаем в новый этап развития пищевой и перерабатывающей промышленности – предприятиям отрасли будет оказываться государственная поддержка, а это значит, что спрос на оборудование вырастет. И здесь выставка сыграет немалую роль».

Накануне открытия смотра состоялась пресс-конференция, в которой приняли участие представители министерств и ведомств, эксперты отрасли, коллективные участники смотра и участники деловой программы.

Проректор Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского Сергей Серегин сказал, что отрасли необходимо современное оборудование для более глубокой переработки пищевой продукции. В этом вопросе мы сильно отстаем от развитых стран. Поэтому выставка «Агропродмаш» особенно ценна для специалистов тем, что на ней представлено новейшее оборудование, которое необходимо внедрять на предприятиях отрасли для устранения дисбаланса между экспортом и импортом.



Заместитель директора департамента агропродовольственного рынка, пищевой и перерабатывающей промышленности Минсельхоза России Владимир Азаров отметил, что спрос на переработанную продукцию сельского хозяйства находится на очень высоком уровне, поэтому министерство уделяет особое внимание качеству оборудования. Оно требует модернизации. Наши производители с удовольствием бы работали на отечественном перерабатывающем оборудовании, если бы оно было. Но сегодня импорт занимает львиную долю рынка. Он сообщил, что министерством рассматриваются планы по замене к 2020 году около 20% импортного оборудования на отечественное.

Деловая программа и пути преодоления кризиса

Разнообразна была деловая программа выставки, сформированная в соответствии со сложившейся ситуацией в отечественном пищепроме, на внутреннем и мировом продовольственных рынках.

В первый день работы выставки «Агропродмаш-2014» состоялся IX Всероссийский форум «Кадры в пищевой промышленности России», на котором обсуждались вопросы подготовки и переподготовки персонала для отечественных пищевиков.

Национальный союз мясопереработчиков совместно с Минсельхозом и Минпромторгом России провели Всероссийское совещание руководителей мясоперерабатывающих предприятий «Пути преодоления кризисных явлений в отрасли». В мероприятии приняли участие первые лица 49 мясокомбинатов и мясоперерабатывающих предприятий из 21 региона страны. В ходе совещания был принят «План коллективных действий», цели которого – доведение объективной информации о росте цен и других событиях на рынках мясного сырья и переработанной мясной продукции до органов власти в период действия ответных санкций; влияние на процессы, происходящие на рынках сырья.

Инструменты бережливого производства – в фокусе Мясного конгресса

Одним из ключевых мероприятий выставки стал IV Международный Мясной конгресс, организованный Всероссийским научно-исследовательским институтом мясной промышленности им. В.М. Горбатова совместно с «Экспоцентром». Его участники обсудили возможности внедрения системы бережливого производства на предприятиях мясоперерабатывающей отрасли с целью повышения эффективности их ра-

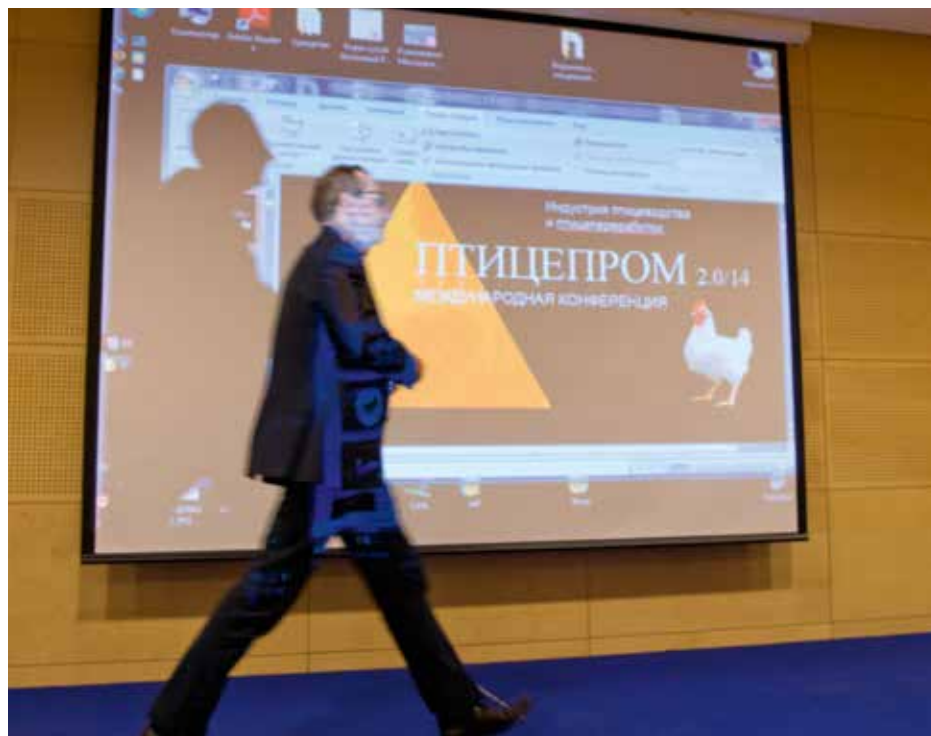
боты и улучшения качества выпускаемой продукции.

Бережливое производство, в основе которого заложена производственная система японской компании «Тойота», разработанная в 50-х годах и получившая широкое распространение в мире в 80-х, является концепцией менеджмента, сфокусированной на оптимизации бизнес-процессов с максимальной ориентацией на рынок и с учетом мотивации каждого работника.

Основная задача бережливого производства – сокращение производственного процесса. За счет чего это достигается, каковы основные принципы и инструменты перспективного менеджмента, рассказал **эксперт по развитию производственных систем Сергей Литти**.

Лидеры отрасли активно внедряют новую систему управления производством, поскольку она дает большое конкурентное преимущество. В Европе 80% компаний строят свою работу на принципах бережливого производства. В России это лишь 2% предприятий, в числе которых «Черкизовский МК» и АПХ «Мираторг». Лидируют в этой области производители Татарстана.

Опыт внедрения концепции бережливого производства представили генеральный директор мясоперерабатывающего завода «Ремит» Анатолий



Морозов и заведующая отделом стандартизации, сертификации и систем управления качеством ВНИИМП им. В.М. Горбатова Оксана Кузнецова. Об инструментах создания ценности мясной продукции, которые часто остаются без внимания, рассказала заместитель директора по научной работе ВНИИМП им. В. М. Горбатова Анастасия Семенова.

В ходе конференции рассматривались аспекты энергоэффективности холодильных систем мясоперерабатывающих предприятий, повышения эффективности маркетинга и продаж и другие вопросы.

ПТИЦЕПРОМ 2.0/14. Как повысить рентабельность?

Новым событием на выставке «Агропродмаш-2014» стала конференция «ПТИЦЕПРОМ 2.0/14. Индустрия птицеводства и птицепереработки», посвященная способам повышения рентабельности. Конференция, организованная Издательским домом «СФЕРА» и «Экспоцентром», объединила на одной площадке представителей самой активно развивающейся отрасли отечественного агропрома.

Выступивший модератором первой сессии конференции **Сергей Шабаев, глава компании «Агроспром», пред-**



Сергей Шабаев,
президент Евразийской
ассоциации птицеводов:

«Уже в 2014 году в России будет произведено свыше 4 млн тонн мяса птицы. Я уверен, что у страны есть шанс стать крупным поставщиком продукции птицеводства на внешний рынок».

седатель Международного форума птицеводов, президент Евразийской ассоциации птицеводов, представил исторический обзор развития отрасли в России и рассказал о ее состоянии и перспективах в странах СНГ.

Он подчеркнул, что перед российскими производителями была поставлена задача – довести производство мяса птицы к 2020 году до 4,5 млн тонн. Однако уже в 2014 году будет произведено свыше 4 млн тонн. Эксперт также выразил уверенность, что

у России есть шанс стать крупным поставщиком продукции птицеводства на внешний рынок.

Своим передовым опытом в технологиях птицеводства и птицепереработки поделились участники конференции – представители таких известных компаний, как Очаковский комбинат пищевых ингредиентов, Hartmann, Poly-Clip System, «Рикон Менеджмент», ГЕА «Рефрижерейшн РУС», Sealed Air и др.

В качестве модератора второй части мероприятия выступил Николас Коро, главный куратор исследовательского центра бренд-менеджмента и бренд-технологий «Реланд групп» (RCB&B), председатель комитета по международным делам СОМАР.

Многоплановая деловая программа и сама выставка «Агропродмаш-2014» позволили ее участникам, специалистам отрасли, представителям власти и бизнеса получить наиболее полное представление о тенденциях, состоянии и перспективах российского АПК, мировой и отечественной пищевой и перерабатывающей промышленности, обсудить широкий круг важных и острых проблем.

Следующая международная выставка «Агропродмаш» – 20-я, юбилейная – пройдет в ЦВК «Экспоцентр» 5-9 октября 2015 года.

Мнения участников

Расскажите о новинках, которые вы демонстрировали на выставке «Агропродмаш-2014». Какие предложения компании пользовались особым спросом?



Виталий Смурыгин,
директор по продажам,
к.т.н.:

– Компания «Логос», которая всегда старается порадовать своих клиентов как устойчивым постоянным ассортиментом, так и чем-то свежим, представила новинку – защитное покрытие на основе парафина «Сплав покровный ЛОГОсплав». Это покрытие предназначено для колбас и сыров с целью создания привлекательного вида продуктов и одновременно увеличения сроков их хранения без потери веса. Одним из преимуществ данного покрытия является возможность минимальных вложений в саму оболочку.

Представляя новинку на нашем стенде, мы не могли заранее предположить, какой будет реакция мясопереработчиков на такой нетривиальный способ сохранения свежести колбасных изделий. По этой причине во время выставки мы провели маркетинговый опрос среди клиентов, и, по предварительным оценкам, ЛОГОсплав и возможности его применения вызвали живой интерес.

Также в качестве новой опции была представлена возможность нанесения многоцветной печати на целлюлозную сосисочную оболочку Винипак, предоставляемая производителем оболочек – компанией «ВискоТипак». Красочный продукт вызывает интерес и позволяет эффективно выделить изделие на полке.



Татьяна Веретова,
заместитель директора
по технологии
компании «Химфуд»:

– На «Агропродмаш-2014» наша компания представила сразу несколько новинок для мясопереработчиков. Среди них – рассольный фосфат карнал 2111. Как и все карналы, он полностью растворим, его рН (11) позволяет получать максимальный выход. Область его использования – тумблированные и инъекцированные продукты из мяса и птицы.

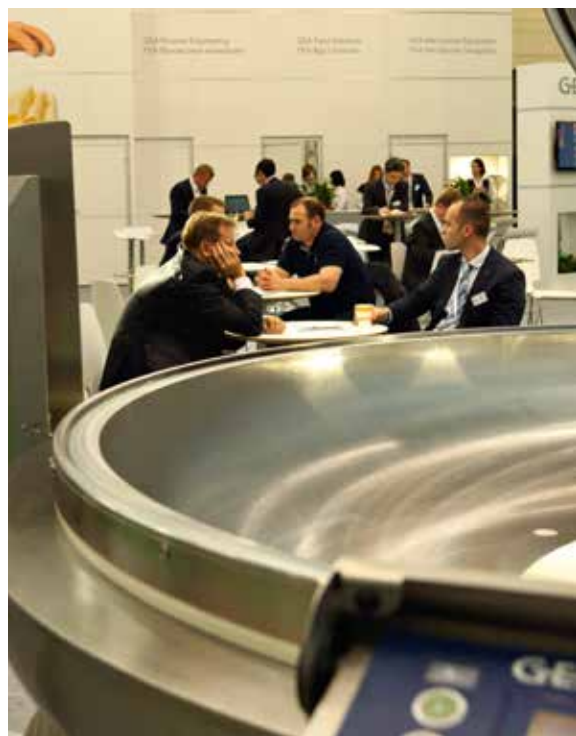
Кроме того, в ассортименте нашей компании появился еще один новый фосфат – это карнал 659 S. В его состав входят ди-, три- и полифосфаты натрия. Применение карнала 659 S позволяет получить более плотную структуру продукта.

Еще одна новинка – карнал реди 3030. Это компаунд, содержащий помимо фосфатов каррагинан, ксантан, карбонат натрия и мальтодекстрин. Он предназначен для производства готовых полуфабрикатов без оболочки, подвергаемых на производстве предварительной кулинарной обработке. Его использование позволяет увеличить выход продукта до 120%.



Эдуард Иванов,
директор компании
«ППТК»:

– Компания «ППТК» уже на протяжении 20 лет предлагает широкий ассортимент оборудования для пищевых производств. На выставке «Агропродмаш-2014» особым спросом пользовалось пельменное оборудование. В этот раз мы представили новинку от ведущего итальянского производителе-



ля Dominioni Punto & Pasta – пельменную линию RS250-ED. Линия была создана с учетом пожеланий ведущих российских производителей. Ее отличают высокая производительность и универсальность (возможность работы с различными видами теста и различными по консистенции видами начинок), что делает ее оптимальным оборудованием для производства пельменей и вареников. Другие модели оборудования Dominioni Punto & Pasta, которые мы также представляли в этом году, являются не менее востребованными, т. к. зарекомендовали себя годами успешной работы.

Чем вам запомнилась эта выставка «Агропродмаш»? Насколько она отличалась от предыдущих?



Виталий Смурыгин,
директор по продажам,
к.т.н.:

– Несомненно, запомнилась. С учетом ситуации, сложившейся в пищевой отрасли России в связи с острой потребностью в импортозамещении на российском продовольственном рынке, всё было «не как всегда». С одной стороны, «Агропродмаш-2014» стал подтверждением того, что, несмотря на политические «ухабы», продовольственный



Татьяна Веретова,
заместитель директора по
технологии компании «Химфуд»:

«На выставке многие посетители интересовались фосфатами для обработки натуральных полуфабрикатов. Этот вид мясной продукции завоевал на российском рынке достойное место».



рынок России продолжает двигаться вперед, развиваться и оставаться привлекательным. С другой, значительные проблемы, связанные с дефицитом сырья и ростом цен на него, воспринимаются многими мясопереработчиками как реальная угроза их существованию. Так, впервые одновременно с выставкой прошло Всероссийское совещание собственников и директоров мясоперерабатывающих предприятий, организованное Национальным союзом мясопереработчиков, по результатам которого приняты реальные предложения и обращения в регулирующие госорганы вплоть до президента РФ.



Татьяна Веретова,
заместитель директора
по технологии
компании «Химфуд»:

– Хотелось бы отметить, что на прошедшей выставке появились новые компании, предлагающие различные пищевые ингредиенты для мясной промышленности. Но должно пройти некоторое время, чтобы осмыслить всю полученную на мероприятии информацию и сделать выводы о пользе того или иного нового ингредиента.

Кроме того, на выставке многие посетители интересовались фосфатами для обработки натуральных полуфабрика-

тов. Этот вид мясной продукции завоевал на российском рынке достойное место, и наша компания может удовлетворить в этом отношении самого взыскательного клиента.



Эдуард Иванов,
директор компании
«ППТК»:

– «Агропродмаш» – одна из крупнейших отраслевых выставок, и, конечно, она запомнилась. На сегодняшний день пожелания клиентов связаны с модернизацией производства, расширением ассортимента и улучшением качества продукции. Как поставщику оборудования, нам приходится соответствовать всем высоким требованиям заказчиков и постоянно заниматься усовершенствованием оборудования и поиском индивидуальных технических решений для каждого клиента.

Планируете ли принимать участие в выставке в следующем году?



Виталий Смурыгин,
директор по продажам,
к.т.н.:

– Да, конечно. Компания «Логос» является одним из лидеров среди поставщиков упаковочных материа-

лов для пищевой промышленности, и участие в выставке «Агропродмаш» для нас является традиционным ежегодным событием. Это и еще один способ напомнить о себе, рассказать о своих достижениях и новинках, узнать о тенденциях отрасли и ситуации на рынке в целом, а самое главное – это еще одна возможность лично пообщаться с нашими дорогими клиентами и партнерами из разных уголков нашей страны и мира.



Татьяна Веретова,
заместитель директора
по технологии
компании «Химфуд»:

– Каждая выставка «Агропродмаш» – это новые клиенты, новые встречи, новые переговоры. Надеюсь, что и в будущем мероприятие не разочарует. В 2015 году мы непременно примем участие в мероприятии!



Эдуард Иванов,
директор компании
«ППТК»:

– Планируем. Для нас это важное мероприятие, которое дает возможность за короткий срок обсудить большое количество новых проектов с существующими и потенциальными заказчиками. **МС**

Автор:

Виктория
Загоровская

Лидером на рынке мясных снеков является компания «Дымов», которая еще в 2005 году выпустила сырокопченые мини-колбаски со структурой салями под ТМ «Пиколини».



Удиви меня!

Сегодня категория продуктов «снеки и закуски» популярна как никогда: потребители всего мира изучают прилавки магазинов в поисках новых необычных снеков, дающих возможность быстро пополнить запас энергии и обладающих интересным вкусом. Следуя за новыми запросами покупателей, производители постоянно пополняют ассортимент снеков, делая акцент на экзотический или нетрадиционный вкус, а также комбинацию различных текстур в новых продуктах.

Исследование новых продуктов питания, проведенное компанией Innova Market Insights, показало, что потребители перекусывают чаще: они выбирают снеки более тщательно, тогда как производители следят за современными тенденциями и предлагают более широкий ассортимент, ориентируясь на потребительский спрос.

Согласно данным Innova Market Insights, сегодня в мире значительная часть продаж мясных снеков приходится на американский рынок, где они пользуются огромным спросом. Самыми популярными видами такой продукции на территории США являются вяленые снеки, которые занятым работникам американцам позволяют делать закуски в запас. Рост данного сегмента стимулируют возможность есть снеки на ходу, стремление к разнообразию и, как это ни странно, ориентация на здоровое питание. Так, в среднем 18% мясных снеков на мировом рынке продвигаются как здоровое питание. На рынке США таким образом преподносятся три четверти всех продаваемых мясных снеков. В Европе объем такой «здоровой» продукции чуть меньше, но все равно выше среднего уровня – 40%.

СПРАВКА

Снек (от англ. snack — «легкая закуска») – прием пищи, но не основной (как завтрак, обед или ужин), предназначенный только утолить голод между этими приемами пищи, быстро подкрепить энергию тела; еда между основными приемами пищи только для получения удовольствия от вкуса.

Натуральность своей продукции производители объясняют отсутствием в их составе искусственных добавок и консервантов. Это особенно важно, поскольку компании-производители прилагают массу усилий для завоевания не столь развитого пока европейского рынка мясных снеков. Для этого они экспериментируют с упаковкой, разнообразием вкусов, специями.

На отечественном рынке категория мясных снеков пока еще плохо сформирована. Само понятие «снек» появилось в нашем повседневном лексиконе совсем недавно, в середине 90-х годов прошлого века, и происходит от английского слова snack – «легкая закуска», продукт для быстрого утоления голода. Ранее отечественный рынок снеков был представлен только чипсами и крекером. После августовского экономического кризиса в 1998 году в стране резко увеличился внутренний спрос на доступные продукты питания. Это затронуло не только российский рынок, но и стра-

ны СНГ. Именно тот период принято считать началом бурного развития отечественного рынка снеков. В это время он растет как количественно, так и качественно. Появляются попкорн, жареный арахис, орехи, сухарики, снеки на основе мяса и сыра и многие другие.

Мясные снеки – это так называемые «пивчики», мини-колбаски, сушеные мясные закуски, вяленые закуски, джеррики, мясные чипсы, соломки, строганина и т. д. Их делают из свинины, говядины и курицы, ну и из другого мяса животного происхождения (например, из мяса морала или конины). По составу снеки идут как цельномышечные и фаршевые. Срок хранения в среднем шесть месяцев даже при положительных температурах.

В настоящее время сегмент мясных снеков является одним из самых перспективных, так как потребитель ищет альтернативу чипсам и сухарикам. Главными игроками рынка мясных снеков стали мясоперерабатывающие компании «Дымов» (ТМ «Пиколини»), ЗАО «Микояновский мясокомбинат» (ТМ «Пивчики»). Марка «Пивчики» позиционируется как закуска к пиву, «Пиколини» – как продукт для перекуса на работе, дома или как дополнение к фуршетному столу.

Стоит отметить, что потребительское поведение при покупке товаров данного сегмента отличается крайней неоднородностью. Возможно, причина в том, что продукт относительно нов, а цены на него высоки, более того – мясные снеки имеют самую высокую цену на этом рынке. Однако он еще не насыщен и конкурентов здесь не так много, поэтому эксперты прогнозируют рост рынка мясных и колбасных снеков в ближайшем будущем.

Мнение эксперта



Денис Мартасов,
директор по маркетингу
ТМ «Горячая штучка»
компании «АБИ Продакт»:



– С чем связан интерес производителей к мясным снекам? Что предлагает ваша компания?

– Границы сегмента мясных снеков в данный момент достаточно размыты. Сюда можно отнести как традиционные сосиски, колбаски, вяленое/сушеное мясо, мясные чипсы и большую часть ассортимента рынка NoReCa (беляши, чебуреки, сосиски в тесте и т. п.), так и относительно новый вид продуктов – полностью готовые замороженные блюда, которые наша компания выпускает под ТМ «Горячая штучка».

Идея состоит в том, что покупатель может быстро, вкусно и сытно перекусить дома, на работе, в гостях: три – пять минут в СВЧ – и мясной снек готов. При этом никакой готовки, грязной посуды или «унылого» меню: наши продукты отличаются не только удобным форматом, но и нетривиальными вкусовыми решениями. Компания «АБИ Продакт» одной из первых стала осваивать эту нишу, еще в 2011 году выпустив «Чебу-пели». Сейчас мы выпускаем «Чебу-пели» с различными видами мясной начинки, «Чебу-пиццу» с переперони и курочкой по-итальянски, «Хотстеры» – сочные сосиски под тонким слоем ароматного теста, беляшеи, хрустящие крылышки и чебуреки.

– Как позиционируют свою продукцию основные производители снеков, в том числе вы?

– Основное требование к любому представителю сегмента снеков – простота и удобство перекуса в различных ситуациях/моделях потребительского поведения: на ходу, полезный снек, снек к слабоалкогольным напиткам и т. п. Для ТМ «Горячая штучка» мы сформировали собственную концепцию – полностью готовые замороженные продукты для микроволновки, которые достаточно только разогреть. Плюс мы предлагаем «антиконсервативный» подход к рецептуре и формату: наши продукты похожи на те, что мы любим есть в кафе и общепитах, только еще удобнее и вкуснее. Если пицца – то в формате закрытых печеных треугольников на «один укус». Если сосиска в тесте – то сочная, с ароматным тестом и в снековом формате «на один – два укуса».

– Какие факторы способствуют росту сегмента? Каков ваш прогноз относительно перспектив его развития?

– Поскольку мы работаем в сегменте замороженных полностью готовых блюд, то говорить буду непосредственно о нем. Исследования показывают, что в ближайшие несколько лет эта часть рынка, а также входящий в него сегмент замороженных полностью готовых мясных снеков будут показывать устойчивый рост. Потенциал мы оцениваем исходя из следующих факторов: урбанизация и ускорение темпа жизни, отсутствие времени/желания готовить. При этом люди по-прежнему хотят вкусно есть и/или перекусывать, все больше отдавая предпочтение «обновленным» блюдам с дополнительными потребительскими характеристиками: улучшенный вкус, удобный формат (купил/разогрел/съел – и все без использования дополнительной посуды), удобство хранения дома (можно достать из морозилки в любой момент) и универсальность (продукт может быть как снеком, так и полноценным блюдом). **МС**



Специи Christl. Радуют.



