

# МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

**Оливер Ческотти,**  
президент компании ГЕА  
в России:

«У нас есть практически неограниченный доступ к технологиям и опыт работы в 50 странах мира – это реальное конкурентное преимущество. В России совсем немного компаний, имеющих такой широкий профиль деятельности, как у нас».

12

## НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ

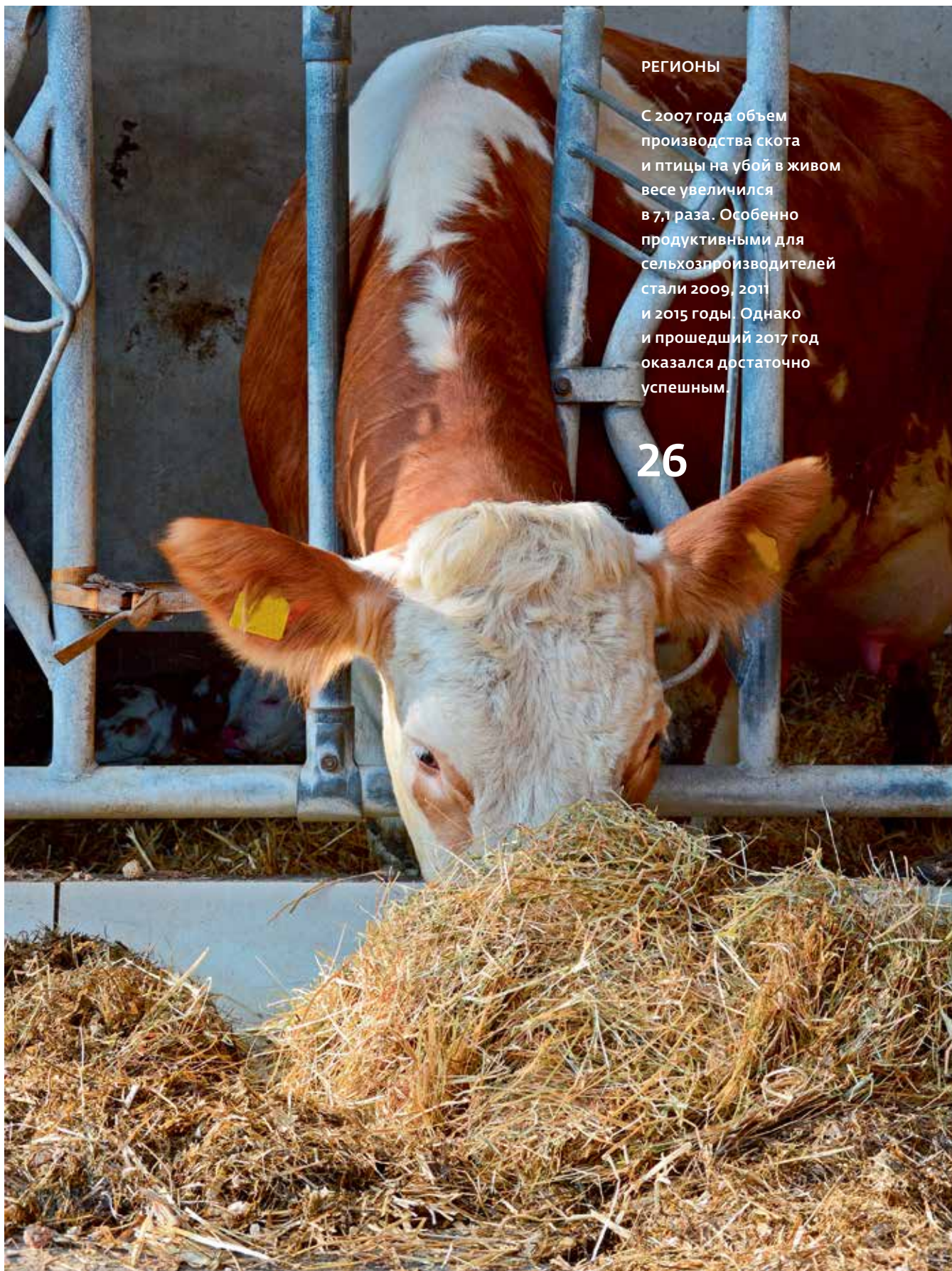
Зараженность кормов микотоксинами является одной из важнейших проблем в животноводстве. Особенно это актуально для свиноводства и птицеводства, являющихся основными потребителями фуражного зерна с необходимостью его хранения от урожая до урожая.

