

мясная сфера

2 (111)

2016

В 2015 году были заложены тенденции, определяющие развитие продовольственной розницы в среднесрочной перспективе. Очевидно, что доходы покупателей снижаются, и процесс этот продолжится в ближайшие пару лет. На рынке труда наблюдается дефицит вакансий и избыток предложения, уровень компенсаций во многих отраслях уже сократился к началу 2016 года.



В структуре потребления основных видов мяса в России, по оценке НМА, птице принадлежит 45%, свинине – 34%, говядине – 21%.

12



44

Сергей Бувич:
«Важно быть
на одной волне
с клиентом»

Ускоренное импортозамещение – одна из главных задач развития свиноводства в России. На рынок приходят новые инвесторы, участники отрасли модернизируют предприятия, наращивают объемы и расширяют ассортимент продукции.

По сравнению с 2015 годом



В 2015 году производство на убой в живом весе специализированного мясного и помесного крупного рогатого скота во всех категориях хозяйств составило около 440,4 тыс. т, что на 65,8 тыс. т (15%) больше уровня прошлого года.

Вторая международная конференция

WORLD SOY

МИРОВАЯ СОЯ – КОРОЛЬ

1–3 июня 2016

Санкт-Петербург | Сокос Отель Palace

Регистрация и подробная информация:



тел. +7 (812) 70-236-30

www.soya2016.sfera.fm

енция

— FEEDS

РМА

016

ce Bridge



Организатор:
Издательский Дом «Сфера»
тел. +7 (812) 70-236-70
www.sfera.fm

Статистика 2015:

1-я международная конференция
«World Soy – Feeds.
Мировая соя – корма»

Дата и место:

3–6 июня 2015 года,
Санкт-Петербург

Участники:

более 150 человек –
генеральные директора, технологи
по кормлению и зоотехники
птицефабрик, представители
агропромышленных холдингов,
комбикормовых заводов,
трейдеры, а также инвестиционные
и консалтинговые компании

Спикеры:

более 20 спикеров, среди которых –

Фисинин Владимир Иванович,
первый вице-президент
Россельхозакадемии;

Лисицын Александр Николаевич,
директор ВНИИЖ;

Подобед Леонид Илларионович,
доктор с.-х. наук, Институт
животноводства НААН Украины;

Сергей Соколовский, исполнительный
директор ГК «Содружество»;

Елена Бахтина, главный технолог
по кормопроизводству «Группы Продо»;

Доморощенкова Мария Львовна,
к.т.н., ВНИИЖиров;

Роберт Метц,
директор Объединенного соевого
совета (USB), член Американского совета
по экспорту сои USSEC;

Билл Уайкс,
директор Американской соевой
ассоциации (ASA) и др.

География:

Россия, США, Германия, Испания,
Беларусь, Украина, Латвия, Литва,
Румыния, Эстония

Организатор:

ИД «СФЕРА» при поддержке
Группы компаний «Содружество»
и Американского совета по экспорту сои





ПРОМЫШЛЕННЫЕ УСТАНОВКИ для мясоперерабатывающей отрасли «под ключ»

GEA – один из крупнейших производителей системных решений для мясоперерабатывающей промышленности.

- Опыт проектирования промышленных холодильных установок более 15 лет
- Собственные производственные площадки и склад запасных частей на территории России
- Инструментальный энергоаудит предприятий и решения по повышению энергоэффективности
- Сервисное обслуживание 24/7 от Калининграда до Владивостока. Более 150 штатных сервисных инженеров



Москва, 105094, ул. Семеновский Вал, 6а.

Тел: (495) 787-20-20, факс: (495) 787-20-12; gearus@gea.com



НОВОЕ

www.handtmann-iffa.com

Зал 8.0, стенд D96

IFFA

Все новинки

7-12.5.2016

Зал 8.0, стенд D96

ИМЯ ДЛЯ ВАКУУМНОГО НАПОЛНЕНИЯ



Albert Handtmann Maschinenfabrik
GmbH & Co. KG
Телефон +49 7351 45-0
info.machines@handtmann.de
www.handtmann.de



handtmann
Идеи с будущим.

The logo for IFFA (International Fluid Food Association) is displayed in large, bold, blue capital letters.

Выставка № 1 в мясной промышленности
Франкфурт-на-Майне, 7–12.5.2016



Ключевое событие в мясоперерабатывающей индустрии

На IFFA 2016 вас ожидают:

- перспективные решения для повышения эффективности производства
- новые решения по автоматизации
- инновации, улучшающие качество и безопасность продуктов питания
- новинки пищевой промышленности в зале 4.0

А также актуальные идеи в сфере экологически безопасного производства и повышения энергоэффективности. Meet the Best – все лидеры рынка и технологий под одной крышей!

www.iffa.com

info@russia.messefrankfurt.com

Тел. +7 (495) 649-87-75



messe frankfurt

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



Тел/факс +7 (495) 786 8565



NOVAPRO

КОЛЛАГЕНОВЫЙ ГОВЯЖИЙ БЕЛОК

Фирма-производитель :
JBS S/A (Бразилия)

ГК «БИОСТАР» - эксклюзивный дистрибьютер говяжьего белка Novapro на территории РФ. NOVAPRO® - функциональный, экологически чистый продукт с максимальным содержанием белка.

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:

- снижение себестоимости
- улучшение консистенции
- повышение содержания белка в готовом продукте



Санкт-Петербург
+7 (812) 600-44-70

Москва
+7 (495) 781-84-71

Волгоград
+7 (8442) 56-01-31

Нижний Новгород
+7 (831) 241-31-38

Екатеринбург
+7 (343) 214-80-81

Новосибирск
+7 (383) 362-12-01

Калининград
+7 (911) 864-97-73

Высочайшее качество скин-упаковки

Машины для скин-упаковки MultiFresh™ - это сочетание безопасности процессов и безупречного внешнего вида упакованной продукции. Отличное взаимодействие между упаковочной машиной и упаковочным материалом позволяет производить вакуумную скин-упаковку уникального качества и при этом максимально экономично.



www.multivacrus.ru



MULTIVAC
BETTER PACKAGING

Оболочки «VECTOR» и сетки «РХБ»

Качество. Надежность. Уникальность.



содержание

	отрасль	18
Экспорт продукции животноводства – лучше поздно, чем никогда		20
исследование	FMCG-ритейл: итоги и перспективы	28



По словам генерального директора Национального союза свиноводов России Юрия Ковалева, сейчас наиболее интересны вложения в производство продукции, которой выпускается недостаточно, или в те рынки, с которых можно вытеснить неэффективных игроков. В свиноводстве около 20% объемов приходится на личные хозяйства, а значит, у промышленного сектора есть резервы роста.

12

тема номера	Инвестиции в свиноводство	12	компании /события и факты	Новости	36
отрасль /события и факты	Новости	18	<i>/от первого лица</i>	Дмитрий Попов: «Сегодня на пике находятся компании, способные удивлять»	38
<i>/крупным планом</i>	Экспорт продукции животноводства – лучше поздно, чем никогда	20	<i>/крупным планом</i>	«Русагро» выходит на розничный рынок мяса	42
<i>/тенденции</i>	Акционная активность россиян: случайность, образ жизни или вынужденность?	24	в полях	Сергей Бувечич: «Важно быть на одной волне с клиентом»	44
<i>/исследование</i>	FMCG-ритейл: итоги 2015 года и перспективы на 2016–2017 гг.	28	производство /события и факты	Новости	47
industry /research	FMCG retail: results of 2015 and prospects for 2016–2017	28	<i>/автоматизация</i>	Решение, вкусное для всех	50
инфографика	Рост производства мяса в России	34		Весы, сканеры штрих-кодов и компьютеры как одно целое	52

содержание

производство	47
Весы, сканеры штрих-кодов и компьютеры как одно целое	52
экспертиза	Сосиски «Детские» нельзя есть даже взрослым 62



Группа компаний «АгроПромкомплектация», увеличив в 2015 году объем промышленного производства свинины до 102,13 тыс. т, заняла 6-ю позицию в национальном рейтинге ведущих производителей, который формируется Национальным Союзом свиноводов.

38

/оборудование	Производство готовых закусок из свинины	54	/упаковка и оболочка	Новая оболочка для копченых деликатесов	58
/упаковка	Sealed Air представляет новую вакуумную упаковочную машину Cryovac® VS2X	56	/ингредиенты	RÄUCHERGOLD® – надежность и превосходный результат копчения	60
	Комплексные решения для бизнеса: новые перспективы на 2016 год	57	консалтинг /экспертиза	Сосиски «Детские» нельзя есть даже взрослым	62

мясная сфера

№2 (111) 2016

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей 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, 197101, Санкт-Петербург,
ул. Мира, д. 3, литер А, помещение 1Н,
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 Цороева
l.tsoraeva@sfera.fm
Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm
Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm
Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm
Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm
Дизайн и верстка:
Татьяна Путинцева
t.putinzeva@sfera.fm
Дизайн инфографики:
Нина Слюсарева
Корректор, литературный редактор:
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 **P**, публикуются на коммерческой основе.
Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.
Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 15.02.16.
Тираж: 3 000 экз.



Издательский Дом «СФЕРА» – 15 лет на рынке

В этом году журналу «Мясная СФЕРА», с которого началась история Издательского Дома, исполняется 15 лет.

Сегодня издание по праву считается одним из наиболее популярных и востребованных информационно-аналитических журналов для специалистов мясоперерабатывающей отрасли. А начиналось все как корпоративный проект.

Увидевший свет в 2001 году, журнал «Сфера» был задуман в качестве альтернативы немногочисленным российским изданиям в мясоперерабатывающей отрасли. Новаторская идея – сделать отраслевое издание интересным не только специалистам производства, но в первую очередь руководителям и владельцам бизнеса – была благосклонно воспринята сообществом. Новости «с полей» и главные события рынка, интервью с первыми лицами и аналитические обзоры, публикации ведущих экспертов и обсуждение острых тем в формате заочных «круглых столов» дали уникальную возможность взглянуть на отрасль, как на единое целое.

Журнал был ориентирован на руководителей российских мясоперерабатывающих предприятий, ведущих менеджеров, менеджеров по маркетингу, главных технологов, но за 15 лет существования аудитория разрослась до преподавателей и студентов институтов, университетов, зарубежных специалистов, желающих работать на рынках России и стран бывшего СНГ.

По просьбам иностранных читателей в каждом номере «Мясной СФЕРЫ» стали публиковаться актуальные исследования на английском языке.

Появились новые эксклюзивные рубрики: «Экспаты» – о специалистах, работающих за рубежом, затем «Женские правила» – интервью с женщинами-руководителями в пищевой промышленности, «В полях» – с профессиональными секретами от лучшего специалиста по продажам. Немного позже этот ряд дополнила рубрика «Собственники», к участию в которой приглашаются владельцы бизнеса, принимающие активное участие в его развитии.

В разное время героями рубрик стали: Гернот Кламмер, генеральный ди-

ректор ООО «Вектор» и хозяйства «Галловей Кострома»; Маркус Винклер, владелец компании Wiberg; Наталия Макарова, директор по животноводству холдинга «АгриВолга» (ГК «Агранта»); Томас Хандтманн, президент Handtmann; Штефан Леманн, коммерческий директор Handtmann; Любовь Бушуева, руководитель отдела маркетинга ТД «Петелино» (ГК «Черкизово»); Роберт Шаллер, CEO компании Schaller; Наринэ Багманиян, президент выставочной компании «Асти Групп»; Наталия Бойкова, заместитель генерального директора по информационной политике и социальным вопросам «Сибирской Аграрной Группы».

Кроме того, сегодня в каждом номере размещаются фоторепортаж с производства или значимого мероприятия и яркая инфографика, при создании которой дизайнерские решения никогда не повторяются.

Мы любим меняться, поэтому наши обложки тоже всегда уникальны, своеобразны и неповторимы; мы выбираем разные принципы их оформления год от года. При этом журнал сохраняет свой стиль и отличную узнаваемость. Каждый выпуск – это событие, которого ждут. Журналы лежат на столах руководителей предприятий, к ним обращаются в течение сезона, они сохраняют свою актуальность до следующего выпуска, при этом меняясь так, как того требует рынок.

Современные издания Дома – «Молочная СФЕРА», «Кондитерская СФЕРА», «Птицепром» и «Рыбная СФЕРА» – продолжают традицию «Мясной СФЕРЫ», предоставляя бизнес-информацию руководителям всех значимых пищевых производств России. А с июля 2011 года «СФЕРА» выпускает официальную газету отраслевых выставок «Экспо СФЕРА» совместно с организаторами. Благодаря проекту у посетителей ведущих деловых мероприятий есть возможность получить полную информацию не только о событии и его организаторах, но также прочитать интервью с ведущими экспертами, обзоры рынка и аналитические статьи о результатах, достигнутых отраслями за последнее время.

Мы убеждены, что руководители должны иметь свободный доступ к источникам информации, поэтому активно продвигаем электронные версии наших изданий – их можно скачать на сайте sfera.fm, многие материалы доступны онлайн. В формате PDF выложены как свежие номера, так и архивы журналов за прошлые годы.

В начале 2015 года мы запустили еще один интернет-проект – TOPSALE.TODAY, который собрал самые выгодные предложения от производителей и поставщиков продуктов и услуг для пищевой промышленности России, СНГ, Европы и Азии. Здесь посетители сайта могут приобрести необходимое оборудование, упаковку, оболочку, ингредиенты и многое другое по крайне привлекательным ценам. По праву заслужив доверие участников отрасли, мы выступаем в качестве посредника и являемся гарантом честной, прямой сделки.

Продолжая осваивать новые направления развития, в прошлом году Издательский Дом «СФЕРА» заявил о себе как об организаторе деловых мероприятий. В июне с успехом прошла международная конференция «Мировая соя – корма», в которой приняли участие более 170 человек. В ноябре состоялась еще одна международная конференция – «КОРМА.про: ингредиенты, оборудование, технологии», организованная при поддержке Комитета Государственной Думы по аграрным вопросам. Ее цель – привлечение внимания специалистов к работе отрасли в непростых условиях антироссийских санкций и общемирового кризиса. Актуальность мероприятия обусловлена открывшимися возможностями развития российского рынка кормов, которые обеспечили рост производства отечественной говядины, свинины, рыбы и мяса птицы.

И, конечно, у нас есть серьезные планы на этот год. Мы проведем 4 конференции: «Технологии и оборудование» – в марте, «Мировой рынок масличных культур» – в июне, «Генетика и Селекция» – в сентябре, а также ежегодную конференцию «КОРМА.PRO» – в ноябре. С удовольствием приглашаем всех на наши мероприятия!

Мы ищем простые решения сложных задач. В результате – экономим ваше время и деньги, позволяя направить высвободившиеся ресурсы на развитие бизнеса.

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



Тема номера

ИНВЕСТИЦИИ В СВИНОВОДСТВО



Автор:
Виктория Загоровская



Иллюстрация: Тимофей Яржомбек



Рост производства в свиноводстве стал возможен за счет инвестиций, направленных на строительство новых, реконструкцию и модернизацию существующих объектов животноводства.

В целом инвестиционный климат в АПК оценивается большинством экспертов как неблагоприятный из-за роста общеэкономических рисков, волатильности курсов валют, а также снижения доступа к финансированию и несвоевременного получения государственной поддержки.

Вместе с тем, как заявил глава Минсельхоза Александр Ткачев, агропромышленный комплекс оказался одной из немногих отраслей экономики, показывающих последние годы позитивный рост, на который сегодня инвесторы делают ставку. Несмотря на трудности, все чаще крупные производители свинины заявляют о новых проектах.

По словам генерального директора Национального союза свиноводов России Юрия Ковалева, сейчас наиболее интересны вложения в производство продукции, которой выпускается недостаточно, или в те рынки, с которых можно вытеснить неэффективных игроков. В свиноводстве около 20% объемов приходится на личные хозяйства, а значит, у промышленного сектора есть резервы роста.

Рост производства и укрупнение бизнеса

По данным Минсельхоза РФ, за 2015 год производство свиней на убой в живом весе во всех категориях хозяйств России составило 3 млн 969 тыс. т, увеличившись на 3,8% (145,9 тыс. т) относительно 2014 года, в том числе в сельскохозяйственных организациях 3 млн 097 тыс. т, что на 8,3% (237 тыс. т) больше, чем годом ранее.

Директор Департамента животноводства и племенного дела Минсельхоза России Владимир Лабинов отметил, что значительный прирост производства свиней на убой в живом весе (от 20 тыс. до 46 тыс. т) получен в Курской, Тверской, Белгородской и Псковской областях. По его словам, рост производства в свиноводстве стал возможен за счет инвестиций, направленных на строительство новых, реконструкцию и модернизацию существующих объектов животноводства.

Он также подчеркнул, что ускоренное импортозамещение – одна из главных задач подотрасли свиноводства в России, для чего необходимо ускорить дальнейший рост консолидации производства в крупных компаниях и процесс создания селекционно-генетических центров.

Согласно прогнозам **генерального директора Национального союза свиноводов России Юрия Ковалева**, до 2020 года промышленное свиноводство должно вырасти почти на 50% по сравнению с 2014-м. Общее производство, с учетом падения ЛПХ, вырастет в среднем на 25% к 2020 году. При этом топ-20 компаний внесут основной вклад в этот рост, увеличив производство практически в два раза.

Но давайте посмотрим, кто же сегодня в лидерах? В рейтинге крупнейших производителей свинины по итогам 2015 года, который составляет Национальный Союз свиноводов, первую строчку занимает АПХ «Мираторг» с показателем 384,90 тыс. т свинины на убой в живом весе и долей в общем объеме промышленного производства 12,2%. Второе место принадлежит ГК «Русагро» – 187,82 тыс. т и 6% от общероссийского производства, третье – ГК «Черкизово» с показателем 169,56 тыс. т и долей 5,4%. На четвертой позиции расположилась ГК «Агро-Белогорье» – 162,85 тыс. т и 5,2% в общем объеме.

«Сибирская Аграрная Группа» заняла пятую позицию в рейтинге: свиноводческие комплексы компании в 2015 году произвели 106,25 тыс. т, доля в общем производстве составила 3,4%.

Доля первой «двадцатки» рейтинга в производстве отечественной свинины за прошедший год составила 1 917,47 тыс. т (или 60,8%). При этом на первую пятерку лидеров приходится 32,1%. По прогнозу НСС к 2020 году доля топ-20 крупнейших производителей свинины в России увеличится до 75–80%, что отвечает мировой тенденции укрупнения бизнеса.

Обзор инвестиционных проектов

Несмотря на экономический спад в стране, крупнейшие производители свинины решили возобновить свои инвестиционные программы. Так, АПХ «Мираторг» планирует начать реализацию нового проекта по строительству свиноводческих комплексов на 4 млн голов стоимостью 100 млрд рублей в Курской области, что позволит увеличить мощности по производству свинины более чем в два раза: с 360 до 804 тыс. т в год в живом весе.

«Мираторг» – крупнейший производитель свинины в России, реализует стратегию импортозамещения, которая предусматривает последовательное увеличение поставок высококачественной

По прогнозу НСС к 2020 году доля топ-20 крупнейших производителей свинины в России увеличится до 75–80%, что отвечает мировой тенденции укрупнения бизнеса.

Ускоренное импортозамещение – одна из главных задач подотрасли свиноводства в России, для чего необходимо ускорить дальнейший рост консолидации производства в крупных компаниях и процесс создания селекционно-генетических центров.

отечественной свинины для всех сегментов рынка: от корпоративных клиентов до розничных потребителей. Компания создала одну из лучших племенных баз, применяя передовые технологии и оборудование от ведущих европейских производителей, что обеспечивает высокие показатели эффективности производства на международном уровне. В начале года холдинг закупил в Канаде более 70 голов племенных хряков породы крупной белой и ландрас генетики РС.

Всего в расширение генетической базы свиноводческого дивизиона АПХ «Мираторг» инвестировал 27 млн рублей.

Строительство свинокомплексов в Приморье общей мощностью 79 тыс. т мяса в год, которое было анонсировано компанией «Русагро» в июне прошлого года, начнется уже в 2016-м году. На данный момент завершаются работы по проектированию, а также завершён выбор поставщиков необходимого оборудования.

В течение этого года компания планирует начать возведение двух из трех запланированных свинокомплексов, а также комбикормового завода и бойни. Также сообщается, что «Русагро» удалось заключить соглашения, согласно которым строительство необходимых для свиноводческого кластера инженерных систем будет финансироваться из федеральной казны.

Кроме того, компания рассматривает возможность запуска проекта в Тамбовской области мощностью 180 тыс. т свинины в год. Общая сумма инвестиций, по оценке НСС, должна составить 40,5 млрд рублей.

ГК «Черкизово» намерена нарастить объем производства свинины со 180 до 316,6 тыс. т к 2020 году за счет проектов в Липецкой и Воронежской областях общей стоимостью почти 13 млрд рублей.

Кроме того, Группа «Черкизово» вложит в реализацию свиноводческого проекта в Пензенской области более 5,6 млрд рублей. Как сообщила ее



Юрий Ковалев,
генеральный директор
Национального союза
свиноводов России:

«До 2020 года промышленное свиноводство должно вырасти почти на 50% по сравнению с 2014-м. Общее производство, с учетом падения ЛПХ, вырастет в среднем на 25% к 2020 году. При этом топ-20 компаний внесут основной вклад в этот рост, увеличив производство практически в два раза.»

пресс-служба, соответствующий протокол о намерениях группа подписала в ноябре с руководством области.

Документ предусматривает реализацию проекта мощностью 58 тыс. т свинины в год. «Черкизово» до конца 2017 года обязуется ввести в эксплуатацию первую очередь проекта на 7 откормочных ферм мощностью 280 тыс. голов свиней в год. Общий объем инвестиций в проект превысит 5,6 млрд рублей, а налоговые отчисления в бюджет составят 389 млн рублей.

По словам председателя совета директоров «Черкизово» Игоря Бабаева, Пензенская область для группы является важнейшим производственным кластером. Группа планирует в дальнейшем инвестировать «значительные средства в новые производства» области.

Группа компаний «Агро-Белогорье» инвестирует в строительство пяти новых свинокомплексов и комбикормового завода 9,7 млрд рублей. В финансиро-

вании будут использованы собственные средства (20%) и кредитные ресурсы Сбербанка России (80%). Кредитный комитет банка в декабре одобрил выделение средств на реализацию данной инвестпрограммы. Окупаемость свиноводческих комплексов в среднем составит чуть больше 6 лет, комбикормового завода – 9 лет.

Две свиноводческие площадки разместятся в Борисовском районе, еще по одной – в Белгородском, Грайворонском и Ивнянском районах Белгородской области. Первый объект планируется сдать в эксплуатацию уже в декабре 2016 года. Остальные заработают поочередно в течение 2017 года. Выйти на производственную мощность все комплексы смогут уже в 2018 году. Их общий годовой объем производства составит почти 54 тыс. т свинины в живом весе. Это позволит нарастить мощность холдинга с нынешних 163 до 217 тыс. т.

Отметим, что по итогам 2015 года «Агро-Белогорье» отгрузило на убой свыше 1,4 млн свиней общим весом почти 163 тыс. т, объем производства сохранился на уровне рекордного показателя 2014-го. На долю холдинга приходится 22% всей выпускаемой в Белгородской области свинины, также он традиционно входит в число крупнейших промышленных производителей страны.

Среди компаний, которые должны обеспечить основной прирост производства свинины в 2017–2020 гг., – «Агропромкомплектация» с проектами общей мощностью 75 тыс. т и инвестициями в размере 15 млрд рублей, которые реализуются в настоящее время в Курской и Тверской областях.

В рамках развития свиноводческого направления на данный момент в Курской области строятся комплексы «Жигаевский», «Платавский», «Старогородский», «Беляевский» и «Генеральшинский». Последний будет также выполнять функции племенной фермы. Их введут в эксплуатацию поочередно в 2016 году.

Строительство свинокомплексов в Приморье общей мощностью 79 тыс. т мяса в год, которое было анонсировано компанией «Русагро» в июне прошлого года, начнется уже в 2016-м году.

«Мираторг» – крупнейший производитель свинины в России, реализует стратегию импортозамещения, которая предусматривает последовательное увеличение поставок высококачественной отечественной свинины для всех сегментов рынка: от корпоративных клиентов до розничных потребителей.

Компании, обеспечивающие основной прирост производства свинины в 2017–2020 гг. (живой вес тыс. т в год)

№ п/п	Холдинг	Действующие мощности по производству свинины в 2014–2015 гг.	Регион реализации нового проекта	Стадия реализации проекта*	Прирост производства в период 2017–2020 гг.		Сумма инвестиций (млрд руб.)	Мощности по производству свинины в 2020 г.
					В регионах	Суммарный		
1	АПХ «МИРАТОРГ»	360	Курская область	I	444	444	100	804
2	ГК «РУСАГРО»	200	Тамбовская область	III	180	259	40,5	459
			Приморский край	реализуется	79			
3	ГК «ЧЕРКИЗОВО»	180	Липецкая область	III	105,1	136,6	12,98	316,6
			Воронежская область	реализуется	31,5			
4	ООО «ГК Агро-Белогорье»	160	Белгородская область	I	55	55	11,16	215
5	ООО «АГРОПРОМ-КОМПЛЕКАЦИЯ»	87	Курская область	реализуется	62,5	75	15	162
			Тверская область	реализуется	12,5			
6	СИБИРСКАЯ АГРАРНАЯ ГРУППА	79	Красноярский край	окончен	25	64	18,9	143
			Республика Бурятия	I	14			
			Тюменская область	III	25			
			Томская область	III	Реконструкция			
7	ГК «АГРОЭКО»	70	Воронежская область	реализуется	92	139	27	209
			Тульская область	I	47			
8	ООО «КАМСКИЙ БЕКОН»	50	Республика Татарстан	III	50	50	7,4	100
ИТОГО		1186				1222,6	232,94	2408,6

* Стадии реализации проекта:

I – в процессе подготовки;

II – представлен на Комиссию МСХ РФ (по ПП №1460);

III – утверждены на Комиссии МСХ РФ (по ПП №1460);

IV – утверждены на Комиссии МЭР (по ПП №1044)

Источник: Национальный союз свиноводов РФ

С учетом новых свиноводческих комплексов Группы, которые будут введены в эксплуатацию в Курской и Тверской областях, «АгроПромкомплектация» войдет в топ-5 ведущих производителей России, где сейчас занимает 6-е место.

Агрохолдинг «Сибирская аграрная группа», в прошлом году реализовавший крупный проект на 25 тыс. т в Красноярском крае, решил возобновить строительство комплекса мощностью 25 тыс. т свинины в живом весе в год в Тюмени, приостановленный в мае 2014-го.

Свинокомплекс «Тюменский» в Нижнетавдинском районе станет крупней-

шим в Европе после завершения строительных работ и сможет производить 24,5 тыс. т свинины ежегодно. Инвестпроект реализуется при поддержке правительства Тюменской области. В его рамках более 6,4 млрд рублей будет направлено на строительство репродукторов и откормочной площадки свинокомплекса, работы начнутся в 2016 году.