Санкт-Петербург
+7 (812) 332 50 60

Москва
+7 (499) 755-53-98

Воронеж
+7 (473) 220-47-50

Тольятти
+7 (901) 803-73-79

Новосибирск
+7 (383) 347-75-44

Владивосток
+7 (4232) 30-87-39



christl

технология специй

Импортер и представитель CHRISTL
в России: ООО «ЕВРО МИТ ТЕХ.»

Тел./факс: +7 (812) 332 50 60

Мобильный: +7 (911) 776 84 07

e-mail: office@eumt.ru



Объем конечного потребления замороженных и охлажденных полуфабрикатов в 2013 году составил порядка 8,5 кг на душу населения. При этом среднегодовой совокупный прирост в период 2010 – 2013 годов не превышал 5% в год.

Автор:
Светлана Федорова,
генеральный директор
«Экспресс-Обзор»



Author:
Svetlana Fyodorova,
CEO of Express-Obzor
(Express-Review)

Рынок ЗПФ: рецессия началась еще до падения рубля

Frozen processed foods market: the recession had begun before the fall of the ruble

Главым итогом прошлого года на рынке замороженных мясных полуфабрикатов (ЗПФ) и готовых изделий стало продолжающееся замедление объемов продаж. Сегмент вырос на 9%, в то время как в предыдущие годы темпы роста были двузначными.

Особенности и тенденции

Интересно, что в данном сегменте доминирующую долю (98%) составляет отечественная продукция. Это означает, что рыночный тренд отражает, в первую очередь, темпы прироста российского производства. А они, согласно данным нашего

Тhe main last year's result at the frozen processed foods (FPF) and ready-made products market was the continuous slowing of sales volumes. It has grown by 9%, though there were double-digit growth rates during the previous years.

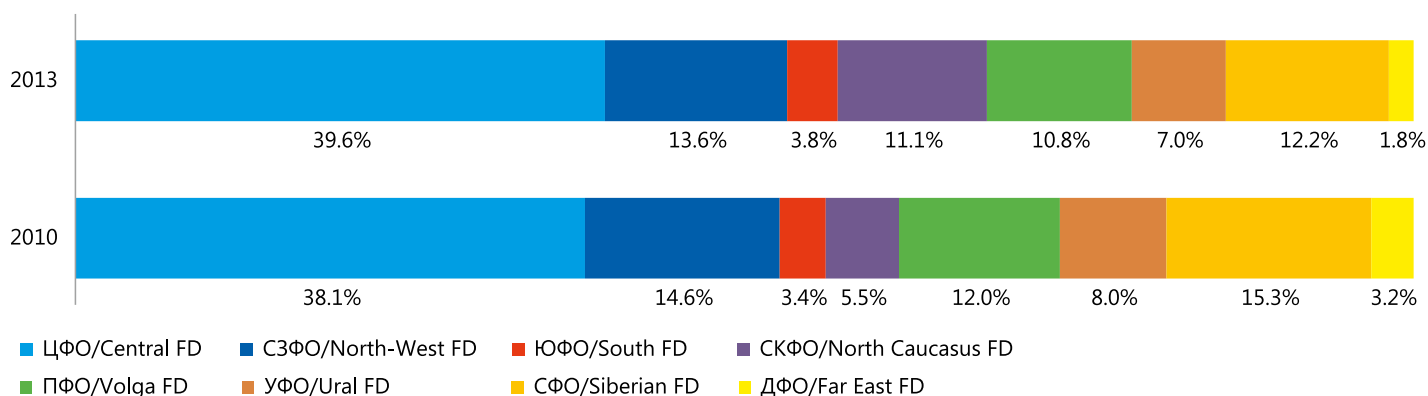
Features and trends

It is interesting that the main share in this branch (98%) belongs to national production. It means that the market trend reflects mainly the growth rates of Russian production. But, according to the data from our report titled "Frozen processed foods market in Russia for 2013: annual results and prospects to

The final consumption volume for processed foods and ready-made dishes in 2013 was about 8.5 kilos per capita.

Рис. 1. Региональная структура производства мясных ЗПФ в 2010 и 2013 гг., %

Fig. 1. Regional structure for meat FPF production in 2010 and 2013, %



Источник: оценка «Экспресс-Обзор» по данным ФСГС и ФТС / Source: Express-Review's value according to the data from FSSS and FCS

отчета «Рынок замороженных полуфабрикатов в России 2013: итоги года и прогноз на 2014 – 2017», на протяжении 2010 – 2013 годов снижались. Так, в прошлом году прирост объема выпуска составил 10,2%, в 2012-м – 14,5%, а в 2011-м – 20%.

С внешнеторговым оборотом замороженных полуфабрикатов ситуация тоже не совсем стандартная. Помимо крайне низкой доли импорта, для рынка характерно снижение объема импорта, которое наблюдается с 2011 года. В 2013-м его объем снизился на 10% и составил 39,8 тысячи тонн. А объем экспорта настолько мал, что практически не заметен на рынке: экспортируется в три раза меньше продукции, чем импортируется, причем доля экспорта от производства составляет менее 1%. Таким образом, главной особенностью рынка замороженных полуфабрикатов является его практически полная самообеспеченность.

Традиционным лидером среди ЗПФ в России являются пельмени. В 2013 году пельмени, а также прочие замороженные мясные полуфабрикаты в тесте, такие как манты, ravioli и пр., занимали около 25% российского производства. Но с появлением товаров-заменителей этот сегмент уже несколько лет теряет свою долю. Отвоевывают позиции у пельменей крупнокусковые и рубленые полуфабрикаты, а также готовые блюда. Например, если темпы прироста производства пельменей в 2013 году были отрицательными, то производство замороженных готовых блюд показало рост 14% к 2012 году. Однако доля готовых блюд все еще низка, на них пришлось около 2,7% в общем объеме выпуска ЗПФ. Быстрее всех растет сегмент крупнокусковых полуфабрикатов: среднегодовой темп прироста за период 2010 – 2013 годов составил 39%.

Более половины российских замороженных полуфабрикатов выпускается в двух федеральных округах, Центральном и Северо-Западном. На Центральный приходится примерно 40% всего объема, на Северо-Западный – 13,6%. Положительную динамику производства в прошлом году показали только Северо-Кавказский и Центральный фе-

дералы, в 2014-2017", they have been decreasing from 2010 to 2013. Thus, last year the release volume growth was 10.2%, in 2012 it was 14.5%, in 2011 it was 20%.

As for the foreign trade output of frozen processed foods, the situation here is also quite uncommon. Besides the very low import share, the market is characterized by the decrease in imports volume which has been seen since 2011. But the exports volume is so small that it is practically unseen in the market: the exports volume is three times less than the imports volume, with the exports share of less than 1% from the production volume. Thus, self-sufficiency is the main feature of the frozen processed foods market.

Dumplings are the traditional leader among the FPF kinds in Russia. In 2013, dumplings and other frozen processed meat foods in dough such as manti, ravioli and others were about 25% of the Russian production volume. But due to the appearance of alternative goods this branch has been losing its share for several years. Big-piece and minced processed foods and ready-made dishes take the position of dumplings. For example, if the growth rates for dumplings production showed negative figures in 2013, the growth of frozen ready-made dishes was 14% by 2012. But the share of ready-made dishes is still low, with only 2.7% in the total FPF output volume. The big-piece processed foods volume shows the most rapid growth: the average annual growth rate from 2010 to 2013 was 39%.

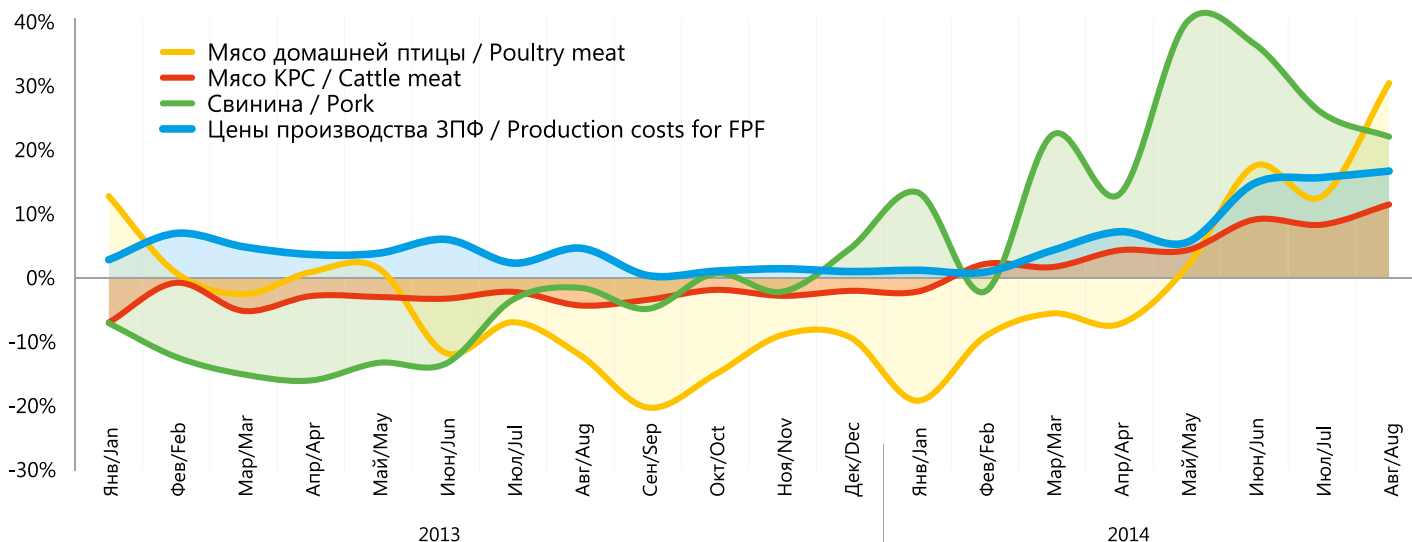
More than a half of Russian frozen processed foods is produced in two federal district: in the Central FD and in the North-West FD. About 40% of the total volume belongs to the Central FD, and 13.6% belongs to North-West FD. The positive production dynamics last year were shown only in two federal districts: the North Caucasus FD and the Central FD. In the other region, zero or negative dynamics were seen.

If we look at the production per capita, the figures vary significantly in different regions. Thus, the biggest volume per capita in 2013 was produced in the North Caucasus FD (almost 20 kilos), the Central

В 2013 году пельмени, а также прочие замороженные мясные полуфабрикаты в тесте, такие как манты, ravioli и пр., занимали около 25% российского производства. Но с появлением товаров-заменителей этот сегмент уже несколько лет теряет свою долю.

Рис. 2. Динамика средних цен приобретения производственными организациями различных видов мяса (кроме субпродуктов) и цен производства ЗПФ в 2013 – 2014 годах, %, по отношению к аналогичному месяцу предыдущего года

Fig. 2. Average price dynamics for purchasing different kinds of meat by enterprises (except by-products) and production costs for FPF in 2013-2014, % to the similar previous year month



Источник: оценка «Экспресс-Обзор» по данным ФСТС / Source: Express-Review's value according to the data from FSSS

деральные округа. В остальных регионах была отмечена нулевая или отрицательная динамика.

Если посмотреть на производство в расчете на душу населения, то в региональном разрезе наблюдается значимая вариация показателя. Так, наибольший объем продукции на человека в 2013 году произвели предприятия Северо-Кавказского (почти 20 кг), Центрального (17 кг) и Северо-Западного (16,6 кг) федеральных округов. А минимальные значения зафиксированы в Южном (4,6 кг), Дальневосточном (5,0 кг) и Приволжском (6,1 кг) федеральных округах. Отмечу, что лидерство СКФО – относительно новое явление: за период 2010 – 2013 годов объем выпуска ЗПФ в регионе вырос более чем в три раза.

К основным трендам, наблюдающимся в течение последних лет, можно отнести:

- замедление темпов роста рынка ЗПФ;
- замедление темпов роста производства;
- отрицательная динамика объемов импорта;
- умеренные темпы роста потребления полуфабрикатов домашними хозяйствами;
- ускорение роста цен производства ЗПФ.

Сырьевые рынки

Говоря про замороженные полуфабрикаты, нельзя не отметить состояние дел на сырьевых рынках, и в первую очередь на рынке мяса, предназначенного для производственного потребления. Здесь удобнее использовать термин «товарные ресурсы», под которыми мы понимаем сумму объема производства и объема импорта с учетом товарных запасов. В прошлом году товарные ресурсы в категории «мясо и птица, включая субпродукты» увеличились лишь на 2,7% (с учетом продукции, выработанной и реализованной домашними хозяйствами). При

FD (17 kilos) and the North-West FD (16.6 kilos). And the minimal values were seen in the South FD (4.6 kilos), the Far East FD (5 kilos) and the Volga FD (6.1 kilos). I shall also notice that the leadership of the North Caucasus FD is quite a new feature: in this region, the FPF output volume has grown more than three times from 2010 to 2013.

The main trends seen during the last few years are:

- Slowing of FPF growth rates
- Slowing of production growth rates
- Negative imports volumes dynamics
- Moderate growth rates of processed foods consumption by households
- Fastening of prices growth for FPF

Raw goods markets

Speaking of frozen processed foods, we can't leave the situation at the raw goods markets unnoticed, with meat market for manufacturers' needs first of all. Here, the term "commercial resources" is better, meaning the sum of production volume and the imports volume, taking into account the trade stocks. Last year, trade stocks for meat and poultry meat, including by-products has increased only by 2.7% (including the production manufactures and realised by households). At the same time, the imports share was decreasing constantly from 2010 to 2013, reaching 26.5% last year. Among the total commercial resources volume, about 76% belongs to households, with the other 24% being bought for manufacturers' needs. The "production sales for households" branch demonstrated constant moderate growth from 2010 to 2013. At the same time, the common trend in meat and poultry consumption by manufacturers was not seen during the reviewed period. Thus, in 2013, the commercial

In 2013, dumpings and other frozen processed meat foods in dough such as manti, ravioli and others were about 25% of the Russian production volume. But due to the appearance of alternative goods this branch has been losing its share for several years.

Таблица 3. Динамика средних цен приобретения производственными организациями различных видов мяса (кроме субпродуктов) и цен производства ЗПФ в 2013 году, %, по отношению к аналогичному месяцу предыдущего года

Table 3. Average price dynamics for purchasing different kinds of meat by enterprises (except by-products) and production costs for FPF in 2013, % to the similar previous year month

	2013, %												2014, %							
	янв	фев	мар	апр	май	июн	июл	авг	сен	окт	ноя	дек	янв	фев	мар	апр	май	июн	июл	авг
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug
Мясо домашней птицы, кроме субпродуктов / Domestic poultry	12,8	0,9	-2,5	1,0	1,6	-11,7	-6,9	-12,1	-20,2	-15,0	-8,8	-9,2	-19,1	-9,1	-5,5	-7,2	1,8	17,5	12,8	30,5
Мясо крупного рогатого скота, кроме субпродуктов / Cattle meat excluding by-products	-6,9	-0,7	-5,1	-2,8	-2,9	-3,2	-2,1	-4,2	-3,3	-1,8	-2,7	-1,9	-2,1	2,2	1,8	4,4	4,4	9,2	8,4	11,5
Свинина, кроме субпродуктов / Pork, excluding by-products	-7,0	-12,3	-15,0	-16,0	-13,2	-13,3	-3,3	-1,5	-4,8	0,8	-2,1	4,6	13,5	-2,1	22,4	13,2	40,1	36,7	25,9	22,1
Цены производства ЗПФ / FPF production costs	2,9	7,0	4,9	3,7	3,9	6,1	2,4	4,7	0,4	1,1	1,5	1,1	1,3	1,0	4,4	7,3	5,6	14,8	15,8	16,8

Источник: оценка «Экспресс-Обзор» по данным ФСТС / Source: Express-Review's value according to the data from FSSS

этом доля импорта неуклонно снижалась в период 2010 – 2013 годов и в прошлом году составила 26,5%. Из всего объема товарных ресурсов примерно 76% приходится на население, а оставшиеся 24% приобретаются для производственного потребления. Сегмент «продажи продукции населению» в 2010 – 2013 годах демонстрировал устойчивый умеренный рост. В то же время динамика производственного потребления мяса и птицы единого тренда в исследуемый период не показала. Так в 2013 году объем использования товарных ресурсов по этому направлению снизился на 5,6% по отношению к 2012 году, а в 2012-м рост составил 39%.

В структуре производственного потребления по отдельным видам мяса в прошлом году 55% заняла свинина (включая субпродукты), еще 32% пришлось на говядину и всего 9% на мясо птицы. По итогам первого полугодия 2014 года органами официальной статистики зафиксированы некоторые изменения в структуре производственного использования продукции. Удельный вес говядины снизился на 8,3%, свинины – на 3,5%, в то же время потребление мяса птицы заметно выросло, прирост доли мяса птицы превысил 10%.

По данным официальной статистики, средние цены приобретения производственными организациями различных видов мяса (без учета субпродуктов) в 2013 году показывали умеренно отрицательную динамику. Так, цены приобретения мяса домашней птицы в среднем в год снизились на 6,4%, мяса крупного рогатого скота – на 3,2%, свинины – на 6,9%. При этом цены производства замороженных полуфабрикатов выросли на 3,3%. В 2014 году динамика цен сменилась на положительную. В частности, за январь – август 2014 года цены приобретения организациями мяса домашней птицы выросли на 2,1% по отношению к соответствующему периоду 2013-го. Рост производственного потребления говядины составил порядка 5%. Наиболее выраженные изменения цен произошли в сегменте свинины, где прирост превысил 21%.

resources usage volume in this field fell by 5.6% to 2012, though in 2012, the growth was 39%.

In the structure of manufacturing consumption for different kinds of meat last year, 55% belonged to pork (including by-products), another 32% belonged to beef, and only 9% to poultry meat. As a result for the first half of 2014, federal statistics services have noticed some changes in the structure of manufacturing usage of the production. The share of beef has fallen by 8.3%, the share of pork has fallen by 3.5%, but at the same time poultry meat consumption has grown significantly, with the share of poultry having grown by more than 10%.

According to the official statistics, the average purchasing prices for different kinds of meat from different manufacturing enterprises (excluding by-products) in 2013 have shown moderate negative dynamics. Thus, purchasing prices for domestic poultry meat have averagely fallen by 6.4% a year, for cattle meat – by 3.2%, for pork – by 6.9%. At the same time, the costs for frozen meat processed foods production have grown by 3.3%. In 2014, the prices dynamics turned into positive. Thus, from January to August 2014, the prices for domestic poultry purchasing by enterprises have grown by 2.1% to the same 2013 year period. The growth for beef manufacturing consumption has been about 5%. The most significant price changes have taken place in the pork branch, where the growth was more than 21%.

Consumption volumes and forecasts

According to the Russia-wide household budget research made by federal statistics services, the final consumption volume for processed foods and ready-made dishes in 2013 was about 8.5 kilos per capita. At the same time, the average annual total growth was about 5% a year from 2010 to 2013.

At the same time, according to Express-Review's value, demand increase rates for frozen processed foods from food enterprises slowed slightly last year due to the fall in this market. According to



С продолжением кризисных явлений в российской экономике на рынке замороженных полуфабрикатов могут возникнуть сложности с реализацией продукции, в первую очередь по направлению HoReCa.

Объем потребления и прогноз

По данным всероссийского обследования бюджетов домашних хозяйств, проводимого органами официальной статистики, объем конечного потребления замороженных и охлажденных полуфабрикатов, готовых блюд в 2013 году составил порядка 8,5 кг на душу населения. При этом среднегодовой совокупный прирост в период 2010 – 2013 годов не превышал 5% в год.

В то же время, по оценке «Экспресс-Обзор», темпы увеличения спроса на замороженные полуфабрикаты со стороны организаций общественного питания в прошлом году несколько замедлились в силу снижения роста этого рынка. Кроме того, по последним доступным данным, во втором квартале 2014 года население России сократило расходы на ряд товаров и услуг, в том числе на питание вне дома (-4% по отношению ко 2-му кварталу 2013-го). Таким образом, с продолжением кризисных явлений в российской экономике на рынке замороженных полуфабрикатов могут возникнуть сложности с реализацией продукции, в первую очередь по направлению HoReCa.

В заключение отмечу, что, несмотря на заметный вес HoReCa в каналах продаж замороженных полуфабрикатов, на движение всего рынка может повлиять и позитивный тренд. В свете последних событий, в частности на фоне существенного падения курса рубля, для розничного рынка замороженных полуфабрикатов могут открыться новые возможности. Рынок практически полностью себя обеспечивает и мало зависит от импорта, поэтому можно ожидать лишь умеренного роста цен. То есть вполне вероятно, что в кризисное время сегмент ЗПФ выйдет из рецессии и снова покажет двузначные темпы роста за счет перераспределения спроса с более дорогих свежих мясных полуфабрикатов, мясной кулинарии на замороженные. Однако это мы с вами сможем увидеть не ранее 2015 года. А в 2014 году, по прогнозу аналитиков «Экспресс-Обзор», рынок вырастет не более чем на 4% в натуральном выражении. **ms**

It is quite possible that during the crisis times, the FPF branch can overcome the recession and show double-digit growth rates again due to the demand restructurization from the more expensive fresh processed meat products and meat culinary to frozen ones. But we can see that not earlier than in 2015.

the recent available data, Russians have also cut their expenses for some goods and services in Q2 2014, for outdoor food as well (-4% compared to Q2 2013). Thus, if the crisis in Russian economy continues, difficulties with production sales can appear at frozen precessed foods market, in HoReCa direction first of all.

Finally, I shall notice that despite the significant share of HoReCa in frozen processed foods sales channels, the positive trend can have its influence. Because of the latest circumstances, with the significant fall of ruble course as well, new possibilities can open for the retail market of frozen processed foods. The market is almost self-sufficient and practically independent on imports, so just a moderate rise in prices can be seen. So, it is quite possible that during the crisis times, the FPF branch can overcome the recession and show double-digit growth rates again due to the demand restructurization from the more expensive fresh processed meat products and meat culinary to frozen ones. But we can see that not earlier than in 2015. As for 2014, according to forecasts from Express-Review's analysts, the market will grow not more than by 4% in natural terms. **ms**

Лидерство СКФО – относительно новое явление: за период 2010 – 2013 годов объем выпуска ЗПФ в регионе вырос более чем в три раза.

Готовые исследования рынка мяса

Регулярные исследования рынка "Анализ спроса":

- Потребительские расходы на мясные изделия.
- Объем розничного рынка.
- Данные по всем регионам.

Новые исследования рынка мяса:

- Рынок мяса крупного рогатого скота 2014.
 - Рынок колбасных изделий 2014.
 - Рынок свинины 2014.
 - Рынок мяса птицы 2014.
- И еще более 15 исследований мясной отрасли.

Вы можете приобрести исследование, заполнив форму на сайте: www.e-o.ru или по телефону: 8 (495) 921-4331





Фирменные чистящие
и дезинфицирующие средства



Пароочиститель серии SGV.
Повсеместное наведение
гигиенической чистоты.