60

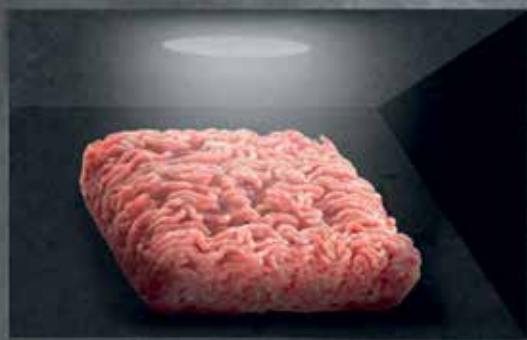
## РЕГИОНЫ

С 2007 года объем производства скота и птицы на убой в живом весе увеличился в 7,1 раза. Особенно продуктивными для сельхозпроизводителей стали 2009, 2011 и 2015 годы. Однако и прошедший 2017 год оказался достаточно успешным.

26







## БЫСТРО И БЕРЕЖНО

ПЕРВОКЛАССНОЕ КАЧЕСТВО ПРОДУКТОВ ИЗ МЯСНОГО ФАРША



# НАШИ ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ВАШЕГО ПРОИЗВОДСТВА МЯСНОГО ФАРША

- Самая современная и новая технология на рынке
- Включая новейшую встроенную технологию наполнения с использованием волчка-приставки
- От наполнения до упаковки: отличное качество продуктов и автоматизация одновременно
- Идеально вписывается в общий процесс, включающий в себя системы взвешивания, устройства для подачи лотков или машины глубокой вытяжки

## НАША ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНАЯ ЛИНИЯ МЯСНОГО ФАРША ДЛЯ ВАС: высокопродуктивная технология для обеспечения первоклассного качества продукции!

Новая линия для мясного фарша имеет все, что нужно для производства свежего мясного фарша превосходного качества:  
Глубокое вакуумирование. Бережное, но тщательное измельчение. Точное порционирование.



### ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПРОДУКТОВ

Концепция бережной резки в волчке-приставке обеспечивает определенный размер частиц и гарантирует привлекательный внешний вид продуктов. Оптимальная стабильность цвета и длительный срок хранения продуктов благодаря отличной технологии вакуумирования.

### ЭКОНОМИЧНОСТЬ

Первоклассное качество продукции при максимальной производительности и снижение расходов за счет исключительной точности порционирования.



### ГИБКОСТЬ

Возможность производства разнообразных продуктов: порции мясного фарша, котлетные бургеры, чевапчичи, мясные рулеты и т. д. Возможность выбора компактной или рыхлой структуры для порций мясного фарша.

### НАДЕЖНОСТЬ ПРОЦЕССА

Полное соблюдение требований гигиены благодаря гигиеническому дизайну, а также гарантированная безопасность продуктов и надежность производственного процесса благодаря автоматической системе сепарации для твердых частиц.



### АВТОМАТИЗАЦИЯ

Совместимость с автоматами для укладки и упаковки мясного фарша в лотки, а также интеграция в комплексную систему с группированием и укладкой продуктов в машины глубокой вытяжки, а также упаковочные машины.