«В регионе продолжается активный поиск инвесторов, готовых при поддержке региональных властей вложить средства в развитие животноводства, строительство и модернизацию ферм для выращивания крупного рогатого скота молочных и мясных пород, а также предприятий по переработке мяса и молока», – прокомментировал **заместитель директора областного департамента инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Андрей Саносян.**

Кроме того, «Сибирская аграрная группа» вложит 4 млрд рублей в модернизацию крупнейшего сибирского свинокомплекса «Томский» в 2015–2017 гг. Холдинг планирует установить новое современное оборудование, провести санацию всех помещений, а также увеличить места для выращивания поголовья. В ходе модернизации в 2017 году будет завезено новое высокопродуктивное поголовье, выведенное на свинокомплексе «Восточно-Сибирский» (Бурятия).

В итоге холдинг рассчитывает практически на треть увеличить объем производства свиней в живом весе за счет увеличения среднесуточного привеса, многоплодия, а также сокращения сроков содержания животных с 210 до 180 дней. При достижении запланированных привесов выход на проектную мощность 37 тыс. т свинины в год в живом весе ожидается в 2018 году.



Группа «Черкизово» вложит в реализацию свиноводческого проекта в Пензенской области более 5,6 млрд рублей. Как сообщила ее пресс-служба, соответствующий протокол о намерениях группа подписала в ноябре с руководством области.

В октябре 2015 года свердловское правительство подписало соглашение с Серовским заводом ферросплавов о строительстве свиноводческого комплекса на 250 тыс. голов. Челябинский агрохолдинг «Ариант» (входит в структуру завода) планирует вложить в проект 12 млрд рублей.

Модернизация в целом оценивается в 4 млрд рублей, из которых 2 млрд рублей – собственно реконструкция, еще 1,5 млрд рублей – операционные расходы на инвестиционной фазе: зарплата сотрудников в период реализации проекта, когда не будет выручки у предприятия, и кормление животных. Также в перспективе – строительство убойного цеха.

В областном департаменте по социально-экономическому развитию села сказали, что областная власть окажет господдержку этому проекту.

ГК «Агроэко», в настоящее время реализующая проекты в Воронежской области, планирует создать дополнительную площадку в Тульской области, доведя объемы производства свинины с 70 до 209 тыс. т. и вложив в развитие данного направления 27 млрд рублей.

В проекты на территории Воронежской области Группа компаний «Агроэко» инвестировала 12 млрд рублей. После выхода этих объектов на полную мощность она планирует произвести 82 тыс. т свинины в 2016 году, сообщил **председатель совета директоров «Агроэко» Владимир Маслов** на встрече с губернатором Воронежской области Алексеем Гордеевым в январе. В 2015 году предприятия группы компаний произвели 55 тыс. т мяса.

«Агроэко» реализует проекты в семи районах Воронежской области. На шести площадках параллельно с производством ведется строительство. Реализация третьей очереди позволит выйти на 136 тыс. т свинины в год.

Несмотря на сложную экономическую ситуацию, сворачивать строительство компания не намерена, заявил Владимир Маслов. Председатель совета директоров «Агроэко» попросил главу региона о субсидиях из областного бюджета, чтобы гарантированно решить задачи, которые ставит группа компаний. Алексей Гордеев поручил заместителю председателя правительства области Виктору Логвинову

проанализировать ситуацию и подсчитать, как и в каком объеме регион может финансово поддержать инвестора. Средства из федеральной казны на эти цели также необходимо учесть, отметил губернатор.

Еще один проект «Агроэко», который требует серьезных вложений, – строительство завода по убою и мясопереработке стоимостью около 10 млрд рублей. Стороны договорились совместно искать пути решения вопроса, чтобы избежать замораживания строительства и продолжить работу на площадке.

Также о своих намерениях по наращиванию существующих мощностей в секторе свиноводства заявил «Камский бекон». Проект в Республике Татарстан потребует инвестиций в размере 7,4 млрд рублей и позволит увеличить производство свинины вдвое, до 100 тыс. т.

«Башкирская мясная компания» (проект фонда AVG Capital Partners) приступает к реализации второй очереди свиноводческого проекта, включающей возведение четырех комплексов общей мощностью 28 тыс. т свинины в живом весе в год. С учетом действующих площадок объем производства составит 70 тыс. т в год. Старт стройки намечен на второй квартал 2016 года. Объем инвестиций оценивается более чем в 13 млрд рублей.

Если Китай начнет импортировать российское мясо, то с учетом локаций перспективно выглядит объявленный в 2015 году проект группы «Продой». Холдинг до 2020 года намерен инвестировать более 13 млрд рублей в развитие своего «Омского бекона». Предусматриваются модернизация предприятия и возведение 10 свинокомплексов, что позволит увеличить выпуск свинины в 1,5 раза до 71,5 тыс. т в год.

До 2020 года общий объем инвестиций омской группы «Синергия» в модернизацию «Пермского свинокомплекса» составит 8 млрд рублей, из них 4 млрд рублей будет выделено на техни-

ческое переоборудование предприятия. Холдинг начнет проводить модернизацию в этом году. В планах инвестора увеличение производства свинины с 18–22 тыс. т до 32 тыс. т в год, а также создание новых направлений по выращиванию 15 тыс. т индейки и 5 тыс. т мяса бройлера. Также в перспективе «Пермский» должен увеличить объемы переработки и в ближайшие полгода полностью уйти от реализации живых свиней и мяса на кости.

Отметим, что «Синергия» получила принадлежащий Минсельхозпроду Пермского края свинокомплекс в аренду год назад, а этой осенью продлила ее на 49 лет. Владелец группы – бизнесмен и депутат законодательного собрания Омской области Сергей Головачев, в состав компании входит агрохолдинг «Ударный». «Синергия» выкупила долги «Пермского свинокомплекса» у кипрского офшора Kalkfeld Holdings Ltd, выплатив 50 млн рублей, в течение двух лет холдингу предстоит покрыть задолженность еще в 632 млн рублей.

Компания «Росагро» вложит 500 млн рублей в создание свинокомплекса в Ульяновской области. После выхода на проектную мощность там будет выращиваться более 18 тыс. голов откормочных свиней в год, что составит более 2,1 тыс. т свинины II категории ежегодного производства.

По словам **руководителя «Росагро» Юрия Дурманова**, до конца 2016 года планируется окончить строительство всех основных производственных корпусов и кормоцеха. Завершение проекта намечено на октябрь 2016 года. Ежегодная выручка от реализации животноводческой продукции после выхода на проектную мощность составит более 250 млн рублей.

Реализация проекта идет в рамках Стратегии комплексного развития сельских территорий до 2030 года, разработанной по поручению губернатора Сергея Морозова и направленной на создание максимально комфортных ус-



Свинокомплекс «Тюменский» в Нижнетавдинском районе станет крупнейшим в Европе после завершения строительных работ и сможет производить 24,5 тыс. т свинины ежегодно. Инвестпроект реализуется при поддержке правительства Тюменской области.

ГК «Агроэко», в настоящее время реализующая проекты в Воронежской области, планирует создать дополнительную площадку в Тульской области, доведя объемы производства свинины с 70 до 209 тыс. т. и вложив в развитие данного направления 27 млрд рублей.

ловий для жителей 500 сельских населенных пунктов.

Компания «РОС-Бекон» в ноябре реализовала первый этап своего инвестпроекта. В его рамках завершено строительство фермы на 1 260 продуктивных свиноматок в селе Красноборск Тереньгульского района Ульяновской области. Следующим этапом является пуск в эксплуатацию репродукторной фермы-мультипликатора на 650 свиноматок с откормочным цехом, а также создание мясоперерабатывающего предприятия с производством ежедневно 5 т полуфабрикатов. Площадка будет введена в эксплуатацию в 2016 году. Помимо этого, в планах компании обозначено создание двух животноводческих комплексов в Кузоватовском районе.

Якорный инвестор территории опережающего развития «Михайловский» – «Мерси Трейд» – в ноябре запустил работу нового свинокомплекса в Спасском районе Приморского края. Как рассказали в департаменте сельского хозяйства и продовольствия администрации Приморского края, компания закупила более 3 тыс. поросят для заселения в «новострой» – свинокомплекс на 83 тыс. голов в год.

Основной проект компании «Мерси Трейд» предполагает работу семи свинокомплексов производительностью до 540 тыс. голов в год.

«У нас уже успешно работает один свинокомплекс, рассчитанный на 39 тыс. голов свиней. Завершено строительство нового – на 83 тыс. голов. Это первый из шести аналогичных комплексов, которые будут построены в рамках проекта», – сообщил **координатор проекта Михаил Руденко**.

Программа строительства всех семи свинокомплексов рассчитана до 2018 года. Помимо них в программу входят предприятия по глубокой переработке мяса, новый элеватор для хранения зерна и комбикормовый завод. Полная стоимость проекта оценивается в 20,3 млрд рублей.

Агрохолдинг «Идаванг Агро» планирует построить в Лужском районе Ленинградской области комплекс по производству свинины на 98 тыс. голов, сообщил в начале 2016 года **заместитель председателя правительства Ленобласти по агропромышленному и рыбохозяйственному комплексу Сергей Яхнюк**. Кредит на инвестпроект одобрен Россельхозбанком.

В октябре 2015 года свердловское правительство подписало соглашение с Серовским заводом ферросплавов о строительстве свиноводческого комплекса на 250 тыс. голов. Челябинский агрохолдинг «Ариант» (входит в структуру завода) планирует вложить в проект 12 млрд рублей.

Производство полного цикла – от свиного комплекса до магазинов по продаже мяса – запустят к 2018 году, сообщили в пресс-службе правительства Свердловской области. При выходе комплекса на полную мощность будет выпускаться 45 тыс. т мяса в убойном весе в год, до 500 тыс. т колбасы и мясoproдуктов.

Свинокомплекс общей мощностью 70 тыс. т в год появится в Мещовском районе Калужской области. Инвестиционное соглашение между ООО «Волжская мясная компания» и правительством Калужской области подписано еще в августе 2015 года. Сейчас проект находится на стадии проектирования и оформления документации. Комплекс будет построен в два этапа. В первую очередь будет возведен селекционно-генетический центр по выращиванию племенного молодняка на 45440 мест.

Кроме селекционного центра на первом этапе будут построены и три свинокомплекса, которые будут поставлять 42 тыс. т свинины в год. Приступить к началу земельных работ планируется в I квартале 2016 года.

Во втором квартале этого года «Тульская мясная компания» начнет строительство нового свинокомплекса в области. Запуск намечен на середину

2018 года. Общее поголовье составит 420 тыс. свиней, а объем производимого мяса – 45 тыс. т ежегодно.

Объем инвестиций в проект – 11 млрд рублей. Власти Тульской области пообещали оказать поддержку в реализации проекта. Так, в ходе нее будут возмещены процентная ставка на кредит, часть затрат на создание дополнительной защиты от африканской чумы свиней и организация необходимой инфраструктуры.

Два свинокомплекса общей производительностью более 200 тыс. голов свиней в год будут введены в строй в Калининградской области в 2016 году. Их намерен открыть один из крупнейших производителей свинины в регионе – АО «Правдинское Свино Производство».

В настоящее время компания реконструирует одну свиноферму, на базе которой планируется создать племенной комплекс на 7 тыс. свиноматок в год и 28 тыс. товарных свиней на продажу.

Также в 2016 году начнется строительство фермы, где будет содержаться 6 тыс. свиноматок и производиться 180 тыс. голов свиней в год в поселке Ермаково Правдинского района. В дальнейших планах компании – строительство еще одного крупного свинокомплекса и завода по утилизации биоотходов – в дополнение к уже существующей ферме и комбикормовому заводу.

В итоге все эти проекты будут способствовать консолидации и глобализации отрасли. Доля топ-20 крупнейших производителей свинины в России, которая в 2009 году составляла 45,2%, а в этом достигла 60,8%, к 2020 году увеличится до 75–80%, что отвечает мировой тенденции укрупнения бизнеса.

Масштабирование бизнеса – это стратегический путь для национальных производителей, способный обеспечить максимальное сокращение удельных производственных и непроизводственных расходов, тем самым значительно повысив свою конкурентоспособность по себестоимости. **МС**



Расходы на госпрограмму АПК сократят

Расходы бюджета на госпрограмму развития аграрно-промышленного комплекса РФ в 2016 году могут сократиться на 9,3% (до 215,018 млрд с 237 млрд рублей). Проект соответствующего постановления правительства подготовил Минсельхоз РФ.

Проектом предлагается внести изменения в госпрограмму развития АПК до 2020 года. В предыдущей версии объем финансирования программы на текущий год был установлен на уровне 258,14 млрд рублей. Затем из-за ухудшения экономического положения России расходы федерального бюджета были пересмотрены. В действующей редакции бюджета расходы на госпрограмму развития АПК на 2016 год составляют 237 млрд рублей.

В 2016 году кабинет министров РФ в связи с падением цен на нефть принял решение об оптимизации бюджета. Министерство финансов должно было получить предложения о сокращении расходов по незащищенным статьям на 10%. Итоговые инициативы по корректировке бюджета планируются подготовить к концу первого квартала.

Согласно измененной госпрограмме госрасходы на развитие АПК в 2017 году запланированы на уровне 300,227 млрд рублей, в 2018 году – 324,028 млрд, в 2019 году – 337,775 млрд и 350,364 млрд рублей в 2020-м.

Кроме того, постановление корректирует объем финансирования программы на 2015 год, приводя его в соответствие с законом о бюджете на 2015 год. Согласно проекту расходы на госпрограмму развития АПК в 2015 году составили 231,225 млрд рублей. Таким образом, в 2016 году бюджетное финансирование АПК может снизиться на 7% по сравнению с предыдущим годом.

Средства на развитие животноводства планируются снизить на 10,3% (до 34,311 млрд рублей). Запланированный объем бюджетных расходов в 2017 году – 39,785 млрд рублей, в 2018-м – 37,932 млрд, в 2019-м – 35,158 млрд, в 2020-м – 330,668 млрд рублей. На мясное скотоводство в текущем году может быть направлено 8,708 млрд рублей (на 6,8% меньше запланированных), в 2017 году – 10,788 млрд рублей, в 2018 году – 11,65 млрд, в 2019 году – 12,567 млрд, в 2020 году – 13,607 млрд.

Поддержка малых форм хозяйствования в текущем году может быть сокращена на 23,3% (до 10,684 млрд рублей), финансирование технической и технологической модернизации – на 13,9% (до 1,776 млрд). Федеральная целевая программа по устойчивому развитию сельских территорий получит на 9,9% меньше – 14,383 млрд рублей, программа мелиорации – на 12,9% меньше – 7,617 млрд.

Расходы на развитие овощеводства могут снизиться на 9,4% (до 4,813 млрд рублей), на поддержку племенного дела, селекции и семеноводства – на 4,3% (до 8,163 млрд), на развитие оптово-распределительных центров и инфраструктуры системы социального питания – на 5,8% (до 4,458 млрд).

РИА Новости



Мясомолочное животноводство в приоритете

Мясомолочное животноводство входит в число основных приоритетов развития АПК, заявил **министр сельского хозяйства РФ Александр Ткачев** в ходе рабочей поездки в Воронежскую область, где провел совещание по вопросу комплексного развития проектов в агропромышленной сфере.

Александр Ткачев отметил важность создания эффективных проектов в мясном и молочном секторах АПК, как и других приоритетных направлений развития сельского хозяйства, и их значимость в вопросах импортозамещения и достижения показателей Доктрины продовольственной безопасности РФ.

«Развитие мясного и молочного животноводства входит в число основных приоритетов в развитии отечественного агропромышленного комплекса. Сегодня существует дефицит мяса говядины, молока. Мы много тратили средств на закупку этих товаров в других странах. Налаживание собственного производства по этим продуктам особенно важно. И в этой части все профильные программы, поддержанные правительством, социально значимы и политически для нас очень важны», – сказал Александр Ткачев.

Глава Воронежской области Алексей Гордеев, говоря о развитии сельского хозяйства в регионе, подчеркнул, что эта отрасль является

важной составляющей как в экономике, так и в социальной политике. «Если брать показатели по России, то мы устойчиво занимаем 5-е место как лучший аграрный регион России. Поэтому для нас очень важен приезд федерального министра, его оценка нашей работы в части крупнейшего в стране проекта – молочно-товарного комплекса СХП «Молоко Черноземья» на 5 тыс. голов дойного стада. При этом как раз министерство сегодня ставит задачу наращивания производства молока и говядины, то есть мы идем в контексте федеральной политики», – сказал губернатор.

dairynews.ru



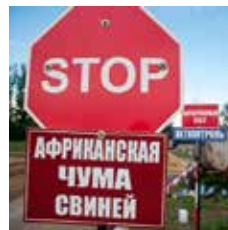
Поддержка калининградских фермеров

Министерство сельского хозяйства России завершило конкурсный отбор региональных программ по поддержке малых форм хозяйствования. Калининградская область получит федеральные средства на развитие семейных животноводческих ферм и поддержку начинающих фермеров.

Объем софинансирования в настоящее время определяется Минсельхозом страны. Как напомнил **министр сельского хозяйства области Сергей Лютаревич**, поддержка фермеров уже на протяжении нескольких лет остается одним из приоритетов регионального правительства. За последние четыре года специальные программы помогли создать и развить крестьянские хозяйства, реализовать проекты семейных животноводческих ферм около 180 фермерам, занимающимся выращиванием овощей, картофеля, ягод, зерна, производством молока, мяса, яиц, а также переработкой продукции.

В этом году на развитие фермерских хозяйств в областном бюджете предусмотрено более 20 млн рублей. Это позволит привлечь дополнительные средства из федеральной казны. «Мы рассчитываем, что с государственной помощью в регионе получат развитие новые фермерские хозяйства, которые будут производить качественную продукцию, а значит, вносить свой вклад в обеспечение продовольственной безопасности области», – добавил Сергей Лютаревич.

yaostrov.ru



В Крыму обнаружили АЧС

В Крыму зафиксирован первый случай заболевания домашних животных африканской чумой свиней. Об этом на съезде фермеров республики 28 января сообщил **первый заместитель министра сельского хозяйства РК Николай Полюшкин**.

Опасное заболевание выявлено на территории крестьянско-фермерского хозяйства «Мартин», расположенного в поселке городского типа Новоселовское Раздольненского района полуострова.

«В районах подготовлен план мероприятий по недопущению распространения этого заболевания. Определен порядок борьбы с АЧС и готовится указ главы республики и постановление совета министров «О порядке ликвидации очага заболевания африканской чумы свиней», – сообщил Полюшкин.

Согласно санитарно-эпидемиологическим нормам в радиусе 20 км от очага вируса должна быть установлена зона отчуждения, или первая угрожаемая зона. В ней крестьяне обязаны уничтожить все продукты свиноводства – как живых свиней, так и их мясо, сало и другие продукты, а также провести дезинфекцию ферм; оттуда запрещено вывозить любые сельскохозяйственные продукты.

Ранее очаги этого заболевания возникали в Рязанской, Ростовской, Орловской, Тверской и Саратовской областях РФ, Херсонской области Украины. Однако в Крыму до сих пор случаев АЧС не было.

«Российская газета»



РФ начнет поставки мяса в Иран

Красное мясо российского производства прошло ветеринарно-санитарную проверку и соответствует основным условиям импорта продукции животноводства в Иран, за-

явил директор Ветеринарной организации Ирана Мехди Халадж.

«После ряда встреч и соответствующих оценок мы заявили российской стороне, что поставки мяса будут осуществляться при полном контроле с иранской стороны и при соблюдении основных медицинских критериев, заданных Ветеринарной организацией Ирана», — цитирует слова Халаджа агентство ISNA.

По его словам, нет каких-либо медицинских препятствий для поставок российского мяса в Иран. Решение остается лишь за покупателями.

Халадж также отметил, что Иран не проводил никаких исследований в отношении производимой в России курятины, так как страна не нуждается в ее импорте. Ранее сообщалось, что Иран в ближайшее время намерен одобрить поставки птицеводческой продукции из России.

Пресс-служба агропромышленной компании «Мираторг» также заявляла, что Брянский мясоперерабатывающий комбинат начнет поставки говядины в перспективе ближайших месяцев. «Мираторг» первым из российских предприятий получил разрешение на поставки мясной продукции в Иран.

ПРАЙМ



Из России в Египет

Россия и Египет парализовали ветеринарные сертификаты на поставку мяса птицы и говядины, сообщил замначальника управления инспекционной работы в рамках международного сотрудничества ВТО в сфере ветеринарии Россельхознадзора Артем Даушев.

«В феврале–марте будут проведены инспекции, и после инспекций будет принято решение о предприятиях, которые могут начать поставки мяса птицы и говядины», — сказал он в преддверии пленарного заседания российско-египетской межправкомиссии.

При этом Даушев не уточнил, когда именно могут начаться поставки, отметив, что это «коммерческий нюанс». Он

также добавил, что вопрос о поставке в Египет козлятины и баранины будет обсуждаться дополнительно в будущем.

Ранее глава минпромторга Египта Тарик Кабиля сообщил, что Египет стал больше поставлять своей плодоовощной продукции на российский рынок после введения Москвой ряда ограничительных мер против Турции. В декабре глава Минпромторга Денис Мантуров сообщал, что Египет и другие страны готовы заместить Турцию по продуктам, на поставки которых введено эмбарго с 1 января 2016 года.

«Взгляд»



Областных фермеров назвали лучшими

Ленинградская область вошла в число лучших субъектов РФ по поддержке фермерства. Таковы итоги реализации госпрограмм по грантовой поддержке начинающих фермеров и развитию семейных животноводческих ферм.

Минсельхоз назвал перспективными крестьянские хозяйства Ирины Федуловой из Лужского района и Анатолия Симилина из Кингисеппского района. Бизнес-планы развития предприятий признаны одними из лучших в стране, а их опыт рекомендован другим регионам.

Крестьянское хозяйство Ирины Федуловой из Лужского района — инновационная молочная ферма на 30 голов коров айрширской породы. Предприятие Анатолия Симилина из Кингисеппского района — современная ферма по откорму 500 голов овец.

Фермерские хозяйства, отмеченные Минсельхозом, выиграли конкурс на получение грантов на развитие семейных животноводческих ферм в 2014 году, а в 2015 году реализовали свои проекты.

Всего на территории Ленинградской области ведут хозяйственную деятельность более тысячи крестьянских фермерских хозяйств. С 2012 года реализуются программы поддержки начинающих фермеров и развития семейных животноводческих ферм.

За период 2012–2015 гг. на гранты фермерам Ленинградской области из федерального и областного бюджетов направлено 550,7 млн рублей. Грантовая поддержка оказана 143 участникам программ: 91 начинающему фермеру и 52 семейным животноводческим фермам.

В 2015 году поддержку получили 26 начинающих фермеров на сумму 44,3 млн рублей и 16 семейных животноводческих ферм — 123 млн рублей. Общая сумма поддержки фермерства составила 167,3 млн рублей, что на 30,4 млн рублей больше, чем в 2014 году.

За три последних года объем валовой продукции, произведенной фермерскими хозяйствами, увеличился практически в два раза.

Агропром



ЕС: на грани коллапса

Союз европейских сельскохозяйственных кооперативов Сора-Согеса призвал Еврокомиссию не подписывать новые соглашения о свободной торговле, заявив, что они могут оказать катастрофическое воздействие на европейский рынок говядины.

На встрече с европейскими чиновниками представители Сора-Согеса подчеркнули, что европейские фермеры страдают от низких прибылей и что положение их может усугубиться, если Еврокомиссия возобновит двусторонние переговоры о свободной торговле с Латинской Америкой.

ЕС вел переговоры со странами МЕРКОСУР (Аргентина, Бразилия, Парагвай, Уругвай и Венесуэла) о заключении торгового соглашения. Сейчас переговоры приостановлены, но, как ожидается, могут возобновиться в ближайшее время, что и вызывает беспокойство Сора-Согеса. Представители Сора-Согеса уже не раз предупреждали, что если соглашение о свободной торговле со странами МЕРКОСУР будет подписано, это приведет к коллапсу европейского говяжьего сектора и потерям в размере около 25 млрд евро.

Meatinfo



CSB-System

Отраслевое IT-решение для управления Вашим предприятием



Успех – вопрос системы

Посетите нас на выставке Молочная и Мясная индустрия! 1-4 марта 2016 Москва, МВЦ «Крокус Экспо» пав. 1, зал 3, стенд С129

Быстрее
Надежнее
Эффективнее

Ведущие предприятия мясной отрасли по всему миру успешно сотрудничают с CSB-System. Повысьте конкурентоспособность Вашего предприятия с нашим IT-решением!

Преимущества:

- оптимально настроенные процессы
- учет всех требований отрасли
- быстрая окупаемость инвестиций благодаря короткому сроку внедрения

ООО «ЦСБ-Систем»

115054 Россия, Москва ■ ул. Валовая д. 30
Тел.: +7 (495) 641-51-56
Факс: +7 (495) 641-51-56

197342 г. Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская 2, офис 423
Тел.: +7 (812) 449-42-63
Факс: +7 (812) 449-42-64

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

Автор:



Сергей Юшин,
руководитель
исполнительного комитета
Национальной мясной
ассоциации

Экспорт мяса всех видов в 2015 году увеличился на 10% по отношению к показателю 2014-го. Но пока речь идет о крайне малых объемах – около 85 тыс. т.



Иллюстрация: Тимофей Яржомбек

Экспорт продукции животноводства – лучше поздно, чем никогда

На прошедшей в октябре агропромышленной выставке «Золотая осень» международные эксперты высоко оценили экспортный потенциал России в сфере сельского хозяйства и продовольствия.

Однако задача импортозамещения – это сильно суженный подход в обеспечении устойчивого развития АПК. В XX веке успеха добились те страны, которые не столько и не только ограничивали импорт для защиты внутреннего рынка, сколько развивали экспорт своей продукции.

Оценивая глобальный рынок мяса и долю, которую занимает на нем Россия, прежде всего отмечу, что производство говядины в мире растет самы-



Сатьяжит Дас,
международный
финансовый эксперт:

«Никакой интеграции уже давно нет – все возводят барьеры. Ограничения в торговле, валютные манипуляции и хищные правила игры – это сигналы к сокращению глобализации».

ми низкими темпами: +15% за 13 лет. В России производство сокращается, следовательно, растущий объем поддержки мясного скотоводства полностью обоснован и отвечает задачам по импортозамещению, созданию современной эффективной и конкурентоспособной отрасли мясного скотоводства.

Прирост производства свинины в России с 2005-го по 2015 год достиг почти 90%. Прирост общемирового производства мяса в 2005–2015 гг. был значительно меньше и составил порядка 25%. Одновременно с этим промышленное свиноводство в России выросло почти в 5 раз. Отрасль была создана с нуля.

Российские темпы прироста производства мяса птицы превышают сред-

немировые в 6 раз. По итогам 2015 года наибольший прирост также пришелся на мясо птицы.

Международные эксперты по-прежнему высоко оценивают потенциал роста российского производства мяса птицы и свинины. Особенно подчеркивается необходимость выхода



Сергей Юшин:

«Примечательно, что часть объемов свинины уже сейчас идет на внешние рынки. Некоторые части туши, например свиная корейка, у нас в избытке. Их можно экспортировать в Китай и Японию. Развитие экспортных продаж позволит отрасли сохранить динамику роста».

российских производителей на внешние рынки, но для этого нужны скоординированная работа правительства по всем направлениям и кардинальное улучшение ситуации с болезнями животных.