Поломодно-всасывающие
машины В 40, В 60 с ручным
управлением. Уборка площадей
до 3000 м².



Аппарат высокого давления
с подогревом воды
HDS-E 8/16-4M. Удаляет масляно-
жировые, органические и сажевые
загрязнения при помощи горячей
воды и пара (до 150 °C)

Системный подход к решению всех задач чистки для предприятий мясной сферы

Предприятиям пищевой промышленности Kärcher предлагает самые современные решения, обеспечивающие рентабельное наведение чистоты на любых производственных участках. Наша техника эффективно очищает полы, стены, потолки, производственное оборудование и транспортные средства. Кроме того, мы обеспечиваем всеобъемлющий сервис – от консультирования и планирования до ввода оборудования в эксплуатацию и его технического обслуживания.

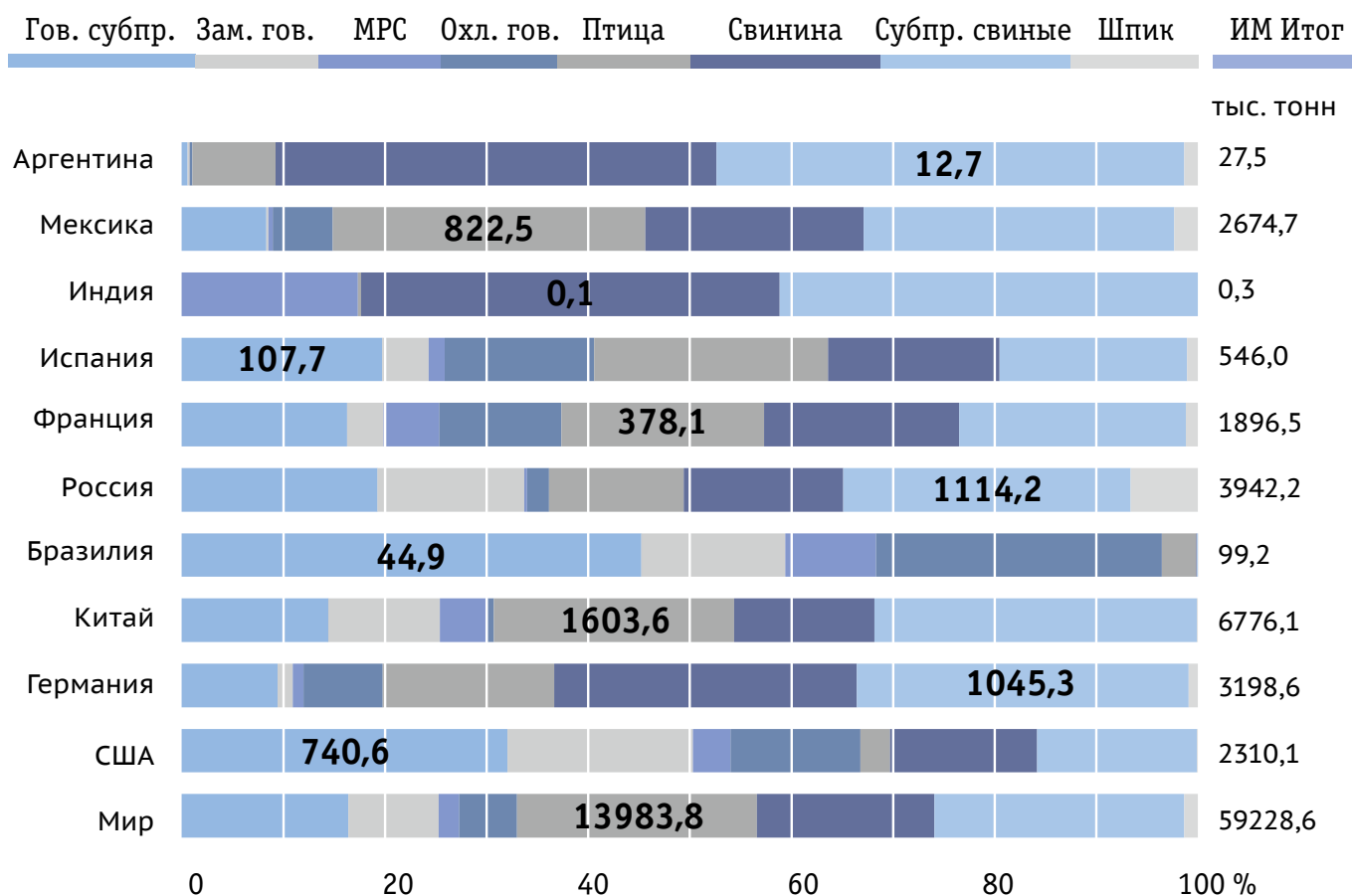
Демонстрация. Сервис. Лизинг.
Телефон горячей линии: 8-800-1000-654
Узнайте больше на www.karcher.ru/ru/food

 **KÄRCHER®**

makes a difference*

Мировые ресурсы мясного сырья

+7,0 США
млн тонн



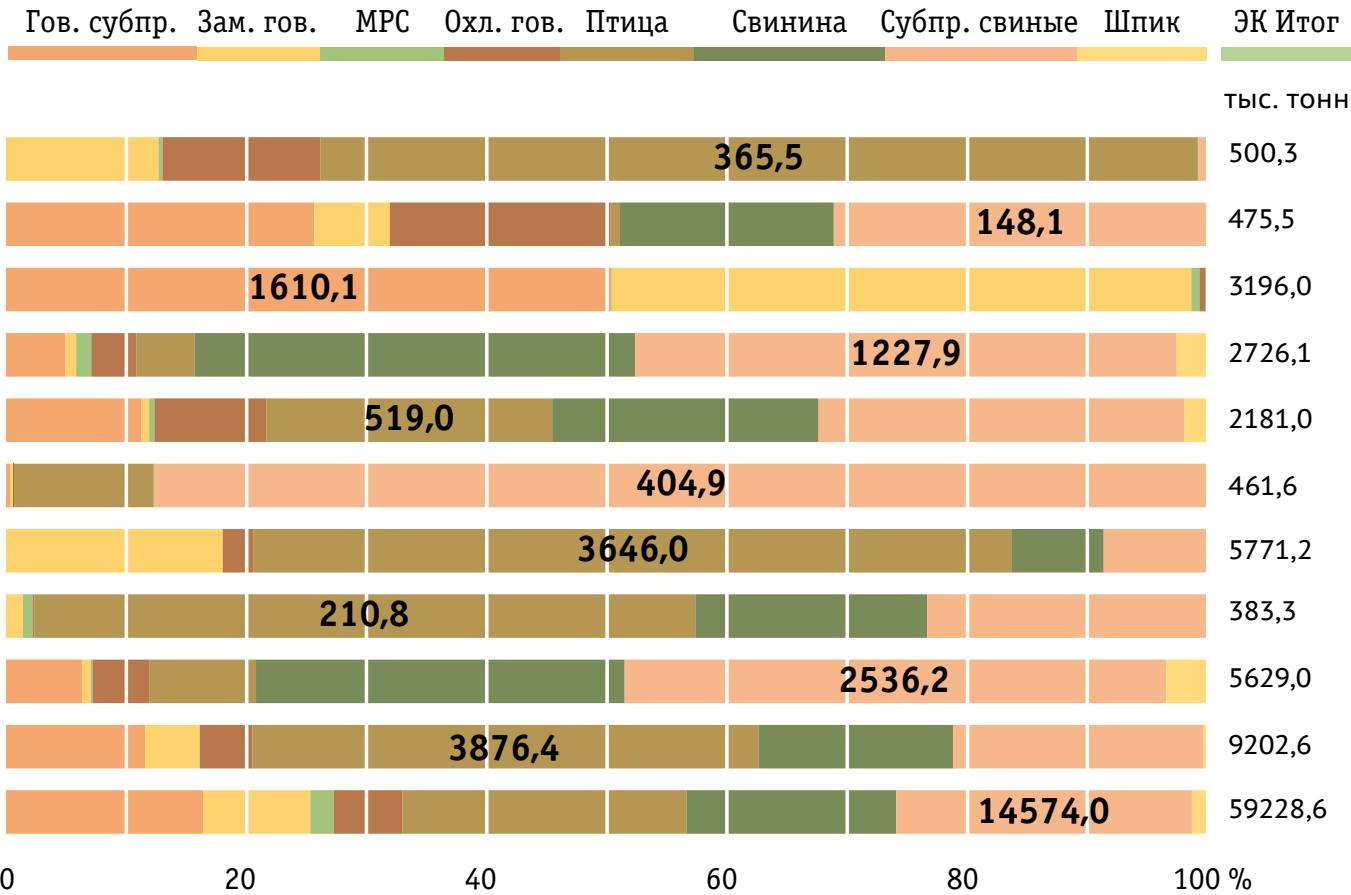
ИМПОРТ

По показателям импорта Россия является вторым по величине потребителем мяса зарубежного производства – на ее долю пришлось около 7% от общемирового торгового оборота в натуральном выражении.

+5,6 Бразилия
млн тонн

+3,2 Индия
млн тонн

В Германии экспорт превышает импорт в 1,8 раза, а совокупный торговый баланс (разница экспорта и импорта) мясным сырьем равен +2,4 млн тонн. Среди стран с максимальным положительным торговым балансом также находятся США, Бразилия и Индия.



ЭКСПОРТ

Среди стран с максимальным отрицательным торговым балансом наряду с Китаем/Гонконгом (-6,4 млн тонн) и Россией (-3,5 млн тонн) находится Япония (-3,0 млн тонн).



Селекционный центр в Волоколамске

В Волоколамске подходит к концу создание селекционно-репродуктивного центра для повышения поголовья КРС, информирует пресс-служба Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

Проект ставит целью получить элитный племенной молодняк для хозяйств региона и организаций по искусственному осеменению КРС. В центре запланировано «получение продукции от высокоценных животных эмбрионов и их трансплантация, а также сексированного семени (разделенного по полу), что позволит значительно увеличить долю телочек в получаемом приплоде». Об этом сказал глава Минсельхозпрода региона Дмитрий Степаненко.

До этого губернатор Московской области Андрей Воробьев призвал повысить производство молочной продукции в регионе до 1 млн т в год к 2020 году. Сейчас Подмоскovie обеспечивает себя молочной продукцией лишь на 30%.

Продмагazin



Китайская свинина в России

Крупнейший в мире производитель свинины – китайская компания WH Group – планирует начать поставки мяса в Россию в 2014 году. Об этом заявил председатель совета директоров предприятия Ван Лонг.

WH Group обнародовала экспортные планы после встречи заместителя президента Торговой палаты продовольствия и местных продуктов КНР Юй Лу с замруководителя Россельхознадзора Евгением Непоклоновым, которая состоялась 29 августа. В сообщении ведомства сказано, что стороны

договорились о поставках свинины в РФ с двух китайских мясокомбинатов. Юй Лу отметила, что Китай может поставлять не только свинину, но и курятину. КНР готова гарантировать для российских импортеров конкурентоспособный и справедливый уровень цен.

Китай – крупнейший в мире производитель свинины. По итогам 2013 года производство в стране составило 68 млн т, экспорт – 147 тыс. т. За первые шесть месяцев 2014 года выручка WH Group выросла на 220% и составила 10,5 млрд долларов. Чистая прибыль достигла 531 млн долларов. WH Group владеет американской мясоперерабатывающей компанией Smithfield.

Напомним, что 14 августа стало известно, что Россельхознадзор снимает ограничения на поставки свинины из Китая, введенные в 2002 году. Запрет был наложен из-за того, что экспортеры не предоставляли полную и достоверную информацию о распространении инфекционных заболеваний животных на территории страны.

Lenta.ru



Российско-таджикский аграрный проект

В ближайшее время на территории Подмоскovie начнет реализацию совместного с Таджикистаном проекта.

«Для нас Таджикистан является страной, в которой мы бы хотели видеть надежного партнера по многим отраслям. В первую очередь это, естественно, те отрасли, которые в Таджикистане развиты достаточно хорошо. Агропромышленность относится к таким. Московская область может являться как рынком сбыта, так и предметом для инвестиций со стороны таджикских коллег», – рассказал Денис Буцаев, заместитель председателя правительства Московской области.

Чиновник также добавил, что пока речь идет только о пилотном проекте, который касается выращивания различных культур в открытом грунте. Денис Буцаев позиционирует данную инициативу как попытку закрыть недозагруженные сегменты рынка именно местной продукцией, производимой при участии и помощи таджикских коллег. Площадки выращивания откроются в 36 районах, а именно

в Серебряных Прудах, Каширском, Волоколамском и др.

«Сейчас мы хотели бы, чтобы эти взаимоотношения приобрели более регламентный, более постоянный и, самое главное, более конкретизированный характер. Таджикские коллеги также выразили намерение, чтобы это соглашение было подписано не между МО и одной из провинций или районов Таджикистана, а именно между МО и государством Таджикистан», – добавил Денис Буцаев.

Регнум



Кредит от КНР

На встрече председателя Аграрного банка Китая Лю Шию и президента Таджикистана Эмомали Рахмона было принято решение о выдаче кредита в 100 млн долларов Аграрным банком КНР для развития и поддержки сельского хозяйства Таджикистана.

Президент, в свою очередь, проинформировал о том, что эти средства будут потрачены на развитие среднего и малого бизнеса, постройку промышленных предприятий и подготовку кадров.

Давно уже есть уверенность, что сотрудничество этого крупного банка и Таджикистана будет только расширяться и укрепляться инвестиционно и экономически. По итогам переговоров Эмомали Рахмона с Сиз Фучджаном, губернатором китайской провинции Хэнань, был подписан меморандум о сотрудничестве в сельском хозяйстве и промышленности, согласно которому данная провинция построит ряд предприятий на сумму более 810 млн долларов.

agriacta.com

«Фон Бекон»: выбираем лучшую колбасу

Продукция под торговой маркой «Фон Бекон» ежегодно завоевывает все новые награды. А вскоре самарский производитель колбас ООО «Бекон» порадует всех жителей губернии вкусными новинками.

Этот год принес компании сразу несколько крупных побед. В сентябре его «колбаски для жарки ку-



рины с сыром», «язык в шпике», «мясной орех» (три вида продукции) были отмечены сразу тремя золотыми медалями XVI Поволжской агропромышленной выставки. Месяц спустя на ведущей российской агропромышленной выставке «Золотая осень» в Москве серебряную медаль получила колбаса «Московская». А генеральный директор ООО «Бекон» Алексей Никитин был признан «Лучшим предпринимателем года» по итогам конкурса «Производство продукции промышленного назначения или товаров народного потребления, продовольственных товаров – 2014». Также он был награжден орденом «Золотой Меркурий».

Секрет успеха предприятия прост: «Бекон» уделяет особое внимание качеству выпускаемой продукции, работая на охлажденном сырье и используя в производстве колбасных изделий только мясо с собственной бойни. Сырье на предприятие поставляют сельхозпроизводители Самарской области, что особенно актуально сейчас, когда остро встал вопрос продовольственной безопасности. Вода в производстве используется только очищенная, из собственной скважины. На предприятии установлено новейшее оборудование крупнейших немецких и французских фирм.



В приобретении нового оборудования помощь предприятия оказало правительство Самарской области. В 2013 году ООО «Бекон» выиграло конкурс на получение субсидии из бюджета на модернизацию производства. Благодаря новому оборудованию повысилось качество выпускаемой продукции, уменьшились сроки реализации, уменьшилась пористость сосисок и колбас.

В скором времени покупатели смогут приобрести новинки: ветчину куриную из мяса бедра и филе курицы, кровяную колбасу, мясо «Крамболь», деликатесную группу из мяса свинины. Также предприятие планирует расширить производство полуфабрикатов.

vninform.ru



США:

К концу года американский мясной экспорт достигнет новых рекордов, уверен председатель Американской экспортной мясной федерации (USMEF) Марк Джегелс.

По его словам, общий экспорт говядины и свинины из США в текущем году составит около 13 млрд долларов США. Джегелс отметил, что нынешний год оказался весьма удачным для американских мясных экспортеров, «несмотря на трудности с поставками и многочисленными торговыми барьерами на различных мировых рынках».

По последним данным, опубликованным МСХ США совместно с USMEF, экспорт говядины в сентябре по сравнению с показателями за аналогичный месяц прошлого года вырос на 6% в объеме – до 100000 метрических тонн (МТ) и на 25% в стоимостном выражении – до 631,9 млн долларов. Экспорт свинины в стоимостном выражении вырос на 7% – до 513 млн долларов, хотя объемы внешних поставок в сентябре сократились на 3% – до 162125 МТ.

Филипп Сэнг, глава USMEF, отметил, что, несмотря на многочисленные трудности на мировом мясном рынке, американским поставщикам удалось справиться с ними. Хотя объем и стоимость экспорта ягнятины снизились в течение первых девяти месяцев



этого года, недавнее посещение США представителями Тайваня позволяет надеяться на то, что экспорт данного вида мяса в азиатский регион скоро вновь возобновится. В целом американское присутствие на азиатском рынке говядины и свинины довольно прочно, даже с учетом высоких цен на говядину в США, укрепление доллара и довольно низкие цены на свинину в Европе.

«Тот факт, что нам удалось сохранить постоянные объемы поставок свинины в Азию, довольно примечателен, – отмечает Джоэл Хаггард, старший вице-президент USMEF, – Япония и Корея увеличили импорт дешевой свинины из Европы. Это привело к тому, что наша доля на этих рынках сократилась, однако общий объем поставок остался стабильным».

Он также отметил, что поставки говядины в Японию, Корею, Китай и Гонконг достигли новых рекордов. Цена остается сдерживающим фактором, но даже с учетом ее роста экс-

портные показатели довольно высоки. Многие китайские производители начинают увеличивать производство скота, что может замедлить поставки американской говядины на китайский рынок. Сделка с Австралией, которая позволит начать экспорт живого скота в Китай, также может изменить ситуацию на данном рынке.

Meatinfo



Китай:

Сегодня Китай переживает «вторую индустриальную революцию», а растущий в стране спрос на мясо открывает новые огромные возможности перед западными поставщиками, заявил директор крупнейшего в Великобритании продовольственного концерна Tulip на ежегодной конференции Eblex.

Майкл Зондергаарт, директор по вопросам поставок концерна Tulip принадлежащего компании Danish Crown, сообщил, что экономика Китая является одной из самых быстрорастущих в мире и характеризуется не только интенсивным ростом населения, но и массовой миграцией в города. Это означает рост спроса на продовольствие, особенно мясную продукцию, поскольку средний класс отдает все большее предпочтение западной кулинарной тра-



диции. Как показало исследование, говорит Зондергаарт, к 2030 году две трети людей, относящихся к среднему классу, будут представителями азиатских стран. Он также добавил, что в Китае потребление мяса на душу населения в период с 1988 года по 2011 год выросло на 21%, при том что в Европе за тот же период этот показатель упал на 4%.

Китай не может производить самостоятельно столько мяса, чтобы удовлетворить внутренний спрос. К тому же, многие мясные субпродукты, которые не пользуются спросом в западных странах, в Китае очень популярны и зачастую стоят больше, чем вырезка. Поэтому, по словам представителя концерна Tulip следует уделить особое внимание производству и презентации субпродуктов для китайских потребителей, а также учесть особенности местной культуры, чтобы построить долгосрочные деловые отношения с этим регионом.

Meatinfo

СОФТ для переработчиков мяса и птицы

- УБОЙ
- ОБВАЛКА
- ПРОИЗВОДСТВО
- СКЛАД

121357, Москва,
ул. Верейская, д. 29А, оф. 45
тел./факс: +7 (495) 221-59-10
e-mail: pan@i-tech.ru
www.i-tech.ru





Текст и фото: Группа компаний
«Кремонины»

Компания «Кремонины»: открытие завода по переработке говядины

ГК «Кремонины», посредством контролируемой компании Inalca Eurasia Holdings, также принадлежащей Cascade International Holding – Knightsbridge Group, 24 октября открыла в Оренбурге, на Южном Урале, первый завод по убою и переработке мяса говядины «Оренбив». На мероприятии присутствовали вице-премьер России Аркадий Дворкович и губернатор Оренбургской области Юрий Берг.



Предприятие:
**мясоперерабатывающий
комплекс «Оренбив» Группы
компаний «Кремонини»**

Расположение:
Россия, Оренбургская область,
Саракташский район,
с. Чёрный Отрог

Профиль:
крупнейшее в регионе
предприятие по убою
и переработке мяса говядины

Запуск производства:
осень 2014 года

Общая площадь:
40 тыс. кв. м

Инвестиции:
40 млн евро

Производственная мощность:
130 тысяч голов КРС в год

Новый завод имеет мощность забоя 130 тыс. голов в год и является результатом тридцатилетнего присутствия компании «Кремонини» в России. Ее путь развития начался с дистрибуции и привел к завершению производственной цепочки созданием мясоперерабатывающего завода, что соответствует целям правительства страны и способствует повышению уровня независимости внутреннего производства.

На сегодняшний день Россия – один из ведущих мировых импортеров мяса. Тем не менее, одной из стратегических задач, поставленных правительством страны, является возрождение отечественного производства говядины для удовлетворения роста потребления мяса на душу населения и повышения уровня самообеспечения до 85% в течение следующих десяти лет. Для достижения этой задачи правительство РФ инициировало план развития сектора животноводства на национальном уровне.

«Действительно, Россия владеет одной десятой частью пахотных земель на планете с огромным потенциалом производства сырья для кормов животных, но страна нуждается в знаниях, технологии и инвестициях в сектор животноводства и переработки мяса в целях укрепления местного производства, – говорит **Луиджи Кремонини, основатель и президент ГК «Кремонини»**. – В данном контексте, Группа компаний «Кремонини» является идеальным партнером для России, учитывая высокий уровень специализации, технологии и ноу-хау на всех этапах развития: животноводства, убою и переработки мяса говядины, соответствуя всем экологическим нормам».

Новый завод «Оренбив», оснащенный самыми передовыми технологиями, построен компанией Tecnostar Due, которая входит в Группу Inalca, и занимает площадь в 40 тыс. кв. м. Размер



*Новый завод «Оренбив»,
оснащенный самыми
передовыми технологиями,
построен компанией Tecnostar
Due, которая входит
в Группу Inalca, и занимает
площадь в 40 тыс. кв. м.
Размер инвестиций составил
около 40 млн евро (51 млн
долларов США).*

инвестиций составил около 40 млн евро (51 млн долларов США).

Завод был разработан с учетом поголовья крупного рогатого скота в регионе и имеет производственную мощность 500 голов в смену с возможностью увеличения ее до 800 голов в смену.

Большое внимание было уделено надлежащему обращению с животными, как при транспортировке, так и в процессе содержания. Процесс убоя скота полностью автоматизирован и был специально разработан таким образом, чтобы избежать стресса и травмирования животного.

Сведение к минимуму воздействия на окружающую среду привело к внедрению таких систем обработки и очистки воды, которые способны получить сточные воды чище обычных грунтовых, с бактериологической и с физико-химической точек зрения. Все выбросы в атмосферу контролируются специальным оборудованием,

которое удаляет как твердые частицы, так и запахи.