**handtmann**  
Идеи с будущим.

# Редакционная коллегия

В состав редколлегии ООО ИД «СФЕРА» входят профессионалы в различных отраслях народного хозяйства, ученые, общественные деятели. Редколлегия определяет приоритеты информационного сопровождения научных разработок и новых технологий в мировой и российской пищевой перерабатывающей отрасли.



**Джавадов  
Эдуард Джавадович,**  
доктор ветеринарных наук, академик  
РАН, заслуженный деятель науки РФ.



**Глубоковский  
Михаил Константинович,**  
доктор биологических наук, директор  
ВНИИ рыбного хозяйства и океанологии.



**Андреев  
Михаил Павлович,**  
заместитель директора «АтлантНИРО»,  
доктор технических наук, член-  
корреспондент Международной  
академии холода.



**Забодалова  
Людмила Александровна,**  
доктор технических наук, профессор,  
заведующая кафедрой прикладной  
биотехнологии Университета ИТМО.



**Лисицын  
Александр Николаевич,**  
директор ВНИИЖ, доктор  
технических наук.



**Доморощенкова  
Мария Львовна,**  
заведующая отделом производства  
пищевых растительных белков  
и биотехнологии ВНИИ жиров.



**Тимченко  
Виктор Наумович,**  
кандидат экономических наук,  
почетный член Национальной  
академии аграрных наук Украины.



**Ванев  
Вадим Шалвович,**  
владелец, основатель и генеральный  
директор агрокластера «Евродон».



**Савкина  
Олеся Александровна,**  
ведущий научный сотрудник, руководитель  
направления заквасочных культур  
и микробиологических исследований  
НИИ хлебопекарной промышленности,  
Санкт-Петербургский филиал,  
кандидат технических наук.



**Маницкая  
Людмила Николаевна,**  
исполнительный директор РСПМО,  
кандидат экономических наук,  
заслуженный работник пищевой  
и перерабатывающей промышленности.



**Егоров  
Иван Афанасьевич,**  
доктор биологических наук, профессор,  
академик РАН, руководитель научного  
направления по питанию птицы.



**Лоскутов  
Игорь Григорьевич,**  
заведующий отделом генетических ресурсов  
овса, ржи, ячменя, доктор биологических  
наук, профессор биологического  
факультета Санкт-Петербургского  
государственного университета.

*«Журнал «Мясная промышленность» входит в систему  
«Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)».  
Статьи, предлагаемые к публикации, проходят  
проверку в системе «Антиплагиат».*

*В случае обнаружения более 55 % текстовых заимствований  
без соответствующих ссылок статья отклоняется.  
Редакция журнала в своей деятельности руководствуется  
принципами публикационной этики, разработанными  
на основе международных стандартов».*





НОВИНКА

# COOKLINE MATRIX

ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНАЯ ВАРКА



- **Непревзойденная производительность**  
*В процессе Формования & Варки & Охлаждения & Извлечения из формы*
- **Полностью автоматизированный процесс**  
*Роботизация и продуманная система от формования до извлечения из формы*
- **Универсальная гибкость**  
*Возможность работы с любыми типами форм и форматами*
- **Наивысшая регулярность термического процесса**  
*Лучшее распределение температуры на рынке*
- **Максимальный теплообмен**  
*Эффективное сокращение энергозатрат*

реклама



# Содержание

## 32

В активе ГК «Агропромкомплектация» 17 автоматизированных свинокомплексов в Курской и Тверской областях, в том числе – два нуклеуса (племенных ферм), идет строительство еще пяти.