Динамика импорта основных видов мяса, включая субпродукты, остается отрицательной. В 2014 году ввоз в Россию всех видов мяса упал на 30% (до 1,68 млн т), а в 2015-м сокращение стало еще более заметным – 34% (1,11 млн т).

Больше всего сократился импорт мяса птицы – на 40–45% (до 250 тыс. т). Это 5% в общей емкости рынка мяса птицы в РФ, включая импорт из соседней Беларуси. Импорт свинины в 2015 году снизился до 350 тыс. т, что составило всего 10% в общей емкости рынка. До 530 тыс. т уменьшились поставки говядины и субпродуктов. Импорт говядины падает, хотя доля в общей емкости все равно остается высокой – 625 тыс. т (или 28% в общем объеме рынка говядины).

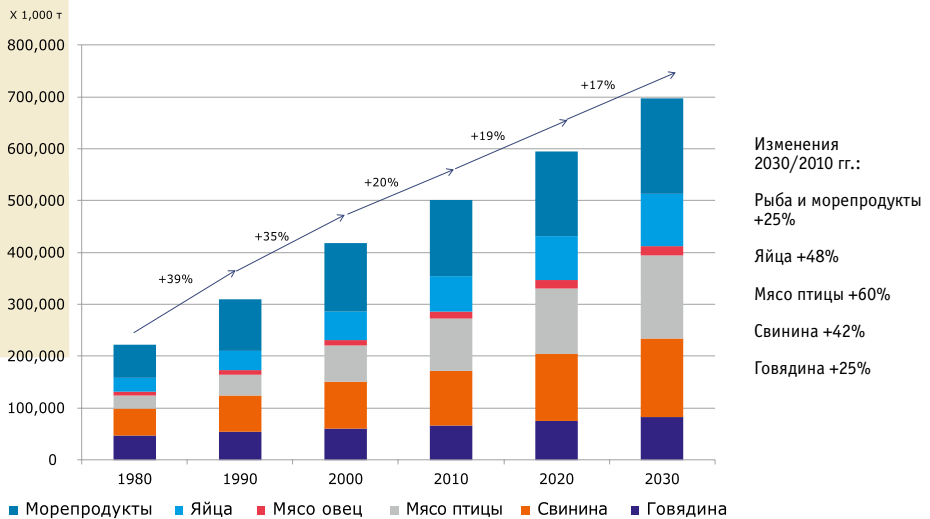
В целом импорт по-прежнему остается достаточно высоким, потому что динамика потребления мяса и мясопродуктов в России существенно превышает общемировую тенденцию. До

Прогноз роста производства мирового рынка мяса в 2012–2020 гг.

Уровень роста	Говядина	Свинина	Мясо птицы	Баранина
>5%			Украина, Россия, Индия	
3–5%	Африка южнее Сахары, Пакистан	Россия	Бразилия, Канада, Африка южнее Сахары, Китай, Турция, ЮАР, Малайзия	Африка южнее Сахары
1–3%	Россия, Бразилия, Китай, Индия, Мексика	Китай, США, Бразилия, Корея	Мексика, Аргентина, Индонезия	Китай
0–1%	США, Аргентина Австралия, Канада	ЕС, Канада, Мексика	США, ЕС, Япония	
<0%	ЕС	Япония		

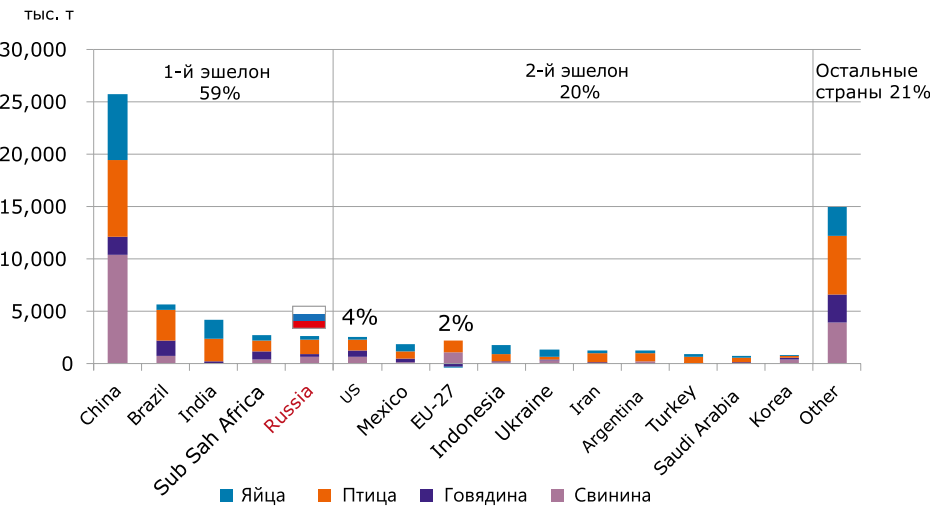
Источник: Rabobank

Динамика мирового спроса на продукцию животного происхождения



Источник: Rabobank, FAOSTAT, ОЭСР

Прогнозируемые темпы прироста ключевых национальных рынков мяса 2010–2020 гг.



Источник: Rabobank

2012 года включительно импорт свинины и говядины практически не снижался. Это связано с тем, что в мире потребление за последние 14 лет выросло на 38%, в то время как в РФ – на 73%. При этом если в 2005 году население России в среднем потребляло порядка 59 кг мяса на душу населения (включая субпродукты), то в 2014-м показатель достиг 75 кг. Это выше среднемирового значения (50 кг на человека), но ниже среднегодового потребления в развитых странах (80–120 кг на человека).

Сейчас в связи с ухудшением экономической ситуации и снижением покупательной способности населения потребление в России несколько снизилось. Но очевидно, что после преодоления кризиса оно не только восстановится, но и продолжит свой рост. Поэтому вопрос не столько в импортозамещении, сколько в удовлетворении растущего внутреннего спроса.

Если в 2014 году, по оценке НМА, в структуре потребления основных видов мяса в России 44% занимала птица, 33% – свинина и 23% – говядина, то в 2015-м птице принадлежит 45%, свинине – 34%, а говядине – 21%.

Может ли Россия удвоить производство мяса? Да, может! Этому способствуют богатые земельные и водные ресурсы, климат, конкурентоспособная стоимость рабочей силы, инвестиционные ресурсы, накопленный опыт реализации сложных проектов, а также таможенно-тарифное регулирование рынка и государственная поддержка.

Может ли Россия удвоить производство мяса или хотя бы увеличить его на 50%? Нет, без экспорта не может, чему есть ряд причин: ограниченные возможности по замещению импорта (не более 500 тыс. т), ограниченный потенциал роста потребления (не более 1 млн т при условии роста экономики), риск перепроизводства и ассортиментного дисбаланса, установление цены на рынке ниже себестоимости.

По прогнозам Rabobank, мировой спрос на продукты животного происхождения продолжит увеличиваться: к 2030 году рост составит более 45%. При этом спрос на птицу в 2030 году по сравнению с 2010-м вырастет на 60%, свинину – на 42%, говядину – на 25%.

Мировая торговля мясом с 1995-го по 2014 год демонстрирует устойчивый рост. При этом среднегодовые темпы прироста экспорта свинины в этот период составили 2,5%, говядины – 5%, мяса птицы – 5,9%, а объем мировой

Первоочередные задачи для развития экспортного потенциала (по линии нормативно-правового регулирования):

1. Разработать национальные и региональные программы по предупреждению распространения и ликвидации особо опасных болезней животных и антропоозонозов.
2. Обеспечить федеральное финансирование государственного федерального и региональных мониторингов эпизоотической обстановки и безопасности пищевой продукции животного происхождения.
3. НПА для проведения регионализации и компартиментализации.
4. Определить РСХН в качестве уполномоченного органа по проверке предприятий и ведению единого реестра.
5. Определить порядок создания федерального реестра объектов, поднадзорных государственной ветеринарной службе.
6. Гармонизация ветеринарного законодательства: санитарных норм и правил.

В сентябре 2009 года было выпущено постановление №761, обязывающее гармонизировать российские нормы с международными:

1. Таможенный союз России, Казахстана и Беларуси
2. WTO
3. World Health Organization
4. The World Organisation for Animal Health (OIE)
5. Food and Agriculture Organization
6. The International Plant Protection Convention (IPPC)
7. The Convention on Biological Diversity
8. United Nations Environment Programme
9. Codex Alimentarius

торговли мясом увеличился почти на 25 млн т. Ввиду дальнейшего увеличения мирового спроса на мясо и роста населения на планете эта тенденция продолжится и в будущем. Поэтому российским производителям необходимо выходить на внешние рынки и использовать все возможности для разделки лакомого пирога.

Заметим, что 70% прироста спроса на основные виды мяса и яйца в период 2010–2020 гг. обеспечивается за счет азиатских стран, как, например, Китай. По данным Rabobank, прирост

производства мяса птицы произойдет повсеместно во всех странах мира, свинины – будет наблюдаться в США, России и Мексике. В целом мировое производство свинины вырастет на 0,4%, мяса птицы – на 1,1%, говядины – сократится на 1,1%.

Поведение потребителя можно прогнозировать, но точно угадать, что ему завтра понадобится, сложно, поэтому проблемы будут возникать всегда, и решать их бизнес должен самостоятельно в конкурентной борьбе. Производителям необходимо более глубоко

изучать новые тенденции, поведение потребителя, анализировать мировые, национальные и региональные статистические данные, своевременно реагируя на изменение конъюнктуры. В противном случае они обречены на постоянный ассортиментный дисбаланс (охлажденное – замороженное, в тушках – разделанная тушка, какой вес, глубина разделки, упаковка и т. д.).

В течение ближайших лет при существующих темпах прироста в России ожидается избыточное предложение грудок, которое не позволит предлагать их по более высокой цене, чтобы дать возможность продавать другие части (окорочка) на 15–20% дешевле сегодняшних.

Таким образом, экспорт – главная задача и необходимое условие дальнейшего роста производства. Иначе кризис перепроизводства отдельных частей тушек неотвратим.

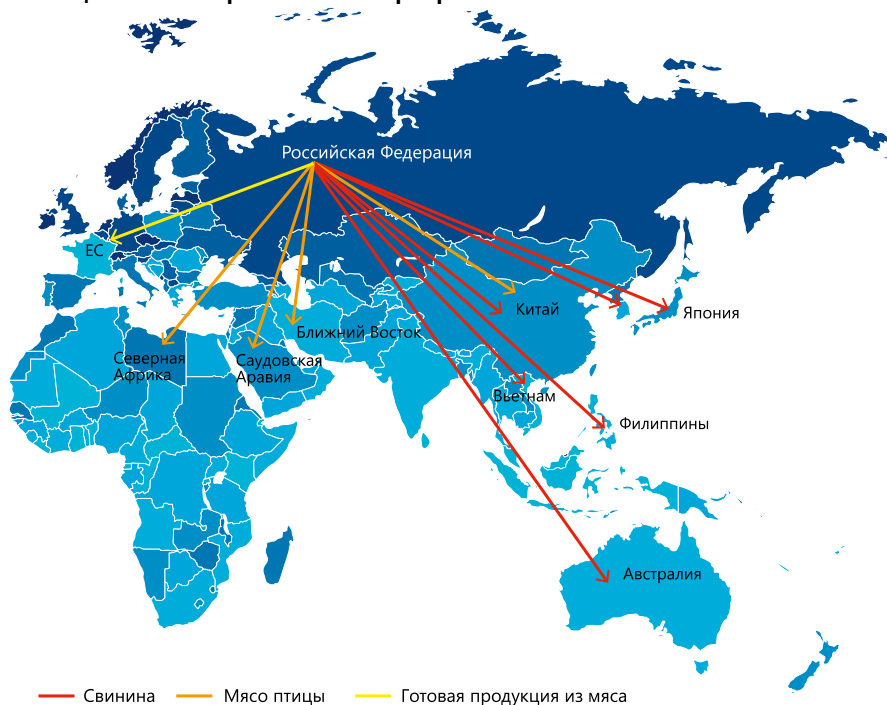
Впервые всерьез мы подняли вопрос об экспорте мяса в далеком 2009 году на совещании с Владимиром Путиным в Белгородской области, и тогдашний премьер нас поддержал. Практически ни одно совещание самого высокого уровня не обходило стороной вопросы экспорта. За пять лет было дано восемь поручений высшими руководителями страны, но прогресса по части открытия рынков мяса незаметно.

Экспорт мяса всех видов в 2015 году увеличился на 10% по отношению к показателю 2014-го. Но пока речь идет о крайне малых объемах – около 85 тыс. т.

Для выхода на международные рынки необходимо привести наши стандарты в максимальное соответствие с международными требованиями. Российское правительство в целях интеграции с мировым сообществом принимает меры для гармонизации ветеринарного законодательства, а также санитарных правил и норм с требованиями международных соглашений.

Экономисты любят давать советы правительствам развивающихся стран: посмотрите на ЕС и США, делайте, как они: не вмешивайтесь в торговлю, не ограничивайте движение капитала, откройте границы. Россия прислушалась – вступила в ВТО и сняла ограничения в торговле. Но никаких выгод от этого получить не удалось. Россия опоздала. Если бы она вступила в ВТО двадцать лет назад, она могла бы снять сливки с глобализации, но сегодня вместо выгод получит одни убытки. Стра-

Потенциальные направления экспорта российского мяса



Сатьяжит Дас,
международный
финансовый эксперт:

«Прямое вмешательство, искусственно низкие процентные ставки и количественное смягчение – это преднамеренное манипулирование валютами».

английский государственный деятель лорд Пальмерстон, страны не имеют постоянных друзей и союзников, они имеют только постоянные интересы. После финансового кризиса эти интересы стали прямо противоположными. Теперь главное – самообеспечение и минимизация зависимости от внешних рынков.

Перспективными направлениями экспорта российского мяса птицы являются Китай, Ближний Восток, Саудовская Аравия и Северная Африка. Целесообразно развитие экспортных продаж свинины в Японию, Южную Корею, Китай, Филиппины, Вьетнам, Австралию. Готовая мясная продукция может поставляться в страны ЕС.

Так, в списке российских предприятий, аттестованных на поставки готовой продукции из мяса в ЕС, компания «Приосколье», «Мираторг Запад», «ФРИО-ИНВЕСТ», комбинат «Продукты питания», Гусевский консервный комбинат, КПМЗ «Дейма». Право экспортировать на европейский рынок мясо птицы получили птицефабрика «Приосколье», «Брянский бройлер», компания «Краснобор», «Перепелкин и Жоевъ». Ряд предприятий прошли аттестацию для экспорта обработанных желудков, мочевых пузырей и кишечника для оболочек. **МС**

ны потихоньку закрывают свои рынки, торговые ограничения с каждым годом растут, утверждает известный экономист Сатьяжит Дас. Скоро от глобализма останутся одни воспоминания.

Глобализация достигла своего апогея в конце XX и начале XXI вв. Активизация международной торговли и свободного движения капитала способствовала беспрецедентному росту и процветанию. Но, как тонко отметил



Автор:
Ольга Куртушина,
отдел количественных
исследований,
компания Mix Research



Одной из самых распространенных практик поведения, направленных на сокращение расходов, является покупка товаров по акции. Ее стали чаще придерживаться 35% россиян.

Акционная активность россиян: случайность, образ жизни или вынужденность?

Реальные доходы населения падают, цены растут. Результат налицо: покупательская активность снижается, россияне начинают тотально экономить, в том числе и на продуктах питания, стараясь приобретать только необходимое, что негативным образом сказывается на количестве эмоциональных покупок.

Производители и ритейлеры, так же, как и покупатели, подстраиваются под реалии рынка, модифицируя свои программы лояльности, увеличивая количество акций, размер скидок, делая предложения более интересными и заманчивыми. Возможно, именно этим объясняется некоторый бум на рынке мобильных приложений по оценке товаров, планированию покупок, напи-

санию отзывов, получению информации о скидках и другого интересного для потребителя контента и функционала. Некоторые ритейлеры создают собственные мобильные приложения для своих покупателей, тем самым упрощая им жизнь, а себе – повышая лояльность и прибыль.

Действительно ли акции вызывают такой ажиотаж среди россиян? Кто больше «падок» на скидки? Правда ли, что мобильные приложения – эффективный канал коммуникации?

Безусловно, далеко не позитивная тенденция на рынке потребительских услуг вынуждает россиян экономить, в том числе, на продуктах питания. Согласно данным всероссийского иссле-

дования, проведенного маркетинговой компанией Mix Research в октябре 2015 года, 30% опрошенных за последние 2–3 месяца стали больше экономить (см. рис. 1).

Исследование проходило среди жителей 52 городов России с населением более 100 тыс. человек в возрасте от 18 лет, ответственных за принятие решения о покупке основных продуктов питания для домохозяйства (полностью или в равной степени с другими членами семьи). Всего методом телефонного интервью было опрошено 713 человек.

При этом одной из самых распространенных практик поведения, направленных на сокращение расходов, яв-

ляется покупка товаров по акции. Ее стали чаще придерживаться 35% россиян. Так, каждый третий россиянин ищет товары по акциям в магазинах, каждый пятый пойдет специально в магазин, если знает, что там проходит в данный момент акция. Большой интерес к распродажам проявляют женщины в возрасте 55–65 лет, скорее, со средним специальным образованием. Именно эту группу знание об акции может заставить отправиться за покупкой товара по скидке, даже если до этого поход в магазин не планировался.

В качестве причины выбора магазина для приобретения основных продуктов питания для всей семьи наличие акций и распродаж называют 11% россиян; опять-таки для женщин такая стратегия выбора места покупок более свойственна, чем для мужчин. Последние, скорее, ориентированы на качество товаров, нежели на акционную цену.

Несмотря на такой активный интерес к акциям, только 13% ищут информацию о них в различных открытых источниках, 63% опрошенных узнают о распродажах непосредственно в процессе покупок уже в магазине. Иными словами, интерес есть, но на уровне, не переходящем в активное действие. Можно сказать, что есть группа «спящих» потребителей (13% опрошенных), явно ориентированных на промо, которых нужно подтолкнуть к совершению покупки посредством точечного информирования.

Как правильнее донести информацию до покупателя? В ходе опроса была выявлена следующая тенденция. Самыми замечаемыми и запоминающимися рекламными сообщениями об акциях стали те, которые были размещены на уличных баннерах, в метрополитене (46% опрошенных) и на телевидении (36%), а для старшего поколения также те, что находились в торговом зале магазина (26%). В свою очередь, желаемым каналом коммуникации респонденты назвали СМС-сообщения (23% опрошенных), далее россияне хотели бы получать информацию посредством почты: обычной – 11% и электронной – 11% (см. рис. 2).

Если говорить о смартфоне как канале коммуникации, то по данным исследования, проведенного Раурал совместно с Ipsos в октябре 2014 года, чаще всего российские покупатели используют смартфоны для сбора информации о товаре: 48% обладателей смартфонов делали это хотя бы раз за прошедшие

Рисунок 1. В последние 2–3 месяца вы (ваша семья) стали экономить на продуктах питания относительно предыдущего периода
(в разбивке по полу, % от всех опрошенных)

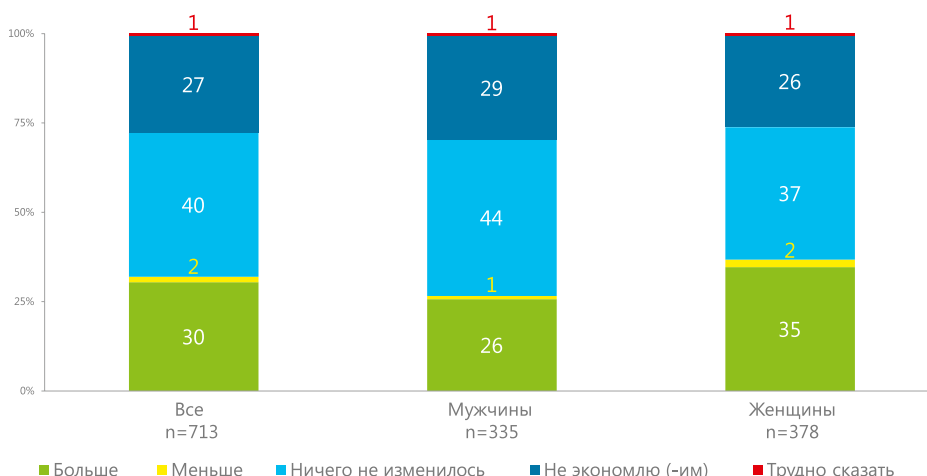
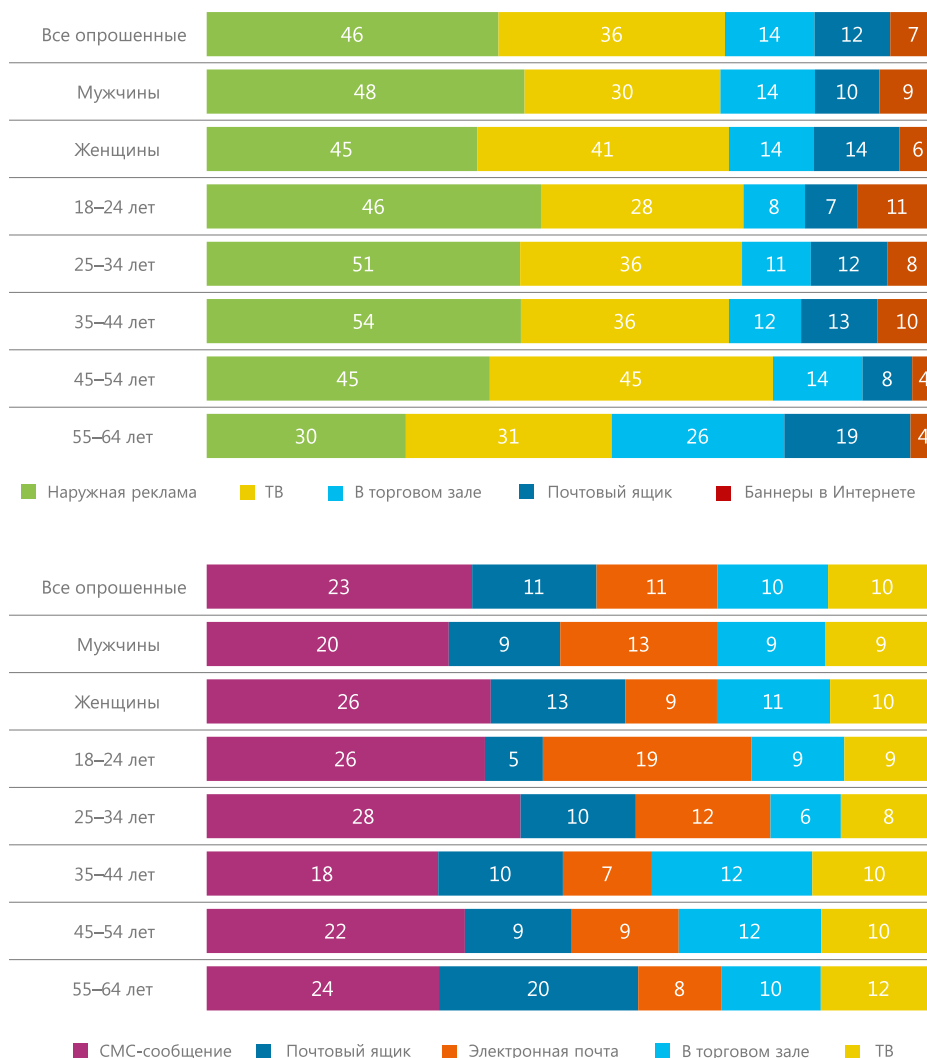


Рисунок 2. Каналы коммуникации: реальные и желаемые
% от общего числа опрошенных



12 месяцев. Еще 32% – с целью познакомиться с отзывами, 25% владельцев умных телефонов – для сравнения цен на выбранный товар в Интернете, находясь при этом в торговом зале магазина.

Здесь важно обратить внимание: мнение о том, что смартфонами пользуется только обеспеченная молодежь из крупных городов страны, неактуально. Согласно данным на середину августа 2015 года, полученным в ходе исследования на предмет определения доли пользователей смартфонов среди жителей городов России с населением более 100 тыс. человек в возрасте от 16 лет, это устройство есть у каждого второго россиянина в возрасте от 16 лет. Причем 46,9% имеют смартфоны, у 51,4% есть обычные мобильные телефоны и 1,7% опрошенных сказали, что не имеют мобильного телефона. Ко всему прочему, более 24% владельцев – это жители России в возрасте от 45 лет (см. рис. 3).

Опрос проводился методом телефонного интервью по случайно сгенерированной базе номеров АТС каждого города, с соблюдением требований к репрезентативности (объем выборки – 510 человек), в 52 городах России с учетом размера города и федерального округа, размера половозрастных групп.

Что касается мобильных приложений, то ими пользуются 79% из 47% владеющих смартфонами. Здесь пока преобладает молодая аудитория: 26% – это люди в возрасте 16–24 лет и 36% – люди в возрасте 25–34 лет. Стоит заметить, что есть и представители старших возрастных групп: 19% владельцев смартфонов старше 45 лет используют приложения на своем аппарате (см. рис. 4).

Интересно также то, что 23% опрошенных россиян хотели бы получать бонусы через мобильное приложение и могут его установить, если потребуется. Иными словами, покупатели готовы и хотят получать информацию посредством своих телефонов и смартфонов. Задача ритейлера сделать это максимально удобно и ненавязчиво.

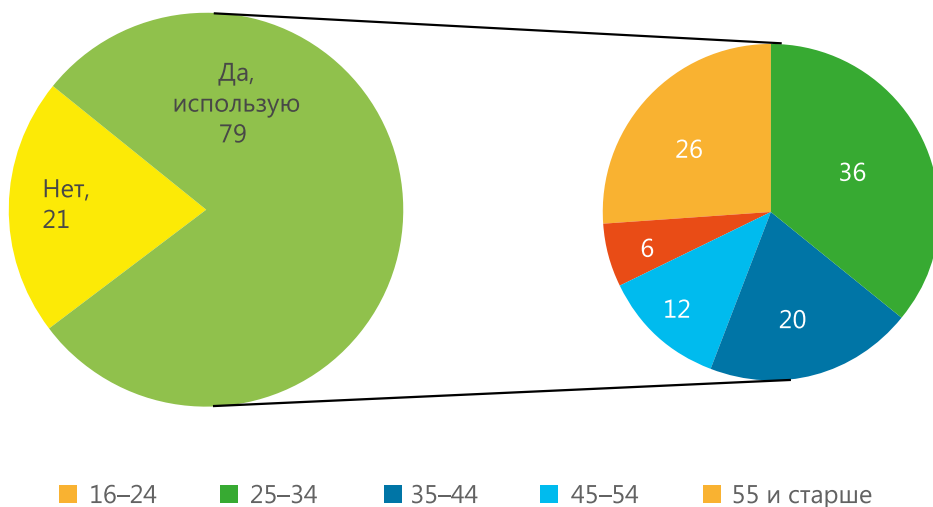
Результатом тотального роста цен на товары повседневного спроса стали снижение покупательской активности россиян, вынужденная экономия, в том числе на продуктах питания, отсутствие эмоциональных покупок, поэтому они все чаще обращают внимание на акции и заинтересованы в получении актуальной информации о скидках, проходящих в магазинах, где обычно совершают покупки. **МС**

Рисунок 3. Вся Россия (города с населением более 100 000 человек) и пользователи смартфонов в разрезе возрастных групп % от общего числа



Что касается мобильных приложений, то ими пользуются 79% из 47% владеющих смартфонами. Здесь пока преобладает молодая аудитория: 26% – это люди в возрасте 16–24 лет и 36% – люди в возрасте 25–34 лет.