Значительное количество воды, воздуха, энергии (тепловой, для охлаждения и электричества), необходимых для функционирования предприятия, гарантировано различными интегрированными технологическими системами, которые были спроектированы и построены с использованием лучших решений, имеющихся на рынке. Основываясь на опыте Группы компаний, завод был разработан таким образом, что в помещениях для обработки и хранения мяса присутствуют только панели управления данных систем, а все оборудование и распределительные сети установлены на цокольном этаже, где располагается технический центр. Данное решение уже широко используется во всех подобных проектах Группы, что позволяет управлять и поддерживать оборудование и технические компоненты предприятий,



не контактируя с местами обработки и хранения продукции.

Установка высокопроизводительных технологических систем, внедрение систем экономии энергии на производственных узлах, а также производство большей части тепловой энергии, необходимой для работы предприятия, путем экономии воды, служащей для охлаждения в устройствах нагрева субпродуктов, – всё это позволяет заводу самому удовлетворять собственные потребности.

Хотелось бы отметить некоторые числовые показатели: на заводе имеются генератор пара мощностью 6000 кВт; холодильная установка мощностью 3000 кВт; электростанция мощностью 5000 кВт; гидроэлектростанция, способная обрабатывать до 400 м³ воды в день. Очистные сооружения могут обрабатывать до 400 м³ воды в день, а мощность вентиляционных систем достигает 200000 м³ в час.



Луиджи Кремонини,
основатель и президент
ГК «Кремонини»:

«Действительно, Россия владеет одной десятой частью пахотных земель на планете с огромным потенциалом производства сырья для кормов животных, но страна нуждается в знаниях, технологии и инвестициях в сектор животноводства и переработки мяса в целях укрепления местного производства».

Большое внимание было уделено поискам максимальной эффективности производственного процесса. В то время как мясо и субпродукты будут немедленно обрабатываться в процессе предварительного охлаждения, направленного на уменьшение потери веса и защиту поверхности, что сделает продукт невосприимчивым к бактериальным загрязнениям, прочие производные (шкуры, кишки, копыта и т. д.) направляются в специальные отделы, чтобы максимально использовать все полученные элементы для их возможной последующей продажи. Окончательные остатки после всех процессов обработки, такие как кости, кровь, жир, отправляются на другой завод по переработке, и впоследствии с использованием определенной технологии они трансформируются в другие промышленные субпродукты (мука и масла).

Контроль за качеством производства продукции на всех этапах



Проект завода «Оренбиа» был разработан с использованием самых современных технологий по обработке сырья, кондиционирования рабочих помещений, охлаждения и хранения продукции.



Доход Группы «Кремонины» в России в 2013 году составил более 250 млн евро, с EBITDA в 25 млн евро, что демонстрирует рост в 25% по сравнению с 2012 годом.

осуществляется при помощи высокотехнологичных и инновационных систем, разработанных инженерами компании Inalca, и уже давно используется на других предприятиях Группы по забою. Эти системы признаны во всем мире наиболее современными и эффективными. Компоненты инфраструктуры и применение компьютерной системы были разработаны и реализованы для обеспечения непрерывного производственного процесса.

Завод является пилотным проектом, который в дальнейшем будет тиражироваться и в других регионах России, играя основную роль в развитии и повышении ценности производства мяса говядины в Оренбурге, недалеко от границы с Казахстаном, и близлежащих регионах, пригодных для развития животноводства. Он обеспечит местных фермеров долгосрочными контрактами на поставки скота. Производимое мясо будет реализовывать-



ся через каналы розничной торговли и общественного питания, а также закупаться крупнейшим заводом по производству котлет для гамбургеров на территории России, запущенным «Кремонины» в Москве в 2010 году.

В ближайшие несколько месяцев также начнут функционировать две откормочные площадки в Оренбурге и близлежащих районах Республики Татарстан. Площадки созданы для улучшения качества производимой продукции и отбора специализированных мясных пород.

Луиджи Кремонины, основатель и президент ГК «Кремонины», заявил: «Учитывая широкую доступность зерновых продуктов в некоторых регионах России, наверняка будет дешевле трансформировать эти крупы в животный белок с созданием интегрированной цепи производства мяса говядины, для реализации которой потребуются специализированное животноводство



Луиджи Кремонины,
основатель и президент
ГК «Кремонины»:

«Поставки живого скота на наш новый завод по убою будут обеспечены долгосрочными соглашениями с российскими животноводами на основе прозрачной системы установления цен, подобно той, что принята и используется в Италии. Данная система предназначена для обеспечения максимальной добавленной стоимости животноводам, избегая спекулятивного посредничества между последними и предприятием по убою».

и современное предприятие по убою скота и переработке мяса. Поставки живого скота на наш новый завод по убою будут обеспечены долгосрочными соглашениями с российскими животноводами на основе прозрачной системы установления цен, подобно той, что принята и используется в Италии. Данная система предназначена для обеспечения максимальной добавленной стоимости животноводам, избегая спекулятивного посредничества между последними и предприятием по убою.

Сегодня мы являемся лидерами в России, как в производстве, так и в дистрибуции. С одной стороны, это достигается за счет завершения производственной цепочки в секторе крупного рогатого скота, с помощью нового завода, который мы открываем, с другой – за счет использования наших платформ дистрибуции в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Новосибирске и Самаре. **MC**



Наталья Кузнецова: «Любой кризис – стимул для новых идей!»

Как вы попали в эту сферу, что послужило причиной выбора профессии?

– Совершенно случайно. В 1993 году я окончила Московский государственный педагогический университет им. Ленина, и это был первый выпуск без возможности трудоустройства. Поэтому я сразу поступила в аспирантуру, на психологию. Через два года выяснилось, что оппонент по моей диссертации

проживает в Кельне, в Германии. Поскольку университет не мог оплатить ему перелет, проживание, работу с диссертацией (стоимость таких услуг оценивалась примерно в 8-10 тысяч долларов), мне предложили сделать это самостоятельно. Тогда я впервые осознала, что не обладаю подобными финансовыми возможностями и одновременно – что у меня нет своей квартиры

в Москве и перспектив трудоустройства. В результате работа над диссертацией была свернута, и я открыла в столице пельменное производство.

А почему именно пельменное?

– У меня был партнер, который пришел с этой идеей. Я на тот момент была открыта для любых предложений, поэтому мы создали собственный бизнес.

Когда я выходила на этот рынок, всерьез меня никто не воспринимал. Это было большим плюсом, так как давало определенный карт-бланш к занятию своей доли рынка.

Я не «конфетный» руководитель: во многом достаточно мягкий, но интересы компании отстаиваю не менее жестко, чем это делал бы мужчина.



досье

Имя, фамилия:

Наталья Кузнецова

Место рождения:

Забайкалье, город Борзя

Дата рождения:

11 апреля 1968 года

Образование:

Московский государственный педагогический университет им. Ленина

Название компании, должность:

компания «Окант», генеральный директор

Сколько времени работает на руководящей должности:

с 1993 года

Основные достижения в карьере:

создание «с нуля» компании, которая оказывает полный спектр услуг, начиная от подбора технологии, оборудования, инжиниринга, до пуско-наладочных работ, сервиса, и успешно работает как с западными, так и с восточными поставщиками

Семейное положение, дети:

замужем, двое детей

Так в октябре 1993 года появилась ПКФ «Окант» и одноименная торговая марка.

Вначале работали на оборудовании белорусского производства, а через два-три года решили перейти на китайскиепельменные машины, и я вылетела в Китай, где заключила первый контракт на их поставку в Россию. Причем это сразу были поставки вагонами. Контракт я заключала 21 день, поскольку никакого опыта не имела: со мной разговаривали, водили в рестораны, поили кровью черепахи, даже пытались накормить мозгами обезьяны. Но в результате я уехала с очень выгодным контрактом. Наша компания первая начала поставлять китайскиепельменные машины в Россию.

Производствопельменей было продано, и мы полностью сосредоточились на этом коммерческом направлении, демонстрировавшем хорошие тенденции роста.

Как затем разворачивались события?

– Дальше был кризис 1998 года, который перевернул сознание многих; наша компания тоже изменила видение бизнес-процессов. Если до этого мы занимались только китайским оборудованием, то после кризиса решили начать работу с европейскими производителями

и к 2000 году уже поставляли их технику на российский рынок. Любой кризис – это стимул для новых идей и дальнейшего развития!

Наверное, производственный опыт повышал ваш авторитет?

– Конечно. Я знала все производственные процессы изнутри, консультировала своих клиентов, и очень многие крупные марки начинали именно с китайских аппаратов. То есть основа современного российскогопельменного рынка закладывалась в 90-е годы на базе китайскихпельменных машин. К 2000 году все стали переходить на оборудование европейского производства, в том числе и мы, но европейских машин дляпельменей тогда попросту не существовало: мы адаптировали оборудование под нужды русских вкусов. Существовали итальянские машины для пасты, для равиоли, сейчас же мы предлагаем своим клиентам итальянские машины для русскихпельменей. Тут есть большая разница: в русскихпельменных используется сырой жирный фарш в соотношении 50/50% теста к начинке, а в итальянских равиоли начинки до 30%, они являются скорее макаронным изделием, поэтому инженерам нашей компании пришлось очень сильно изменить конструкцию итальянских машин.

Какое решение из тех, которые вам приходилось принимать в жизни, вы считаете самым важным?

– Самое важное и сложное решение мне пришлось принять, когда я поняла, что надо оставить научную карьеру и начать заниматься бизнесом. Меня никто этому не учил, меня готовили к другой жизни – родители мечтали, чтобы я была искусствоведом. Я занималась живописью, окончила художественно-графический факультет университета, вращалась в богемной среде среди художников и артистов. Кстати, до сих пор многие мои знакомые связаны с театром. Это было очень непростое для меня решение – сделать столь резкий поворот в жизни.

А самым важным событием оказалось рождение моих детей.

На ваш взгляд, какие различия существуют в женском и мужском принципе управления?

У меня две дочки-двойняшки, они сейчас учатся в школе. Одна хочет стать ученым-биологом, другая – знаменитым программистом.

Я всегда бегу на длинные дистанции. Если что-то не получается, то я понимаю, что рано или поздно все сложится так, как надо.



До сих пор у меня есть чувство нереализованности в области искусства: пять лет художественной школы, затем пять лет института, потом аспирантура, тема диссертации, которая была связана с цветовосприятием, психологией цвета, – все это ничем не окончилось. Я совершила резкий поворот в жизни в сторону бизнеса, и теперь у меня такое впечатление, что здесь остался некоторый вопрос. Я не исключаю, что через какое-то время возможен возврат к этой деятельности.

– Я не наблюдаю особых отличий, за исключением осторожного отношения руководителей-мужчин к руководителям-женщинам. И в этом они абсолютно правы. Женщина обычно «мягко стелет, да жестко спит».

Я не «конфетный» руководитель: во многом достаточно мягкий, но интересы компании отстаиваю не менее жестко, чем это делал бы мужчина.

Какими качествами должна обладать женщина, чтобы занять руководящую позицию?

– Мужскими качествами, и никакими другими.

Назовите преимущества слабого пола.

– Основное преимущество я почувствовала на себе: когда я выходила на этот рынок, всерьез меня никто не воспринимал. Это было большим плюсом, так как давало определенный карт-бланш к занятию своей доли рынка. Конечно, сейчас такой форы нет, так как компания работает уже 21 год, нас хорошо знают и воспринимают как серьезного конкурента.

Что важнее для дела – рационализм или интуиция?

– Для меня – интуиция. Я несколько раз была в таких ситуациях, когда интуитивное решение оказывалось лучшим.

Какие самые рискованные ваши решения оказались верными?

– Обычно самые рискованные решения касаются каких-то новых видов оборудования. В свое время мы привезли на рынок китайские машины, потом адаптировали итальянскиепельменные аппараты, а в 2002 году поняли, что в стране не хватает оборудования для производства блинов, точнее, его просто нет. Было принято решение восполнить этот пробел. Мы нашли такое оборудование во Франции и в течение двух лет готовили российский рынок к его появлению, вкладывая средства и силы в продвижение идеи. В итоге это дало свои плоды.

Где вы черпаете новые идеи?

– Очень много идей приносят клиенты, я всегда внимательно прислушиваюсь к их мнению. Например, практически все посетители недавней выставки «Агропродмаш» приходили туда со своей идеей. Каждый что-то хочет произвести – именно произвести, а не продать, перепродать или заработать на коммер-

ческой сделке. Возможно, это люди, которые, наконец, поднимут российскую экономику, если им не мешать.

Детей как-то приобщаете к вашему делу?

– В будущем, конечно, хотелось бы заниматься общим бизнесом, но я считаю, что у каждого человека свой путь, и мои дети должны выбрать его самостоятельно.

У меня две дочки-двойняшки, они сейчас учатся в школе. Одна хочет стать ученым-биологом, другая – знаменитым программистом.

Есть ли место на земле, куда вам хочется возвращаться, близкое по духу?

– Я очень люблю путешествовать. Моя любимая страна – Италия, любимое место – Европа в целом, особенно Средиземноморье.

Хотелось бы подробнее узнать про ваши увлечения.

– Меня привлекает все, что связано с соревнованием: гонки на автомобилях (я член клуба Porsche), командные гонки на яхтах от компании Aventura. Я нацелена на результат – и желательно, чтобы это было первое место!

Меня привлекает все, что связано с соревнованием: гонки на автомобилях (я член клуба Porsche), командные гонки на яхтах от компании Aventura.



SUPERCEL®

Пищевые волокна в мясных продуктах



Как я понимаю, вы азартный человек?

– В казино я, конечно, не играю, но, что касается моей профессиональной деятельности, меня очень привлекает возможность выиграть сделку, преодолев какие-то препятствия. Этим я живу.

Чем измеряется успех?

– Чувством удовлетворения.

Остается ли у вас время на чтение?

– Очень люблю читать и читаю все: и профессиональную литературу, и художественную, и даже табloidную прессу. Я буду читать везде, где есть возможность.

Назовите последнюю прочитанную книгу.

– Недавно перечитывала Достоевского. Не скажу, что являюсь большим поклонником классики, но в последние пару лет я к ней возвращаюсь. Единственное, чего я не читаю, – это «одноразовых» книжек: иногда могу купить в самолет, но там и оставляю, и даже забываю, что в них написано.

Есть ли что-то, чему вы еще хотели бы научиться?

– Очень много. Хочу сама управлять яхтой. Вернуться к живописи, только уже на другом уровне. Путешествовать: есть огромное количество интересных мест, где я не была.

Если бы вам пришлось заниматься каким-то другим делом в какой-то другой области, то что бы это было?

– Скорее всего, что-то связанное с искусством: либо художественная галерея, либо проведение каких-либо тематических мероприятий. До сих пор у меня есть чувство нереализованности в данной области: пять лет художественной школы, затем пять лет института, потом аспирантура, тема диссертации, которая была связана с цветовосприятием, психологией цвета, – все это ничем не окончилось. Я совершила резкий поворот в жизни в сторону бизнеса, и теперь у меня такое впечатление, что здесь остался некоторый вопрос. Я не исключаю, что через какое-то время возможен возврат к этой деятельности.

Назовите свой основной жизненный принцип. Чем вы руководствуетесь в жизни?

– Среди спортсменов есть спринтеры, а есть стайеры. Я всегда бегу на длинные дистанции. Если что-то не получается, то я понимаю, что рано или поздно все сложится так, как надо. Для меня самое важное – достичь своей цели: сегодня это случится, завтра или послезавтра, главное – не потерять ориентир. **МС**



ООО РЕТТЕНМАЙЕР РУС



Природные
волокна
Член концерна IRS

Business Unit Food
115280 Moscow, Russia

www.retttenmaier.ru

В ПОЛЯХ



Искусство убеждения и спора специалисту по продажам необходимо развивать постоянно. Нужно учиться приводить правильные аргументы и контраргументы.

Ваш стиль ведения переговоров всегда одинаковый или меняется в зависимости от обстоятельств?

– Стиль делового общения я выбираю в зависимости от собеседника: его возраста, должности в компании и темы переговоров.

А пол собеседника на манеру ведения переговоров влияет?

– Нет, при деловом общении для меня пол собеседника не важен.

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

– Изменился, причем в лучшую сторону. Директора стали более глубоко понимать бизнес-процессы – технические, технологические, экономические.

Кроме того, по моим наблюдениям, раньше для руководителей предприятий основным фактором принятия решений была цена: чем она ниже, тем лучше. Сейчас обращают внимание на качество, функциональные характеристики, экономическую выгоду.

Кто сегодня в основном принимает на предприятии решение о приобретении оборудования?

Роман Кононенко: «Продавец должен уметь общаться с людьми!»

Расскажите о первой значимой для вас продаже.

– Это была продажа оборудования на казанский мясокомбинат в 2001 году.

Как она повлияла на вашу карьеру?

– Сильно повлияла. Я стал уверен в своих возможностях.

Какую профессию вам пророчили в детстве родные?

– Думали, что стану инженером.

Каковы, на ваш взгляд, главные качества хорошего продавца?

– Умение быть убедительным и вера в себя.

Вы ими обладали «от природы»?

– Наверное, да. Хотя искусство убеждения и спора специалисту по продажам необходимо развивать постоянно. Нужно учиться приводить правильные аргументы и контраргументы.

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

– Для того чтобы составить мнение, достаточно нескольких мгновений. А все остальное время общения уходит на изменение этого мнения.

Стиль делового общения я выбираю в зависимости от собеседника: его возраста, должности в компании и темы переговоров.

Директора стали более глубоко понимать бизнес-процессы – технические, технологические, экономические.

досье

– Сейчас ответственность за принятие решений лежит сразу на нескольких специалистах компании, находящихся на руководящих должностях. И, как правило, решение они принимают сообща.

Какие ошибки допускают неопытные продавцы наиболее часто?

– Неопытные менеджеры по продажам очень быстро в ходе переговоров переходят к фазе обсуждения цен, не обозначив перед этим в достаточном объеме выгоды и преимущества использования тех или иных решений.

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

– Более теплые отношения складываются с клиентами из регионов. Столичные заказчики более избалованы вниманием со стороны поставщиков: как правило, с ними ведут переговоры не менеджеры, а первые лица компаний.

Расскажите о ваших самых коротких переговорах.

– Самые короткие переговоры были с одним из мясокомбинатов в самом начале моей деятельности как продавца. Мне удалось за час переубедить клиентов в принятом уже решении, которое было не в пользу нашей компании, и в итоге заключить хорошую сделку.

Какие города из тех, где вы бывали в командировках, вы можете назвать любимыми?

– Города Сибири. Люди, живущие Уралом, более добрые и открытые.

Какие требования вы предъявляете к своим сотрудникам?

– Главное требование – уметь общаться с людьми. Коммуникативные навыки имеют даже большее значение, чем знание технологических нюансов.

По своей сути, продавец – больше предприниматель или исполнитель?

– Предприниматель.

Имя, фамилия:

Кононенко Роман Петрович

Должность, компания:

генеральный директор
компании «РУТЕКС»

Место рождения:

Ростовская область

Дата рождения:

20.04.1967

Работает в продажах:

с 2000 года

Общая сумма заключенных контрактов:

порядка 650 млн рублей

Места, где побывал в командировках:

почти вся Россия, кроме
Хабаровского края,
Камчатки, Сахалина

Семейное положение:

женат

Вы любите смотреть фильмы с сюжетами о бизнесе? Какой фильм показали бы своему отделу продаж?

– Фильмы про бизнес мне не нравятся. Но есть кинокартина, которую я рекомендую всем, в том числе коллегам. Это фильм «Поменяться местами» с Эдди Мерфи о том, как человек без образования, просящий милостыню на улице, волею случая, хотя и подстроенного, оказывается на руководящей должности в крупной компании. В основе сюжета лежит рассказ Марка Твена «Банковский билет в миллион фунтов стерлингов».

А на книги время остается?

– В дороге слушаю аудиокниги очень часто.

Если бы у вас были неограниченные ресурсы, что бы вы подарили своему клиенту на юбилей?

– Новый завод.

Что вы считаете самым важным в жизни?

– Детей – мы живем ради них. **МС**



День «в поле»

В деловую поездку я обязательно беру с собой мозги и все необходимые материалы.

Находясь в пути, далеко не всегда думаю о работе.

Собираясь на переговоры, готовлю экспромт: обязательно готовлюсь по теме переговоров как к экзамену и, конечно же, смотрю свежие анекдоты, шутки. Хороший экспромт – это подготовленный экспромт.

Как правило, я могу определить, готов ли человек заключить контракт в течение нескольких минут беседы, хотя это не всегда бывает верным. Главный признак того, что клиент готов к сделке, – глубокое понимание им своих желаний.

Я считаю сделку состоявшейся после подписания акта пуско-наладочных работ.

Гость:
Маркус Винклер,
владелец компании WIBERG

Беседовала:
Виктория Загоровская



собственник

досье

Имя, фамилия:

Маркус Винклер

Название компании, должность:
компания WIBERG, владелец

Образование:

1990 – 1996 годы – Инсбрукский университет имени Леопольда и Франца. Отделение бизнес-администрирования (маркетинг и управление).

1989 – 1990 годы – Европейская бизнес-школа (Эстрих-Винкель)

1984 – 1989 год – Федеральная торговая академия
Bundeshandelsakademie (Зальцбург)

Дата и место рождения:

1970 год, Зальцбург, Австрия

Семейное положение:

женат, трое детей

Как предпочитает проводить свободное время:

в кругу семьи



Маркус Винклер: «Мы верим в перспективы российского рынка!»

Скажите несколько слов об истории создания компании: как родилась идея, с чего все началось?

 – Компания WIBERG была основана в 1947 году моим дедом Вильгельмом Бергером. Она располагалась в небольшой деревушке в Оберпинцгау в Австрии и предлагала своим клиентам

специи, приправы и функциональные добавки.

В настоящее время WIBERG поставяет продукцию в более чем семьдесят стран мира – экспорт составляет около 85% всего оборота компании. Из маленького предприятия WIBERG перерос в большую семейную компанию, успешно действующую на международ-

Моя мама получила компанию в наследство после того, как дед отошел от работы. В 2001 году она передала дела мне. Таким образом, я стал руководителем в третьем поколении.

У нас есть представительства во многих государствах мира в обоих полушариях, и Россия, с моей точки зрения, является достаточно благоприятной страной для развития и ведения бизнеса.



Компания WIBERG была основана в 1947 году моим дедом Вильгельмом Бергером. Она располагалась в небольшой деревушке в Оберпинцгау в Австрии и предлагала своим клиентам специи, приправы и функциональные добавки.

ном уровне: в WIBERG, производственный и логистический центры которого находятся во Фрайлассинге, а штаб-квартира – в Зальцбурге, работает более 600 сотрудников по всему миру.

В какой момент вы почувствовали, что компания превратилась в серьезного игрока на рынке?

– Это произошло еще до моего рождения. Моя мама получила компанию в наследство после того, как дед отошел от работы. В 2001 году она передала дела мне. Таким образом, я стал руководителем в третьем поколении. Моя цель – сделать WIBERG лидером среди поставщиков в сфере вкуса и наслаждения для пищевых производителей и рестораторов.

Можете назвать знаковые события в истории WIBERG?

– Бизнес развивался планомерно, без резких взлетов и падений. Для меня, конечно, самым важным моментом стал переход компании под мое управление в 2001 году. Если говорить о сегодняшнем дне, стоит выделить

стратегическое решение о выходе на российский рынок через создание дочернего предприятия «WIBERG RUS» и открытие офиса в Москве.