- |           |  |           |   |           |  |
|-----------|--|-----------|---|-----------|--|
| <b>6</b>  | <b>Слово редактора</b><br>Если звезды зажигают   | <b>24</b> | <b>Оборудование</b><br>Смазочные материалы<br>CASSIDA – безопасность<br>для пищевых производств | <b>50</b> | <b>Упаковка</b><br>Решение проблемы пищевых<br>отходов: сокращение<br>потерь в европейской<br>розничной торговле |
| <b>8</b>  | <b>Аналитика</b><br>Нашу свинину любят в Гонконге  | <b>26</b> | <b>Регионы</b><br>АПК Новгородской области:<br>поддержка от мала до велика                      | <b>52</b> | <b>От слов к делу</b><br>За «органиком» – в Новгород   |
| <b>10</b> | <b>Рынок</b><br>Определены крупнейшие<br>свиноводы России  | <b>30</b> | <b>Рецептура</b><br>Маринады – то что надо!   | <b>56</b> | <b>Маркетинг</b><br>Соцсети – в помощь бренду  |
| <b>12</b> | <b>Деловое знакомство</b><br>Оливер Ческотти:<br>«Доступ к технологиям<br>и опыт работы<br>в 50 странах мира –<br>это реальное конкурентное<br>преимущество» | <b>32</b> | <b>Фоторепортаж</b><br>Останавливаться не собираемся  | <b>60</b> | <b>Наука и технологии</b><br>Использование адсорбентов<br>в животноводстве                                       |
| <b>18</b> | <b>Отрасль</b><br>Рынок кролиководства:<br>есть куда расти   | <b>40</b> | <b>Мнение эксперта</b><br>Рынок свинины ждет<br>высокая конкуренция<br>и глубокая переработка   | <b>64</b> | <b>Событие</b><br>Полигон взрывного развития   |
| <b>20</b> | <b>Альтернативное<br/>животноводство</b><br>Братцы-кролики   | <b>44</b> | <b>Актуально</b><br>Налогообложение<br>для сельхозпроизводителей<br>в деталях                   | <b>68</b> | За инновациями<br>и общением – на выставку   |
| <b>23</b> | <b>Ингредиенты</b><br>Создаем мясные деликатесы  | <b>48</b> | <b>IT-технологии</b><br>Снижение затрат благодаря<br>оптимизации. Как это работает              |           |  |

## Сфера

Мясная сфера  
(Мясная промышленность) №2 (121) 2018

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 от 31.08.2011.

Издатель:  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Адрес редакции:  
Россия, 197101, Санкт-Петербург,  
ул. Мира, д. 3, литера А, помещение 1Н,  
тел./факс: +7 (812) 245-67-70,  
www.sfera.fm

Управляющий:  
ИП Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела  
продаж и маркетинга:  
Анна Шкрыль  
a.shkryl@sfera.fm

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

Екатерина Полишук  
e.polishuk@sfera.fm  
Оксана Перепелитца  
o.perepelitza@sfera.fm

Евгения Гненная  
e.gnenная@sfera.fm

Валерия Скиданова  
v.skidanova@sfera.fm

Лилия Далакишвили  
l.dalakishvili@sfera.fm

Екатерина Зенько  
e.zenko@sfera.fm

Ирина Крецул  
i.kretsul@sfera.fm

Наталья Егизянц  
n.egizyants@sfera.fm

Алла Киткина  
a.kitkina@sfera.fm

Выпускающий редактор:  
Полина Макаренко  
makarenkopolina@yandex.ru

Дизайн и верстка:  
Ирина Слюсарева  
n.slyusareva@sfera.fm

Корректор:  
Галина Матвеева

Иллюстратор:  
Нина Кузьмина

Журнал распространяется  
на территории России и стран СНГ.  
Периодичность – 4 раза в год.

Использование информационных  
и рекламных материалов журнала  
возможно только с письменного  
согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют  
необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности  
за содержание рекламных материалов.

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

Материалы, отмеченные значком **МП**,  
являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает  
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».  
Подписано в печать: 09.04.18.  
Тираж: 3 000 экз.