Рисунок 4. Использование приложений на смартфоне в разбивке по возрасту % от общего числа пользователей смартфонов



Интересно также то, что 23% опрошенных россиян хотели бы получать бонусы через мобильное приложение и могут его установить, если потребуется. Иными словами, покупатели готовы и хотят получать информацию посредством своих телефонов и смартфонов. Задача ритейлера сделать это максимально удобно и ненавязчиво.

www.TOPSALE.TODAY

мясная

молочная

хлебная

кондитерская

птицепром

рыбная сфера

1.

Выбери купон с акцией, получи спецпредложение

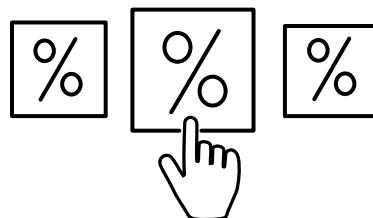
-10%

-30%

-50%

-70%

распродажи. скидки. акции.



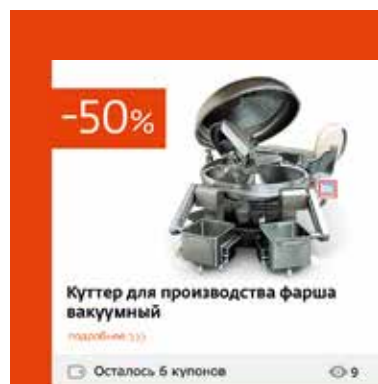
2.

Свяжись с продавцом, получи подробную информацию



3.

Заключи выгодную сделку





По оценкам экспертов, в 2015–2016 гг. продолжится рост цен на товары, при этом доходы покупателей будут сокращаться, что может привести к агфляции.



Автор: **Анна Синявская**,
ведущий аналитик РБК.
Исследования рынков, эксперт
в области исследований ритейла

Author: **Anna Sinyavskaya**,
leading analyst of RBC
Market intelligence, retail
research expert

E-mail: asinyavskaya@rbc.ru,
asinyavskaya@yandex.ru
Телефон: +7 (929) 917-94-50

FMCG-ритейл: итоги 2015 года и перспективы на 2016–2017 гг.

FMCG retail: results of 2015 and prospects for 2016–2017

В 2015 году были заложены тенденции, определяющие развитие продовольственной розницы в среднесрочной перспективе.

Очевидно, что доходы покупателей снижаются, и процесс этот продолжится в ближайшие пару лет. На рынке труда наблюдается дефицит вакан-

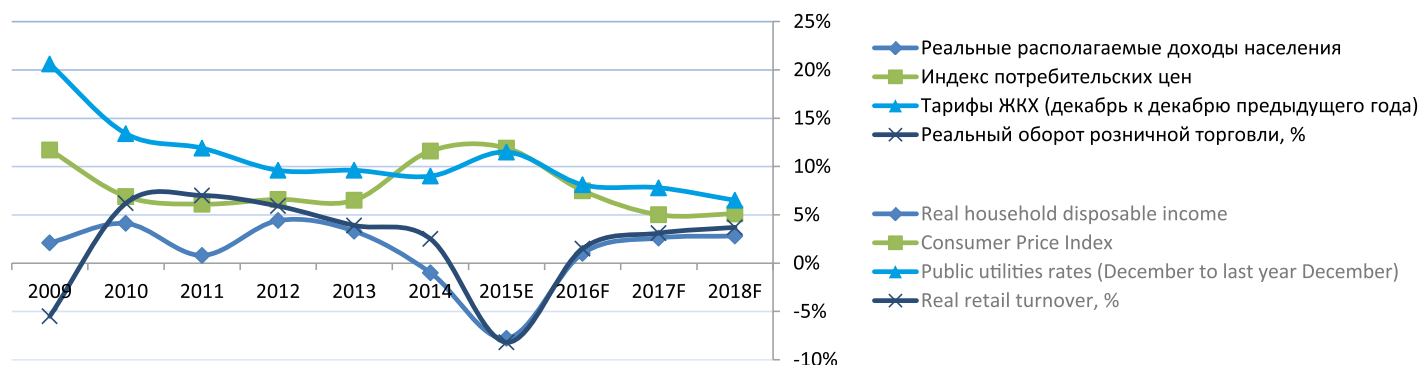
In 2015, trends were set up that determine development of food retail in the medium term.

It is obvious that income of buyers is decreasing, and this process will not end in the next two years. The labor market shows vacancy deficit and excess of supply, the compensation level in many spheres

Experts estimate that in 2015–2016 prices for goods will continue to grow, at that income of buyers will decrease, which may lead to agflation.

Динамика основных макроэкономических показателей для сектора розничной торговли, %, 2009–2015 гг., прогноз на 2016–2018 гг.

Dynamics of main macroeconomic performance indicators for retail sector, %, 2009–2015, forecast for 2016–2018



Источник: Росстат РФ, МЭР РФ, оценка РБК.research

Source: FSSS, Ministry of Economic Development and Trade of the Russian Federation, appraisal of RBC.research

сий и избыток предложения, уровень компенсаций во многих отраслях уже сократился к началу 2016 года. Все это говорит о начале нового кризиса, ключевая особенность которого в том, что он будет затяжным, и быстрого отскока, как это было в 2010–2011 гг., ожидать не приходится. К этому добавляются такие факторы, как рост стоимости заемных средств и последствия продовольственного эмбарго.

Сценарии развития сетевой продовольственной торговли

Совокупность перечисленных факторов вынуждает представителей ритейла менять стратегию развития на ближайшие годы. Отметим, однако, что сетевой FMCG-ритейл чувствует себя намного лучше, чем несетевой, что обусловлено преимуществами бизнес-моделей торговых сетей и повысившейся за последние годы лояльностью покупателей.

Современный сетевой ритейл постепенно становится рынком покупателя, а не продавца, как это было в экономически благополучные годы. Ценовая конкуренция вновь становится наиболее актуальной формой конкуренции между FMCG-сетями. С точки зрения ценовой стратегии российские сети будут использовать элементы стратегии H/L P (High/Low Price), предполагающей смешанный подход при ценообразовании. В этом случае поддерживаются низкие цены на определенные группы товаров, при этом остальные продаются с более высокой торговой наценкой.

Ресурс сбережений россиян, который поддерживал розничную торговлю долгое время, к 2014 году практически исчерпался, а в 2015 году ситуация усугубилась. При этом слабый прирост доходов на фоне роста закрединтованности населения не дает оснований ожидать улучшения ситуации в секторе розничной торговли без усилий ритейлеров и сокращения их маржи. Наблюдается рост выручки торговых сетей, однако показатели валовой и чистой прибыли

has already gone down by the start of 2016. All of that points to the fact that a new crisis began, and its key feature that it will be lingering. One should not wait for a quick rebound as it was in 2010–2011. There also such factors as cost of borrowing increase and results of the food embargo.

Scenarios for food chain retailing development

Combination of the listed factors forces retail representatives to change their development strategy for coming years. It should be noted that the chaining FMCG retail feels much better than non-chaining, which is due to advantages of business models for trade chains and customer retention that increased over the last years.

The modern chaining retail is gradually becoming a market for the buyer, not the seller, as it was in years of economic prosperity. Price competition is becoming the most essential form of contest between FMCG chains again. From the viewpoint of price strategy, Russian chains will use elements of the H/L P (High/Low Price) strategy that assumes a mixed approach to pricing. In this case, they support low prices for certain commodity groups, at that others are sold with a higher trade markup.

Savings resource of Russian people that supported the retail for a long time, had been almost depleted by 2014, and in 2015 situation worsened. At that, low increase of income against the background of household debt load increase gives no ground to wait for the situation improvement in the retail sector without efforts of retailers and their margin reduction. We observe an increase of trade chains revenue, but figures of gross and net profit are decreasing, as the primecost of goods and transport costs is growing. Experts estimate that in 2015–2016 prices for goods will continue to grow, at that income of buyers will decrease, which may lead to agflation.

Современный сетевой ритейл постепенно становится рынком покупателя, а не продавца, как это было в экономически благополучные годы.

The modern chaining retail is gradually becoming a market for the buyer, not the seller, as it was in years of economic prosperity.

снижаются, поскольку растет себестоимость товаров и транспортных расходов. По оценкам экспертов, в 2015–2016 гг. продолжится рост цен на товары, при этом доходы покупателей будут сокращаться, что может привести к инфляции.

По оценке RBC.research, возможны два сценария развития рынка сетевой продовольственной торговли (FMCG), которые подготовлены на базе прогнозов МЭР РФ, прогнозов и итогов января–июля 2015 года по выручке торговых сетей и открытию новых объектов, а также экспертных оценок.

Первый сценарий, **консервативный**, предполагает замедление динамики сектора до 20% в 2015 году с последующим замедлением до 16% в 2016 году вследствие ухудшения экономической конъюнктуры и ухудшения геополитической ситуации. Восстановление темпов прироста до уровня 2015 года произойдет в 2017 году.

Второй сценарий, **пессимистичный**, предполагает более сильное замедление темпов сетевой продовольственной розницы в 2015 году (16%) и продолжение тенденции в 2016 году (11%). Однако восстановление динамики, согласно второму сценарию, также произойдет в 2017 году.

Реализация такого сценария вероятна в случае дальнейшего введения экономических санкций в отношении России, ухудшения политической ситуации, дальнейшего ослабления курса рубля и отсутствия доступа к западным заемным средствам.

Реальные темпы прироста сетевого продовольственного ритейла, учитывая прогноз по потребительской инфляции, составят порядка 4% в 2015 году при уровне инфляции в 15,7%. В случае реализации пессимистичного сценария реальные темпы прироста сетевой розницы будут нулевыми при уровне инфляции 15,7%.

Отметим, что разрыв между топ-10 FMCG-сетей и остальными участниками рынка в 2015 году усилился: у десятки крупнейших сетей номинальные темпы прироста в среднем находятся на уровне 20–26%, у остальных игроков – 3–5% или ниже (по предварительной оценке).

Пересмотр географии поставок, связанный с введением продовольственного эмбарго, очень сильно изменил ассортимент товаров и логистику поставок, соответственно, изменилась и товарная структура выручки. К настоящему моменту ритейлеры заменили основную массу товаров из санкционного списка, однако растущие отпускные цены стимулируют поиск новых поставщиков, расширение собственного производства, включая создание ритейлерами тепличных и фермерских хозяйств. Как и в период кризиса 2008–2009 гг., увеличивается доля товаров под собственными марками, однако отличие будет в том, что ритейлерам пришлось отказаться от сотрудничества с рядом европейских производителей.

Товары под собственной торговой маркой (СТМ)

Начиная с 2007 года направление собственных торговых марок начало развиваться, а в период

In the perception of RBC.research, there are two possible scenarios for development of the FMCG market, prepared based on the Ministry of Economic Development and Trade forecasts, forecasts and results of January–July of 2015 by trade chains revenue and new objects establishment, and also based on expert appraisals.

The first scenario, **conservative**, anticipates the sector dynamics slow-up to 20% in 2015 and further slow-up to 16% in 2016 due to deterioration of the economic conditions and degradation of the geopolitical situation. Growth rates will be recovered to the level of 2015 in 2017.

The second scenario, **pessimistic**, anticipates a heavier slow-up of rates in food retail chaining in 2015 (16%) and continuation of the trend in 2016 (11%). However, the dynamics will be recovered according to the second scenario in 2017 again.

Realization of such scenario is possible in case of further introduction of economic sanctions against Russia, deterioration of the political situation, further weakening of the exchange-value of ruble and absence of access to western borrowings.

Real rates of increase of the food retail chaining, taking into account the consumer inflation forecast, will amount to about 4% in 2015 at the level of inflation of 15.7%. If the pessimistic scenario is realized, real rates of increase for the retail chaining will be null at the level of inflation of 15.7%.

It should be pointed out, that the gap between the top 10 of FMCG chains and other market players in 2015 became wider: the ten of the biggest chains shows nominal increase rate 20–26% on the average, other players — 3–5% or lower (according to the preliminary estimate).

The revision of the supply geography, connected with the food embargo imposition, has dramatically changed the goods assortment and the supply logistics, and the commodity composition of revenue has changed accordingly. By the present moment, retailers had replaced the basic mass of goods from the sanction list, but growing factory prices stimulate to search for new suppliers and enhance the own production, including creation of greenhouse facilities and farm enterprises by retailers. Like

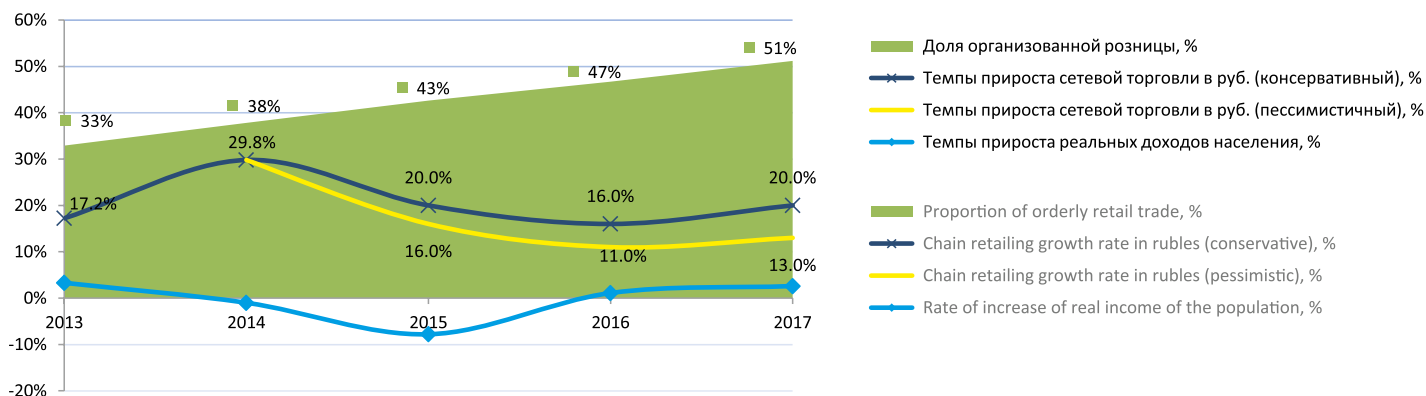
The gap between the top 10 of FMCG chains and other market players in 2015 became wider: the ten of the biggest chains shows nominal increase rate 20–26% on the average, other players – 3–5% or lower.

Реальные темпы прироста сетевого продовольственного ритейла, учитывая прогноз по потребительской инфляции, составят порядка 4% в 2015 году при уровне инфляции в 15,7%.

Real rates of increase of the food retail chaining, taking into account the consumer inflation forecast, will amount to about 4% in 2015 at the level of inflation of 15.7%.

Динамика развития FMCG-сетей в совокупном обороте розничной торговли продовольственными товарами – прогноз на 2016–2017 гг., 2015 год – оценка

Dynamics of FMCG chains development in the aggregate turnover of food retail – forecast for 2016–2017, 2015 – appraisal



При подготовке прогноза были использованы аналитические материалы МЭР РФ, Минпромторга РФ, прогнозы компаний по выручке, прогнозы экспертов рынка.

Источник: прогноз РБК.research

To prepare the forecast, we used analytical materials of the Ministry of Economic Development and Trade of the Russian Federation, the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation, revenue forecast of companies and market experts forecasts.

Source: forecast of RBC.research

кризиса стало одним из наиболее перспективных в ассортиментной политике сетей. В настоящее время товары под собственными торговыми марками присутствуют в ассортименте большинства ритейлеров, включая специализированные сети. Именно за счет товаров под СТМ ритейлеры увеличивают маржу в последние годы, когда розничные цены по многим товарным группам растут опережающими темпами.

По оценке РБК.research, в среднем доля продаж товаров под СТМ в глобальных и федеральных сетях составила 12,2% от совокупной выручки компаний в 2014 году (2013 год – 14,4%). Отметим, что многие федеральные и глобальные ритейлеры не раскрыли данных о величине доли СТМ в выручке за 2014 год.

Что касается ценовой сегментации, то с 2010 года отмечается прирост числа товаров под СТМ среднеценового и премиального сегментов. Однако введение продовольственного эмбарго изменило стратегию развития СТМ у многих сетей, поскольку ритейлеры вводили в ассортимент СТМ товары из санкционного списка и произведенные в Италии, Испании, Германии и других странах. Главным образом это были сыры, морепродукты и другие товары. В итоге компаниям пришлось исключать эти товары из ассортимента или искать российских производителей.

В среднесрочной перспективе рынок товаров под СТМ продолжит расти, что связано с заменой товаров из санкционного списка и снижающимися доходами потребителей на фоне опережающего роста цен на брендованную продукцию. По оценкам аналитиков РБК.research, в 2015 году

during the crisis of 2008–2009, the share of goods under own trademarks is increasing, but the difference is that retailers had to refuse to cooperate with a number of European manufacturers.

Goods under the house brand

Beginning from 2007, the direction of own trademarks started growing, and during the crisis began one of the most attractive in the assortment policy of chains. At the present day, there are goods under own trademarks in assortments of most retailers, including specialized chains. It is just thanks to goods under own trademarks retailers increase the margin in the recent years, when the growth of retail prices for many commodity groups shows outstripping rate up.

According to appraisal of RBC.research, the average share of sales under own trademarks in global and federal chains amounted to 12.2% of the consolidated revenues of companies in 2014 (2013: 14.4%). Notify that many federal and global retailers did not disclose their data on the share of goods under own trademarks in revenue for 2014.

As for price segmentation, from 2010 we see an increase in number of goods under own trademarks in mid-price and premium segments. However, imposition of the food embargo changed the strategy of house brand development for many chains, because retailers introduced to product assortment house brand goods from the sanction list produced in Italy, Spain, Germany and other countries. These were mainly cheese, seafood and other goods. Eventually, companies had to exclude these goods from assortment or search for Russian producers.

Разрыв между топ-10 FMCG-сетей и остальными участниками рынка в 2015 году усилился: у десяти крупнейших сетей номинальные темпы прироста в среднем находятся на уровне 20–26%, у остальных игроков – 3–5% или ниже.

сегмент продаж товаров под СТМ в торговых сетях вырос на 30–32%.

Наиболее развит сегмент товаров под СТМ в дискаунтерах и гипермаркетах, что объясняется бизнес-моделью этих торговых форматов. В супермаркетах доля товаров под СТМ меньше, однако сейчас эта тенденция меняется, и в ближайшем будущем количество товаров под СТМ в супермаркетах вырастет. Растет доля товаров под СТМ в ручке в формате магазинов шаговой доступности.

Прогноз развития форматов на период 2015–2017 гг.

В краткосрочной перспективе структура выручки сетевого ритейла, сегментированная по форматам торговли, поменяется, что связано с коррекцией потребительской модели россиян. Основная тенденция – сокращение доли крупноформатной розницы на фоне роста доли дискаунтеров и магазинов у дома за счет уменьшения среднего чека в первую очередь в крупноформатных магазинах.

Доля дискаунтеров в 2015–2016 гг. будет колебаться в пределах 34–36%, более значительное увеличение возможно в случае усиления негативных тенденций в экономике и резкого перехода к другой потребительской модели.

Усиление негативных тенденций в экономике и последовавшее за ним сжатие спроса обусловили рост популярности дисконтных форматов торговли. К ним относятся дискаунтеры, экономические супермаркеты и частично гипермаркеты. Развитие данных форматов будет происходить неравномерно, однако дискаунтеры в среднесрочной перспективе сохраняют свои позиции, постепенно увеличивая долю рынка.

Под влиянием кризиса тенденция роста различных форматов может как затормозиться, так и ускориться, однако преимущество будет у эконом-форматов со средним уровнем наценки и оптимизированным ассортиментом. На долю других форматов в краткосрочной перспективе будет приходиться порядка 7–8% оборота сетевого ритейла. Отметим, что омниканальная стратегия¹, постепенно проникающая и на рынок FMCG-ритейла, также окажет влияние на структуру форматов.

Тенденция к мультиформатной стратегии развития стала одной из ключевых на российском рынке. В условиях ухудшающейся экономики данная стратегия может стать наиболее выигрышной для развития бизнеса крупных ритейлеров, что подтверждают мнения экспертов, опрошенных РБК.research. Однако для развития мультиформатной сети необходимы более значительные ресурсы, чем для развития в одном формате, что в среднесрочной перспективе может быть проблематично.

Подводя итоги, можно перечислить ключевые тенденции, определяющие развитие сетевого FMCG-ритейла в 2016–2018 гг.:

- усиление тенденции к мультиформатности сетей за счет ввода дисконтных форматов, в том числе переформатирование или рестайлинг существующих магазинов;

In the medium term, house brand goods market will continue its growth, which is connected with replacement of sanction products and decreasing income of consumers against the outrunning growth of prices for branded goods. In the estimation of RBC.research analysts, in 2015 the segment of house brand goods in trade chains increased by 30–32%.

The segment of house brand goods is mostly developed in discount stores and hypermarkets, which can be explained by a business mode of these trade formats. Supermarkets show a smaller share of house brand goods, but now this trend is changing and in the nearest future the number of house brand goods in supermarkets will grow. The share of house brand goods in the revenue of neighborhood retailers is also increasing.

Forecast for format development for 2015–2017

In the short term, the structure of the retail chaining revenue, segmented by trade formats, will change, which is connected with the Russian consumption model adjustment. The main trend is reduction of the large-format retail share against the increase of the discount and neighborhood stores share at the expense of decrease of the average purchase size primarily in large-format stores.

The share of discounters in 2015–2016 will fluctuate between 34% and 36%, a more significant increase is possible in case of escalation of negative trends in the economy and sharp transition to different consumption model.

Escalation of negative trends in the economy followed by demand compression determined the growth of popularity of discount trade formats. These include discount stores, economic supermarkets and partly hypermarkets. Development of these formats will pass nonuniformly, but in the medium term discounters will retain their positions, gradually increasing the market share.

Under the influence of the crisis, the trend for development of different formats may both slow down or speed up, but economy formats with medium markup and improved assortment will have the advantage. Other formats in the short term will gain about 7–8% of the chaining retail turnover. It should be noted, that the omni-channel strategy¹, that is gradually entering the FMCG retail market as well, will also exert its influence on the format structure.

A trend to adopt a multi-format development strategy became of the key ones at the Russian market. In conditions of the aggravating economy, such strategy can be the most winning one to develop business for large retailers, which is proved by opinions of experts interviewed by RBC.research. However, to develop a multi-format chain, one needs a more significant resources than for a one-format enterprise, which can be a problem over the medium term.

In conclusion, we can list key trend that determine development of FMCG retail chaining in 2016–2018:

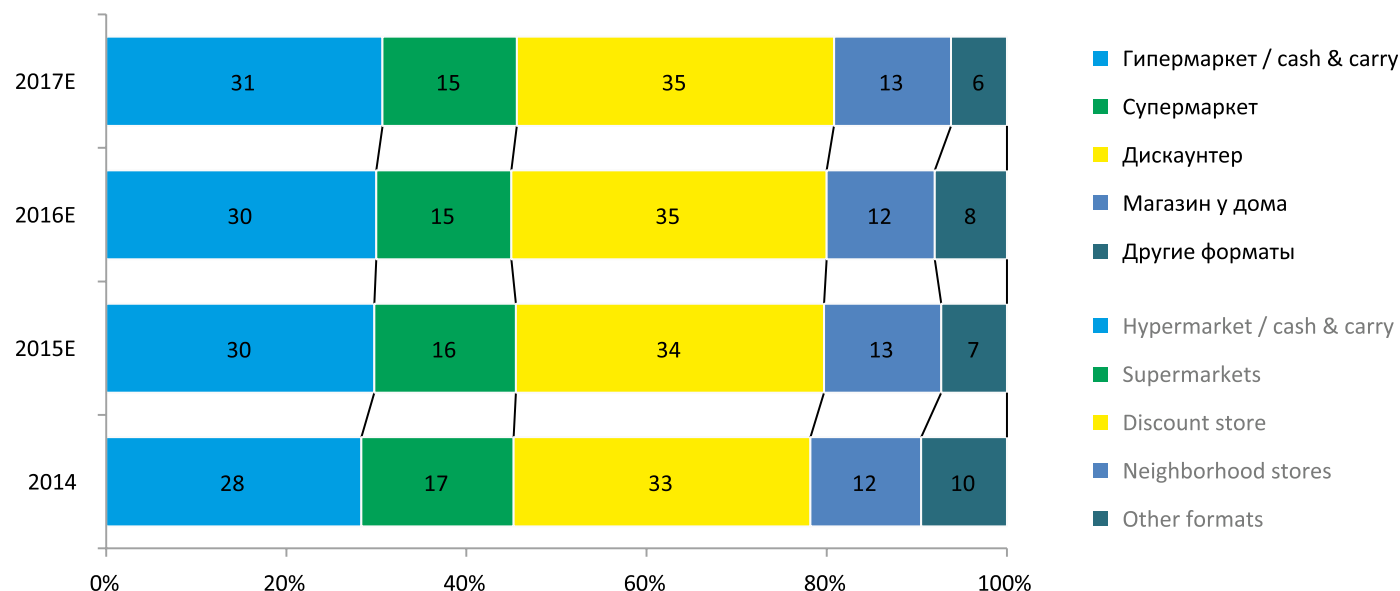
- Strengthening of trend for multi-format chains at the expense of discount format introduction, including re-formatting or re-styling of existing stores,

¹ По мнению аналитиков Бостонской консалтинговой группы, понятие омниканальность представляет собой маркетинговую стратегию продвижения, задачей которой является объединить различные каналы, такие как веб-сайты, приложения, социальные сети, электронные купоны, флеш-продажи, поп-ап магазины (или «всплывающие магазины») и прочее, в одно целое. Главной целью данной стратегии является полное отсутствие границ между ними. Клиенту не требуется переключаться на какой-либо другой канал, он может использовать все сразу – начать в онлайн- и завершить покупку в офлайн-режиме, и наоборот. Формируется комфортная бизнес-среда и для клиента, и для продавцов. Как результат – омниканальные покупатели тратят в два раза больше, чем покупатели одного канала.

¹ According to analysts of Boston Consulting Group, the concept of omni-channels is a promotion marketing strategy with a task to unite different channels, such as web sites, apps, social media, electronic coupons, flash sales, pop-up stores and others into the organic whole. The main goal of this strategy is to erase every boundary between them. Customer doesn't need to switch to any other channel, he or she can use them all at once – begin in the online and end up with purchasing in the offline mode, and vice versa. There is a comfortable business environment forming both for customers and sellers. As the result – omni-channel buyers spend twice as much as one-channel buyers.

Сегментация оборота FMCG-ритейла по торговым форматам, прогноз на 2015–2017 гг.