Россия – хорошо знакомая нам страна: в течение последних 22 лет мы работали здесь через дистрибьютора, и вот теперь мы можем предложить полный комплекс услуг из первых рук с учетом индивидуальных запросов каждого клиента.

Почему вы решили открыть офис в Москве только сейчас?

– Это очень долгая история. Но мы считаем, что благодаря непосредственному присутствию на рынке мы можем быть ближе к клиенту, что помогает нам лучше понять его потребности и, соответственно, дает возможность предложить наиболее эффективное индивидуальное решение для достижения поставленных им целей. В дальнейшем мы намерены развивать работу компании в России.

Сегодняшнюю политическую и экономическую ситуацию нельзя назвать благоприятной для выхода ино-

странный компании на российский рынок. Вас это не смущает?

– Нас это абсолютно не смущает – мы открыты ко всему новому и готовы преодолевать препятствия и справляться с трудностями. Наши клиенты все равно ходят в магазины за покупками, ищут что-то вкусное, и мы работаем для них. У нас есть представительства во многих государствах мира в обоих полушариях, и Россия, с моей точки зрения, является достаточно благоприятной страной для развития и ведения бизнеса: мы очень позитивно относимся к российскому рынку и верим в его большие перспективы и потенциал.

Поскольку бизнес семейный, есть ли какие-либо нюансы в управлении, плюсы и минусы?

– Конечно, как и в любой другой форме управления. Большой минус – это то, что вся ответственность лежит только на одном человеке. Но есть и большой плюс – решения принимаются очень быстро. А преимущества для клиентов заключаются в том, что

Раньше у меня было множество разных увлечений; сейчас семья – мое хобби номер один. Немного времени остается для спорта, но каждый день я посвящаю работе и проживаю это время с большим удовольствием.

В настоящее время WIBERG постав-
ляет продукцию в более чем семь-
десят стран мира – экспорт со-
ставляет около 85% всего оборота
компании. Из маленького предпри-
ятия WIBERG перерос в большую се-
мейную компанию.



Нам всегда интересно экспериментировать с сочетаниями вкуса и функциональности. Когда мы «играем» этими параметрами, то получаем продукты, которые максимально отвечают потребностям клиентов.

они всегда знают, кто стоит за именем WIBERG: это живой человек, владелец компании, который всегда открыт для общения, и его имя служит гарантом качества продуктов и услуг.

Планируете ли вы передать бизнес по наследству своим детям?

– Они еще слишком маленькие, чтобы думать об этом. Но если в будущем их заинтересует семейное дело, я буду очень рад продолжить сложившуюся традицию.

Что служит для вас источником идей и стимулом для дальнейшего развития?

– Нам всегда интересно экспериментировать с сочетаниями вкуса и функциональности. Когда мы «играем» этими параметрами, то получаем продукты, которые максимально отвечают потребностям клиентов, в том числе по сроку годности, по консистенции, и могут их приятно удивить. Поиск гармоничного сочетания вкуса и функциональности – наша задача, и мы знамениты тем, что можем удовлетворить самые сложные запросы клиентов. Слоган нашей компании: «Больше вкуса. Больше наслаждения». Наш продукт – это не просто специи, но и производственный процесс, и высококачественное сырье, и современные технологии, и высокие стандарты

качества, и, конечно, люди, которые за всем этим стоят, – команда квалифицированных специалистов.

Насколько вы рискованный человек?

– Мы – не рискованная компания и всегда работаем очень вдумчиво и качественно. WIBERG существует уже 67 лет, не являясь сторонником рискованных решений. Так же мы намерены работать и в будущем.

Где вы любите отдыхать, какой вид отдыха предпочитаете?

– С моей семьей, практически всегда – на море, там, где тепло.

Есть ли у вас какие-то увлечения, помимо работы?

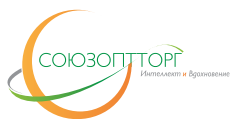
– Раньше у меня было множество разных увлечений; сейчас семья – мое хобби номер один. Немного времени остается для спорта, но каждый день я посвящаю работе и проживаю это время с большим удовольствием.

Кем мечтали стать в детстве?

– В детстве со мной приключилась удивительная история, которая, в некотором роде, предсказала мое будущее: когда я был маленьким ребенком, я случайно попал в мешок с мелко помолотым перцем. Я был в нем с ног до головы – перец был даже у меня в ушах! Мне всегда нравилось все, что было связано с едой, потому что я считал, что еда приносит радость. И я так думаю до сих пор – компания WIBERG тому подтверждение.

Ваш жизненный принцип?

– Никогда не сдаваться. **MC**



ГК «Союзоптторг»: новая коллекция ароматизаторов

ГК «Союзоптторг» предлагает производителям смесей для мясосодержащих продуктов новинку – коллекцию сухих концентрированных мясных ароматизаторов Symrise, Германия.



Эти ингредиенты при очень высокой дозировке, а именно 0,03 – 0,05%, позволяют обеспечить яркий вкус конечного продукта. В ассортименте представлены следующие вкусы: Курица, Куриная грудка, Бекон, Дым, Копчености Гикори, Говядина, Вареная говядина, Жареная говядина, Мясо, Вареное мясо, Жареное мясо.

Отметим, что ГК «Союзоптторг» является эксклюзивным дистрибутором Symrise в России. 

www.soyuzopttorg.ru



Пищевые волокна под ТМ Суперцель

J.Rettenmaier & Sohne, мировой лидер в области производства пищевых волокон, известных во всем мире под ТМ Витацель, выводит на российский рынок продукты ТМ Суперцель.



Данный шаг является частью плана по расширению присутствия компании на рынке России.

«Реттенмайер Рус» готовы предложить широкую линейку растительных пищевых волокон ТМ Суперцель: пшеничные, овсяные, яблочные, бамбуковые, гороховые, картофельные, а также Псилиум и волокна какао. Волокна отлично зарекомендовали себя в мясной, кондитерской и хлебопекарной отраслях пищевой промышленности.

В ассортиментную линейку входят также комплексные функциональные продукты для мясопереработки на основе пищевых волокон. 

www.retttenmaier.ru



Итоги семинара в Белгороде

23 и 24 сентября 2014 года в г. Белгород прошел отраслевой практический семинар, организованный IT-компанией ЦСБ-Систем. В рамках семинара участники смогли посетить производство по забою и глубокой переработке свинины и КРС Агрохолдинга «БЭЗРК-Белгранкорм».



Семинар привлек внимание руководителей и специалистов не только российских предприятий, но и предприятий ближнего зарубежья – Белоруссии, Казахстана и Киргизии. Общее количество участников составило 30 человек. По вопросам участников можно было судить, что аудитория отличалась высоким профессиональным уровнем, отраслевым опытом и глубокой заинтересованностью в рассматриваемых вопросах. Это было обусловлено и тем, что уже вступили в силу технические регламенты Таможенного союза, в том числе в части требований к процессам производства продуктов убоя и мясной продукции и их безопасности для потребителя, а также прослеживаемости.

Высокая отраслевая специализация IT-решения CSB-System, его масштабируемость в применении на предприятиях различных размеров и большой опыт работы компании в мясной отрасли определили предметную заинтересованность широкого круга специалистов.

Два дня семинара позволили гармонично соотнести теоретиче-

MORE TASTE. MORE PLEASURE.

WIBERG®

WIBERG®

MEHR GESCHMACK. MEHR GENUSS.

MORE TASTE. MORE PLEASURE.

WIBERG®

БОЛЬШЕ ВКУСА.
БОЛЬШЕ НАСЛАЖДЕНИЯ.

Арт. №:
42-225CM

**ОРИГИНАЛ WIBERG
ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА**

**WIBERG ТЕПЕРЬ НА
РОССИЙСКОМ РЫНКЕ!**

www.wiberg.com.ru

ООО „ВИБЕРГ Рус“

115114, Москва

Дербенёвская наб., д.7, стр.17

+7(495) 181-50-50

rus.info@wiberg.eu



WIBERG®

MEHR GESCHMACK. MEHR GENUSS.

MORE TASTE. MORE PLEASURE.

WIBERG®

WIBERG®

MEHR GESCHMACK. MEHR GENUSS.



Kerry открывает Центр инноваций в Москве

Компания Kerry – один из мировых лидеров в области производства ингредиентов и вкусовых добавок для продуктов питания – отметила открытие нового Регионального центра разработок и инноваций в Москве.

Центр, направленный на расширение сотрудничества Kerry с глобальными и региональными клиентами в России и СНГ, был официально открыт **Джерри Биханом, президентом и генеральным директором Kerry**, в присутствии посла Ирландии в России, Его Превосходительства Оуна О'Лири.

В ходе своей официальной речи на торжественной церемонии Джерри Бихан подчеркнул, что московский центр позволит использовать весь опыт и знания Kerry с наибольшей эффективностью в стратегически важном регионе. Он также отметил: «Это событие послужит ключевым фактором в развитии отношений с клиентами и соответствии их требованиям по разработке новых продуктов, что еще раз подчеркивает стратегическую важность на-



Слева направо: Оун О'Коннелл, президент региона EMEA компании Kerry; Оун О'Лири, посол Ирландии в России; Джерри Бихан, президент и генеральный директор Kerry; Оливье Пикар, управляющий директор региона Россия и Восточная Европа компании Kerry; Скотт Шерингер, президент EMEA, развивающиеся регионы, Kerry

шего нового регионального центра в Москве. Российский центр будет тесно сотрудничать с Глобальным центром технологий и инноваций EMEA в Ирландии, тем самым перенимая все новейшие знания и разработки в индустрии напитков, молочной, мясной, снековой, а также кондитерской и хлебобулочной сферах». **Р**

ООО «Керри»
143421, Московская область,
Красногорский район,
26-й км автодороги
«Балтия»,
Бизнес-центр «РигаЛенд»
Тел./факс: +7 (495) 789-63-95
www.kerry.com

ки. Так ритейлер может повысить объем продаж и снизить затраты на всех этапах стоимостной цепочки», – говорит **Сергей Лаптев, вице-президент подразделения Stora Enso Packaging Solutions в России**.

В отчете перечислены пять ключевых факторов, которые будут влиять на развитие рынка упаковочных решений для ритейла в ближайшем будущем: успех розничных дискаунтеров, увеличение доли СТМ, инновационные решения в области упаковки, переход представителей сферы розничной торговли к интернет-каналам сбыта, усиленное внимание к экологичности.

«Компании, которым удастся в полной мере осознать и реализовать маркетинговый потенциал решений в области упаковки, приобретут превосходный плацдарм для лидерства на рынке как сегодня, так и в ближайшем будущем», – отмечает Сергей Лаптев.

Upakovano.ru



Новый сайт НСА

Национальный союз агро-страховщиков запустил новый официальный сайт www.naai.ru. Решение о его разработке было принято правлением союза после утверждения нового логотипа и фирменного стиля НСА в связи с необходимостью повышения удобства для пользователей сайта, а также увеличения представительства темы агрострахования в Интернете с учетом российской и международной практики, повышения известности и статуса НСА.

В целом новый сайт отличается динамичностью, современным дизайном и удобной структурой. Он разрабатывался в рамках работ по позиционированию НСА как основного объединения, ведущего активную и эффективную деятельность по развитию и совершенствованию рынка агрострахования с господдержкой.

«Пользователи сайта могут ознакомиться с деятельностью НСА и получить исчерпывающую информацию по вопросам агрострахования с господдержкой. Раздел «Аграрий» содержит актуальную информацию в помощь сельхозтоваропроизводителям, носящую разъяснительный характер по вопросам организации и проведения агрострахования с господдержкой. Сайт позволит оператив-

скую и практическую части. В течение первого дня был рассмотрен состав, функциональные возможности и отраслевая направленность решения, включая специальные аппаратные средства. В том числе устройство CSB-Image Meater для полностью автоматической, высокопроизводительной, бесконтактной классификации свинины по содержанию мышечных тканей (постности мяса). Полная интеграция в IT-решении всех отделов предприятия позволяет практически автоматически решать задачи прослеживания продукции и управления качеством, что также вызвало большую заинтересованность участников семинара.

Посещение современного, высокотехнологического предприятия агрохолдинга «БЭЗРК-Белгранкорм», возможность получить из первых рук отзывы пользователей системы CSB-System прямо на рабочих местах при выполнении на них производственного задания, завершило работу семинара. **Р**

www.csb.com



Рынок упаковки для ритейла

Stora Enso – крупнейший мировой производитель биоматериалов, бумаги, упаковки и продуктов лесной промышленности – представляет новый отчет Viewpoint, посвященный анализу перспектив применения инновационных упаковочных решений в области продовольственного ритейла.

В нем говорится о стремительных изменениях в области ритейла, обуславливающих потребность в создании новых упаковочных решений. Согласно представленным данным предметных исследований, использование эффективных упаковочных решений может сократить



издержки ритейлеров на 50 – 70%. Среди прочего создатели отчета делятся соображениями о том, как выдержать конкуренцию на рынке в условиях увеличения числа товаров, выпускаемых под собственной торговой маркой (СТМ). Согласно прогнозу, через десять лет в некоторых странах Европы их доля составит 50% от общего числа товаров.

«Приобретая товары в продовольственных магазинах, потребители в 70% случаев принимают решение о покупке на месте, что обостряет конкуренцию между брендами. Ключом к успеху является создание эффективной упаков-



Расписание тренингов Poly-clip System

Poly-clip System предлагает своим клиентам и партнерам практическое обучение работе на машинах разных моделей компании.

Тренинги проводятся на английском или родном языке (с переводчиком) и адресованы техническому персоналу. Во время тренингов объясняются технические функции и опции, производится обучение персонала замене изнашиваемых деталей и текущему ремонту на примере разборки машин.



Дата	Тип машины
10-11.12.2014	FCA 120/160
09.12.2014	FCA 80

Poly-clip System является мировым поставщиком в области решений для систем клипсования. **P**

ООО «Поли-клип Систем»
142116, Московская обл., г. Подольск,
т.: +7 (495) 229-46-70, ф.: +7 (4967) 55-47-20
e-mail: polyclip@polyclip.ru, www.polyclip.com

но получить комментарии, экспертные мнения по основным событиям рынка или статистические данные», — отметил **президент НСА Корней Биждов**.

«Разработка нового сайта расширит присутствие НСА в Интернете и выведет его на более высокий качественный уровень. Работая над ним, мы уделили большое внимание дизайну, удобству навигации, простоте изложения информации, — подчеркивает К. Биждов. — Мы рассматриваем сайт в качестве одного из инструментов коммуникаций для активного информирования аудитории о деятельности союза и системе агрострахования с государственной поддержкой».

rustrahovka.ru

Фермер надел на коров подгузники

Фермер из Баварии (Германия) надел на 18 своих коров подгузники. Сделал он это, чтобы не нарушать европейские нормы природоохранного законодательства,

сообщает The Telegraph. Согласно постановлению Евросоюза, на склонах с углом наклона в 15° не должен лежать навоз.



Подгузники изготовлены в домашних условиях. «У нас нет стандартных подгузников, поскольку их пока еще не производят на коммерческой основе», — отметил фермер Йохан Хубер, семья которого пасла коров в коммуне Гмунд-ам-Тегерн более 400 лет.

Директива Евросоюза относительно навоза на пастбищах, расположенных на наклонных площадях, призвана предотвратить попадание нитратов в грунтовые воды и по-



следующее загрязнение других источников воды. Нарушителей будут оставлять без сельскохозяйственных субсидий, что в итоге может привести к тому, что фермеры лишатся своего бизнеса.

Как отмечает The Telegraph, директивой возмущен весь фермерский союз Баварии, поскольку половина альпийских пастбищ из-за ограничений останется без удобрений.

Еврокомиссия, в свою очередь, сняла с себя ответственность за сложившуюся ситуацию, заявив, что это власти Германии «переусердствовали» в практической реализации общеевропейских сельскохозяйственных норм. «В директиве по нитратам не содержится запрета на выпас скота на наклонных пастбищах», — заявил представитель ЕК.

Lenta.ru



Новый тип «свиного гриппа»

Впервые на шведских свинофермах выявлен новый тип «свиного гриппа». Обычно вирус обнаруживали у свиней, но на этот раз при помощи новой техники удалось доказать, что он может быть перенесен с животных на человека.

Открытие было сделано благодаря новой методике, которая позволяет проанализировать генетическую массу вируса. Ученые надеются, что при помощи техники удастся обнаружить новые, более агрессивные типы вируса гриппа, против которых не помогают прививки от обычного, сезонного его проявления.

foodcontrol.ru

MATIMEX

Техника и Технология
Мясной Промышленности



SYNERGIEN DIE VERBINDEN



Преимущества решений MFI

- › большой опыт в логистике
- › индивидуальные решения
- › комплексный подход
- › оптимизация деятельности
- › минимизация издержек
- › оперативный учет

MATIMEX GmbH
Großbauerstraße 8
1210 Wien, Austria
Tel. +43 (1) 29-05-173
matimex@matimex.at

ООО «МАТИМЭКС»
121357, Россия, Москва
ул. Вере́йская, 29, стр. 134
Тел. +7 (495) 787-77-97
matimex@mtmx.ru



Авторы:



Игорь Демин,
генеральный директор
ООО «ЦСБ-Систем»



Михаил Полуянов,
менеджер по продажам
ООО «ЦСБ-Систем»

ООО «ЦСБ-Систем»
127434 г. Москва, ул. Пятницкая 73, оф. 8
тел: +7 (495) 641-51-56
факс: +7 (495) 953-31-16
e-mail: info@csb-system.ru
www.csb.com

Оптимальное управление производством по убою и разделке скота

Рационализация и повышение прозрачности всех процессов на предприятии агрохолдинга «БЭЗРК-Белгранкорм» с использованием CSB-System

В июне 2008 года в Белгородской области готовилось к запуску новое предприятие по убою и глубокой переработке скота агрохолдинга «БЭЗРК-Белгранкорм». Уже во время проведения монтажа оборудования руководство компании и нового производства задалось вопросом управления предприятием, аналогов которому в России в данном сегменте и на тот момент времени еще не существовало. Было принято решение обратиться к компаниям, занимающимся вопросами разработки и внедрения отраслевых ERP-систем. В тендере на поставку комплексного IT-решения для управления «космическим кораблем», как называл в то время это ультрасовременное производство директор ВНИИМП имени Горбатова А.Б. Лисицин, участвовало несколько известных поставщиков. В процессе выбора кроме руководства агрохолдинга участвовали также руководители нового производства, технические специалисты и консультанты.

Результатом тщательного выбора стало решение о внедрении IT-решения немецкой компании CSB-System, единственного из всех рассмотренных, позволяющего охватить все производственные процессы нового мясоперерабатывающего предприятия, включая выполнение всех специальных отраслевых требований. Кроме того, руководству «БЭЗРК-Белгранкорм» было важно внедрить современное решение, базирующееся на передовых разработках в мясной отрасли, а также большой опыт работы поставщика IT-решения в отрасли, подтвержденный успешно реализованными проектами. Правильность выбора была



ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Фазы проекта:

- Начало строительства – май 2007
- Дата запуска производства (первого убоя) – июль 2008
- Дата выхода предприятия на проектную мощность – октябрь 2008

Мощность убоя – 120 свиней/час или 25 КРС/час

График работы (количество смен) – 1 смена*12 час / 2 бригады

Количество сотрудников – 425

Участки предприятия, управляемые с использованием CSB-System:

- Приемка скота, материалов
- Убой и первичная переработка скота
- Разделка
- Упаковка и маркировка
- Склад готовой продукции
- Комплектация и отгрузка заказов
- Управление качеством
- Обмен данными с 1С
- Отчетность

доказана в процессе реализации проекта – с момента подписания договора с CSB-System в июне 2008 года до полного внедрения IT-решения и выхода завода на проектную мощность прошло всего четыре месяца.

Внедренное на производстве по убою и глубокой переработке скота агрохолдинга «БЭЗРК-Белгранкорм» решение охватывает следующие основные процессы:

Приемка, убой и первичная переработка скота

Производство имеет комбинированную линию для убоя свиней и КРС

с производительностью 120 свиней или 25 голов КРС в час. Животные поставляются собственными свиноводческими хозяйствами агрохолдинга. Также предусмотрена возможность забоя скота от сторонних организаций. В момент приема скота для убоя свиньям одной поставки на спину ударным штемпелем наносится номер поставки (партии), который в процессе убоя регистрируется в системе CSB и обеспечивает точное соотнесение животных к конкретной партии. Свиньи регистрируются по партиям и временно направляются в боксы предубойного содержания. Крупный рогатый скот принимается и регистрируется в системе по каждому отдельному животному, благодаря чему обеспечивается точная прослеживаемость данных.

Расположенные в зоне приемки и убоя скота станции CSB-System позволяют регистрировать все данные непосредственно в процессе.

Свиньи полутуши поступают на станцию классификации, а данные процесса надежно сохраняются в системе. Субпродукты помещаются в ящики,





1/ Станция приемки скота для убоя

2/ Станция классификации туш

3/ Станция входа на разделку



Островерхова Н. В.,
заместитель директора по
производству ПЗ и ГПС и КРС
мясоперерабатывающего комбината
«Ясные Зори» (ООО «Белгранкорм»):

«Благодаря использованию
IT-решения CSB-System деятель-
ность нашего предприятия полно-
стью соответствует действо-
ующим в мясной отрасли нормам
и стандартам. С помощью реше-
ния мы реализуем, в том чис-
ле, высокую прозрачность всех
этапов производства и надеж-
ное прослеживание продукции».

взвешиваются, этикетированы и на-
правляются на склад. По мере посту-
пления заказов субпродукты упаковы-
ваются и этикетированы под клиента.
После классификации выполняется
проводка свиных полутуш согласно
торговому классу на склад мясного сы-
рья, на котором учет ведется также по
сроку хранения мяса.

Расчеты с поставщиками скота про-
водятся в классической форме на осно-

вании результатов классификации, т. е.
в зависимости от категории (качества)
мясного сырья.

По результатам производственных
процессов в системе CSB-System форми-
руется отчетность о приемке скота во
всех разрезах, в том числе с привязкой
к откормочному производству, данным
по выходу продукции из убоя (полу-
туши, побочная продукция), включая
аналитические данные по всем показате-
лям качества, складские проводки по
приемке, перемещению и выдаче про-
дукции на складе-холодильнике.

Решение для разделки

На сегодняшний день на производ-
стве практически все мясо на кости
направляется на разделку, и только
небольшая его часть отгружается в по-
лутушах. Передача свиных полутуш со
склада мясного сырья в отдел раздел-
ки или непосредственно на продажу
осуществляется в соответствии с пла-
нами разделки и продаж, по результа-
там которых в системе формируется
производственное задание на разделку
и производство полуфабрикатов. Про-
цесс разделки основывается на данных,
полученных в результате планирова-
ния, основой для которого являются
предварительно заложенные в систе-

ме CSB схемы разделки. Параллельно
с планированием разделки в системе
выполняется предварительная каль-
куляция себестоимости получаемой
в процессе разделки продукции. Бла-
годаря этому все оказывающие влия-
ние на цену составляющие конечного
продукта могут быть предварительно
рассчитаны и подвержены соответст-
вующему анализу.

Выход из разделки осуществляется
полуавтоматически на двух станци-
ях. По завершении обработки каждой
партии разделки в системе проводят-
ся количественные и стоимостные
расчеты по партии. Благодаря этому
возможен точный анализ процесса раз-
делки, в свою очередь, на данном эта-
пе в системе осуществляется процесс
контроля выполнения производствен-
ного задания. По результатам раздел-
ки в системе формируется отчетность
по сырью, поступившему на разделку,
с привязкой к партии скота, по продук-
ции на выходе из разделки с привязкой
к нормам выхода продукции, выполне-
нию производственного задания по ар-
тикулам, в том числе и качественные
показатели.