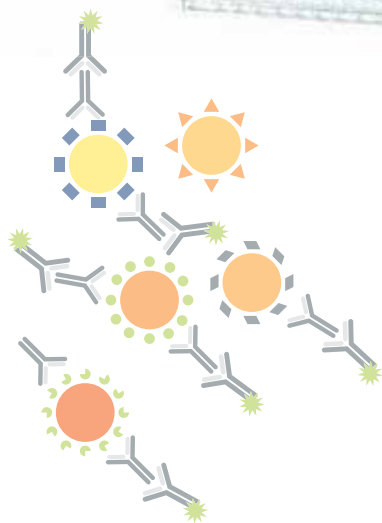
# BEADOPLEX™

Diagnostics for Food Safety

НОВЫЙ ПРИБОР ОТ КОМПАНИИ UNISENSOR

## МУЛЬТИКОМПОНЕНТНЫЙ СКРИНИНГОВЫЙ FCIA

ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ АНТИБИОТИКОВ В МЯСЕ



АМИНОГЛИКОЗИДЫ

АМФЕНИКОЛЫ

БЕТА-ЛАКТАМЫ:

- ПЕНИЦИЛЛИНЫ

- ЦЕФАЛОСПОРИНЫ

ЛИНКОЗАМИДЫ

МАКРОЛИДЫ

ПЛЕВРОМУТИЛИНЫ

ПОЛИПЕПТИДНЫЕ

АНТИБИОТИКИ:

- КОЛИСТИН

- ПОЛИМИКСИН

ХИНОЛОНЫ

СУЛЬФАНИАМИДЫ

ТЕТРАЦИКЛИНЫ

реклама

**АнКАР**  
Технологии  
Лабораторий

**АТЛ**

г. Москва, Кутузовский пр-т, д.36,  
стр.3, оф.212

+7(495)981-60-69 (многоканальный)  
atmos.ru@gmail.com  
www.atl-ltd.ru

**unisensor**



Полина Макаренко,  
редактор ИД «СФЕРА»

# ЕСЛИ ЗВЕЗДЫ ЗАЖИГАЮТ

Во всенародно любимом фильме «Москва слезам не верит» театру предрекали забвение – ведь появилось телевидение. Как показало время, театр до сих пор не просто живет, но и развивается, активно пользуется всеми современными технологиями и горячо любим своей аудиторией по сей день.

Точно так же и печатным изданиям давно сулят скорую смерть. Кому вообще нужны эти газеты и журналы в век Интернета и мессенджеров?

Однако хоронить профессиональную прессу, на наш взгляд, преждевременно. Конечно, ей пришлось несколько трансформироваться в соответствии с веяниями времени. Но этот формат передачи информации по-прежнему востребован отраслевыми специалистами.

Новые технологии принесли с собой скорость передачи знаний, быструю обратную связь читателя и автора, сняли ограничения во времени и расстоянии. Но у профессиональной печатной прессы есть большое преимущество. Практически всегда это осознанное, вовлеченное чтение. Здесь нет раздражающей баннерной рекламы и вспыхивающих уведомлений, нет провокаций на бездумный серфинг по информационным волнам, который не оставляет возможности и времени для осмысления. Отраслевая печатная пресса – это контент, который готовится и отбирается особенно тщательно.

Конечно, ни одно такое издание не может существовать само по себе. Оно обя-

Новые технологии принесли с собой скорость передачи знаний, быструю обратную связь читателя и автора, сняли ограничения во времени и расстоянии. Но у профессиональной печатной прессы есть большое преимущество. Практически всегда это осознанное, вовлеченное чтение.

зательно должно быть вписано в мультисистему коммуникаций, в центре которой стоит профессиональное сообщество со своими потребностями. Профессионалу нужны новости – он оперативно получает их в Интернете. За аналитикой и мнением экспертов обращается к профильной литературе и специализированной прессе. Хочет общения? Едет на выставку, посещает крупные конференции или заходит на отраслевой портал, везде находя коллег, противников и единомышленников.