Turnover segmentation of FMCG retail by trade formats, forecast for 2015–2017



Источник: прогноз РБК.research / Source: forecast of RBC.research

- рост доли российских товаров в ассортименте (в среднем до 40–50%) и выручке торговых сетей, ускорение импортозамещения по ключевым товарам, развитие собственного производства (тепличные хозяйства, фермы и пр.);

- рост популярности дисконтных форматов торговли по аналогии с кризисом 2008–2009 гг.;

- сжатие потребительского спроса, переход россиян к более сдержанной потребительской модели, осторожное отношение к тратам и усиление влияния ценового фактора на выбор товара;

- изменение бизнес-моделей и стратегии развития сетей в связи с изменениями рыночной конъюнктуры и высокой стоимостью заемных средств, снижение показателей LFL;

- сокращение планов по открытию новых магазинов;

- сокращение объемов строительства распределительных центров и складов класса А и В, в том числе по системе built-to-suit, вследствие этого – возможный дефицит складских площадей в ряде регионов;

- изменение географии поставок и связанных с этим преобразований в логистике торговых сетей, масштабный передел рынка дистрибуции продовольственных товаров вследствие введения эмбарго и курса на импортозамещение;

- активизация сделок М&А в секторе продуктового ритейла, значительное усиление консолидации рынка за счет вымывания с рынка небольших и частично средних по величине выручки игроков;

- существенное усиление роли государства в регулировании отрасли, увеличение налоговой нагрузки на бизнес. **ms**

- Growth of the Russian goods share in assortment (by 40–50% on the average) and revenue of trade chains, acceleration of import substitution by key commodities, development of the own production (greenhouse units, farms, etc.),

- Growth of the popularity of discount trade formats similarly to the crisis of 2008–2009,

- Compression of consumer demand, transition of the Russian people to a more restrained consumer model, cautious attitude to expenditure and strengthening of price influence over selection of goods,

- Changing of business models and the chain development strategy due to changes of the market situation and high cost of borrowings, decrease of LFL figures,

- Reduction of store installation plans,

- Reduction of construction volume for distribution centers and storage locations of class A and B, including with the built-to-suit scheme, hereupon a possible deficit of storage areas in some regions,

- Change in the supply geography and related transformation in trade chaining logistics, large-scale rediision of the food distribution market due to the imposed embargo and focus on import substitution,

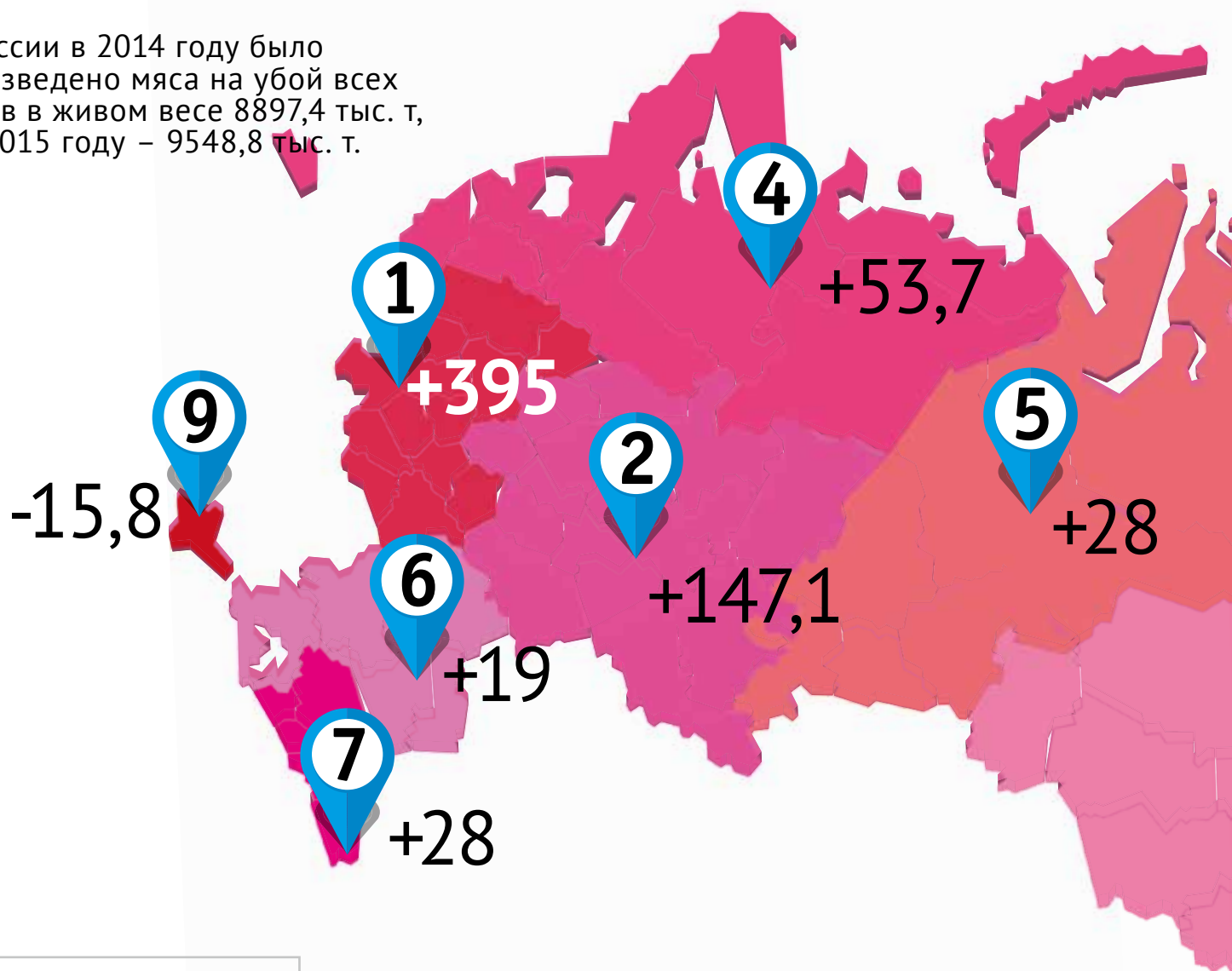
- Activation of M&A deals in the food retail sector, significant strengthening of the market consolidation at the expense of depletion of small and partly medium revenue position players from the market,

- Substantial strengthening of the role of the state in the branch regulation, increasing of the tax burden on the business community. **ms**



Основная тенденция – сокращение доли крупноформатной розницы на фоне роста доли дискаунтеров и магазинов у дома за счет уменьшения среднего чека в первую очередь в крупноформатных магазинах.


Рост производства мяса в России


В России в 2014 году было произведено мяса на убой всех видов в живом весе 8897,4 тыс. т, а в 2015 году – 9548,8 тыс. т.





Производство мяса
на убой всех видов
в живом весе, тыс. т

Федеральный округ
2014  2015 

1 Центральный
3661,0  4056,0

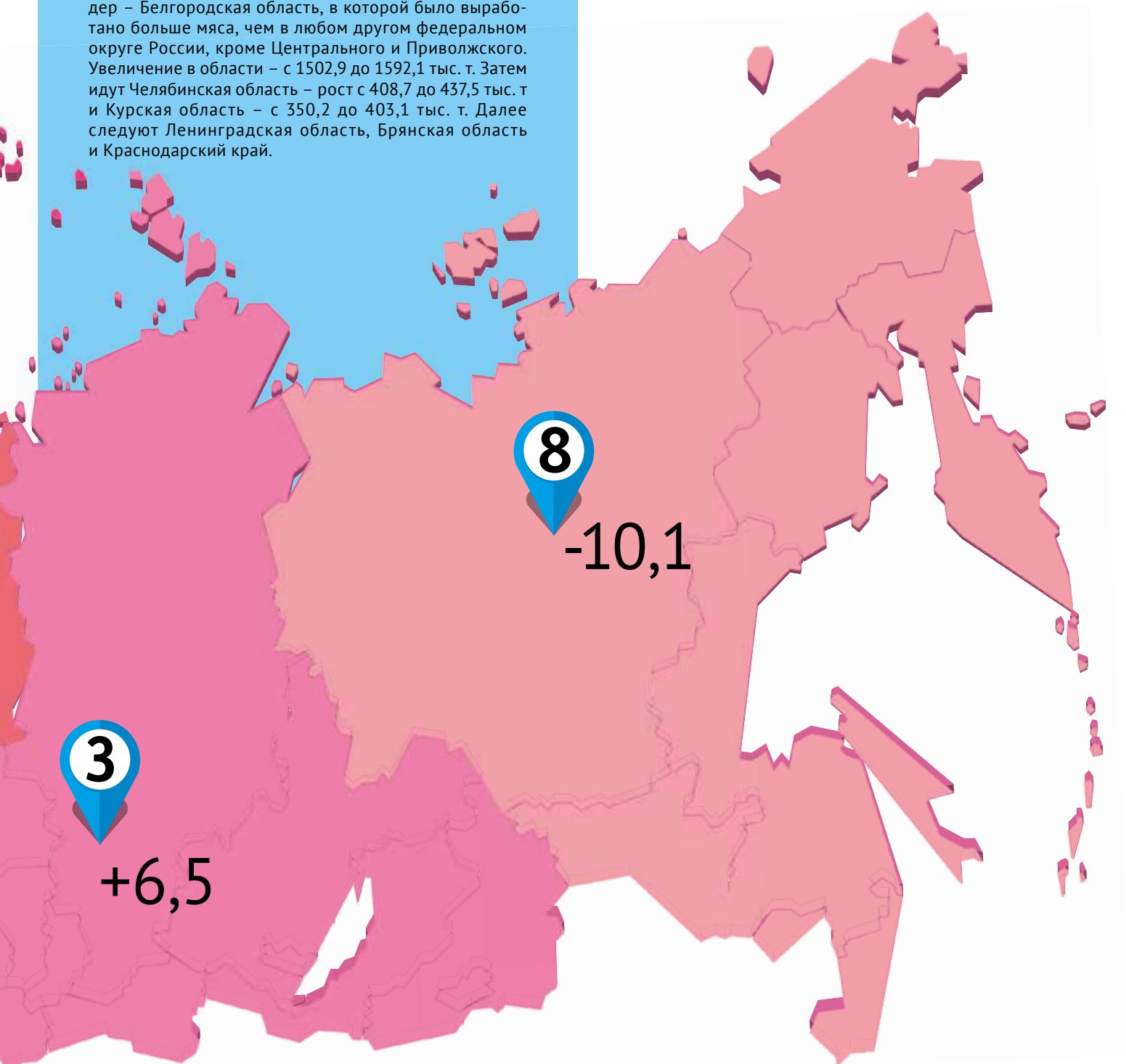
2 Приволжский
1720,8  1867,9


3 Сибирский
842,6  849,1


4 Северо-Западный
743,2  796,9

инфографика


По отдельным субъектам Федерации безусловный лидер – Белгородская область, в которой было выработано больше мяса, чем в любом другом федеральном округе России, кроме Центрального и Приволжского. Увеличение в области – с 1502,9 до 1592,1 тыс. т. Затем идут Челябинская область – рост с 408,7 до 437,5 тыс. т и Курская область – с 350,2 до 403,1 тыс. т. Далее следуют Ленинградская область, Брянская область и Краснодарский край.




5 Уральский
741,8  769,8

7 Северо-Кавказский
363,1  391,1

6 Южный
629,2  648,2

8 Дальневосточный
101,0  90,9

9 Крымский
94,8  79,0



Скотоубойный цех в Калмыкии

ООО «Арлтан» (Элиста) ввела в эксплуатацию скотоубойный цех в Яшкульском районе Калмыкии, сообщает пресс-служба правительства республики.

«Начало местной переработке мяса и мясных продуктов положено, и теперь в районе есть образцово-показательное предприятие, которое должно стать одним из многих подобных объектов», – приводят в сообщении слова председателя правительства Калмыкии Игоря Зотова.

Строительство предприятия велось с 2014 года. Мощность скотоубойного цеха составляет 10 т готовой продукции в сутки (60 голов КРС или 600 голов мелкого рогатого скота). Общая стоимость проекта составила 21,7 млн рублей, почти 4 млн рублей из которых – средства господдержки.

Как уточняет пресс-служба со ссылкой на гендиректора предприятия Мирослава Делеева, дальнейшее развитие проекта предполагает открытие цеха по переработке мясной продукции и создание новых торговых точек по реализации сельскохозяйственной продукции в поселке Яшкуль (Калмыкия), а также в Астрахани.

По данным базы «СПАРК-Интерфакс», ООО «Арлтан» зарегистрировано в 2015 году в Элисте, специализируется на производстве мяса и мясных субпродуктов.

Интерфакс



«Мавр» признан банкротом

Хакасский арбитражный суд признал банкротом одну из крупнейших сибирских мясоперерабатывающих компаний ООО АПК «Мавр».

По информации суда 22 января в компании введено конкурсное производство сроком на шесть месяцев. Управляющим назначен Виктор Саломатин. Напомним, с мая 2015 года «Мавр» проходил процедуру на-

блюдения. Основанием для этого стало заявление ООО «ПромЭнерго-Строй» с требованием о банкротстве компании и взыскании 1,4 млн рублей по договорам подряда. По информации кредиторов, совокупный объем задолженности «Мавра» составляет 2,4 млрд рублей, в том числе перед Банком Москвы – 990,2 млн рублей, МФК – 624 млн рублей, Сбербанком РФ – 276,9 млн рублей и Юникредит-банком – 58,6 млн рублей.

В ноябре прошлого года по требованию ПАО «Сбербанк» банкротом был признан единственный владелец АПК «Мавр» депутат хакасского заксобрания Владимир Ромашов, который выступал поручителем по кредитам компании. Экономические проблемы у «Мавра» возникли в 2014 году. Как пояснили в суде представители компании, дела на предприятии подкосили девальвация российской валюты и запрет на ввоз дешевого импортного мяса. «Мавр» специализируется на производстве мясных консервов и деликатесов, а также колбас. Численность сотрудников – 3 тыс. человек.

«КоммерсантЪ»



«Златояр» попал под наблюдение

В отношении крупного липецкого мясокомбината ЗАО «Мясоперерабатывающий комплекс «Златояр» арбитражным судом Липецкой области введена процедура наблюдения по иску московского поставщика мяса ООО «ВИЛДО».

Иск был подан в сентябре 2015 года на основании признанной ранее через суд задолженности липецкого производителя в 6 млн рублей. Должник не оспаривает долг и не сумел предоставить доказательств о возможности его погашения.

ЗАО «Златояр» было основано в 2002 году. Выпускает традиционные и оригинальные колбасные изделия и мясные деликатесы – всего более 160 позиций под четырьмя брендами: «Златояр», «Минни», «Липецкие колбасы», «1 колбасный завод». Осуществляет поставки в Воронежскую, Орловскую, Белгородскую, Рязанскую, Воронежскую, Тульскую, Курскую, Саратовскую и Тамбовскую области. Работает с такими ритейлерами, как «Линия», «Перекрысток», «Карусель», «Пятерочка», «Магнит». По данным «СПАРК-Интерфакс» ЗАО принадлежит в равных долях гендиректору Владимиру Мифедюку и Сергею Хальзеву. Выручка в 2014 году

составила 333,7 млн рублей, чистая прибыль – 311 тыс. рублей.

abireg.ru



Иски против Ильиногорского МК

ООО «ЛОГО ТРЕЙД» (Санкт-Петербург) и ООО «ПТИ-НН» (Нижний Новгород) просят признать банкротом Ильиногорский мясокомбинат.

Оба иска поданы 3 февраля. Об этом сообщается в картотеке дел Арбитражного суда Нижегородской области. Ранее Арбитражный суд Санкт-Петербурга и Ленинградской области взыскал с мясокомбината около 900 тыс. рублей задолженности за расходные материалы для упаковки пищевых продуктов. Комбинат это решение обжаловал, однако суд вышестоящей инстанции оставил решение в силе. Также в пользу второго истца, ООО «ПТИ-НН», было взыскано более 8 млн рублей задолженности за оплату товара.

ООО «Мясокомбинат «Ильиногорское» является одним из крупнейших производителей колбас и мясных полуфабрикатов в Приволжском округе: здесь производят около 1000 т готовой продукции в месяц. Запуск производства состоялся в 1972 году. Вся продукция изготавливается из парной и охлажденной свинины. Уникальная сырьевая база – свинокомплекс ОАО «Ильиногорское» – полностью обеспечивает потребность мясокомбината в качественном сырье. Экологически чистые корма для 170 тыс. голов свиней производят на собственном заводе комбикормов «Изкорм».

zercalo.org



«Мираторг» увеличит производство

Калининградский завод по производству мясных полуфабрикатов ООО «Мираторг-Запад» (входит в АПХ «Мираторг», один из круп-

ных производителей мяса в РФ) планирует в 2016 году увеличить производство продукции до 50 тыс. т, сообщил пресс-секретарь предприятия Алексей Иванов.

По его словам, предприятие намерено активно наращивать поставки продукции как на рынок России, так и в другие страны. «В минувшем году предприятие инвестировало свыше 1 млрд рублей в увеличение мощностей по переработке мяса, что позволяет выпустить 80 тыс. т мясных полуфабрикатов и готовых блюд в год. Но пока по итогам 2015 года завод поставил на рынок свыше 34 тыс. т готовой продукции, что на 13% больше, чем годом ранее», – сказал А. Иванов. Таким образом, рост производства в текущем году по сравнению с 2015 годом может составить 47%.

Интерфакс



McDonald's заменит импортное мясо российским

McDonald's намерен полностью локализовать производство продуктов питания для своих ресторанов в России. Об этом сообщил президент McDonald's в России Хамзат Хасбулатов.

По его прогнозу через два года компания намерена полностью заместить импортное мясо курицы и крупного рогатого скота российскими аналогами, а к 2017 году McDonald's будет иметь производство картофеля в России. «Проект с «Белой дачей» в силе. Их обещания, что к концу 2017 года получим первый продукт», – заявил Хасбулатов, добавив, что McDonald's не ведет переговоры по аналогичному проекту с «Югагрохолдингом» (о такой возможности ранее сообщалось в ряде СМИ). «Россия остается одним из самых интересных регионов для вложения ресурсов и открытия новых ресторанов», – заключил Хасбулатов.

В сентябре 2015 года управляющий директор McDonald's в РФ Алексей Семенов сообщил, что 85% продукции для ресторанов сети в РФ производится различными компаниями внутри страны. В частности, мясо для котлет сети поставляют «Брянская мясная компания» и Корочанский мясокомбинат из Белгородской области (входят в холдинг «Мираторг»). Булочки выпекаются компанией «Ист Болт Бейкери» в Москве из му-

ки рязанского производства. Овощи в McDonald's поставляют подмосковная «Белая дача Трейдинг».

McDonald's открыл в 2015 году в России 59 новых ресторанов и смог увеличить оборот, несмотря на ослабление курса рубля и экономические санкции. В 2014 году McDonald's открыл 73 ресторана в России, таким образом, темпы расширения сети точек быстрого питания снизились. Однако оборот компании в РФ в 2015 году увеличился, сообщил Хасбулатов. В 2016 году McDonald's планирует открыть около 60 собственных ресторанов, а также продолжить развиваться по франшизе.

TACC



Metro сосредоточится на Европе

Розничная группа Metro AG, которая сегодня работает в 30 странах, из-за экономической нестабильности в отдельных регионах решила сконцентрироваться на развитии в Европе, пишет The Wall Street Journal (WSJ).

Сеть компании сегодня включает более 2000 торговых точек в Европе, Азии и Африке. Финансовый кризис во многих странах, включая Россию, Грецию и Египет, за последние два года сильно отразился на финансовых показателях всей компании.

Российский рынок был ключевым для Metro AG. В 2013 году он принес почти 90% чистой прибыли группы, сообщила ранее Financial Times. WSJ пишет, что до 2014 года на долю российского подразделения приходилась четверть всей операционной прибыли группы. Но после введения санкций со стороны Европейского союза и начала экономического кризиса ситуация резко изменилась. После введения Россией продовольственного эмбарго Metro быстро смогла заполнить полки магазинов уже российскими товарами, однако из-за обвала курса рубля Metro тем не менее недополучила примерно 1 млрд евро, отмечает WSJ. Кроме того, пришлось отложить на неопределенный период IPO российского подразделения.

Экономический спад в России был наиболее болезненным для Metro, говорит аналитик Европейской школы менеджмента и технологий Урс Мюллер. В 2014 году выручка европейского подразделения была незначительной, и компании не удалось компенсировать потери за счет домашнего рынка.

По словам главного исполнительного директора Metro AG Олафа Коха, приоритетным рынком для компании в этом году будет Германия, на которую в 2015-м пришлось 38% выручки группы. В Германии в период с января по ноябрь 2015 года продажи Metro выросли на 2,8% – это максимальный прирост с 1994 года.

Средства, полученные от продажи активов (Galeria Kaufhof подразделения во Вьетнаме, Дании и Греции), по словам Коха, пойдут на развитие онлайн-торговли, это позволит привлечь дополнительных потребителей. В частности, группа уже приобрела долю в приложениях Roomatic и Lunchio, специализирующихся на онлайн-заказах товаров.

«Ведомости»



Китай:

Компания Yurun Food, второй по величине в Китае производитель свинины, переживает нелегкие времена, и некоторые отраслевые эксперты даже прогнозируют продажу отдельных активов компании в этом году, поскольку масштабные инвестиции в недвижимость увеличили долги компании, а замедление экономики в стране подорвало ее прибыли.

Еще в октябре прошлого года компания привлекла к себе внимание многих китайских СМИ, когда ее дочерняя компания Nanjing Yurun Foods Co столкнулась с проблемами по выплате кредитов, размер которых превысил 1,3 млрд юаней. И хотя компании удалось погасить задолженность, ее руководство заявило о необходимости реструктуризации предприятия, чтобы повысить его доходность.

Yurun Foods заявила о финансовых проблемах еще в начале 2015 года. Их причиной стали высокие цены на свиней и снижение спроса на свинину со стороны кейтеринговых компаний. Полный отчет о финансовом положении компании будет опубликован только в марте текущего года.

Компания Yurun Foods, основанная в 1993 году, являлась одним из крупнейших поставщиков охлажденной и замороженной свинины на рынке Китая. Кроме того, в последние годы компания активно инвестировала средства в развитие таких направлений, как производство готовой свиной продукции и упаковки.

Meatinfo



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	(846) 977-38-18
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
Уфа	(347) 246-64-98

Эксклюзивный представитель ZALTECH

в России ООО «Биофуд Спайс»

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

Приглашаем на работу менеджеров-технологов

www.zaltech.com





Дмитрий Попов: «Сегодня на пике находятся компании, способные удивлять»

Ритейл считает, что поставщик не должен повышать цены, а должен их удерживать, и часто отказывает поставщикам в соответствующей просьбе, ссылаясь на общее падение рынка. Поставщик, в свою очередь зависимый от роста курса валют (а мы все крайне зависимы от импортной составляющей: специи, сырье и т. д.), аргументирует необходимость повышения цен, предоставляя раскладку по стакану себестоимости.



Гость:

Дмитрий Попов,
коммерческий директор
Группы компаний
«АгроПромкомплектация»



Беседовала:

**Виктория
Загоровская**

Группа компаний «АгроПромкомплектация», увеличив в 2015 году объем промышленного производства свинины до 102,13 тыс. т, заняла 6-ю позицию в национальном рейтинге ведущих производителей, который формируется Национальным Союзом свиноводов.

Коммерческий директор Группы компаний «АгроПромкомплектация» Дмитрий Попов нарисовал картину мясного рынка и рассказал о наращивании темпов роста в кризис.

– Расскажите, как сложился минувший год для участников мясной отрасли и какие задачи стоят перед ними в 2016-м?

– Год был очень не простым: мы наблюдали с середины года спад российской экономики, что не могло не отразиться на покупательском спросе, соответственно, такая тенденция абсолютно не может устраивать ни поставщиков, ни ритейл.

В новом, 2016 году основная задача, которая стоит перед всеми участника-



С учетом новых свиноводческих комплексов «Агро-Промкомплектация» войдет в топ-5 ведущих производителей России, где по итогам 2015 года занимает 6-ю строчку рейтинга.

ми рынка, это эффективность! Сейчас требуется максимальная производительность труда от каждого звена, мы больше не можем свои проблемы низкой эффективности решать за счет рынка, думая, что рынок все примет. Сегодня смогут выиграть и, не побоюсь этого слова «выжить», те производители, сетевые ритейлеры, которые будут максимально эффективны и за счет своей эффективности сдерживать рост цен, предлагая покупателю высокое качество продукта по доступным ценам.

– Как вы оцениваете уровень конкуренции в отрасли? Участились ли случаи банкротства и сократилось ли количество представленных здесь предприятий за последний год?

– Уровень конкуренции в отрасли настолько велик, что в последнее время на рынке практически не появляются новых игроков, а сегодняшние его участники не все могут держаться «на плаву». Мы знаем по факту, что некоторые производители мясных продуктов

по итогам 2015 года вынуждены были уйти с рынка.

Отмечу, что одной из составляющих успеха в данной отрасли сегодня является наличие своей сырьевой базы.

– Проблема падения продаж – актуальная тема сегодня? Как можно оценить уровень спроса на мясопродукты, а также изменение потребительских предпочтений?

– Конечно, рост инфляции, снижение доходов населения не могли не сказаться на возможностях и предпочтениях россиян.

Мы видим, что в целом на рынке происходит снижение спроса на колбасные изделия, а также смещение внутри ценовых сегментов, где покупательский спрос из более высокого сегмента переходит в менее дорогой. Так, в категории колбасных изделий заметно повышение внимания к более дешевым группам изделий, например вареным колбасам, сосискам, сарделькам. Это и понятно: покупатель стал более чув-

ствителен к цене. Следствием этого явилась еще одна актуальная тенденция – россияне все больше внимания уделяют акционной продукции и начинают искать на полках товары по сниженным ценам.

Кроме того, наблюдается переориентация предпочтений покупателей в сторону мясных охлажденных продуктов, что также говорит об изменении потребительских предпочтений, которые исходят из сложившейся конъюнктуры рынка.

– Многие предприятия жалуются на дефицит квалифицированных кадров и низкий уровень их подготовки. Как вы выходите из положения?

– В настоящее время многие предприятия выводят своих сотрудников на рынок труда. Мы стараемся в постоянном режиме вести селекционную работу, регулярно проводим собеседования с кандидатами. При этом коммерческий департамент компании знает, что у нас всегда есть длинная



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ

ГК «АгроПромкомплектация» – одно из крупнейших предприятий страны замкнутого цикла по производству молочной и мясной продукции.

Основанная в 1988 году, вертикально интегрированная Группа компаний включает 24 предприятия, в числе которых молочный завод, агроферма, свиноккомплексы, мясокомбинаты, хладобойни, элеваторы, комбикормовые заводы.

Развитие животноводства – основное направление деятельности Группы, представленное в настоящее время свиноводством и молочным животноводством. В ее структуре действует семь автоматизированных высокотехнологичных свиноккомплексов: пять площадок расположены на территории Курской области (Троицкий, Ваблинский, Конышевский, Наумовский, Дмитриевский), две – в Тверской области («Ржевский бекон», «Дмитрогорский бекон»). Кроме того, в каждом из этих регионов осуществляют деятельность по одному нуклеусу (племенная ферма).

Общее количество поголовья свиней составляет около 1 млн голов.

Группа компаний является участником Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на период 2013–2020 гг., а также комплекса государственных мероприятий по обеспечению импортозамещения и реализации продовольственной безопасности РФ.