Продолжение читайте в следующем
выпуске журнала. **Р**

Гость:



Сергей Фомин,
директор по продажам
оборудования компании
SCHALLER®

Беседовала:



**Виктория
Загоровская**



Как выбрать бренд и страну-производителя?

О российском рынке оборудования для мясопереработки, представленной здесь технике в разрезе брендов и стран-производителей, а также о том, как сделать правильный выбор, мы поговорили с **Сергеем Фоминим**, директором по продажам оборудования компании SCHALLER®.

Какие страны-производители занимают лидирующие позиции на российском рынке мясоперерабатывающего оборудования? Как распределены доли китайской, европейской и российской техники?

– Конечно, основная доля – больше половины – принадлежит европейскому оборудованию. Я бы оценил ее в 50-60% рынка. При этом к европейской технике относятся также поставки из стран Балтии и Восточной Европы: Чехии, Польши и Болгарии. Но лидирующие позиции занимают производители из четырех стран – это Германия, Австрия, Голландия и теперь еще Италия. Доля российской техники составляет около 30%. Китайские произво-



Сергей Фомин,
директор по продажам
оборудования компании SCHALLER®:

«Основная доля – больше половины – принадлежит европейскому оборудованию. При этом к европейской технике относятся также поставки из стран Балтии и Восточной Европы: Чехии, Польши и Болгарии. Но лидирующие позиции занимают производители из четырех стран – это Германия, Австрия, Голландия и теперь еще Италия».

дители оборудования для пищевой промышленности, и конкретно для мясопереработки, начали выходить на наш рынок шесть – семь лет назад. Тогда их присутствие здесь было минимальным, сейчас оно несколько увели-

чилось, но незначительно. Основными потребителями китайской техники являются предприятия, расположенные в Сибири и на Дальнем Востоке. Там доля оборудования из Китая намного выше. Если же брать в целом по стране, то это менее 5%. Есть еще американская техника и оборудование из других неевропейских стран, которые как раз составляют оставшиеся 5%.

Какие виды оборудования для мясопереработки в основном поступают к нам из Европы? А из Китая? И что может предложить отечественный производитель?

– Из Европы – практически все. Начиная от первичной переработки (убой, обвалка, разделка) и до нарезки и упаковки готовой продукции, полностью колбасное производство: фаршеприготовление, набивка, порционирование, клипсование, термическая обработка и т. д.

Из общения с заказчиками в Сибири мы знаем, что в Китае покупают упаковочное оборудование, колбас-

ные шприцы. Кроме того, небольшие машины, даже не промышленные, а скорее, кустарно-гастрономического направления: маленькие волчки, куттеры. Есть даже случаи покупки термокамер, но это единичные явления, в основном все-таки известны китайские упаковочные линии и шприцы.

В России есть хорошие производители оборудования из нержавеющей стали. Но это, скорее, не сложные технологические машины с электронным управлением, а вспомогательный инструментарий: куттерные тележки, колбасные рамы, всевозможные лотки, емкости и тому подобные вещи. На рынке также представлены несколько достойных отечественных производителей термокамер. Есть предприятия, производящие гигиеническое оборудование, которое, конечно, несравнимо с европейским по многим параметрам: не только по внешнему виду, но и по функциональным характеристикам. Однако его покупают. Есть производители оборудования для фаршесоставления: это лотки, мешалки. Есть умельцы, которые делают обвалочные линии, конвейеры. Есть производители куттеров, но эта продукция не востребована. Та же ситуация со шприцами – их производят, но они не котируются на рынке.

Кому отдают предпочтение мясопереработчики и чем это продиктовано? Как выбрать бренд и страну-производителя? Стоит ли вкладывать значительные средства в дорогие европейские модели или можно остановиться на вариантах подешевле?

– Мясопереработчики отдают предпочтение не столько стране, сколько известному бренду. При этом они очень консервативны: если появляется новый бренд на рынке, не спешат знакомиться с ним, как, например, это часто делают производители непивных отраслей промышленности. Мясоперерабатывающие предприятия предпочитают купить проверенное оборудование, пусть даже оно стоит дороже. Что касается страны, то по опыту больше всего ценится немецкое, австрийское и голландское оборудование. В последнее время сильно активизировалась Дания. Это связано, прежде всего, с ростом рынка первичной переработки: убоя, обвалки и производства охлажденного мяса. Оборудование для этих направлений делает достаточно большое количество датских производителей, и их бренды у нас в большом почете. К ним относится также и наш партнер Attec, входящий в концерн Itec/Attec, заводы которого расположены на территории Дании.

Самостоятельно выбрать бренд и страну-производителя сложно. Гораздо проще и эффективней обратиться за консультацией к компании-интегратору, такой как «Шаллер». Благодаря тому, что мы на рынке давным-давно – дольше, чем любая из подобных нам компаний, – мы накопили огромный опыт, обладаем глубокими знаниями в этой сфере, предлагаем качественное оборудование и работаем с ведущими мировыми производителями техники. Причем бывают случаи, когда мы просто консультируем заказчика и помогаем выбрать достойного производителя для того направления, оборудования которого нет в нашей программе поставок.



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

Москва	(495) 642-82-42
Санкт-Петербург	(812) 600-45-45
Владимир	(4922) 34-66-11
Волгоград	(8442) 26-52-52
Краснодар	(861) 210-09-71
Казань	(843) 224-52-61
Липецк	(4742) 41-78-73
Новосибирск	(383) 363-03-70
Барнаул	(3852) 25-95-31
Томск	(3822) 40-56-96
Омск	(3812) 55-12-06
Саранск	(8342) 23-04-98
Самара	(846) 977-38-18
Саратов	(8452) 66-15-05
Тамбов	(4752) 73-70-01
Челябинск	(351) 262-28-40
Ярославль	(4852) 72-18-85
Воронеж	(4732) 39-56-08
Пенза	(8412) 60-69-68
Хабаровск	(4212) 46-18-71

Эксклюзивный представитель ZALTECH

в России ООО «Биофуд Спайс»

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

www.zaltech.com





На вопрос, стоит ли вкладываться в дорогую европейскую технику, однозначного ответа нет – все зависит от конкретного оборудования. Здесь надо знать, в каком случае можно позволить себе выбрать более дешевую установку или линию, а в каком не стоит гнаться за дешевизной, так как это может выйти боком. Именно поэтому и стоит обращаться за консультацией к проверенным компаниям-интеграторам.

Все наши продавцы и менеджеры обладают достаточно глубокими знаниями по оборудованию и большим опытом. Кроме того, у нас есть замечательные австрийские специалисты, которые курируют каждый свое конкретное направление и знают в деталях все тонкости оборудования и особенности технологии в этих сферах. Таким образом, вопрос выбора легко решается и, главное, риск ошибиться сводится на нет.

Из чего складывается цена оборудования? И за счет чего обеспечиваются низкие цены? На чем экономят китайские и некоторые российские производители?

– Здесь, как и в любой отрасли, – стоимость материала, рабочей силы, энергозатрат, организация производства и транспортные расходы. Мясоперерабатывающее оборудование очень металлоемкое, и в качестве металла используется, как правило, всегда нержавеющей сталь, причем самых доро-



Сергей Фомин,
директор по продажам
оборудования компании SCHALLER®:

«На вопрос, стоит ли вкладываться в дорогую европейскую технику, однозначного ответа нет – все зависит от конкретного оборудования. Здесь надо знать, в каком случае можно позволить себе выбрать более дешевую установку или линию, а в каком не стоит гнаться за дешевизной, так как это может выйти боком».

гих марок. Для справки: самый дорогой металл применяется в авиационной и космической промышленности, а на втором месте стоит как раз мясоперерабатывающая отрасль. Соответственно, цена может сильно разниться в зависимости от стоимости металла. Немаловажным фактором – особенно если мы говорим о серийном оборудовании – является правильная организация производства: выпуск партиями, стандартизация оборудования, грамотный подбор модельного ряда. Все это помогает оптимизировать стоимость. Безусловно, на цену влияют и эконо-

мические факторы, такие как инфляция, например.

Компания «Шаллер» предлагает оборудование высокого ценового сегмента, так называемого премиум-класса. Мы дорожим своей репутацией и делаем ставку только на лучшее. Но при этом, если сравнивать это оборудование по всем параметрам с подобным, то его цена получается вполне приемлемой и конкурентоспособной.

Китайские и российские производители получают более низкую цену благодаря использованию экономических факторов своих стран. Это дешевая рабочая сила, дешевые площади, а в России еще и дешевая электроэнергия. Но при этом есть определенные недостатки в организации процесса производства, в технологиях и используемых материалах. Китайцы вообще не так давно вышли на рынок, поэтому у них нет такого опыта, как у европейских производителей в этой сфере. Вполне возможно, что лет через пятнадцать китайское оборудование будет представлено и востребовано на рынке гораздо активнее, чем сейчас. Китайские производители достаточно быстро прогрессируют. Что касается отечественного оборудования, посмотрим, как у нас будет развиваться экономика, всё зависит от внешнеэкономических и геополитических факторов.

Какие актуальные тенденции мирового рынка оборудования для мясопереработки можно отметить? Как они отражаются на российском рынке?

– Я бы сказал, что здесь происходит наоборот: тенденции российского рынка оборудования для мясопереработки отражаются на мировом. До сих пор российский рынок является очень привлекательным для западных поставщиков, и многие компании ориентированы в основном на продажу оборудования в России. Они внимательно смотрят, что пользуется наибольшим спросом, какие направления активно развиваются и в соответствии с этим корректируют свои предложения. Например, последние три – четыре года не теряют своей актуальности темы первичной переработки (убоя, обвалки), выращивания свиней и производства охлажденного мяса. Оборудование для этих направлений пользуется большим спросом, и западные производители это учитывают, предлагая интересные решения и разрабатывая инновационные установки. **MC**



ООО «РУТЕКС»
410044, г. Саратов, ул. Студеная, д. 8
тел.: +7 (8452) 24-36-20, 24-36-21
e-mail: info@rutex.org
www.rutex.org

Автор: **Роман Кононенко**,
генеральный директор
компании «РУТЕКС»

Камера для производства запеченных изделий ПКМ РОТО

Камеры ПКМ РОТО компании MAUTING обеспечивают технологию запекания при экстремально высоких температурах, что позволяет стабильно получать высокое качество продукции, уменьшить потери в весе, сократить время запекания и соответственно энергозатраты.

Это достигается за счет комбинированного воздействия на изделие потока пара и сухого горячего воздуха различной интенсивности, что обеспечивает оптимальный прогрев изделия, быстрое создание уплотненного поверхностного слоя, препятствующего испарению влаги и выделению бульона и жира. Ускоряются процессы пирогенетического распада составных частей мяса, придающие изделию специфиче-

ски приятный аромат и вкус. Кроме того, создание избыточного напряжения внутри изделия из-за испарения находящейся в нем влаги увеличивает объем и повышает сочность изделия, улучшает внешний вид за счет создания обжаренной корочки. Немаловажным является более выраженный пастеризующий эффект данного вида обработки, что способствует увеличению периода хранения готовой продукции.

Преимущества камер запекания MAUTING:

- горизонтальная циркуляция воздуха;
- вращение тележки для равномерного прогрева изделий;
- используются высококачественные нержавеющие материалы;
- высокопроизводительная система циркуляции воздуха, позволяющая достичь:
 - равномерной обработки,
 - равномерного распределения температур.

Камеры ПКМ РОТО фирмы MAUTING осуществляют стандартный набор операций (запекание, прогревание и варку) в ходе одного непрерывного технологического процесса без надобности дополнительного или промежуточного перемещения сырья.

Оборудование изготовлено со специальным усиленным полом и рассчитано для эксплуатации с использованием напольных рам-тележек размерами 1 x 1 x 2 м. Максимальная температура термообработки 300°C.

Камеры ПКМ Рото оснащены полностью автоматизированной современной микропроцессорной системой управления ADITEC MIC 2420. ■

Надежность. Качество. Ответственность

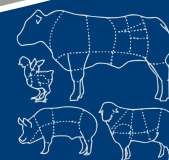
MAUTING® PKM Roto
PROCESSING YOUR SUCCESS



ООО «РУТЕКС»

Официальный представитель в России
410044, г. Саратов, ул. Студеная, д. 8

Тел.: 8 (8452) 24-36-20, 24-36-21
E-mail: info@rutex.org www.rutex.org





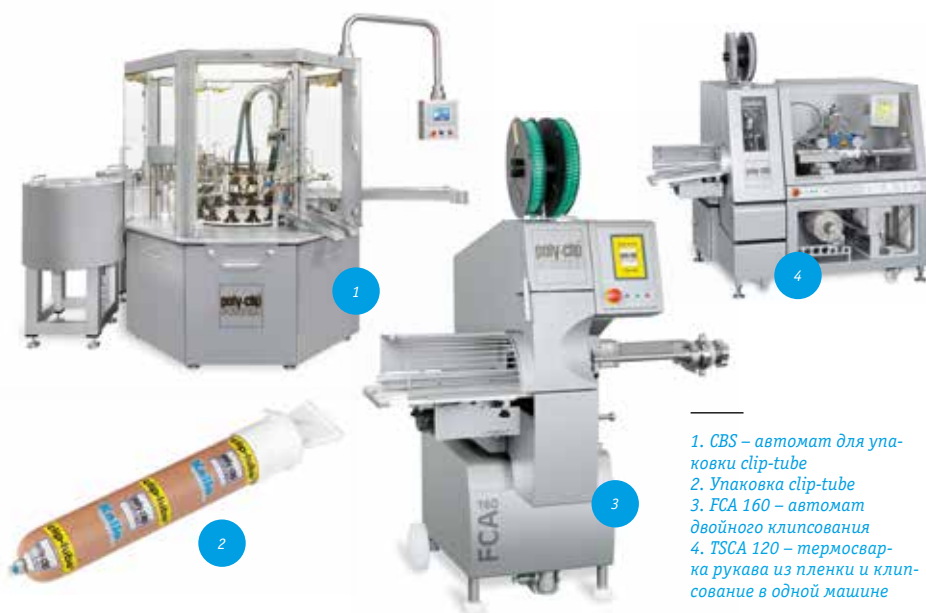
Компания: **ООО «Поли-клип Систем»**
Россия, 123007, Москва, ул. Гризодубовой, 1А
тел.: +7 (499) 530-01-94, факс: +7 (499) 530-18-46
e-mail: polyclip@polyclip.ru
www.polyclip.com

Автор:



Татьяна Гайшун,
начальник отдела
маркетинга ООО "Бегарат"

Революция от Poly-Clip System



1. CBS – автомат для упаковки clip-tube
2. Упаковка clip-tube
3. FCA 160 – автомат двойного клипсования
4. TSCA 120 – термосварка рукава из пленки и клипсование в одной машине

В мире, где все уже давно придумано, практически нереально создать что-то новое и инновационное, но компания Poly-Clip System может с этим поспорить.

Уже более 90 лет она сохраняет статус предприятия, предлагающего своим клиентам уникальное оборудование, аналогов которого в мире больше нет.

Но как Poly-Clip System удалось выйти на такой уровень? И в чем эксклюзивность оборудования, которое она предлагает? Обо всём по порядку.

Первого марта 1922 года Освальд Никедер основал завод металлических изделий. Уже через десять лет компания Никедера вошла в число самых успешных производителей свинцовых пломб в Германии. Во времена Второй мировой войны, несмотря на многочисленные повреждения от бомбардировок, производство продолжало свою работу. В 1957 году после случайной встречи на выставке возникла идея заклипсовать концы колбас металлическими клипсами. А в 1958-м появилось первое устройство вытеснения фарша из кончиков колбас (машина двойного клипсования DCE). Это революционное открытие

привело к значительному облегчению и сокращению ручного труда в мясоперерабатывающей промышленности. В этом же году был зарегистрирован торговый знак Poly-Clip.

На протяжении всей своей истории компания Poly-Clip создавала инновационное и уникальное оборудование. Появление в 1967 году автомата наполнения-клипсования FCA 3401 с подачей клипс с бобины впервые сделало возможным производство порционных колбас в автоматическом режиме. В 1986 году впервые на рынке был представлен автомат двойного клипсования FCA с пневматическим тормозом оболочек. В 1998 году начала свое триумфальное шествие универсальная машина клипсования PDC. А уже в 2001-м Poly-Clip System представила автомат ICA – единственную машину с революционным диафрагменным фаршевытеснителем. В 2004 году компания продемонстрировала машину для клипсования и сварки TSCA-65. А в 2006-м появилась TSCA-120: термосварка и клипсование на одной машине до диаметра 120 мм. В 2010-м Poly-Clip System представил мировую новинку –

робот-автомат для загрузки коптильных палок ASL-R. Эта машина позволяет загружать коптильные палки в термокамеру без участия оператора. В 2011 году компания внедрила на рынок системы насадки колпачка CBS и clip-tube, последний на следующий год стал лауреатом немецкой премии в области упаковки.

Большая часть разработок Poly-Clip System запатентована. Хочется уделить особое внимание некоторым из этих машин.

Автоматы двойного клипсования FCA есть сегодня практически на любом крупном мясокомбинате. Ядром их устройства является система фаршевытеснения и метод двойного клипсования. Что касается вопросов продуктивности, то автомату FCA 160 нет в этом равных. Высокая скорость клипсования достигается системой управления PC 100, которая обеспечивает более быструю обработку сигналов. Кроме того, еще две новые разработки Poly-Clip System обеспечивают новый уровень производительности: автоматическая система торможения и панель управления Safety Touch. Улучшенная модель FCA 160 еще более надежно обжимает искусственные, фиброузрные или коллагеновые оболочки в диапазоне от 38 до 160 мм при скорости до 160 тактов в минуту. Благодаря вертикальному исполнению фаршевытеснителя у продукта получаются красивая «плиссировка» оболочки и чистые хвостики, а плоские концы батона позволяют минимизировать технологические срезы концов батонов, что очень важно при дальнейшем направлении колбас на операцию нарезки с помощью автоматических слайсеров. Один из многочисленных плюсов FCA 160 – это возможность выпускать продукты для дальнейшей обработки в автоклаве, что способствует значительному увеличению срока годности. В сочетании с высоким уровнем автоматизации FCA 160 задает мировой стандарт в области производительности.

Разнообразие клипсуемых продуктов при высокой скорости – еще одна силь-

ная сторона автомата. Рентабельность этого высокотехнологического клипсатора поражает.

Тормоз оболочки представляет собой интересное решение. Большое преимущество этой технической инновации в том, что тормоз при выдвигении остается в дополнительном корпусе, клипсующая головка стационарна, а во время поворота траверсы тормоз автоматически выдвигается в цевку. Это еще одна деталь из множества других, которые в результате обеспечивают автоматизацию и безопасность процессов.

Многим из нас катастрофически не хватает времени в обычной жизни, что уж говорить о производстве, где каждая секунда на счету! Поэтому мечта любого производителя – оборудование, умеющее делать две операции одновременно. Уникальная машина «два в одном» TSCA – автомат термосварки и клипсования, подойдет для всех наполняемых масс, процесс работы самоконтролируемый и полностью автоматический. Машина поможет значительно снизить затраты при использовании экономичной плоской пленки вместо гофрированной оболочки, а благодаря датчикам конца

пленки и последней клипсы значительно увеличить производительность. Она работает плавно даже при высокой скорости и непрерывном производстве. Автомат TSCA выполнен из нержавеющей стали, что защищает его от воздействия агрессивных моющих реагентов.

Есть еще одна интересная разработка – это упаковка clip-tube. Сама конструкция состоит из трех пластиковых деталей («ключ», насадка и колпачок) рукавного пакета (clip-pak). Сам цилиндр может быть выполнен как из обычной оболочки, так и термосвариваемой многослойной пленки (внешняя и внутренняя сторона должны быть термосвариваемые). В пакеты clip-pak можно упаковывать самые разные виды пастообразных продуктов (паштеты, кремы, соусы, клей, герметики и т. д.). Говоря о clip-tube, нельзя не упомянуть о машине CBS для закрепления пластиковых колпачков на колбасные батоны. Как уже говорилось выше, это уникальное решение для текучих и пастообразных продуктов – потребителю не нужно срезать клипсу и пачкать руки. Теперь остатки продукта не засохнут на краях срезанной оболочки, а будут вы-

давливаться через специальный конус. Идеально и для дома, и в дороге.

Все машины, которые здесь упоминались, регулярно обновляются и позволяют внедрять передовые инновации в упаковке без лишних усилий. Более того, машины дают возможность обновлять готовую тару, совершенствовать ее дизайн, таким образом, максимально удовлетворять растущие потребности рынка в новых и интересных продуктах.

На сегодняшний день Poly-Clip System GmbH – ведущий мировой производитель систем клипсования. Компания имеет дочерние предприятия в Аргентине, Бельгии, Бразилии, Китае, Испании, Франции, Англии, Италии, Голландии, Австрии, Польше, Португалии, Сербии, Испании, Турции, Болгарии и Америке и эксклюзивных представителей почти во всех остальных странах мира, создавая интернациональную сервисную сеть Poly-Clip System.

Разработки компании Poly-Clip в значительной мере способствовали созданию новых продуктов и открытию новых возможностей рынка как для крупных промышленных, так и для небольших мясоперерабатывающих предприятий. ■

clip-tube® - легко производить!

Для надежной и удобной упаковки в тьюбики.

CBS / TSCA 160

НОВИНКА!



Широкие возможности применения в пищевой промышленности

Автоматическое поэлементное формирование упаковки clip-pak®

Модульная конструкция

Единое универсальное решение в комбинации с автоматом термосварки и клипсования TSCA

лидерство · новаторство · надежность



информация: www.polyclip.com/5310
ООО Поли-клип Систем · Тел. +7 495 229-46-70 · polyclip@polyclip.ru





SCHALLER®
Excellence in Food
Совершенство в каждом продукте

Компания: **ЗАО «ШАЛЛЕР»**
115054, Москва,
Павелецкая площадь, д. 2, стр. 2
тел.: +7 (495) 797-63-33
факс: +7 (495) 797-63-44
office.moskau@schalleraustria.com
www.schalleraustria.com

«Шаллер» на выставке «Агропродмаш-2014»

С 6 по 10 октября 2014 года в Москве прошла очередная выставка для специалистов пищевой промышленности «Агропродмаш-2014». Одним из самых оживленных мест выставки стал стенд компании «Шаллер» – огромное гостеприимное пространство, где в уютной и в то же время деловой атмосфере практически безостановочно на протяжении пяти дней велись переговоры, заключались контракты, а на столах сменяли друг друга мясные и рыбные деликатесы.

Две зоны стенда были посвящены ведущим направлениям деятельности компании. В зоне Schaller Premium (специи и комплексные смеси для мясных и рыбных изделий) располагалась открытая кухня, на которой профессиональные повара готовили блюда с использованием фирменных добавок, и витрина с образцами продукции. Там же с заказчиками встречались региональные торговые партнеры «Шаллер». Вторая зона – Schaller Solutions (оборудование для мясоперерабатывающей, рыбной, молочной и кондитерской отраслей). Здесь гости могли познакомиться с оборудованием ведущих европейских компаний, посмотреть на некоторые машины в действии и оценить образцы упаковки.