Нам приятно сообщить, что профессиональные издания ИД «СФЕРА» победили в номинации «Лучшие отраслевые СМИ» Всероссийского конкурса журналистов «Экономическое возрождение России» по итогам 2017 года. В конкурсе принимала участие 61 торгово-промышленная палата, организации представили заявки из 112 городов и муниципальных образований. Более 300 заявок поступило на федеральный этап конкурса в этом году. Организатором конкурса выступила Торгово-промышленная палата РФ.

Журналы ИД «СФЕРА» выходят с 2001 года, и прочно завоевали доверие и признание профессионалов отрасли. Наши читатели – это технологи, производственные работники, ветеринары и специалисты животноводства и птицеводства, руководители предприятий пищевой промышленности и сельского хозяйства, ученые, научные деятели, студенты и молодые специалисты, эксперты, маркетологи, закупщики, трейдеры, менеджеры и многие другие.

ИД «СФЕРА» выпускает журналы по семи направлениям: «СФЕРА: Мясная промышленность», «СФЕРА: Молочная промышленность», «СФЕРА: Кондитерская и хлебопекарная промышленность», «СФЕРА: Птицепром», «СФЕРА: Рыба», «СФЕРА: Масложировая индустрия», «СФЕРА: Технологии. Корма. Ветеринария».

Каждый год журналы меняются: в них появляются новые рубрики и новые герои, современные технологии и ноу-хау. Дизай-

---

Конечно, ни одно отраслевое издание не может существовать само по себе. Оно обязательно должно быть вписано в мультисистему коммуникаций, в центре которой стоит профессиональное сообщество со своими потребностями. Профессионалу нужны новости – он оперативно получает их в Интернете. За аналитикой и мнением экспертов обращается к профильной литературе и специализированной прессе

---

неры работают над внешним видом и качеством полиграфии. И конечно же, журналы существуют не только на бумаге – для профессионалов пищевой отрасли работает специализированный сайт [sfera.fm](http://sfera.fm), а также регулярно проводятся крупные конференции с ведущими отечественными и международными экспертами.

Так что же будет с отраслевой прессой в будущем? Ответим цитатой из упомянутой мелодрамы: «Поговорим об этом через двадцать лет». **МП**



Приглашаем на международный семинар по оптимизации предприятий 24 – 25 апреля 2018  
Карлсруэ, Германия

## А что Ваше IT-решение понимает в производстве мяса?

Наше - практически все!

Отраслевые процессы, интеграция оборудования и машин, мониторинг и отчетность, прослеживаемость, оптимизация рецептур, управление качеством и многое другое. CSB-System - это программное обеспечение для мясной отрасли. Комплексное решение включает ERP-систему, MES, Factory ERP. Кроме того, в CSB уже включены стандарты лучших практик.

Вы хотите знать,  
почему ведущие предприятия отрасли  
используют CSB?

[www.csb.com](http://www.csb.com)

Источник: Информационно-аналитическое  
агентство «ИМИТ»

# НАШУ СВИНИНУ ЛЮБЯТ В ГОНКОНГЕ

6,6

ТЫС. ТОНН

Экспорт замороженной  
свинины, 2017 год  
(в 2,1 раза больше,  
чем в 2016-м)

42,7

ТЫС. ТОНН

Экспорт свиных  
субпродуктов, 2017 год  
(в 1,3 раза больше,  
чем в 2016-м)

**Н**есмотря на продолжающиеся санкции и продовольственное эмбарго, российские агрохолдинги не снижают темпы роста производства свинины, а также активно наращивают экспорт своей продукции.

По данным «ИМИТ», к 1 января 2018 года поголовье свиней во всех категориях хозяйств России возросло на 5,7 % (на 1251 тыс. голов) за год и составило 23,3 млн голов. В сельхозорганизациях численность животных за год возросла на 8,0 % (на 1463,7 тыс. голов) и достигла 19,9 млн голов.

В 2017 году объем производства свинины во всех категориях хозяйств России составил 3348,6 тыс. тонн в убойном весе (4568,3 тыс. тонн в живом весе), что на 5,0 % или на 159,5 тыс. тонн опережает показатель 12 месяцев 2016 года.