По итогам 2015 года рост оборота Группы составил 44%, внешняя выручка увеличена на 32%. Объемы производства колбасных изделий («Дмитрогорский мясоперерабатывающий завод») в натуральном выражении прибавили 10%, по забойу живка («АПК-Дмитрогорское») рост составил 33%.

Возглавляет группу компаний Сергей Новиков.

скамейка запасных – помимо прочих преимуществ, это держит всех сотрудников в тонусе!

Важно отметить, что в Группе компаний «АгроПромкомплектация» был создан Учебно-производственный комбинат, на базе которого запущен процесс подготовки сотрудников различных рабочих специальностей. Один из ключевых HR-проектов этого года призван сформировать внутрикорпоративную систему обучения сотрудников для их дальнейшей работы на предприятии.

Это перспективный проект, и мы надеемся, что через некоторое время Учебно-производственный комбинат пройдет государственное лицензирование, после чего мы сможем присваивать учащимся рабочую квалификацию и выдавать документ государственного образца.

Важно, что одну из ведущих ролей в процессе обучения на нашем предприятии будет играть наставничество. Наставники помогут каждому новому сотруднику не только освоить техно-

логический процесс, но и научат искусству работы в команде.

– Взаимодействие с сетевой продовольственной розницей – отдельная тема для разговора. Насколько изменились отношения ритейлеров и производителей за последний год? Стало ли легче поставщиками продовольствия договариваться с розничными сетями?

– За последний год отношения между ритейлом и поставщиками остались на прежнем уровне. В какой-то мере все объединены общей проблемой – повышением полочных цен (инфляцией), но остаются трудности в вопросе, за чей счет будет происходить их удержание. Ритейл считает, что поставщик не должен повышать цены, а должен их удерживать, и часто отказывает поставщикам в соответствующей просьбе, ссылаясь на общее падение рынка. Поставщик, в свою очередь зависимый от роста курса валют (а мы все крайне зависимы от импортной составляющей: специи, сырье и т. д.), аргументи-

рует необходимость повышения цен, предоставляя раскладку по стакану себестоимости.

– Сегодня широко обсуждается внесение изменений в ФЗ «О торговле». К чему приведет принятие поправок? В частности, чем на практике обернется снижение отсрочек платежей поставщикам, в том числе по скоропортящимся товарам, и запрет бонусов? Как сети будут компенсировать потерю «бэк-маржи»?

– На мой взгляд, снижение отсрочки ничем для поставщиков «скоропорта» не обернется, а вот если произойдет запрет на ретробонус, то я уверен, что ритейл перед поставщиками поставит остро вопрос самой «честной» цены, т. к. многие поставщики ретробонус закладывают в цену. Тем самым, с моей точки зрения, ритейл добьется сниженных цен в накладной, при этом сможет оставить полочные цены на прежнем уровне и компенсировать себе отсутствие «бэк-маржи».



Наблюдается переориентация предпочтений покупателей в сторону мясных охлажденных продуктов, что также говорит об изменении потребительских предпочтений, которые исходят из сложившейся конъюнктуры рынка.



– Грозят ли поправки ростом/снижением потребительских цен? И что будет происходить с ассортиментной матрицей товаров?

– С ассортиментной матрицей товаров ничего не произойдет, она останется прежней, так как сегодня любому производителю, чтобы выглядеть конкурентоспособным, необходимо поддерживать широкую матрицу и предлагать ритейлу «новинки». Каждая удачная новинка на полке, которая выделяет производителя из множества других, выгодно отличает самого поставщика в глазах ритейла.

– По вашему мнению, сможет ли закон достичь цели? Или у ритейла всегда найдутся обходные пути? Станет ли проще пробиться в розницу?

– В наше время, когда предложение превышает спрос, пробиться на полку будет всегда сложно! Именно поэтому компании так много тратят на маркетинг, на создание/разработку нового продукта. Сегодня на пике находятся те, кто может удивлять, находить от-

крытые ниши, которые имеются в многообразии товаров/предложений.

– Какие задачи стоят перед вами в 2016 году? Планируете ли инвестировать в собственное развитие?

– Наша стратегия на российском рынке предусматривает удвоение объемов производства свинины. В целях ее реализации в 2016 году в селе Линец на территории Курской области запланирован ввод в эксплуатацию современного мясоперерабатывающего комплекса с применением инновационных технологий мясопереработки. Комплекс станет одним из крупнейших в России, при этом его аналогов по уровню технологического оснащения в стране не существует.

Кроме того, в рамках развития свиноводческого направления в Курской области строятся пять комплексов: «Жигаевский», «Платавский», «Старогородский», «Беляевский» и «Генеральшинский». Последний будет также выполнять функции племенной фермы и поставлять ремонтную свинку для всех СВК в регионе,

как уже работающих, так и еще строящихся. «Генеральшинский» спроектирован на содержание 2500 единиц маточного поголовья основного стада. Основа племенной базы – гибрид двух лучших материнских линий крупной белой свиньи и британского ландраса.

Открытие СВК «Генеральшинский» и «Жигаевский» ожидается во втором квартале 2016 года. Остальные площадки будут также запущены в этом году.

С учетом новых свиноводческих комплексов «АгроПромкомплектация» войдет в топ-5 ведущих производителей России, где по итогам 2015 года занимает 6-ю строчку рейтинга.

Однако мы прекрасно понимаем, что новые активы предстоит еще выводить на производственную мощность, а это дополнительные серьезные затраты. Поэтому наступивший год будет ориентирован, прежде всего, на раскрытие внутренних резервов: повышение производительности труда и эффективности работы, а также автоматизацию технологических процессов. **МС**



Выход в розничный сегмент является важным шагом в развитии мясного направления холдинга. Ожидается, что в 2016 году емкость рынка В2С превысит 1860 тыс. т, из которых более 210 тыс. т придется на фасованное мясо.

«Русагро» выходит на розничный рынок мяса

Группа «Русагро», один из крупнейших вертикально интегрированных агрохолдингов России, объявляет о запуске собственного розничного бренда мясных полуфабрикатов «Слово мясника».

В 2016 году планируется продать в рознице 12 тыс. т, благодаря чему группа намерена сразу выйти на третье место среди производителей полуфабрикатов из свинины в потребительской упаковке.

По совокупным данным Росстата и анализа статистики ВЭД свинина занимает 32% мясного рынка, на птицу и говядину приходится соответственно 45% и 20%. Группа «Русагро» – второй по величине производитель свинины

в России, в 2015 году объем производства составил 195 тыс. т. До сих пор мясная продукция группы была представлена в сегменте В2В. Выход в розничный сегмент является важным шагом в развитии мясного направления холдинга. Ожидается, что в 2016 году емкость рынка В2С превысит 1860 тыс. т, из которых более 210 тыс. т придется на фасованное мясо (рост на 7%).

В амбициозных планах компании – изменить потребительское поведение в категории. «Российские потребители пока не привыкли к фасованному мясу: 89% свинины покупается на развес, – говорит **директор по маркетингу мясного бизнес-направления «Русагро» Гульнара Талипова.** – Наша задача –

сформировать спрос на фасованное мясо, доказать потребителям, что это удобный и «правильный» формат. Рынок курицы прошел этот этап примерно семь лет назад».

В рамках реализации проекта в Тамбовской области построен и введен в строй завод по переработке свинины мощностью 1,95 млн голов в год. Установлено новейшее оборудование, включающее инновационные решения, большое внимание при этом было уделено обучению персонала.

При разработке бренда «Слово мясника» компания ориентировалась на ключевые запросы потребителей: свежее мясо российского производства, выращенное и упакованное с непрерывным

контролем качества на каждом этапе, правильно разделанное согласно анатомии животного. Продуктовая линейка включает в себя фарши, крупнокусковые и мелкокусковые продукты (стейки, гуляши) и шашлычно-маринадную группу.

Выпускаться продукция будет в двух видах упаковки – вакуумной и газовой. Благодаря высокотехнологичной упаковке продукты линейки «Слово мясника» остаются свежими до нескольких недель, а ее удобный дизайн позволяет покупателю без труда оценить качество мяса.

Продукция «Слово мясника» будет поставляться во все крупнейшие федеральные розничные сети, а также в сеть розницы. На данный момент намерение работать с брендом уже подтвердили «Ашан», Metro, X5, «Тандер».

«Рынок фасованной свинины не столь конкурентен, как рынок птицы, и не столь структурирован, как рынок говядины, – говорит **Максим Басов, генеральный директор Группы «Русагро»**. – У нас есть наилучшая производственная база и все возможности, чтобы уже в первый год занять 6% этого рынка и войти в тройку крупнейших производителей».

Добавим, что разработку нового бренда, включая стратегию, нейминг, дизайн упаковки и креативную концепцию продвижения, осуществило брендинговое агентство Depot PF.



Максим Басов, генеральный директор Группы «Русагро»:

«Рынок фасованной свинины не столь конкурентен, как рынок птицы, и не столь структурирован, как рынок говядины. У нас есть наилучшая производственная база и все возможности, чтобы уже в первый год занять 6% этого рынка и войти в тройку крупнейших производителей».

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ

Группа «Русагро» – один из крупнейших вертикально интегрированных агропромышленных холдингов России и СНГ; экспортирует свою продукцию в 14 стран СНГ и дальнего зарубежья.

Является вторым по величине производителем свинины в России: доля на рынке составляет 6%. В 2015 году производство товарной продукции группы выросло на 4,5% до 195,2 тыс. т, выручка мясного бизнес-направления увеличилась до 18,1 млрд рублей.

Начато строительство первой очереди свиноводческого комплекса мощностью 100 тыс. т в год в Приморье. Полная мощность комплекса должна составить 300 тыс. т в год.

«Мясо – это серьезно! Мне им семью кормить. Поэтому я очень внимательно отношусь к его выбору» – этот потребительский инсайт лег в основу бренда. Поэтому тема доверия стала главным акцентом всех коммуникаций бренда, от нейминга и слогана «Слово мясника: мясо по всем правилам» до мельчайших элементов дизайна упаковки.

«Выбор названия бренда не случаен. Мы хотим, чтобы покупатель мог потребовать в магазине честный, качественный товар. Именно поэтому мы назвали новый бренд «Слово мясника», – продолжает **Евгений Белов, коммерческий директор мясного бизнес-направления «Русагро»**. – Мы уже доказали, что можем задавать стандарты качества в оптовом сегменте, а теперь хотим предложить и конечным покупателям, россиянам, новый стандарт потребления: лучшее мясо, лучшую разделку, удобную упаковку и оптимальную цену».

Щит, выбранный в качестве шейпа логотипа, печати, клейма, подпись глав-

ного технолога «Русагро» – все эти элементы призваны на подсознательном уровне подтвердить, что мясо под брендом «Слово мясника» правильно разделано, качественно упаковано, а процесс производства гарантированно соответствует всем стандартам качества.

Фотографии мясников на упаковке в ретростилистике усиливают общее впечатление бренда с историей, на который можно положиться. Кстати, в фотосессии участвовали не приглашенные модели, а реальные сотрудники «Русагро».

«Основной цвет бренда, фиолетовый, выбран неслучайно, – отмечает **креативный директор Depot WPF Алексей Фадеев**. – Он уникален на рынке и позволит потребителям максимально быстро запомнить марку и привыкнуть к ней, даже если сначала она будет лишь в поле их бокового зрения. Золотые элементы добавлены в качестве дополнительного подтверждения статуса и авторитета бренда». **MC**

Гость:

Сергей Бувеч,
менеджер по продажам
ООО «ЦСБ-Систем»

Беседовала:

Виктория Загоровская

В ПОЛЯХ



Сергей Бувеч: «Важно быть на одной волне с клиентом»

Расскажите, как вы попали в компанию «ЦСБ-Систем»?

– Во время обучения в Омском университете на факультете иностранных языков появилась возможность подработать в качестве переводчика на одном пищевом предприятии. Туда приезжали специалисты «ЦСБ-Систем» для ведения переговоров о продаже своего продукта. Затем меня еще несколько

раз привлекали в качестве переводчика на этапе внедрения системы.

После этого представители «ЦСБ-Систем» предложили мне переехать в Москву по окончании университета и поступить к ним на работу. Так, в 2013 году началась моя деятельность в компании. Первый год я проходил обучение в центральном офисе и вот уже около года работаю в продажах.

Какими качествами нужно обладать, чтобы быть успешным на этой позиции?

– Прежде всего, необходимо владеть коммуникативными навыками, а также знаниями в области психологии, чтобы уметь подстроиться под человека, его манеру общения, лексикон и расположить к себе. С помощью невербальных знаков можно понять, чем

В Москве люди более хваткие, не затягивают принятие решения. И они лучше понимают свою конечную цель, точно знают, чего хотят. Здесь необходимо, чтобы все было быстро, четко и ясно для клиента до мелочей.

Если чего-то не знаешь, надо попытаться не углубляться в производственную технологию либо ехать на встречу вместе с коллегой, который может выручить в критическую минуту.



человек дышит, какой у него настрой, темперамент, характер, насколько он открыт, и постараться быть с ним на одной волне.

Что касается «ЦСБ-Систем», здесь одним из требований было знание иностранных языков – английского и немецкого, так как это крупная международная компания с центральным офисом в Германии, которая реализует IT-проекты во многих странах мира.

Есть ли разница в подходах к переговорам с женщинами и с мужчинами?

– Да, конечно. С мужчинами разговор должен быть более конкретным, без лишних деталей, необходимо сразу переходить к сути дела, не теряя времени на лирические отступления и прерамбулы. С женщинами наоборот: надо подготовить почву, поговорить на отвлеченные темы, возможно, бытовые, попытаться расположить к себе.

Много женщин сегодня занимают руководящие должности?

– Нет, если мы говорим о женщинах-руководителях высшего звена или собственниках бизнеса. А вот позиции технологов, директоров производства

досье

Имя, фамилия:

Сергей Буюевич

Место рождения:

Россия, г. Омск

Дата рождения:

22 апреля 1987 г.

Образование:

Омский государственный

университет им. Ф.М. Достоевского,
факультет иностранных языков

Компания, должность:

ООО «ЦСБ-Систем», менеджер
по продажам

Работает в продажах:

в «ЦСБ-Систем» – около года

Семейное положение:

не женат

чаще всего занимают именно представительницы прекрасного пола. Но на этапе подписания договора, как правило, общаться приходится исключительно с мужчинами.

Как вы готовитесь к переговорам?

– Готовиться надо перед первой встречей с клиентом. Потом, как правило, ты уже много знаешь о компании, собственниках, планах и проблемах. Перед первой поездкой на предприятие ищешь общую информацию о нем в Интернете, спрашиваешь у коллег, смотришь в базе данных «ЦСБ-Систем», где сохраняется вся история отношений с клиентами. Зачастую ты уже оказываешься знаком с представителями компании, которая является потенциальным заказчиком, так как общался с ними на деловых мероприятиях – нюансы этих бесед восстанавливаешь в памяти.

Расскажите о самой необычной ситуации подписания договора.

– Как правило, на этом этапе нет места неожиданностям – все тщательно спланировано. Подписание контракта готовится очень долго, переговоры могут длиться полгода и больше. Бывает, люди, которые, казалось бы, уже готовы заключить сделку, пропадают на некоторый срок, а по прошествии этого времени могут позвонить и сказать: «Приезжайте, я готов продолжить работу по нашему проекту». Вот это и есть самая необычная ситуация, с которой приходилось сталкиваться!

Как часто вы ездите в командировки?

– Примерно два-три раза в месяц. Мой основной фронт работы находится в радиусе 1–1,5 тыс. км от Москвы, то есть охватывает ближайшие города.

Отличается ли подход к клиентам из регионов и столицы? Чем это объясняется?

– Да. В Москве люди более хваткие, не затягивают принятие решения. И они лучше понимают свою конечную цель, точно знают, чего хотят. Здесь необходимо, чтобы все было быстро, четко

С мужчинами разговор должен быть более конкретным, без лишних деталей, необходимо сразу переходить к сути дела, не теряя времени на лирические отступления. С женщинами наоборот: надо подготовить почву, поговорить на отвлеченные темы.

Бывает, люди, которые, казалось бы, уже готовы заключить сделку, пропадают на некоторый срок, а по прошествии этого времени могут позвонить и сказать: «Приезжайте, я готов продолжить работу по нашему проекту».



и ясно для клиента до мелочей. Россия – страна многонациональная и многоконфессиональная, поэтому у каждого региона есть свои особенности, которые нужно учитывать, в том числе, в ходе неформального общения с клиентами. Например, в южных регионах особенно сильны традиции гостеприимства. Здесь любого встречают как дорогого гостя и не отпустят, пока не накормят и не напоят.

Где вам интереснее работать: в полях или в офисе?

– Я думаю, следует находить оптимальное соотношение. В офисе иногда надо сделать звонки, провести маркетинговые исследования под конкретного клиента. Хорошо, если есть возможность самому составлять свой рабочий график и решать, когда быть в офисе, а когда проводить время «в полях».

Как все успеть?

– Надо планировать время! Для этого, кстати, в системе «ЦСБ-Систем» есть отличный модуль, который позволяет управлять персоналом, планировать свое время и время сотрудников. В него, в частности, входят учет рабочего

Прежде всего, необходимо владеть коммуникативными навыками, а также знаниями в области психологии, чтобы уметь подстроиться под человека, его манеру общения, лексикон и расположить к себе.

времени, отслеживание логистического маршрута, планирование различных мероприятий.

Какую книгу вы могли бы порекомендовать начинающему специалисту по продажам?

– Одна из последних книг, которая мне запомнилась, – «Секреты презентации Стива Джобса». Хотя она написана в откровенно навязчивой американской манере, там есть очень ценные вещи. Например, как себя вести, нахо-

дясь среди большой аудитории, чтобы привлечь к себе внимание. Огромный плюс состоит в том, что книга построена на практических примерах.

Как избежать ошибок начинающему специалисту по продажам?

– Следовать принципу «не зная броду, не суйся в воду». Если начнешь общаться неподготовленным, люди быстро потеряют интерес и к тебе, и к продукту. Если чего-то не знаешь, надо попытаться не углубляться в производственную технологию либо ехать на встречу вместе с коллегой, который может выручить в критическую минуту.

Если сложилась такая ситуация, нужно ли говорить прямо: «Я не знаю»?

– Лучше признаться, что работаешь недавно, и есть более опытные специалисты, готовые проконсультировать по данному вопросу. Мне кажется, это будет лучше, чем если тебя поймут на ошибке. Это вызовет негативное отношение и к тебе, и к компании.

Назовите любимый фильм.

– Я вырос на советских фильмах, к которым меня приучили родители, и потому люблю их с детства. Выделить один сложно – советскую классику, в первую очередь картины Леонида Гайдая, можно смотреть бесконечно. Из последних открытий – фильм, который я в детстве не понимал, – «Мимино». Во взрослом возрасте его воспринимаешь по-другому. И мультики советские: обнаруживаешь столько скрытых смыслов!

Как вы отдыхаете?

– Лучший отдых для меня – оказаться на природе и подышать свежим воздухом, например в лесу, где нет нашей повседневной суеты.

Что для вас самое главное в жизни?

– Главное в жизни – создавать такие условия, которые будут постоянно мотивировать тебя к дальнейшим действиям. И, конечно, достижение внутреннего равновесия и гармонии. **МС**



Больше корма

«Агро-Белогорье» строит новое комбикормовое производство. Завод мощностью 210 тыс. т в год планируется запустить в январе 2017 года.

Яковлевский комбикормовый завод – одно из шести производств в рамках анонсированного ранее инвестиционного проекта ГК «Агро-Белогорье». Его строительство стартовало в декабре 2015 года в районе хутора Крапивенские Дворы в непосредственной близости от мясоперерабатывающего предприятия холдинга. Сегодня на объекте ведутся работы по устройству фундамента будущего предприятия.

Проект предполагает возведение завода по производству готовых гранулированных комбикормов мощностью 210 тыс. т в год и элеватора для одновременного хранения 60 тыс. т зерна. Последний будет сдан уже к середине сентября нынешнего года для своевременного принятия урожая. Комбикормовый завод введут в эксплуатацию в конце января 2017 года. К октябрю 2018-го он должен выйти на проектную мощность.

Основным поставщиком сырья будет «Прохоровская зерновая компания», работающая в составе холдинга. Потребителями продукции завода станут свинопольхозы «Агро-Белогорья», включая новые производства, строящиеся параллельно.

Инвестиционная стоимость Яковлевского комбикормового завода оценивается в 1,8 млрд рублей. Срок окупаемости составит 9 лет.

Строительство предприятия ведет компания «ЭкспертПроект-Строй» – давний партнер холдинга, участвовавший в возведении второго производственного комплекса МПЗ. Уже весной на объекте планируется начать монтаж технологического оборудования. Его основным поставщиком станет немецкая компания BDW.

Новый завод станет третьим предприятием в составе холдинга, производящим гранулированные корма для животных. Еще два действуют сегодня в Борисовском и Красногвардейском районах области с совокупным объемом производства до полутора миллиона тонн в год. Таким образом, с вводом третьего завода комбикормовые мощности холдинга превысят 700 тыс. т в год. Запуск предприятия позволит создать более 130 новых рабочих мест.

По сообщению компании

Завод по производству пектина

В Валуйском районе Белгородской области к началу 2018 года может появиться завод по производству пектина, необходимого для кондитерской и фармацевтической промышленности.



Проект строительства был представлен региональному правительству в конце января этого года, сообщают в пресс-службе органа власти.

Планируемый объем производства будущего предприятия – не менее 1000 т готового продукта, который планируется производить из отходов производства яблочного сока и концентрата. Здесь будут трудиться 120 человек. Для строительства завода необходимо привлечь 4 млрд рублей, в основном благодаря кредитным займам.

ИД «СФЕРА»



Аренда сельхозземель иностранцами

В Минсельхозе намерены изменить условия, на которых иностранные инвесторы могут арендовать земли сельхозназначения.

В частности, в предложенном ведомством проекте закона предлагается ограничить минимальный и максимальный срок аренды 10 и 15 годами соответственно, сообщают в пресс-службе министерства.

В настоящее время законопроект уже рассмотрен российским правительством и готов быть представлен в Госдуме. Сейчас минимальный срок аренды составляет 3 года, а максимальный – 49 лет. В Минсельхозе уверены, что принятие предложенных поправок поможет «навести порядок» в обороте сельхозземель.

ИД «СФЕРА»

TT1512/TT1815

Автоматы для двойной заклипсовки



Универсальные системы:
Рубка ■ Измельчение ■ Наполнение ■ Фасовка ■
Клипы ■ Сетки ■ Пакеты ■ Подвеска

Универсально, продуктивно.

Универсальность и высокая скорость – это ключевые аспекты моделей TT1512 и TT1815 из серии двойных клипсаторов. Колбасная продукция с диапазоном калибра от 20 до 140 мм расфасовывается в искусственные, волокнистые и коллагеновые оболочки со скоростью до 200 порций в минуту. Рыхлая набивка без доступа воздуха с растягивающим приспособлением в моделях TT1815, а также полный контроль давления и шага заклипсовки позволяют не только расширить ассортимент, но и повысить производительность и качество продукции.

«Несмотря на интенсивный рост нашего производства, мы не поспеваем за этим дуэтом». ~ Стив Леа, компания Blue Ridge Beef

www.tippertie.com/TT1815



См. видеоматериалы о серии TT1815 на сайте youtube.com/tippertiegroup

TIPPER TIETM
a DOVER company

TIPPER TIE, Inc.
infoUS@tippertie.com

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
infoDE@tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
infoCH@tippertie.com



Расписание тренингов 1-е полугодие 2016 г.

Poly-clip System предлагает своим клиентам и партнерам практическое обучение. 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
21.06–22.06.16	FCA 120/160
23.06.16	FCA 80



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

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



Колбасы по рецептам кочевников

Сыровяленые колбасы по рецептам древних кочевников начали производить в небольшом цехе села Куяган Алтайского края.

Мощность производства, как сообщает региональное управление по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям, составляет 200 кг деликатесов в месяц. Процесс изготовления практически полностью ручной. При приготовлении куски мяса солят, затем продукт перемалывают, добавляют специи, фаршем набивают черева – натуральную колбасную оболочку, затем вывешивают сушиться.

«Цех работает исключительно на собственном мясном сырье и вырабатывает два наименования продукта: «Конская казылык» и «Телячья суджук». Суджук и Казы-

лык – одни из традиционных видов колбас у тюркских и ближневосточных народов. У кочевников не было традиции коптить мясо. Его вялили, чтобы сохранить как можно дольше. Срок годности такой сыровяленой колбасы – около полугода, для хранения ей не требуется особых условий», – отмечает ведомство.

Интерфакс



Колбаса без мяса

50–60% колбас, которые продаются в России, – продукция категорий «В», «Г» или даже «Д», сказал в эфире «Русской службы новостей» основатель и владелец компании «Дымов», производящей мясные изделия, Вадим Дымов.

«Продукцию категории «Г» я есть никому не рекомендую. Там

может быть 10% мяса, но это продукт, который выглядит как колбаса», – пояснил бизнесмен. Он добавил, что цена за килограмм колбасы должна составлять 400–450 рублей с учетом расходов, себестоимости, сырья, специй, материалов и надбавки сетей.

«Некоторые продают колбасу – я видел на полке – по 75 или по 100 рублей. Я не понимаю, из чего она состоит, если полтуша с костями стоит 140 рублей. Она состоит не из хвостиков или сои, это тоже дорого стало делать в силу импортной составляющей. Думаю, там крахмалы, даже каша скоро появится, капуста», – предположил Дымов. Он с сожалением отметил, что большинство населения слабо разбирается в продуктах, не хочет читать этикетки, а больше выбирает ценники и рекламные кампании.

РСН



Принципы «бережливого производства»

С января 2016 года на предприятиях АПК «Проагро» стартовала программа по реализации всемирно известного подхода «бережливого производства».

В основе проекта, являющегося одним из ключевых направлений повышения эффективности работы АПК «Проагро», – улучшение качественных и вкусовых характеристик мясной продукции, высокий сервис и своевременность поставок конечным потребителям. Это достигается за счет оптимизации технологических процессов, повышения эффективности труда и сокращения производственных потерь.

На начальном этапе запланировано тотальное вовлечение персонала в разработку концепции «бережливого производства». Предложения по совершенствованию производственных процессов должны поступать от проектной группы, в состав которой войдут как руководители структурных подразделений, так и рядовые сотрудники. Именно они должны предлагать идеи по оптимизации своего труда, ликвидации потерь, оценивать результаты работы и утверждать цели самого проекта. Для этого внедряется философия «бережливого производства» в сознание сотрудников, проводится обучение алгоритму пошаговых изменений.

Кроме того, разработана система мотивации персонала в за-

висимости от индивидуального вклада в общий процесс. Смысл ее заключается в том, что за каждую целесообразную инициативу работник получает материальное вознаграждение. Для руководителей подразделений предусмотрено ежеквартальное стимулирование, эквивалент которого будет основан на экономическом эффекте.

В рамках реализации базовых инициатив «бережливого производства» запланировано проведение конкурса, направленного на стимулирование профессиональных инициатив сотрудников с выявлением победителей и награждением активных участников.

Добавим, что с 1 января этого года для всех рабочих предприятий, входящих в состав АПК «Проагро», была проведена индексация заработной платы на 10%.