Первоклассные решения Schaller Solutions

Актуальным трендом мясоперерабатывающей отрасли по-прежнему остается производство охлажденных полуфабрикатов, а значит, самое пристальное внимание предприятия уделяют современной технике для убоя, обвалки, разделки и порционирования. На этот раз в данной категории ключевыми экспонатами на стенде «Шаллер» стали дисковый нож для разделки полутуш Attec и усовершенствованный шприц Rex для порционирования фарша.



С большим любопытством гости наблюдали за работой высокопроизводительного запайщика лотков Sealpac в линии с этикетировщиком GLM-1 maxh 100: на конвейерной ленте один за другим появлялись запечатанные пленкой белые лотки, на которые затем в автоматическом режиме наклеивались аккуратные этикетки. Причем запайщик работал не вхолостую: в лотки было вложено печенье, и заказчики могли унести с выставки сладкий сувенир.

Среди выставочных экспонатов было представлено оборудование компании ИТЕС: санпропускник и машина для удаления клипс с колбасных батонов. Кроме того, на стенде была продемонстрирована новая машина для разрезания сосисок Rex.

Завершая обзор оборудования для мясоперерабатывающей отрасли, стоит упомянуть слайсер для нарезки колбасы и деликатесов Bizerba A550, а также уже традиционно входящую в экспози-

цию компании «Шаллер» на «Агропродмаше» хорошо известную термокамеру Schaller Thermostar.

Отдельная часть стенда была отведена под кондитерское направление, и в этой зоне центром внимания стала установка для нанесения глазури компании MF Hamburg. Среди преимуществ машины стоит выделить обогреваемые валы, безынструментальный демонтаж воздушников, полностью выдвигаемую шоколадную ванну с системой насосов, а также верхнюю прижимную ленту для качественного глазирования продуктов.

Технологические новинки Schaller Premium

Направление Schaller Premium в 2014 году вышло на новый этап развития. Теперь компания может похвастаться специями и добавками собственного производства. Посетителей стенда угощали колбасами и деликатесными изделиями, приготовленными с помощью новых фирменных разработок. По результатам дегустации особенно отмечали группу полукопченых колбас с оригинальными рисунками и яркими вкусами.

Восторженных отзывов удостоились уникальная технология производства сервелата из мяса птицы без использования фосфатов и связующих систем, а также новый рассольный препарат для ветчин с высоким выходом.

Гостям предлагалось продегустировать и лучшие сорта сырокопченых колбас как с традиционными российскими вкусами (брауншвейгская), так и типично европейские (чоризо, парма и пр.).

На столах стояли меню, по которым гости могли заказывать блюда, созданные технологами «Шаллер» специально для выставки. Помимо привычных франкфуртских и краинских колбасок в этом году ассортимент разнообразили новые интересные полуфабрикаты: равиоли со шпинатом и морепродуктами, роллы с курицей и фрикадельки в бульоне. В их рецептуры специалисты компании включили связующие и рассольные системы, панировки, новые вкусоароматические добавки.

Заказчики высоко оценили широкие возможности компании «Шаллер» в сфере проектирования предприятий, поставок и эксплуатации техники и разработки технологических решений. Выставка в очередной раз показала, что «Шаллер» занимает достойное место среди лидирующих поставщиков оборудования и ингредиентов на рынке России и ряда других стран. ■



Компания:
ООО «РАЙХ»
Санкт-Петербург, Фаянсовая, 24
тел.: +7 (812) 380-42-14,
моб.: +7 (921) 311-59-53
vponomarenko@reich-germany.com
www.reich-germany.de

Автор:
Владимир Пономаренко,
генеральный директор
компании REICH

Термокамеры REICH, самые экономичные камеры в мире!



Камеры REICH помогают сократить время обработки на таких процессах, как сушка, до 20% и соответственно повысить процент выхода готовых продуктов.

покупателя. Но достигнуть разнообразия выпускаемой продукции можно не только различными вкусами специй, а используя возможности термокамер для копчения фирмы REICH. Ваш ассортимент может быть расширен по целым группам продуктов: запеченные, копчено-вареные и даже сырокопченые! Деликатесы и колбасы варено-копченые – с приготвлением этой группы продуктов, наверняка, смогут справиться и наши конкуренты! Но если вы хотите запекать рулеты, украинскую жареную буженину с красивой запеченной корочкой, то тут не каждый производитель оборудования может похвастаться, что именно его универсальная термокамера справится с такой задачей!

Теплоизоляция, термозащита и увеличенный нагрев универсальной термокамеры REICH выполнены таким образом, что в них можно запекать продукты при температуре до 200° С. А такими особенностями может похвастаться не каждый конкурент, ведь изоляция других термокамер при температуре выше 100° С просто «поплывет»! Уже большое число производителей деликатесов расширили свой продуктовый ассортимент производством сыро-

копченых продуктов, например таких, как куриные грудки карпаччо. Этот интересный и пикантный продукт пользуется постоянным спросом среди покупателей, но почему-то не каждый производитель может позволить себе производить их. А ведь для его производства, а именно термообработки, не требуется специального климатического оборудования, которое будет занимать дополнительную площадь на вашем производстве. Карпаччо совершенно спокойно можно коптить в универсальной термокамере REICH с функцией охлаждения, и на выходе вы будете получать презентабельный продукт, на термообработку которого тратится не очень много времени.

При производстве варено-копченых деликатесов и колбас всегда стараются сократить потери, и на каждой стадии производства этого можно добиться. Конечно, провести термообработку продуктов без потерь невозможно, но сократить их до нескольких процентов вполне реально. С такой задачей всегда справляется оборудование для копчения производителя REICH, и основа успеха – конструктивные особенности оборудования. Камеры REICH обладают:

- улучшенной системой воздухообмена за счет мощности вентиляторов;
- увеличенным объемом циркулирующего воздуха в самой камере за счет специальной крыльчатки на моторе;
- грамотной конструкцией воздухоканалов, установленных в камере.

Все это в комплексе помогает сократить время обработки на таких процессах, как сушка, до 20% и соответственно повысить процент выхода готовых продуктов. Правильно подобранные дымогенераторы для требуемого объема загрузки камеры также уменьшают время копчения, а значит, меньше становятся и затраты на электроэнергию. Каждый производитель, предприниматель заботится о своем бюджете и умеет считать деньги, поэтому сокращение затрат для него существенная часть успеха. Зарабатывать на уменьшении затрат намного легче, чем экономить!

Компания Reich – это компания-команда, с профессиональным и индивидуальным подходом к каждому клиенту. У нас имеется отличный сервис, понимание и знание технологий, а наш огромный опыт в сфере переработки мяса поможет вам улучшить либо раскрыть в вас качества лучшего производителя продуктов! **Р**

Конечно, заставляя клиентов верить в эти слова, мы отвечаем за это действиями. В чем же особенность термокамер для копчения немецкой фирмы-производителя REICH?

Все очень просто, и если вы производитель деликатесов, колбас, сосисок и сарделек в натуральной оболочке, то вам будет интересно узнать это! Как производителю вам, конечно, целесообразно иметь широкий ассортимент продукции, нацеленный на различные потребительские возможности

Меньше затрат, эффективнее бизнес – принцип аренды

Межотраслевые правила наряду со ст. 212 Трудового кодекса РФ устанавливают для работодателя ряд обязанностей по созданию безопасных условий труда. Так, он обязан обеспечить приобретение и выдачу работникам специальной одежды. За счет собственных средств организация должна обеспечить и соответствующий уход за ней.

Можно тратить существенные средства на покупку, стирку, ремонт и уход за спецодеждой, а можно взять ее в аренду, доверив все это профессионалам. Межотраслевые правила разрешают предприятию передать данные функции на аутсорсинг.

В этом случае производители могут не только получить качественный сервис, но и значительно сэкономить. Так, на Западе от 75 до 90% предприятий пищевой промышленности и животноводства берут спецодежду в аренду.

Организация закупки и обслуживания спецодежды для сотрудников – дорогостоящий и трудозатратный процесс, он не является профильным для предприятия и отвлекает от основного вида деятельности.

«Услуга аренды спецодежды подразумевает, что она находится на балансе организации, предоставляющей эту услугу. Эта же компания берет на себя всю ответственность за обслуживание спецодежды ваших сотрудников: стирка, дозакупка, ремонт, доставка, сбор и утилизация старых комплектов, – поясняет **Николай Кокорев, генеральный директор компании «Рентекс»**, имеющей восьмилетний опыт работы на этом рынке. – Цикл работы представляет собой организацию сбора и выдачи спецодежды, включая сменные комплекты; вывоз использованной одежды; обслуживание, контроль качества и ремонт; доставку чистых комплектов на предприятие. Благодаря этому достигается существенная оптимизация затрат предприятия. Все комплекты отшиваются индивидуально под каждого сотрудника». **Р**

Можно тратить существенные средства на покупку, стирку, ремонт и уход за спецодеждой, а можно взять ее в аренду, доверив все это профессионалам.



Комментарий

Проанализировав чаты и комментарии в Сети на тему аренды спецодежды, мы собрали наиболее часто встречающиеся вопросы и попросили ответить на них **Ольгу Машкову, директора по маркетингу и пиару компании Blesk InCare**, специализирующейся в данной области.

– Какой минимальный штат сотрудников должен быть в компании, чтобы переход на аренду униформы оказался рентабелен?

– Оптимально, чтобы количество сотрудников, использующих спецодежду, было не менее 30 человек.

– Как быть в случае текучки кадров? Выкупать комплекты?

– Если вы заказываете одежду из стандартных коллекций, то наша компания принимает до 35% от общего объема, это прописано в контракте.

– Вы предоставляете в аренду высококачественные комплекты

одежды, стоят они дорого. А если наш сотрудник порвет или испортит ее, мы должны это оплачивать?

– Суть услуги состоит в том, что компания не только предоставляет униформу и обслуживает ее, но также обеспечивает необходимый ремонт.

– Зачем переходить на аренду, если проще покупать дешевую спецодежду и чаще ее менять?

– Предприятие имеет право покупать и списывать спецодежду согласно нормативам, не чаще. Или это возможно, если она пришла в негодность. Все это ложится на плечи бухгалтера. Деньги, которые вы «экономите», покупая дешевую спецодежду, компенсируются оплатой рабочего времени вашего бухгалтера и кладовщика, вынужденных вести учет расхода униформы на каждого сотрудника, а также затрат на регулярную покупку новых дешевых комплектов спецодежды.

Х ЮБИЛЕЙНЫЙ БАЛТИЙСКИЙ ФОРУМ ВЕТЕРИНАРНОЙ МЕДИЦИНЫ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

2014



18-20 СЕНТЯБРЯ

ИТОГИ



775

участников



10

секций



114

докладов



3

дня



12

стран





Гость:



Евгений Дзидзигури,
генеральный директор
компании «Шур Флексиблс Рус»

Беседовала:



**Виктория
Загоровская**

Как упаковать свинину?

Вариации на тему

О расширении возможностей современной упаковки и упаковочных материалах нового поколения, а также о том, каких чудес от них ждать не стоит, мы поговорили с генеральным директором компании «Шур Флексиблс Рус» Евгением Дзидзигури.

Какие глобальные упаковочные тренды становятся все более актуальными для мясного рынка России?

– Я хотел бы отметить несколько. В сегменте упаковки готовых блюд на фоне динамичного развития рынка и высокого спроса на данную категорию товаров наблюдается явный растущий интерес к материалам, которые могут одновременно обеспечить сохранность готового, как правило, охлажденного или замороженного продукта, а также его приготовление в самой упаковке. На первый план выходит

функциональность упаковки: возможность перезакрывания, разогрева в микроволновой печи, безопасность при низких температурах, высокие барьерные свойства при применении модифицированной газовой среды и т. д.

Следующий сегмент, о котором стоит сказать отдельно, – упаковка полуфабрикатов в секторе B2B. В связи с развитием сетей общественного питания и специализацией производства уве-

личился спрос на продукцию в виде мясных полуфабрикатов. В ресторане котлета на вашей тарелке, возможно, могла быть произведена на одном из ближайших мясоперерабатывающих заводов в виде полуфабриката, упакованного в групповой упаковке в барьерном лотке с применением модифицированной газовой среды.

И, наконец, упаковка свежего мяса. Ввиду многих факторов, не исключая пропаганду по масс-медиа, спрос на свежее мясо также растет. Кроме того, производство, если говорить о свинине, выросло в России минимум на 15% по сравнению с прошлым годом, и потребителям нужна свежая продукция, которую можно покупать небольшими порциями каждый день, а не полутуши. Современные решения в упаковке позволяют мясу дольше храниться, повышают его удобство для приготовления.

Какие решения сегодня используются для упаковки свинины и продуктов из нее? В чем заключаются особенности упаковки этого вида мяса и чем они обусловлены?

– Как правило, для упаковки свежего/охлажденного мяса используется вакуумная упаковка или упаковка в газовой среде. В обоих случаях речь идет о барьерных материалах и об упаковках со сроком хранения до 20 суток. Вакуумная упаковка, в зависимости от вида, выбранного производителем, и типа упаковочного оборудования, также может быть разной. Например, материалом для нее могут служить вакуумные и термоусадочные пакеты, термоформовочные и термоформовочно-термоусадочные пленки. Последние два варианта приобретают все большую популярность в связи с универсальностью применения упаковочного материала и производительностью линий.

Что касается изделий из свинины и/или с высокой концентрацией содержания этого вида мяса, то здесь надо отметить, что существуют, так сказать, «вариации на тему». Они зависят от желания производителя и его представления о том, как должен выглядеть конкретный продукт, какой необходим срок хранения, а также функциональность и экономичность упаковок. В этом плане важно подобрать поставщика, имеющего широкий ассортимент упаковочных материалов и мировой опыт, для правильного решения стоящей задачи.

Если идет речь о свежем/охлажденном мясе, у свинины более долгий срок хранения в барьерной упаковке в отличие, например, от говядины. В вакуумной/термоусадочной упаковке свинина, менее насыщенная миоглобином протеина, чем говядина, хранится дольше, однако если говорить об упаковке в МГС, то свинина, при большей концентрации CO_2 и при температуре $0^\circ C$, может храниться в ней еще дольше (до 12 недель), чем при вакуумной упаковке, которая имеет меньший срок хранения из-за воздействия молочнокислых бактерий.



Евгений Дзидзигури,
генеральный директор компании
«Штур Флексибл Рус»:

«Многие производители переплачивают за материалы на термоформовочных линиях, не принимая во внимание, что, кроме экономии при упаковке обычных продуктов, проблемы с упаковкой кусков с костями, а также колбасных изделий с клипсами в вакуумной упаковке можно решить материалами нового поколения».

Как упаковать свежее мясо? Какие распространенные ошибки допускают производители охлажденной кусковой свинины?

– В зависимости от выбора упаковочных линий, сроков хранения, вида продукта и других факторов, возможны различные варианты упаковки свежей свинины. Разобьем ее виды по основным типам упаковочного оборудования и по трендам на сегодняшний день:

- Запайщик лотков (трейслер) – упаковка, как правило, в МГС.
- Термоформовочные машины – упаковка в вакуум и МГС.
- Термоформовочные машины – для упаковки в термоусадочно-термоформовочную пленку.
- Горизонтальные упаковочные машины – для упаковки в термоусадочную пленку.

- Вакуумные машины – для упаковки в вакуумные и/или термоусадочные пакеты.

К сожалению, ошибок, допускаемых производителями, бывает слишком много: от выбора и хранения упаковочного материала до логистики процесса упаковки и самого мяса-сырья. Предлагаю воспользоваться примерами наиболее частых из них именно в самом процессе упаковки и выбора материала.

Ошибки могут быть вызваны несоблюдением правил гигиены производства. Очень часто причиной ложных обвинений становится упаковочный барьерный материал, который, в свою очередь, становится жертвой упреков из-за контаминации продукта уже на этапе его закладки. Важно понимать, что барьерный материал не является своего рода панацеей для продления сроков хранения при неправильно организованной работе цеха и загрязненном материале.

Также ошибки могут быть связаны с несоблюдением температурного режима, создающего излишний конденсат, который влияет на микробиологию и, соответственно, срок хранения продукта.

Промехи могут возникать на этапе закладки продукта. Пример неправильной закладки продукта до упаковочной линии – когда он размещается кусками в больших емкостях, в которых происходит накопление жидкости из-за давления верхних слоев. В итоге продукция упаковывается с большим количеством жидкости, что пагубно влияет как на внешний вид, так и на срок хранения.

На сегодняшний день уже существуют барьерные упаковочные материалы, способные заменить поточные на более тонкие и, соответственно, гораздо более экономичные, произведенные по специальной технологии шокового водяного закалывания, обладающие высокими прочностными характеристиками. Однако многие производители переплачивают за материалы на термоформовочных линиях, не принимая во внимание, что, кроме экономии при упаковке обычных продуктов, проблемы с упаковкой кусков с костями, а также колбасных изделий с клипсами в вакуумной упаковке можно решить материалами нового поколения. При производстве барьерных пленок методом шокового водяного закалывания толщина поточных пленок



может быть снижена до 30%. Соответственно, затраты на них сокращаются пропорционально.

Как можно увеличить срок хранения и одновременно сохранить красный цвет свинины?

– На сегодняшний день есть несколько способов сохранения цвета мяса, которые, следует заметить, имеют существенные ограничения по таким параметрам, как стоимость материала и разрешение к применению в Европе. В первом случае речь идет об упаковке в лотках, где продукт сначала запечатывается, имея прямой контакт с пленкой без барьерных свойств, не влияющей на цвет мяса, запаивается барьерной пленкой и заполняется газовой смесью между барьерной и небарьерной пленкой. Такое решение позволяет сохранить цвет мяса, однако является затратным из-за специального оборудования и значительного расхода материала. В существующей обстановке значительного удорожания почти всей сырьевой базы и обострившейся конкуренции уверен, что на это пойдут немногие.

Во втором случае для сохранения красного цвета мяса используется спе-

циальный фермент, подпитывающий миоглобин. К сожалению, продукт в упаковке, обработанный таким веществом, запрещен к продаже в Европе как «свежее мясо», а в США производитель обязан сообщить об этом на этикетке. Однако есть и другие решения, которые помогут производителям сохранить цвет мяса. Все зависит, в частности, от имеющегося в наличии парка упаковочного оборудования.

Какие технологии наиболее эффективны с точки зрения заботы о здоровье потребителя?

– Думаю, все ранее упомянутые технологии упаковки эффективны с точки зрения заботы о здоровье потребителя при соблюдении строгих правил гигиены и технологии. Время упаковки мясных изделий в монохромную газету давно прошло, а современные технологии и упаковочные материалы способны обеспечивать полную защиту здоровья потребителей. Дело опять-таки в правильном подборе производителей и поставщиков материалов, где критерием их оценки могут являться такие факторы, как инновации, ассортимент продукции, международный опыт, качество, сервис и т. д.

Насколько важен красивый внешний вид упакованного продукта для российского потребителя?

– Внешний вид, конечно же, имеет серьезное значение для нашего потребителя, как, впрочем, и для любого другого. Однако следует отметить, что для российского покупателя это особенно важный фактор. Дело в том, что на местном рынке еще не полностью сформировалась лояльность потребителя к тому или иному производителю, бренду, марке и т. д. К сожалению, ввиду многих факторов продукт и его производитель не считаются знаменателем стабильного качества, в то время как стабильность является почти аксиомой успеха той или иной компании на Западе. На сегодняшний день, в связи с экономической ситуацией, многие компании взяли курс на оптимизацию расходов, в том числе по сырью, что пагубно отразилось на качестве продукции. Потребитель это чувствует и более тщательно подходит к выбору. Кроме того, при отсутствии подобной лояльности увеличивается тенденция к импульсным покупкам мясных товаров, которые должны привлекать клиентов своим видом, функциональностью и дизайном. **МС**



**23^я международная
специализированная выставка
упаковочных технологий**

**УПАКОВКА /
УПАК ИТАЛИЯ**

в сотрудничестве с:



www.upakowka.ru

Две темы – общая платформа для Вашего бизнеса



**18^я международная
специализированная
выставка пластмасс и каучука**

www.interplastica.ru

интерпластика

2015

27–30 января

ЭКСПОЦЕНТР
МОСКВА
Россия, Москва
Красная Пресня

ООО «Мессе Дюссельдорф Москва»
119021 Россия, Москва _ ул. Тимура Фрунзе, д. 3, стр. 1
Тел.: +7 495 955 91 99 _ факс: +7 499 246 92 77
www.messe-duesseldorf.ru



ГК «Биостар» на выставке «Агропродмаш-2014»



1. Искусственная полиамидная оболочка Биолон Мастер гранат 8.6
2. Чоризо – традиционная сырокопченая свиная колбаса с пикантным вкусом
3. Джерки из свинины



Вот и отшумела ежегодная международная выставка «Оборудование, машины и ингредиенты для пищевой и перерабатывающей промышленности» – «Агропродмаш-2014». Традиционно это мероприятие является знаковым событием отрасли. Специалисты индустрии продовольствия, научные работники и предприниматели, деловые интересы которых тесно связаны с агропродовольственной сферой, всегда ждут выставку с нетерпением.

Это не только возможность заключить контракт на поставку современного оборудования, ознакомиться с инновационными технологиями и ингредиентами, но и просто встретиться с клиентами и партнерами, с которыми на протяжении многих лет сложились дружеские отношения.

ГК «Биостар», постоянно находящаяся в поисках путей решения задач, стоящих перед мясоперерабатывающей отраслью, кроме своего постоянного ассортимента представила на выставке ряд новых продуктов, некоторые из которых вызвали особый интерес посетителей экспозиции.

Департамент «Искусственные оболочки», в частности, продемонстрировал новые цвета полиамидной оболочки Биолон Мастер. Свежая палитра нестандартных цветов поможет специалистам мясокомбинатов придать колбасным изделиям эксклюзивный внешний вид и тем самым сделать их более привлекательными в глазах покупателей.

Департамент «Пищевые Ингредиенты» вынес на суд взыскательного производителя образцы мясной продукции как с новинками, так и с хорошо известными ингредиентами. Например, не требуют представления животные бел-

ки Биотек А 92 и Биотек Люкс, молочный белок Биотек М СТ, добавка для увеличения сроков годности Нуба Комби Супер Фриш, краситель Нубасан колор 3000. Высокую оценку технологов ведущих предприятий заслужили смеси специй Саксонские Кнакер, Любительская 1 Вурст Эко, что нашло отражение в результатах дегустаций. Докторская 1 Вурст Стандарт, представленная на выставке в обновленном, улучшенном виде, также была по достоинству отмечена специалистами мясоперерабатывающей отрасли. По-новому заиграла специя Гробе Бауэрнбратвурст Ф на колбасах для жарки со шпинатом. Отлично подчеркнула вкус салами функциональная смесь специй Пфедферегер СЛ.

Современным тенденциям здорового питания отвечает линейка ингредиентов СЛ, не содержащая глутамата натрия, эриторбата натрия, глютена, красителей и ароматизаторов. Это Нубаром СЛ, специи Чоризо СЛ, Чемен СЛ, Пфедферегер СЛ. В их состав входят натуральные пряности, травы, специи. Использование данных добавок позволяет улучшить вкус, сочность продуктов и, что немаловажно, сократить потери при термообработке.