В 2017 году импорт охлажденной свинины не осуществлялся. Замороженной свинины было ввезено 270,7 тыс. тонн, что на 6,1 % (на 15,6 тыс. тонн) больше, чем в 2016-м. Импорт свиных субпродуктов увеличился на 26,7 % (на 2,3 тыс. тонн) – до 11,0 тыс. тонн. Шпика свиного ввезе-

но больше на 15,4 % (на 2,8 тыс. тонн) – до 20,9 тыс. тонн. Живые свиньи в Россию из стран дальнего зарубежья в 2017 году не поставлялись.

Новые проекты в российском свиноводстве позволили нарастить экспорт, а также заместить выбывающие мощности старых предприятий и ЛПХ. Не последнюю роль в этом процессе сыграло и снижение себестоимости производства, а также внедрение новых передовых технологий кормления животных и улучшения их ге-

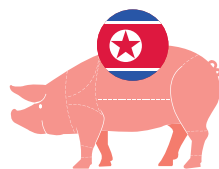




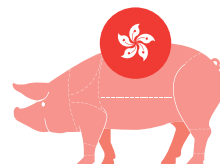
0,7

ТЫС. ТОНН

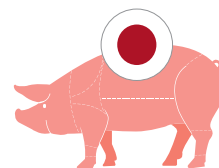
Экспорт шпика свиного, 2017 год  
(на 55,3 % больше, чем в 2016-м)



+0,2 тыс. тонн

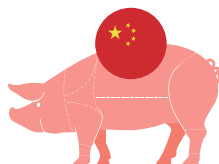


+11,7 тыс. тонн



+1,5 тыс. тонн

Экспорт охлажденной свинины, 2017 год



+0,5 тыс. тонн

нетических качеств. Поэтому, несмотря на периодические вспышки эпидемии АЧС в нашей стране, экспорт свинины, свиных субпродуктов и шпика из Российской Федерации вырос с 42,8 тыс. тонн в 2016 году до 63,9 тыс. тонн в 2017-м, то есть в 1,5 раза. Причем 56,9 % от экспорта свинины пришлось на поставки в Гонконг.

В 2017 году экспорт охлажденной российской свинины составил 13,9 тыс. тонн, что в два раза больше, чем в 2016-м. Замороженной свинины было вывезено 6,6 тыс. тонн, что в 2,1 раза больше, чем в 2016 году. Экспорт свиных субпродуктов увеличился в 1,3 раза – до 42,7 тыс. тонн, шпика свиного вывезено 0,7 тыс. тонн, что на 55,3 % больше, чем год назад.

России значительно удалось укрепить свои позиции на рынках Гонконга (+11,7 тыс. тонн; +48 %), Украины (+8,2 тыс. тонн; +73 %), Японии (+1,5 тыс. тонн; +513 %), Китая (+0,5 тыс. тонн; +730%) и КНДР (+0,2 тыс. тонн; +591%), а вот экспорт свинины во Вьетнам снизился на 11 % (0,6 тыс. тонн). **МШ**

Подготовила:

Полина  
Макаренко

# ОПРЕДЕЛЕННЫ КРУПНЕЙШИЕ СВИНОВОДЫ РОССИИ

Национальный союз свиноводов опубликовал рейтинг топ-20 российских производителей свинины за 2017 год.