По сообщению компании

«Сладкая» баранина от японского фермера

Баранина – популярный продукт в Японии. Однако всего 1% от потребляемого мяса производится в стране. Остальное, как сообщает интернет-издание THE JAPAN TIMES, экспортируется.



Особой популярностью пользуется так называемая премиальная баранина. Ее отличает особый сладковатый вкус. Именно такую «сладкую» баранину и производит фермер с острова Хоккайдо Таканори Нисикава. Сегодня у него 180 голов, и планируется рост количества поголовья в ближайшее время. Его секрет – включение корней спаржи в рацион кормления овец. Из-за высокого содержания сахара и высококалорийных веществ, содержащихся в спарже, баранина на вкус слаще и мягче. Когда нет возможности кормить овец свежей спаржей, фермер кормит животных высушенным ферментом спаржи, смешанным с рисом и пшеничными отрубями. Такая «диета» выгодно отличает местную баранину от экспортируемого мяса, которое «выращено» на комбикормах и сене.

Интересен факт того, как Нисикава вообще начал заниматься овцеводством. Ведь еще восемь лет назад он и его отец работали в строительном бизнесе, и никто из них серьезно не занимался животноводством. Всего три овцы, что называется «для себя», были у отца Таканори Нисикава.

В 2008 году один местный фермер предложил в качестве корма для овец корни спаржи. Мясо, полученное от откормленных спаржей овец, выгодно отличалось на вкус. С тех пор Таканори Нисикава стал заниматься разведением овец.

Теперь он владелец стада. На производимую «сладкую» баранину растет спрос. Он постоянно консультируется с владельцами ресторанов и проводит рекламные мероприятия для продвижения своей премиальной баранины.

lovcevod.ru



Американские стартапы бросают вызов мясной индустрии

Несколько американских стартапов борются за то, чтобы

первыми вывести на рынок произведенные в лаборатории бургеры и сосиски, по вкусу не отличающиеся от натуральных мясных продуктов. Компании Memphis Meats, Mosa Meat и Modern Meadow намерены в ближайшие 3–4 года представить на суд потребителей мясо, выращенное в стальных резервуарах из клеток животных.

Стартапы стали активно развивать эту технологию в последние три года после завершения тестовых испытаний по созданию лабораторного бургера (в этот многолетний проект под руководством физиолога Марка Поста сооснователь Google Сергей Брин вложил 330000 долларов). Несмотря на неоднозначные оценки, Пост решил продолжить работу, став сооснователем нидерландской Mosa Meat.

Конечная цель подобных проектов – изменить современное животноводство, которое, по оценкам ООН, использует огромную часть земель и потребляет треть произведенного в мире зерна. Для выращивания мяса с помощью клеток и биореакторов (устройства напоминают те, что используются в пивоварении) нужно совсем немного биоматериала, заверяют представители стартапов. По их словам, в результате такого производства получится гораздо меньше



отходов и отпадает необходимость в антибиотиках.

Производители мяса понимают: их продукция не отвечает стандартам устойчивого развития, говорит гендиректор Memphis Meats Ума Валети. Через 20 лет большая часть мяса на прилавках магазинов будет искусственно выращенным, уверяет он. Потенциальный рынок огромен: в 2014 году среднестатистический американец потратил 186 долларов на мясо и птицу. В феврале Memphis Meats официально представит стратегию развития и расскажет, куда будут направлены 2 млн долларов, полученные от венчурных фондов.

Пока главная задача таких стартапов – увеличить производство, сохранив расходы на низком уровне, заявляют руководители проектов. Искусственно выращенное мясо должно стоить примерно столько же, сколько настоящее, и не отличаться по вкусу. Сейчас производство фунта говяжьего фарша

обойдется Memphis Meats в 18000 долларов, тогда как на прилавке он стоит около 4 долларов, согласно данным минсельхоза США (USDA).

Представители мясной промышленности сомневаются, что потребители, которые предпочитают натуральные продукты без добавок или генетически модифицированных ингредиентов, согласятся покупать мясо, выращенное из клеток. Представители Tyson Foods, Hormel Foods и Perdue Farms отказались от комментариев, заявив, что технология еще слишком нова.

В отличие от производителей венчурные компании и инвесторы Кремниевой долины относятся к новой технологии с энтузиазмом. Соучредитель корпорации Microsoft Билл Гейтс и основатели Twitter Биз Стоун и Эван Уильямс инвестировали в Beyond Meat и Impossible Foods Inc, производящие искусственно выращенное мясо.

Представители Memphis Meats уверяют, что уже обсудили с управлением по контролю за качеством пищевых продуктов и лекарственных препаратов США (FDA), как именно управление будет контролировать их продукцию. FDA должно дать заключение относительно культивированного мяса, прежде чем USDA установит контроль за продуктом и его производством, заявил представитель ведомства.

«Ведомости»

SmartLinker

идеальный вариант для производства сосисок с точным весом и одинаковым размером

- снижение расходов на оболочку
- минимальные потери
- гибкость производства
- высокоточный контроль
- высокая скорость и производительность

Для получения дополнительной информации свяжитесь с нами: Сергей Казинцев, sergey.kazintsev@marel.com | +7 916 828 4625 marel.com/townsend



TOWNSEND
FURTHER PROCESSING

marel



Автор:
Игорь Демин,
генеральный директор
ООО «ЦСБ-Систем»



Автор:
Герман Шальк,
директор по продажам
CSB-System AG

ООО «ЦСБ-Систем»
115054, г. Москва, ул. Валовая, д. 30
тел./факс: +7 (495) 641-51-56
e-mail: info@csb-system.ru
www.csb.com

Решение, вкусное для всех

Мясоперерабатывающее предприятие Mischau успешно использует IT-решение CSB-System для надежного прослеживания продукции



Все данные передаются вместе с продуктом на станциях регистрации информации в CSB-System по всей цепи процессов производства и хранения вплоть до маркировки готовой продукции.

Наряду с прослеживаемостью, для руководства предприятия особенно важны качество и безопасность производимой продукции. Предприятие Mischau было одним из первых в Германии производителей мясной продукции, сертифицированных по ISO 9001, а недавно, при повторной сертификации, предприятию удалось достичь «повышенного уровня» по IFS6. Сотрудники проверяющей организации особенно отметили обеспечение прослеживаемости продукции с помощью информационных технологий. «При необходимости мы имеем возможность быстрого получения всей требуемой информации», – поясняет Ричард Мишау. Магазины розничной торговли и дискаунтеры и супермаркеты, такие как EDEKA, REWE, Kaufland и PENNY, в течение многих лет доверяют продукции Mischau. Кроме того, предприятия общественного питания ценят нашу добросовестность при производстве продукции. На больницы, дома престарелых и школы приходится более 50% продаж Mischau, тенденция растет. На протяжении многих лет мы сотрудничаем также с культовой берлинской закусочной Curry36.

Основой для непрерывного прослеживания всей производимой продукции, а это более 225 т мясных и колбасных изделий в месяц, являются интегрированная обработка и документирование всей соответствующей

Салями «Столичная», паштет «по-берлински», жаркое «Генрих Цилле»: на берлинском предприятии Mischau GmbH & Co. KG все названия производимой продукции так или иначе касаются столицы Германии. Предприятие является ведущим производителем традиционных берлинских продуктов, поставляющим свой товар в сети розничной торговли и предприятий гастрономии. Благодаря своим знаменитым жареным сосискам в пряном соусе карри фирма Mischau известна сегодня всей Европе. В управлении предприятием руководители Брита и Ричард Мишау, внуки основателя фирмы, с 1998 года успешно используют отраслевое IT-решение CSB-System.



Ричард Мишау,
директор фирмы Mischau:

«При необходимости мы имеем возможность быстрого получения всей требуемой информации для прослеживания каждого производимого нами продукта».

информации в отраслевом программном обеспечении CSB-System. Регистрация информации начинается непосредственно в момент приемки сырья и материалов. Поступающее ночью мясное сырье и ингредиенты проверяются при поддержке IT на качество и получают внутрипроизводственную этикетку. На этикетке указываются номер артикула, его наименование, поставщик и уникальный номер партии. Все эти данные передаются вместе с продуктом на станциях регистрации информации в CSB-System по всей цепи последующих процессов производства вплоть до маркировки готовой продукции. В процессе комплектации заказов артикулы регистрируются с помощью мобильных терминалов для сбора данных (ТСД) и автоматически передаются в ERP-систему, включая все данные по прослеживанию. Смешанные коробки с различными продуктами получают свой собственный номер партии, который включает номера партий находящихся в ней артикулов.

«Многие артикулы мы производим небольшими партиями, каждая партия тщательно документируется в системе. Благодаря этому мы можем быстро проследить, какие товары и кому были доставлены. В чрезвычайной ситуации мы имеем возможность быстро отозвать из продажи любой наш продукт», – говорит начальник ОТК Надин Хильденштайн.

Переход к новому регламенту ЕС Nr. 1169/2011

К преимуществам системы CSB-System Ричард Мишау относит ее перспективность и гибкость при вводе в производство новых идей или при реагировании на изменяющиеся требования рынка. Благодаря CSB-System новый регламент ЕС Nr. 1169/2011, вступивший в силу 12.13.2014, не создал производству Mischau никаких проблем. «Мы заранее начали заниматься вопросом перехода на новый регламент и смогли тщательно подготовиться к выполнению новых требований. Вся необходимая для маркировки информация автоматически подается системой CSB на принтеры этикеток. А все изменения в рецептурах вследствие их оптимизации вызывают автоматическое изменение указываемых на этикетках данных. Скоро в полностью автоматическом режиме также будет передаваться информация о наших продуктах на специальные ин-



В процессе комплектации заказов артикулы регистрируются с помощью мобильных терминалов для сбора данных и автоматически передаются в ERP-систему, включая все данные по прослеживанию.

формационные интернет-платформы, например на 1worldsync», – говорит Ричард Мишау, директор предприятия Mischau.

С использованием программы для расчета и маркировки пищевой ценности осуществляются расчет, печать на этикетках и управление всеми данными ингредиентов, включая аллергены. Для этого все данные каждого продукта объединяются с данными всех его ингредиентов. Таким образом, при создании рецептуры все соответствующие ингредиенты напрямую присваиваются артикулу. Спецификации и соответствующие технологии производства каждого артикула в сопоставлении с присвоенными ингредиентами передаются на принтер этикеток.

Стоит также отметить управление аллергенами, которое играет важную роль, например, при поставках продукции в школы. С использованием программного обеспечения персонал предприятия всегда точно знает, находится ли в перерабатываемом сырье аллергены и нужно ли переналаживать и особым образом обрабатывать

оборудование перед началом производства нового продукта. Таким образом, исключается попадание остатков аллергенов в другие продукты.

Предприятия общественного питания заказывают товары посредством EDI

Электронный обмен данными (EDI) становится все более важным для предприятий. Заказ продукции в электронном виде, использовавшийся ранее, в основном на предприятиях розничной торговли, сегодня стал востребованным в обслуживании больниц, школ, предприятий гастрономии и гостиничного бизнеса. Исследования показали, что при таком виде заказа товаров предприятие экономит две трети издержек по сравнению с оформлением заказа на бумаге. Это объясняется высокой скоростью процесса заказа при минимальном количестве ошибок. EDI делает возможным автоматизированный обмен данными между приложениями взаимодействующих партнеров. Этим обеспечивается максимальная оптимизация производственного процесса. Например, при поступлении нового заказа он незамедлительно регистрируется в ERP-системе как производственное задание и подается на обработку.

Интеграция обеспечивает прозрачность

На предприятии Mischau уже давно отсутствуют островные решения, руководство и в будущем планирует использовать CSB-System как единую комплексную систему.

«С точки зрения технологий, благодаря отраслевому программному обеспечению мы наилучшим образом подготовлены к будущему. С CSB-System нам удастся дальновидно управлять нашей компанией, выполняя все требования отрасли», – говорит Ричард Мишау.

Высокий уровень интеграции обеспечивает нам необходимую прозрачность. Каждое утро Ричард Мишау получает полный обзор текущего состояния дел на предприятии: «Ежедневно мы имеем точные цифры для надежного управления предприятием. Все данные логистической цепочки, начиная с закупки сырья и материалов до производства, склада и сбыта, доступны нам в любое время суток. Таким образом, мы имеем в своем распоряжении надежный инструмент для эффективной диспозиции и планирования». ■



Компания: **Plaut**, официальный представитель
компании SLA в России
www.plaut.com/ru
тел. +7 (495) 946-15-49
e-mail: office.ru@plaut.com

Весы, сканеры штрих-кодов и компьютеры как одно целое

Как обеспечить передачу данных с любого устройства в корпоративную информационную систему?



Стремясь оптимизировать свои процессы, многие производственные предприятия приходят к тому, что надо максимально полно и точно отражать все операции в рамках одной информационной системы. Иными словами, собирать данные со всех используемых устройств и обрабатывать их централизованно, в единой системе.

Для того чтобы облегчить интеграцию различных компонентов, телекоммуникационных средств и периферийных устройств, компания SLA Software Logistik Artland разработала универсальную системную платформу и специальный инструмент подключения – ERP-Connector.

На производственном предприятии несложно найти такие участки, где, несмотря на наличие информационной системы класса ERP (Enterprise Resource

Planning), активно используются и другие IT-решения. Количественные характеристики, различные акты и протоколы, номера версий обновляются в электронных таблицах. Весы, принтеры и сканеры штрих-кодов не подключены к информационной системе напрямую, что приводит к двойной работе и лишним расходам. Возникает риск несвоевременной переналадки оборудования, полуфабрикаты хранятся без сортировки по качественным признакам, накладные и сопроводительные документы не печатаются автоматически.

Двойной ввод данных из-за отсутствия интеграции

Когда сотрудники вынуждены повторно вводить данные, падает ско-

рость выполнения операций, нерационально используются ресурсы, возрастает вероятность ошибок. Если искать причины подобных явлений, то чаще всего их можно выразить одним словом: «интерфейсы». Отсутствие интерфейсов между различными видами программного обеспечения нередко приводит к задвоению данных. Это происходит, когда, например, не хватает нужных драйверов для принтера или других периферийных устройств, используются разные форматы данных или нет возможности настроить сетевое подключение. Проблемы с интерфейсами могут возникать по многим причинам: иногда производители устройств предоставляют только свои собственные интерфейсы, в других случаях используются устаревшие

модели устройств или устанавливают новые версии программного обеспечения – и может не оказаться подходящих драйверов.

Связь между компонентами благодаря универсальной платформе

Если говорить о прямом подключении устройств к ERP-системе, то для этого, как правило, требуется отдельный локальный драйвер. Это затрудняет централизованную настройку и регламентированный доступ к ресурсам. Чтобы обеспечить интеграцию ERP-систем с прочими автоматизированными компонентами, весами, этикетировщиками, контрольными устройствами, RFID-технологиями и сканерами штрих-кодов, компания SLA Software Logistik Artland разработала стандартизированное решение на базе ERP-Connector. Платформа дает возможность использовать самые разнообразные интерфейсы и предоставляет драйверы к огромному числу устройств. Решение масштабируется; поддерживает протоколы HTTP, Soap, RFC и TCP/IP. С точки зрения IT-сопровождения, единая платформа для подключения всех устройств имеет ряд преимуществ: позволяет быстро заменить одно устройство на другое, не требуя при этом установки новых драйверов. Кроме того, данные, поступающие с устройств в режиме реального времени, могут временно сохраняться в буфер, когда ERP-система испытывает перегрузки, – это дополнительная поддержка для рабочих процессов (с использованием удаленных дата-центров или SaaS-сервисов). Чтобы было удобнее подключать новое оборудование или устанавливать драйверы, решение имеет модульную структуру. Платформа отличается высокой стабильностью, поддерживает централизованные настройки и IT-администрирование. Решение можно развернуть как на виртуальных, так и на физических серверах, что позволяет одновременно обрабатывать данные множества пользователей.

Минимальные системные требования:

- операционная система Windows или Linux,
- многоядерный процессор,
- 4 Гб оперативной памяти и 20 Гб пространства на жестком диске.

Применение ERP-Connector в пищевой промышленности

Первоначально единая платформа для подключения периферийных



устройств разрабатывалась с учетом требований мясной отрасли. И сегодня компания SLA продолжает моделировать и настраивать процессы и диалоговые окна для производственных и логистических операций, связанных с убоем скота, обвалкой, переработкой и обработкой мяса.

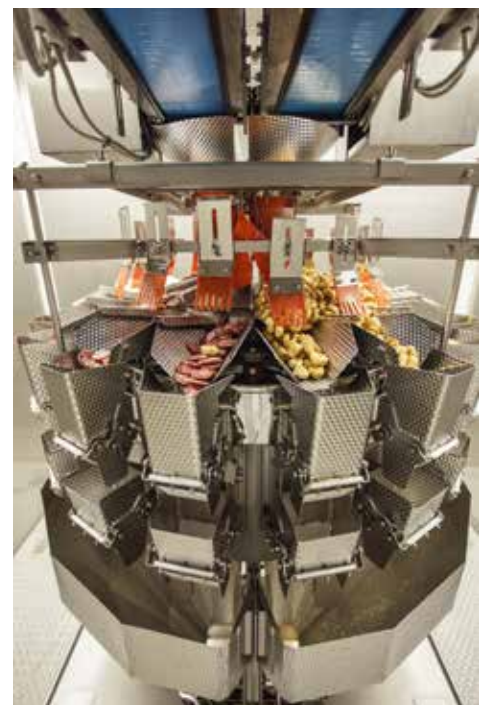
На предприятиях пищевой промышленности используется специфическое оборудование: Fat-O-Meter (FOM), Auto-FOM, весы, RFID-технологии, программируемые контроллеры, сканеры, маркирующие устройства и мобильные принтеры для печати ценников. Используя драйверную платформу, можно в течение нескольких минут подключить сотни устройств разных производителей и настроить передачу данных. Важным этапом развития этого решения стала полная интеграция процессов мясоперерабатывающего предприятия с модулями системы SAP ERP. Например, в модуль контроля качества данные попадают непосредственно с рамп; справочные данные передаются автоматически, с привязкой к номеру убойного животного. Данные, полученные с Auto-FOM, FOM и контрольно-измерительных приборов, передаются с указанием номера животного. Результаты ветеринарного обследования вводятся в систему непосредственно на месте осмотра, используя специализированный терминал фирмы SLA с сенсорным

экраном и классом защиты IP69K. После взвешивания программа автоматически классифицирует тушу, но при необходимости можно вручную изменить ее категорию. Интеграция с модулем управления запасами позволяет передавать данные по тушам в штуках и килограммах. Складские запасы мгновенно классифицируются по категориям. Можно создавать план разделки туши в специальном расширении для SAP, а также управлять закупками мяса.

На заключительном этапе можно управлять заказами клиентов, исходя из уровня складских запасов, а также передавать получателю данные по отгруженным партиям в электронной форме (EDI) – сразу же, не дожидаясь того, как товары к нему поступят.

Открытое решение, учитывающее специфику вашего предприятия

ERP-Connector – универсальное IT-решение, которое подходит для различных отраслей и различных ERP-систем. Помимо интеграции с бизнес-приложениями SAP, реализовывались проекты с Microsoft Navision и облачным ERP-решением Plex Online. Решение легко адаптировать под требования любой отрасли благодаря модульной структуре и интерфейсам, охватывающим все бизнес-процессы в производстве и логистике. **Р**



Компания: **Ishida Europe, Россия и СНГ**
129090, Россия, Москва, Олимпийский пр., 16,
стр. 1, СК «Олимпийский»
тел.: +7 (499) 272-05-36
e-mail: info@ishidaeurope.ru
www.ishidaeurope.ru



Канал Ishida на YouTube:
[Ishidaeurope1td](https://www.youtube.com/channel/UCIshidaEurope)

Производство готовых закусок из свинины

Точность мультиголовочных дозаторов гарантирует минимальную потерю дорогостоящего сырья

Сыровяленые мясные деликатесы из Италии популярны и любимы во всем мире. Хотя мировой спрос неизбежно приводит к переходу на массовое производство, первоначальные традиции и методы изготовления этих продуктов питания продолжают главенствовать в итальянских регионах Ломбардия (Lombard) и Брианца (Brianza).

Популярность итальянских деликатесов стала главным залогом успеха компании Fumagalli Industria Alimentari S.p.A, итальянского производителя разнообразной продукции из свинины.

Экспорт продукции в страны не только Европы, но и всего мира (в том числе в Японию, Южную Корею и Канаду) обеспечивает 60% всех финансовых поступлений в компании.

Неудивительно, что такой успех привел к значительному увеличению производства – с 2000 года по настоящий момент компания смогла удвоить объемы выпускаемой продукции. В свою очередь, это означало, что усовершенствование всех рабочих процессов должно соответствовать дальнейшей автоматизации упаковочных операций. И ключевую роль в достижении этой

цели сыграла установка на ультрасовременной фабрике Fumagalli в Тавернерио (Tavernerio), неподалеку от Комо (Como), двух весовых дозаторов Ishida.

Первый весовой дозатор был установлен в 2006 году для упаковки нарезанной кубиками панчетты (разновидность бекона), поставляемой ведущим ритейлерам Европы. А совсем недавно на фабрике появилась вторая линия с новым дозатором Ishida, чтобы справиться с возросшими объемами производства в период повышенного спроса, а также работать с новой линейкой снековых продуктов.



Андреа Фумагалли:

«Весовые дозаторы Ishida сыграли ключевую роль в обеспечении и поддержании должного уровня качества продукции по мере автоматизации большинства рабочих процессов».



В линии по упаковке панчетты бекон и закуска одновременно выгружаются в лотки с двумя отделениями с разным целевым весом. Для этого используется весовой дозатор, который эксплуатируется в двойном режиме: для каждого вида продукта задействовано 8 головок из шестнадцати.



Оба весовых дозатора представляют собой 16-головочные модели бюджетной серии RS и помогают увеличить эффективность работы линии благодаря высокой надежности и точности. Каждая производственная линия способна перерабатывать около 20 000 кг продукта ежемесячно, что соответствует 1 700 000 упаковок ежегодно.

В основном новая линия используется для упаковки недавно запущенной линейки снеков от Fumagalli: сырокопченая колбаса в нарезке с разнообразными сопутствующими продуктами, например хлебными палочками, оливками и сыром. Весовой дозатор эксплуатируется в двойном режиме, когда для каждого вида продукта задействовано восемь головок из шестнадцати.

Специально разработанная передвижная распределительная система, расположенная под весовым дозатором, перемещает продукт в термоформируемые лотки с двумя отделениями,

которые после заполнения запаиваются сверху.

Оба весовых дозатора обеспечивают отличную точность при взвешивании упаковок весом 100 г (лоток с двумя отделениями по 50 г) и 154 г (два по 77 г).

Среди главных достоинств оборудования **главный технолог предприятия Андреа Фумагалли (Andrea Fumagalli)** выделяет его непревзойденную надежность. «За те пять месяцев, что я работаю в компании, мне пришлось столкнуться с определенными проблемами при эксплуатации практически всех установленных на фабрике машин, за исключением оборудования Ishida», — поясняет он.

Среди других конкурентных преимуществ этого оборудования особо отмечаются удобство управления и чистки. «Переналадка на новый вид продукта происходит просто; оборудование легко разбирается и собирается для тщательной очистки, происходящей в конце каждой смены», — говорит Андреа. Что касается точности работы, то потери не превышают 1,2% на протяжении всего месяца производства.

«Наша репутация основывается исключительно на качестве, а не на количестве производимого продукта, — подводит итог Андреа. — Весовые дозаторы Ishida крайне важны в обеспечении и поддержании созданной репутации». **Р**





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

Sealed Air представляет новую вакуумную упаковочную машину Cryovac® VS2X

Новейшая технологическая разработка компании обеспечивает непревзойденную операционную эффективность

В рамках своей постоянной работы по исследованиям и разработкам в области упаковочного оборудования нового поколения компания Sealed Air объявила о крупном технологическом прорыве в своем популярном ассортименте оборудования вакуумной упаковки небольшого и среднего размеров.

Новая машина Cryovac® VS2X не только имеет технологические и функциональные усовершенствования, повышающие операционную эффективность, но и предлагает комплексный подход и стратегию сотрудничества для укрепления бизнеса и бренда клиента. Благодаря экспертному опыту Sealed Air во всей цепочке создания стоимости у производителей свежего красного мяса (FRM), копченого и переработанного мяса (S&PM) и сыра машина Cryovac® VS2X оптимизирована для производителей небольшого и среднего размеров в области не вакуумной и вакуумной продукции, требующей упаковки в термоусадочные пакеты.

Управление VS2X осуществляется системой ПЛК, которая отслеживает и контролирует рабочие процедуры с помощью панели управления с сенсорным экраном и рабочего ПО с шестью программами, специально настроенной для текущей цели упаковки. Привод с переменной скоростью (VSD) управляет двигателем конвейера, а управление лентой осуществляется электрическим сервоприводом. Синхронизация продукции позволяет добиваться превосходных результатов с точки зрения размещения продукции (+/-5 мм). Кроме того, в ма-



Машина Cryovac® VS2X повышает уровень безопасности пищевой продукции и срок ее годности. Высокое качество и единообразие результатов работы системы запаивания UltraSeal® позволяют достигать высокого стандарта безопасности пищевой продукции и избежать рисков загрязнения пищевой продукции.

шине Cryovac® VS2X реализована новейшая технология PakFormance® Insight, которая обеспечивает визуализацию и отчетность по показателям эффективности машины с удаленным доступом для технического обслуживания и устранения неисправностей.

Преимущества не заставят себя долго ждать. Операционная эффективность повышается благодаря внедрению системы синхронизированного ленточного транспортера, обеспечивающей точность размещения продукции, автоматическая направляющая горлышка пакета упрощает передачу продукции из буфера на камерный конвейер, а система автоматической нисходящей передачи продукции сводит к миниму-

му объем ручной работы. Для достижения максимальной производительности (до 2,5 циклов в минуту) нужен всего один оператор. Кроме того, операционные расходы снижаются благодаря инновационной автоматической подаче и системе запаивания UltraSeal®, которая позволяет охлаждать запаивающую пластину без воды.

Еще большего повышения производительности можно добиться благодаря следующим возможностям: запуск и останов вакуумного электронасоса можно выполнять удаленно посредством электрического интерфейса, что уменьшает время запуска; автоматическая система энергосбережения выключает машину, когда она не используется в течение заданного периода времени, а система резки для горлышек пакетов удаляет избыток материала и позволяет избежать потерь продукции.

Кроме того, машина Cryovac® VS2X повышает уровень безопасности пищевой продукции и срок ее годности. Высокое качество и единообразие результатов работы системы запаивания UltraSeal® позволяют достигать высокого стандарта безопасности пищевой продукции и избегать рисков загрязнения пищевой продукции. Конструкция новой машины обеспечивает простой доступ для очистки и соответствует европейским предписаниям по безопасности и гигиене. Кроме того, с помощью трех запаивающих пластин высотой 20, 40 и 65 мм можно добиться оптимального внешнего вида продукции для укрепления репутации бренда. ■



Событие:

**«Упаковка/Упак Италия 2016»
и «Интерпластика 2016»**

Дата:

26–29 января 2016 года

Место проведения:

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Комплексные решения для бизнеса: новые перспективы на 2016 год

В Москве, в ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне, завершились две проходившие параллельно ведущие отраслевые выставки – «Упаковка/Упак Италия 2016» и «Интерпластика 2016».