Центральное место на выставке продукции от департамента «Пищевые Ингредиенты» по праву заняли сыровяленые продукты Джерки, Чоризо, мясные чипсы. Для их изготовления были использованы культуры для созревания Нуба-Ро-Пек, Нуба-Ро-Пек Биф/Порк Джерки, Нуба-Ро-Пек WL/PH, Биотек М Актив, Чемен СЛ. Эти продукты отличаются неповторимым ярким вкусом, который не оставит равнодушным ни одного любителя колбасных изделий.

Стабильно высоким спросом у участников выставки пользуется ассортимент департаментов «Натуральные оболочки» и «Барьерные пленки». Производители мясопродуктов подчеркнули высокий уровень сервисного обслуживания, информационной и технологической поддержки, обусловленный профессионализмом и безразличным отношением к делу работников компании. Позитивной оценки заслужили командный дух, слаженность действий и желание удовлетворить потребности клиента.

Специалисты ГК «Биостар» благодарят своих партнеров, посетивших стенд компании на «Агропродмаш-2014», и надеются на продолжение плодотворного сотрудничества. Мы будем рады и всем новым бизнес-контактам. **Р**

2015



BIOSTAR®
ГРУППА КОМПАНИЙ

Москва
+7 (495) 781-84-71

Волгоград
+7 (8442) 56-01-31
+7 (8442) 56-01-32

Нижний Новгород
+7 (831) 241-31-38
+7 (831) 241-53-29
+7 (831) 241-66-98

Екатеринбург
+7 (343) 214-80-81
+7 (343) 263-74-59
+7 (343) 378-91-55

Новосибирск
+7 (383) 362-12-01
+7 (383) 262-12-02

Калининград
+7 (911) 864-97-73

Россия, Санкт-Петербург, 196084, Ломаная ул., 11, тел.: +7 (812) 600-44-70, 600-44-71

www.biostar.ru



Автор:
Михаил Кисин,
директор Универсального
портала продуктов питания
www.GoodsMatrix.ru

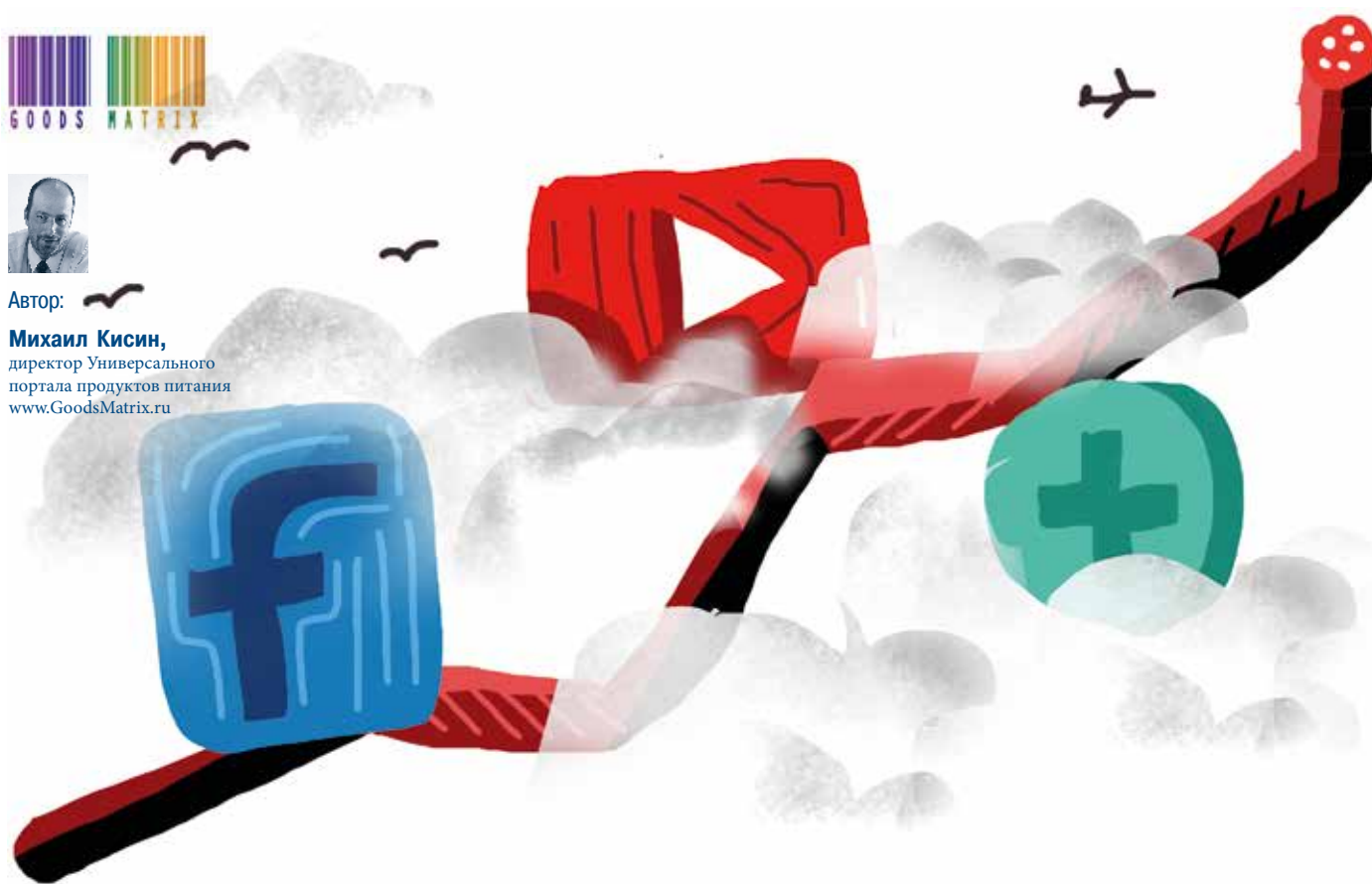


Иллюстрация: Тимофей Яржомбек

Интернет-продвижение в сегменте B2B: эффективность основных площадок

Продовольственная отрасль переживает сегодня не самый простой период: производителям приходится ориентироваться в быстро меняющихся экономических и политических условиях, приспосабливаться к ним, вносить корректировки в производственные планы и маркетинговые стратегии.

Ситуация требует модернизации, а зачастую и диверсификации производства, внедрения новых технологий для создания конкурентных преимуществ – и при этом оптимизации бюджетов, в том числе рекламных.

С учетом этих факторов все более актуальным становится продвижение товаров через Интернет, который при сравнительно небольших финансовых вложениях обеспечивает значительный охват и расширение целевой аудитории, поддержку позиционирования и, что очень важно, возможность получить от потребителей обратную связь, общаться с ними в режиме диалога онлайн. Кроме того, Интернет все чаще становится заменой телевидению, в том числе и как площадка для размещения рекламы.

При этом продвижение с помощью ресурсов глобальной Сети, как правило, ориентировано на потребителей и ставит своей целью достижение узнаваемости продукта и формирование лояльности к нему. Если говорить не о прямой (например баннерной или контекстной) рекламе, а о диалоговых средствах, то в первую очередь речь идет о продвижении в социальных сетях через создание групп, привлечение в них пользователей и формирование спроса на предлагаемые товары с помощью тематического контента.

Второй инструмент продвижения продукции через Интернет – поисковые запросы, с помощью которых увеличивается трафик на сайт производителя. Наконец, если речь идет о продуктах питания, то эффективными площадками оказываются тематические каталоги, кулинарные порталы и форумы, пользователи которых очень часто в публикуемых рецептах и сообщениях упоминают те или иные бренды. Стратегию продвижения через подобные тематические сообщества, например, довольно успешно (судя по количеству упоминаний) реализует компания «Мистраль».

При том что большинство производителей так или иначе ведут работу с пользователями Интернета и занимаются продвижением своей продукции посредством глобальной Сети (одни более успешно, другие пока не очень), сегмент B2B во многом остается неохваченным. В данном случае Интернет используется в первую очередь как инструмент поиска: одни компании ищут информацию о поставщиках, другие – возможность для сбыта своей продукции. И в том и в другом случае их интересуют сведения о потенциальных партнерах, клиентах, конкурентах, исследования рынка, экспертные мнения о тенденциях его развития.

Какие площадки используются для этого? В первую очередь, профессиональные (отраслевые) сайты, в том числе конференции и форумы, а также сайты интересующих компаний. Ведущие методы поиска партнеров и продвижения продукции на рынке B2B – e-mail-маркетинг и тематические рассылки, которые требуют очень серьезной подготовки при участии настоящих специалистов, поскольку в противном случае рискуют быть воспринятыми как обычный спам (что и происходит довольно часто).

Сложность интернет-маркетинга в этом сегменте заключается в том, что многие приемы продвижения в глобальной Сети, ориентированные на потребителей, на рынке B2B не работают – в первую очередь потому, что целевая аудитория весьма специфична, с индивидуальными запросами и целями. Компании, которые ищут партнеров, мало интересуют реклама, действующая на эмоциональном уровне; их нельзя «зацепить» скидками, конкурсами и акциями, им не нужен тематический, но не имеющий прямого отношения к производителю контент,

размещенный на его сайте или страничке в социальной сети.

Пожалуй, все, что им необходимо, – это конкретная информация: о производителе, продукте и способах его производства, условиях сотрудничества, логистике производителя, качестве обслуживания и упаковке товара. Цикл продажи, характерный для B2B-сектора,

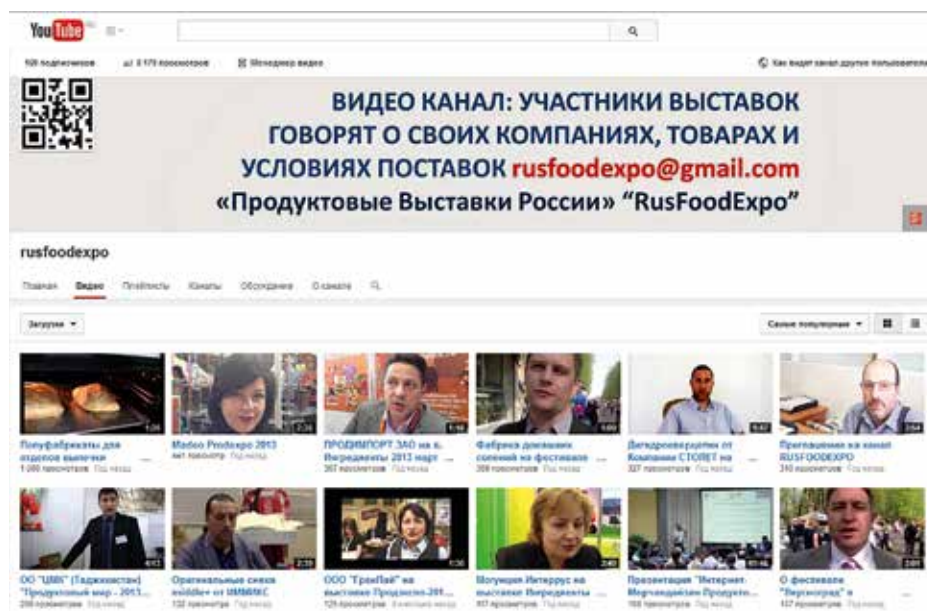
намного длиннее, чем в сегменте B2C, поэтому здесь нет места эмоциональным импульсам, на смену которым приходят исключительно рациональные доводы, обуславливающие принятие решения о сотрудничестве.

Для того чтобы продвижение через Интернет в секторе B2B было эффективным, оно должно соответствовать

Статистика прироста канала RusFoodExpo за октябрь 2014



Скриншот rusfoodexpo



Количество видеороликов на сервисе YouTube с выставки «Продэкспо»

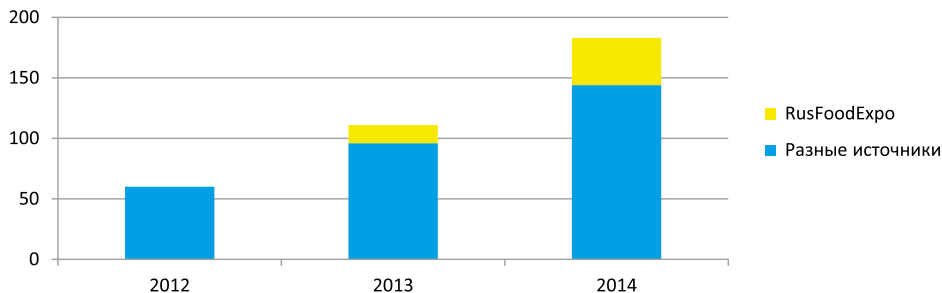


Таблица 1

	Охват целевой аудитории	Полнота информации	Жизненный цикл	Мульти-медийность	Интерактивность
Сайт компании	Зависит от эффективности используемых методов продвижения сайта и их соответствия алгоритмам поисковых систем	Зависит от целевой аудитории ресурса (сайт-визитка для партнеров или площадка для коммуникации с потребителями) и, соответственно, контента	Длительный	Максимальная	Как правило, отсутствует
Страницы и группы в социальных сетях	Максимальный	Зависит от целей, которые ставят перед собой создатели группы (площадка для общения с потребителями или с профессионалами отрасли)	Короткий	Достигается путем перехода на сайт с анонса материала, размещенного на странице в социальной сети	Максимальная
Видеоролики о продукции	Максимальный	Максимальная	Длительный	Максимальная	Низкая

нескольким условиям. Во-первых, это максимальный охват целевой аудитории. В данном случае в нее входят закупщики, менеджеры, представители оптовых компаний и торговых сетей. Во-вторых, сообщения должны быть лаконичными и содержательными, транслируя за короткое время максимальный объем полезной информации. В-третьих, имеет значение жизненный цикл сообщений – иными словами, период, на протяжении которого интернет-пользователи смогут увидеть их, например, по запросу в поисковой системе. Наконец, с точки зрения соответствия особенностям восприятия важна мультимедийность, то есть воздействие одновременно на несколько органов чувств.

Заметим, что интерактивность и возможность непосредственного общения в Сети далеко не так необходимы для поиска партнеров, как для формирования лояльности потребителей – в первую очередь потому, что компании ставят своей задачей сбор первоначальной информации, в то время как собственно переговоры – уже следующий этап взаимодействия.

Попробуем с помощью таблицы 1 сравнить соответствие разных ин-

ДИНАМИКА АУДИТОРИИ ОНЛАЙН-ВИДЕО В РОССИИ

Аудитория онлайн-видео в России продолжает расти, сообщает крупнейшая маркетинговая компания TNS Россия. Согласно ее данным, десктопная аудитория онлайн-видео за декабрь прошлого года составила 73% россиян в возрасте 12 до 64 лет (города России 100 k+).

Несмотря на заметный рост популярности онлайн-видео, потраченное на него время все еще значительно меньше продолжительности среднесуточного просмотра ТВ, которая в декабре достигала 332 минут в день. На онлайн-видео в среднем ежедневно тратили около 19 минут.

Стремительно расширяется аудитория видео и на мобильных устройствах: ее среднегодовой прирост составил 92% (январь 2013 – январь 2014), а численность достигла 8,4 млн человек. Прирост пользователей видео с десктопов составил 5% за год, а аудитория насчитывает 32,9 млн.

Значительная доля аудитории онлайн-видео – молодые люди в возрасте 12 – 24 лет. Среди них чуть больше 40% в декабре прошлого года смотрели видео онлайн хотя бы один раз. В возрастной группе 25 – 44 лет доля пользователей онлайн-видео составляет 29%, среди людей старше 45 лет таковых 9% (% от населения России в городах 100 тыс.+).

Большую часть времени в Интернете россияне тратят на соцсети – 34%. Далее следуют сервисы видео – 7%, почта – 6%, поиск – 3% и знакомства – 2%.

www.tns-global.ru

тернет-площадок, используемых для B2B-продвижения, описанным выше условиям.

Таким образом, видно, что одним из самых эффективных каналов получения информации в профессиональной среде становится видео, посвященное компании, ее продукции и конкретным предложениям, адресованным потенциальным партнерам. Ресурсов для размещения подобных роликов сегодня немало, среди них, скажем, и сайты компаний-производителей. Однако для увеличения именно целевого трафика наиболее эффективным будет размещение видеоматериалов на специализированных площадках, интересных профессионалам.

В качестве примера такой площадки можно привести видеоканал RusFoodExpo, запущенный интернет-каталогом продуктов питания Goods Matrix на сервисе YouTube. Его можно назвать виртуальным продолжением многочисленных выставок, которые регулярно проходят в России и СНГ. Производители получают возможность записать обращение к целевой аудитории – в первую очередь к тем представителям бизнес-среды, которые не имели возможности присутствовать на выставке или в силу недостатка времени не уделили внимания продукции всех производителей, которые представляли свои товары на стендах.

Выбор YouTube площадкой для размещения видеоканала неслучаен: по статистике, его пользователи ежемесячно просматривают в совокупности более шести миллиардов часов видео. Что касается статистики канала RusFoodExpo, то на сегодняшний день она демонстрирует уверенный рост: за несколько месяцев на нем размещено более 190 роликов, количество просмотров в месяц за 2014 год выросло в три раза, а их общее число превысило 8500.

Дело, однако, не столько в цифрах, сколько в направленности воздействия: люди, находящие ролик по тому или иному поисковому запросу, априори интересуются темой, которой он посвящен, или ищут информацию о конкретной компании. Более того, YouTube – сервис Google, а значит, размещенные на нем видеоролики нередко оказываются на первых строках выдачи по тематическим запросам, сделанным пользователями этой поисковой системы, тем самым становясь мощным инструментом продвижения компании с помощью глобальной Сети. MC



ЛИНИЯ УСПЕХА

Высокоэффективные линии для производства продуктов из охлажденного мяса от SCHALLER®

Производство кусковых охлажденных мясных полуфабрикатов – это прибыльное направление для Вашего бизнеса. Зная это, мы создаем многофункциональные линии для обработки охлажденного мяса, сочетающие в себе множество преимуществ. Единство технических решений и безупречное соответствие всех составляющих обеспечивают их максимальную эффективность. Наши комплексные линии позволят Вам производить широкий ассортимент великолепных продуктов из охлажденного мяса.

Стейки, отбивные, гуляши, колбасный фарш, нарезка из охлажденного мяса любой формы и размера с костью и без кости – все эти продукты появятся в Вашем ассортименте благодаря комплексным решениям компании SCHALLER®.

Инъектирование, нарезка, порционирование, упаковка, этикетировка и маркировка всегда будут проходить максимально точно и в соответствии с высочайшими стандартами качества.

Мы с удовольствием проконсультируем Вас более подробно по этому вопросу.

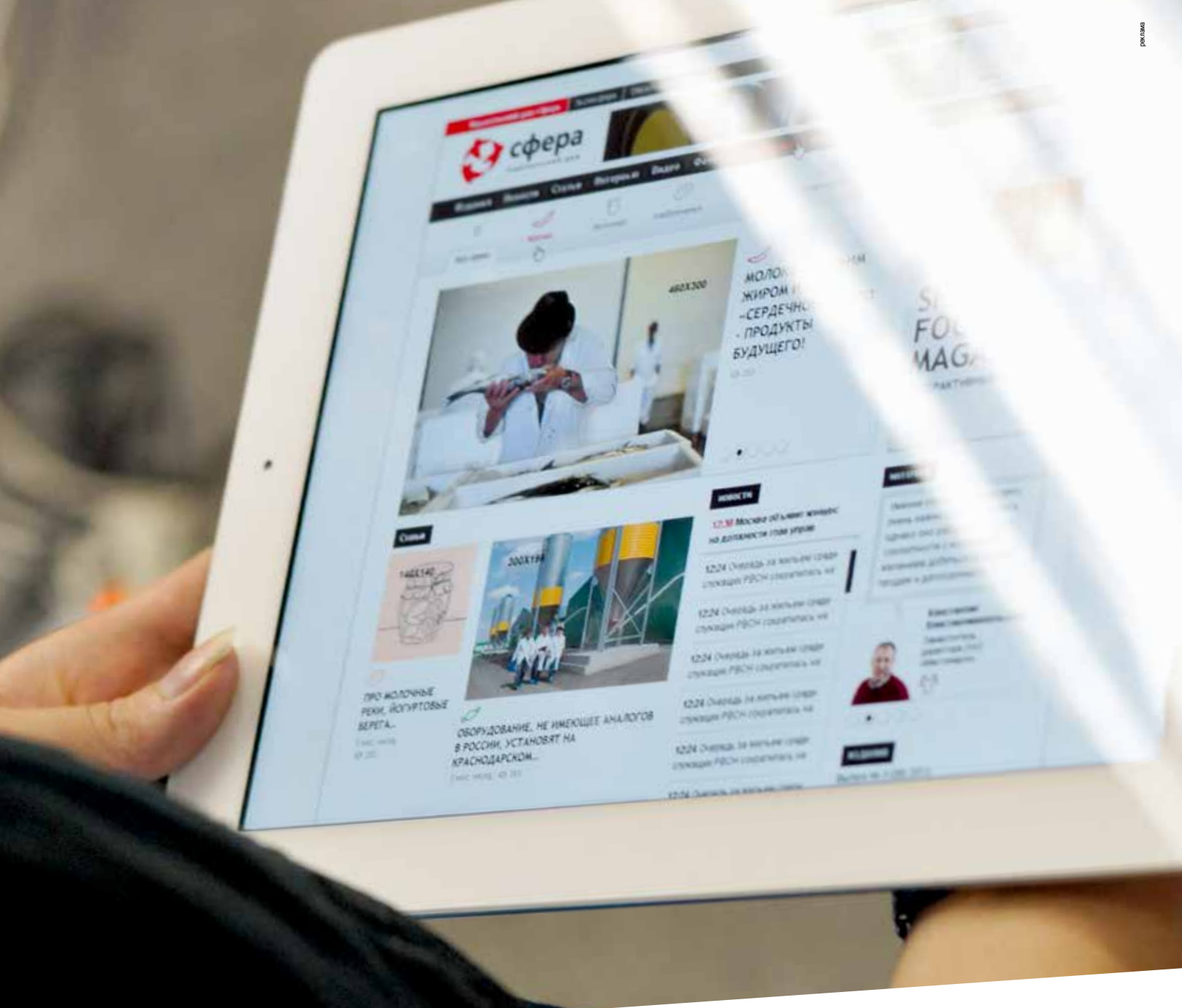
BIZERBA | INJECT STAR | ITEC | SCHALLER PREMIUM | SEALPAC | TVI

ЗАО «ШАЛЛЕР»
Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2
Тел.: +7-495-797 63 33, факс: +7-495-797 63 44
office.moskau@schalleraustria.com
www.schalleraustria.com

SCHALLER®

Excellence in Food

Совершенство в каждом продукте



sfera.fm

food market news

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

ПРОД ЭКСПО

9–13
февраля 2015

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



www.prod-expo.ru



Вместе к успеху!

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ

* Согласно Общероссийскому рейтингу
выставочных мероприятий 2012–2013 гг.
Подробнее о рейтинге – на сайте www.exporating.ru

Организатор
ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



18+
Реклама

UNITY
FOOD MACHINERY

С НОВЫМ ГОДОМ И РОЖДЕСТВОМ!



Оборудование
для мясопереработки

Оборудование
для термообработки,
охлаждения и заморозки

Весовое
оборудование

Гигиена
предприятия

Вспомогательное
оборудование



MADE IN RUSSIA

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