Выставки, которые прошли с 26 по 29 января 2016 года, стали первыми в новом году мероприятиями, которые подвели итоги и открыли очередной год работы индустрии полимеров и упаковки. В обоих проектах приняло участие более 800 экспонентов из 35 стран мира. Выставки посетили 20 900 специалистов.

В сложившихся экономических условиях принцип объединения выставок на одной площадке создает специалистам все необходимые условия для поиска индивидуальных и комплексных решений в рамках сразу нескольких смежных отраслей. Следует отметить, что важным является построение вы-

ставок по технологическому принципу: профессиональный посетитель получил возможность ознакомиться со всей цепочкой необходимых решений для бизнеса, включая маркетинг, логистику, а также продажу оборудования и сырья. Такой подход позволяет комплексно решать имеющиеся у предприятий отрасли вопросы и способствует успеху в поиске новых возможностей.

В рамках прошедших выставок «Упаковка/Упак Италия 2016» и «Интерпластика 2016» предприниматели и эксперты отрасли смогли получить соответствующую информацию об инновационных технологиях, наладить или возобновить связи с поставщика-

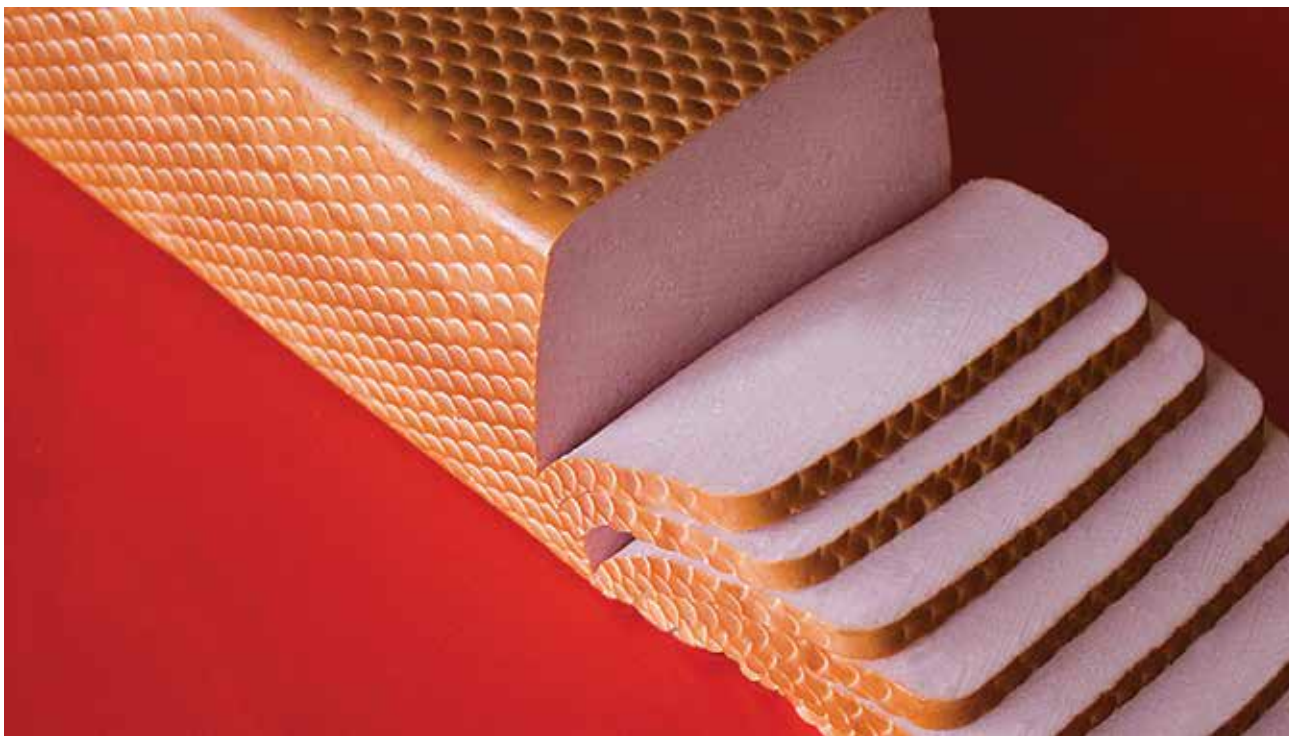
ми услуг. Компания «Мессе Дюссельдорф» (Messe Düsseldorf) совместно со своим дочерним предприятием ООО «Мессе Дюссельдорф Москва» и в сотрудничестве с итальянским партнером Centroeuro выступили организаторами прошедшего экспомероприятия, как делали это в течение уже многих лет.

В этом году в выставке «Упаковка/Упак Италия» приняли участие 210 фирм из 19 стран мира. Официальные национальные экспозиции с коллективными стендами представили на выставке Германия, Италия, Китай и Швейцария. Экспонентами выставки «Интерпластика 2016» выступили 610 компаний из 34 стран мира. Официальные национальные экспозиции были представлены фирмами из Австрии, Германии, Италии, Китая и Франции. Обе выставки взаимозависимы и работали на общую задачу – предложение рациональных и всеобъемлющих решений, позволяющих максимально сохранить упакованную продукцию.

Специалисты, посетившие выставку «Упаковка/Упак Италия», имели возможность ознакомиться с деятельностью компаний, которые предлагают такие решения в разных секторах отрасли. Речь идет о переработке овощей и фруктов («Русская Трапеза»); непивной упаковке (немецкие фирмы Mollers Maschinenfabrik GmbH и Beumer Group GmbH; московское ООО «Машиностроительная компания „Вселуг“»); упаковке штучной непивной продукции (московское представительство испанской фирмы Ulma Packaging; казанское предприятие ЗАО «НПФ Интеграл+»; «Русская трапеза»).

Интерес специалистов на выставках вызвал тот факт, что российские предприятия смогли достойно ответить на вызовы нашего времени.

Спрос российских потребителей на современные переработанные и фасованные пищевые и непивные продукты, сырье и качественное производственное оборудование продолжает расти, несмотря на сложную экономическую обстановку. В рамках политики импортозамещения и в результате экономических санкций с рынка ушли некоторые компании, однако появилась тенденция к их замене новыми фирмами. Отличительная особенность обеих выставок в этом году состояла в том, что на выставочной платформе независимо от экономических условий организаторы постарались собрать компании, которые представляют на рынке все существующие тенденции. **МС**



Автор:



Владимир Смирнов,
старший менеджер по продуктам
компании «Атлантис-Пак»
smirnov_vv@atlantis-pak.ru

Новая оболочка для копченых деликатесов

**«Атлантис-Пак» представляет оболочку для формуемых
продуктов с копчением АйЦел Ф**

Сбалансированная ассортиментная линейка – необходимый элемент успешной работы для любого среднего и крупного предприятия в сфере мясопереработки.

Правильно организованный ассортиментный портфель является залогом успешной сбытовой политики и, как следствие, стабильно высоких продаж. Такая ассортиментная линейка для мясокомбината подразумевает производство не только самых «топовых» позиций, таких как колбаса «Докторская» или сервелат «Финский», но и опреде-

ленных деликатесных и нишевых мясных изделий. И если для производства массового продукта объем предложений по базовым составляющим довольно высок и сочетание цен и качества находится на приемлемом уровне, то с нишевыми, деликатесными изделиями ситуация обстоит намного сложнее, и порой для их поддержания в линейке затраты предприятия выходят за разумные пределы. Чтобы помочь мясокомбинатам с оптимизацией издержек, «Атлантис-Пак» разработал новое упаковочное решение – оболочку АйЦел Ф,

подходящую для производства формуемых продуктов с копчением.

Пластиковая оболочка АйЦел Ф обладает целым рядом преимуществ перед аналогами из других видов сырья как по своим техническим свойствам, так и с точки зрения стоимостных затрат. Поскольку производства большинства фиброузных, целлюлозных и коллагеновых оболочек, а также коллагеновых пленок находятся в Европе, стоимость на эти упаковочные материалы напрямую зависит от курса валют и в последние полтора года постоянно растет. Между



Уникальное свойство АйЦел Ф принимать любую заданную продуктом форму не ограничивает производителей при воплощении своих маркетинговых идей – оболочку можно переполнять до 100% и выпускать в ней как ветчину в форме цилиндрических батонов, так и круглый «фонарик» с начинкой.

тем, АйЦел Ф – это оболочка по приемлемой цене, которая по своим функциональным свойствам на уровне, а в некоторых аспектах и выше зарубежных аналогов. Например, если рассчитать экономический эффект при замене коллагеновой пленки на оболочку АйЦел Ф, то на тонну выпускаемой продукции в сутки наблюдается повышение выхода готовых изделий до 70 кг. В денежном выражении при средней отпускной цене предприятия 300 рублей за килограмм в сравнении с упаковкой в коллагеновую пленку это дополнительно принесет 21 тыс. рублей в сутки с одной тонны продукции. Естественно, расчеты произведены на основании эмпирических данных и могут иметь некоторые отклонения в зависимости от условий производства, но порядок цифр впечатляет.

Оболочка АйЦел Ф послужит оптимальным вариантом для производства различных ветчин с копчением, рулетов и разнообразных деликатесов, продаваемых в основном в нарезке. Благодаря высокой проницаемости оболочки для компонентов дыма продукты в АйЦел Ф отлично коптятся, что позволяет придать изделиям приятный традиционный вкус и аромат копчения. Оболочка АйЦел Ф позволяет сохранить их функциональность и все необходимые органолептические показатели.

Уникальное свойство АйЦел Ф принимать любую заданную продуктом форму не ограничивает производителей при воплощении своих маркетинговых идей – оболочку можно переполнять до 100% и выпускать в ней как ветчину в форме цилиндрических батонов, так и круглый «фонарик» с начинкой. Высокая степень переполнения также позволяет производителю еще больше сэкономить за счет уменьшения расхода оболочки.

Оптимальный уровень адгезии к фаршу АйЦел Ф позволяет выпускать в ней широкий спектр продуктов для реализации в нарезке. Оболочка легко снимается после копчения, так что с ней легко работать в ручном и полуавтоматическом режиме. Хорошая очищаемость оболочки также упрощает процесс ее снятия, доводя его практически до автоматизма.

АйЦел Ф также задерживает на поверхности вредные вещества копильного дыма, предотвращая их попадание в готовый продукт. Это особенно актуально для продуктов, реализуемых во вторичной упаковке: оболочка, выполнив свои функции по приданию продукту формы, формированию вкуса и аромата, свойственных данному продукту, удаляется вместе со всеми «загрязнителями».

АйЦел Ф поставляется в гофроуклах по 31 м, а также в бухтах по 250 м или 500 м. Оболочка выпускается следующих плоских ширин: от 95 до 400 мм, в бесцветном варианте.

Несмотря на всю свою уникальность, АйЦел Ф сохраняет все преимущества пластиковых оболочек. Благодаря высокой механической прочности оболочка не ломается и более практична в обращении: вы можете смело переполнять ее в два раза, формируя продукт необходимой формы. Так как при производстве пластиковых оболочек используются материалы, инертные к воздействию микроорганизмов, то отсутствует риск микробиологической порчи и появления плесени на АйЦел Ф, что облегчает и упрощает ее хранение.

Впервые АйЦел Ф была представлена на выставке «Агропродмаш-2015», и за прошедшие полгода несколько мясоперерабатывающих комбинатов успели на практике убедиться в том, что эта оболочка соответствует всем заявленным характеристикам. В этом году АйЦел Ф также будет представлена на стенде компании «Атлантис-Пак» на выставке IFFA-2016, которая пройдет во Франкфурте (Германия) с 7 по 12 мая. Адрес стенда «Атлантис-Пак» – Мессе Франкфурт, зал 4.0, стенд А10 ■

J. RETTENMAIER & SÖHNE
GMBH + CO KG



Природные
волокна

Компания: 000 «Реттенмайер Рус»

115280, Москва, Ленинская Слобода, 19, стр. 1

тел: + 7 (495) 276-06-40

факс: + 7 (495) 276-06-41

RÄUCHERGOLD® – надежность и превосходный результат копчения

Высококачественная щепа для копчения RÄUCHERGOLD® помогает сократить расходы и гарантирует безопасность для коптильных установок.

Знаете ли вы, что результаты исследования в индустрии показывают, что добавки для копчения, используемые в процессе копчения, составляют всего 0,1% от общих затрат!

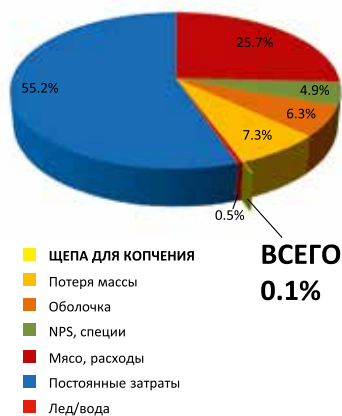
Однако ошибки, сделанные в этой области, могут обойтись очень дорого – особенно в тех случаях, когда используются предположительно дешевые древесные отходы или древесная щепа низкого качества. Это явный пример того, на чем нельзя экономить.

Для надежного, продолжительного функционирования современные коптильные установки требуют максимально однородных материалов для копчения. Размер частиц, остаточная влажность и чистота вещества всех партий должны находиться в узких допустимых пределах и быть оптимальны для используемой системы. В дополнение ко всему необходимо обязательно исключить загрязнение плесенью и микробами, вызываемое низкокачественными материалами. Несертифицированные продукты на основе древесных отходов принципиально не должны использоваться.

Скопления опасных токсинов и грибковых спор на территории производства и в коптильных установках могут привести к значительным убыткам в виде расходов на очистку и время простоя, не говоря о потерях в результате производства загрязненных, непригодных в пищу мясных продуктов.

Качественная щепа необходима для оптимального процесса копчения. Благодаря этому увеличивается производительность коптильных камер. Более продолжительные интервалы между

Процент стоимости щепы
для копчения



чистками оборудования ведут к снижению затрат на чистящие средства, персонал и утилизацию. Кроме того, сокращаются периоды простоя оборудования, а также затраты на ремонт.

Инженеры-механики и инженеры по оборудованию хорошо осведомлены о наличии этих проблем. В течение многих лет надежные производители коптильных установок рекомендуют использовать древесную

щепу RÄUCHERGOLD® как эталон качества. Серия продуктов RÄUCHERGOLD® была разработана в тесном сотрудничестве с производителями коптильных установок и постоянно совершенствуется, чтобы соответствовать современным требованиям.

Ведущие компании по производству копченых деликатесов в мясной и рыбной промышленности также доверяют качеству этой продукции, ее функциональным характеристикам.

Процедуры тестирования и контроля качества компании JRS повсеместно и в течение длительного срока обеспечивают максимальную надежность в ежедневном функционировании коптильных установок. Это подтверждено сертификатами HACCP и ИСО.

Щепа для копчения деликатесов RÄUCHERGOLD® производится с использованием отборной (цельной) PEFC-сертифицированной буковой и дубовой европейской древесины. Все продукты RÄUCHERGOLD® отличаются превосходной интенсивностью копчения. Неизменно низкое содержание в них влаги обеспечивает высокое качество тления. Время копчения снижается, и одновременно сокращается потеря веса продукта. Точное управление процессом копчения и получение нужного аромата возможны благодаря широкому ассортименту щепы для копчения деликатесов RÄUCHERGOLD® с разнообразными характеристиками.

Во избежание путаницы с продуктами, заявленными как аналогичные, но на самом деле характеризующимися более низким качеством, вся щепа RÄUCHERGOLD® сертифицирована и имеет номер партии.

Производители оценят по достоинству бесперебойную работу установки, снижение количества потребляемой энергии и воды, а также водных отходов и чистящих средств – как вклада в сохранение экологии! Потребителям понравится натуральный тонкий аромат и отличное качество мяса, колбас и рыбных продуктов, копченых с использованием материалов для копчения RÄUCHERGOLD®.

Щепа для копчения деликатесов RÄUCHERGOLD® – это всегда лучший выбор. **P**

Высшее качество

под названием

REHO RÄUCHER GOLD®

Щепа для копчения деликатесов

Оригинал



Безопасность
продукта проверена:
Производство
сертифицировано согласно
НАССР и ISO 9001

РОССИЯ, Москва, 115280,
ул. Ленинская Слобода, д. 19, стр. 1
Тел.: +7 495 276 0640 • Факс: +7 495 276 0641
info@rettenmaier.ru • www.rettentmaier.ru

ООО РЕТТЕНМАЙЕР РУС



Природные
волокна
Член концерна ЙотПС



Контроль Качества



Компания:

Санкт-Петербургская
общественная
организация потребителей
«Общественный контроль»
www.spbkontrol.ru

Сосиски «Детские» нельзя есть даже взрослым



Иллюстрация: Нина Кузьмина

Сосиски – пожалуй, самые популярные сегодня колбасные изделия. На их приготовление не требуется много времени, которого в современном мегаполисе при его ритме жизни постоянно не хватает. Такое блюдо трудно испортить даже самой нерадивой хозяйке. Но, как оказалось, с этой задачей – превратить сосиски в несъедобные – успешно справляются сами производители. И ладно, если бы речь шла только о продуктах для взрослых. От низкого качества не застрахованы даже сосиски с названием «Детские».

От низкого качества не застрахованы даже сосиски с названием «Детские». Экспертиза, проведенная по инициативе СПб ООП «Общественный контроль», показала, что государственному стандарту сегодня не соответствует 40% образцов сосисок.

Экспертиза, проведенная по инициативе СПб ООП «Общественный контроль», показала, что государственному стандарту сегодня не соответствует 40% образцов сосисок.

«Анком», еще «Анком»

Десять образцов сосисок разных торговых марок были приобретены в сетевых магазинах города и доставлены на исследования в испытательную лабораторию «ПЕТЕРБУРГ-ЭКСПЕРТИЗА», структурное подразделение СПб ГБУ «Центр контроля качества товаров (продукции), работ и услуг».

Среди четырех образцов, не соответствовавших требованиям ГОСТ Р 52196-2011, самые неприятные впечатления о себе оставили сосиски «Детские» производства петербургской компании «Анком». С недобросовестностью этого изготовителя лаборатория «ПЕТЕРБУРГ-ЭКСПЕРТИЗА» столкнулась еще при проведении экспертизы вареной колбасы «Докторская», в которой была выявлена заниженная массовая доля белка.

В сосисках «Детские» (приобретены в универсаме «Семишагофф», ул. Васи Алексеева, 10) кроме низкого содержания белка (10,7 г на 100 г при норме не менее 12 г) и высокого содержания жира (26,3 г на 100 г при норме не более 22 г) был обнаружен крахмал (2,3% от массы нетто), что является грубым нарушением действующих норм. И это при том, что на упаковке указана маркировка ГОСТ Р 31498-2012 «Изделия колбасные вареные для детского питания».

«Исследование сосисок под названием «Детские» показало, что производитель вводит потребителей в заблуждение, — говорит **начальник лаборатории «ПЕТЕРБУРГ-ЭКСПЕРТИЗА» Людмила Гамова**. — Не секрет, что родители всегда обращают внимание на продукцию,

рекомендованную для детского питания. Для растущего организма белок, как строительный материал, очень важен, а вот жира в таком количестве ребенку не нужно. Крахмала вообще быть не должно, а он обнаружен. Такие сосиски я не рекомендую ни детям, ни взрослым».

Комментарии производителя «Общественному контролю» получить не удалось: по телефону представители ООО «Анком» общаться отказались.

ГОСТу не соответствуют

Низкое содержание белка было выявлено в сосисках «Молочные» от ООО ПК «Петербурженка» и ООО «Мит Хаус», ТМ «Кронштадтские» (образцы приобретены в гипермаркете «О'Кей», пр. Маршала Жукова, 31, корп. 1). А сосиски «Сливочные» от ОАО «Великолукский мясокомбинат» (универсам «Семишагофф», ул. Васи Алексеева, 10) «отличились» большим количеством жира (на 28%), чем положено по ГОСТ Р 52196-2011.

По мнению экспертов, причина таких отклонений от норм ГОСТа — в низком качестве используемого сырья.

«Сегодня изготовители, стремясь сократить свои издержки, при выработке колбас и сосисок используют низкого качества сырье, в значительном количестве добавляют различные растительные компоненты, в том числе на соевой основе. Также в рецептуру вносят вредные для здоровья людей искусственные ароматизаторы, красители и консерванты», — поясняет **доцент кафедры экспертизы потребительских товаров Санкт-Петербургского торгово-экономического университета Ирина Асфондьярова**.

Кроме того, низкую долю белка и высокую долю жира эксперты объясняют и другими уловками производителей.



Ирина Асфондьярова, доцент кафедры экспертизы потребительских товаров Санкт-Петербургского торгово-экономического университета:

— Для получения колбасных изделий высокого качества, особенно для детского питания, необходимо использовать парное или охлажденное мясо молодых животных, с минимальным содержанием жира и невысоким количеством соединительной ткани. Однако сегодня такой продукции на прилавках нет, поскольку она неконкурентоспособна по сравнению с колбасными изделиями массового производства.



Лариса Шаповалова, начальник отдела контроля качества продукции и услуг по обращениям потребителей СПб ГБУ «Центр контроля качества товаров (продукции), работ и услуг»:

— Низкая цена сосисок может указывать на низкое содержание свинины или говядины, которые могут быть заменены на более дешевое мясо птицы или соевый заменитель. Если сосиски изготовлены по техническим условиям, их состав может существенно отличаться от предусмотренного ГОСТом. В них могли быть добавлены другие ингредиенты, сыр или грибы. В любом случае внимательно прочтите этикетку: возможно, в составе присутствуют ароматизаторы, загустители, модифицированный крахмал и красители. Обязательно посмотрите на срок годности: у продуктов на развес он составляет всего 3–5 суток, а вот сосиски в защитной среде или вакуумной упаковке могут храниться 15–20 суток.



Владимир Доценко, доктор медицинских наук, профессор, академик РАЕН, главный диетолог Санкт-Петербурга и Северо-Западного федерального округа РФ:

— К производителям детского питания предъявляются повышенные требования, но на практике покупатель, как выясняется, не застрахован от обмана. Я бы не рекомендовал родителям покупать для своих чад обычные сосиски. Колбасные изделия для питания дошкольников и школьников должны быть белыми, то есть не должны содержать красителей, нитритов, которые в детском рационе вредны и неприемлемы.



Контроль Качества



«Например, в состав сливочных и молочных сосисок, согласно ГОСТ Р 52196-2011, не должен входить свиной шпиг, а производители его добавляют, чтобы повысить жирность готового продукта. Используются и белковые стабилизаторы, получаемые из свиной шкурки, жил, сухожилий, – продолжает Ирина Асфондьярова. – Другими словами, нет полной уверенности в честности производителя, в продукции которого количество белка соответствует норме. Всегда есть вероятность того, что дело не в мясе надлежащего качества, а, например, в использовании пищевых добавок, которые позволяют дотянуть физико-химические показатели до уровня гостовских».

Крахмал все спрячет

В трех образцах сосисок (торговые марки «Анком», «Петербурженка», «Кронштадтский») был выявлен крахмал, использование которого запрещено ГОСТ Р 52196-2011.

«В качестве влагоудерживающего компонента чаще всего используют крахмал, который не всегда указывают на этикетке. Мы сталкиваемся сегодня не только с качественной и количественной, но и с информационной фальсифи-

ГОСТ 31498-2012.

«Изделия колбасные вареные для детского питания»:

1. Не допускается применение мяса быков, хряков и тощего.
2. Не допускается применение мясного сырья, замороженного более одного раза.
3. Не допускается применение импортного мяса в замороженном состоянии со сроком годности более 6 месяцев.
4. Не допускается применение генетически модифицированных сырьевых компонентов.
5. Показатели массовой доли жира, белка, влаги, крахмала и микробиологические показатели определяет изготовитель периодически, но не реже одного раза в 10 дней.

кацией, когда написано одно, а по факту в продукте содержится другое, – подчеркивает Ирина Асфондьярова. – Производитель создает продукт на основе определенных нормативно-технических документов – технических условий или ГОСТа, сертифицирует его, проходит все стадии необходимого контроля и выходит с ним к потребителю. А затем в процессе серийного производства нарушает технологические операции, заменяя дорогое сырье на более дешевое, вносит в больших количествах разные добавки, корректирует процентное соотношение мышечной ткани, тем самым фальсифицируя готовую продукцию».

Простому потребителю «вычислить» на полке магазина фальсифицированные сосиски «на глазок» практически невозможно. Единственным критерием остается цена, которая за килограмм гостовских сосисок не может быть ниже 400 рублей. Так, сосиски «Молочные» ТМ «Петербурженка» с крахмалом стоили 298 рублей за килограмм, сосиски «Детские» ТМ «Анком» – 289 рублей 90 копеек. А сосиски «Молочные» ТМ «Кронштадтский», содержащие крахмал, решили замаскироваться под ГОСТ еще и по цене – 379 рублей.

Материалы экспертизы образцов, не соответствующих ГОСТу, направле-

ны в Управление Роспотребнадзора по г. Санкт-Петербургу для принятия мер административного реагирования.

Яйцо или курица?

В составе большинства сосисок была обнаружена ДНК курицы, однако заявлять о наличии мяса птицы в изделиях нельзя, поскольку на этикетке почти всех образцов в составе указаны яичные продукты – яйцо или меланж.

«Сказать, есть ли в продукте не только яйцо, но и мясо кури, в ходе лабораторных исследований невозможно, – объясняет Людмила Гамова. – Принцип идентификации по ДНК очень точный, но ДНК кури одинакова и по яичному меланжу, и по мясу, поэтому невозможно уверенно утверждать, что внесено за счет меланжа, а что – за счет мяса птицы».

Можно покупать!

Поклонники сосисок могут быть удовлетворены тем, что шесть образцов из десяти выдержали независимую экспертизу. Это сосиски «Молочные» следующих торговых марок: «Окраина» (г. Мурманск), «Малаховский» (Московская обл.), «Иней» (г. Санкт-Петербург), «Велком» (Московская обл.), «Клинский» (Московская обл.) и «Пит-Продукт» (Ленинградская обл.). **МС**

Справка

При реализации проекта «Не покупайся!» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 1 апреля 2015 года № 79-рп и на основании конкурса, проведенного ООД «Гражданское достоинство».



21-я Международная выставка
упаковочной индустрии

14–17 июня 2016

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

**Большой выбор
упаковки, этикетки и
упаковочного оборудования
для продуктов питания**

515 компаний из 29 стран мира

Получите билет

www.rosupack.com



Организатор
Группа компаний ITE
+7 (495) 935 81 00
rosupack@ite-expo.ru

ВСЕ ОТРАСЛИ ПИЩЕПРОМА

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

www.agroprod mash-expo.ru



АГРО ПРОД МАШ

10–14
октября 2016

«АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2016»

8-я международная выставка
«Комплектующие, агрегаты
и материалы для пищевого прома»



**Выставка №1
в России***

Организатор:



При поддержке:

• Министерства сельского хозяйства РФ
• Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом Торгово-промышленной
палаты РФ

Генеральный
информационный
партнер:



Информационный
партнер:



Официальный
интернет-партнер:



* Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.
Подробнее – www.exporating.ru

12+

Реклама