Три лидерских позиции в рейтинге в течение нескольких лет удерживают «Мираторг», «Русагро» и «Черкизово». Однако ГК «Русагро» по итогам прошлого года переместилась на третье место, уступив вторую строчку «Черкизово». «Мираторгу» удалось нарастить объемы промышленного производства свинины на убой в живом весе с 409 до 415,16 тыс. тонн, ГК «Русагро» добилась показателей 211,75 тыс. тонн (в 2016 году – 190,02 тыс. тонн), а в ГК «Черкизово» по итогам года результат составил 207,42 тыс. тонн (в 2016-м – 184,77 тыс. тонн). Позиции рейтинга с 4-го по 8-е включительно остались неизменными, а между 9-й и 10-й позициями произошла ротация. На 9-е место с 10-го переместилась ГК «Агроэко», увеличившая объемы производства с 82,00 тыс. тонн в 2016 году до 87,07 тыс. тонн в 2017-м, передвинув на позицию ниже ООО «Агрофирма «Ариант» (87,07 тыс. тонн в 2017 году против 89,12 тыс. тонн в 2016-м).

Во второй десятке перемены более существенны. 11–14 позиции не изменились, зато ООО «Коралл» с 20-й строчки рейтинга в 2016 году перескочило на 16-ю, ООО «КОМОС ГРУПП» с 15-го места опустилось до 19-го. Агрохолдинг «Талина» поднялся на две позиции, заняв 15-е место по итогам 2017 года. ООО «Камский бекон» занял 17-е место (в 2016-м он был на 16-й позиции с результатом 48,54 тыс. тонн). «Башкирская мясная компания» удержала за собой 18-ю позицию. По итогам 2017 года в топ-20 не попало ООО «ПРОДО менеджмент». Новичком в рейтинге, занявшим 20-ю позицию, стала «УК РБПИ Групп» с фактом производства 46,45 тыс. тонн свинины на убой в живом весе.

Группа компаний RBPI была создана в 2004 году, первый свинокомплекс на 6200 племенных свиноматок основала на территории Калининградской области в 2006-м. Второй свинокомплекс на 6 тыс.

## Рейтинг крупнейших производителей свинины в РФ по итогам 2017 года\*

№ п/п	Организация	Подтвержденный факт производства свинины на убой в живом весе в 2017 году, тыс. тонн	Доля в общем объеме промышленного** производства в РФ, %
1	АПХ «МИРАТОРГ»	415,16	10,9%
2	ГК «Черкизово»	211,75	5,5%
3	ГК «РусАгро»	207,42	5,4%
4	ООО «ГК Агро-Белогорье»	178,90	4,7%
5	ООО «Великолукский свиноводческий комплекс»	175,01	4,6%
6	ООО «Агропромкомплектация»	163,16	4,3%
7	АО «Сибирская Аграрная Группа»	129,78	3,4%
8	ООО «КОПИТАНИЯ»	106,52	2,8%
9	ГК «АГРОЭКО»	90,00	2,4%
10	ООО «Агрофирма Ариант»	87,07	2,3%
11	ООО «Агропромышленная Корпорация «ДОН»	86,26	2,3%
12	ГК «ОСТАНКИНО»	80,00	2,1%
13	ООО «Белгранкорм»	65,47	1,7%
14	АВК «Эксима»	61,50	1,6%
15	Агрохолдинг «Талина»	57,74	1,5%
16	ООО «Коралл»	52,15	1,4%
17	ООО «Камский Бекон»	48,50	1,3%
18	ООО «Башкирская мясная компания»	48,08	1,3%
19	ООО «КОМОС ГРУПП»	46,67	1,2%
20	ООО «УК РБПИ Групп»	46,45	1,2%
<b>Итого 20 крупнейших предприятий</b>		<b>2 357,57</b>	<b>61,8%</b>
<b>Остальные</b>		<b>1 458,58</b>	<b>38,2%</b>

\* По данным на 31.01.2018.

\*\* Промышленное производство свинины в РФ включает в себя объемы производства в сельхозорганизациях и крестьянско-фермерских хозяйствах.

свиноматок появился в Нижегородской области вблизи пос. Елховка в 2014 году. Производственная мощность свинокомплексов 180–200 тыс. убойных свиней в год. В 2015-м в Калининградской области в пос. Константиновка Гурьевского района построена товарно-племенная ферма на 1200 свиноматок и 30 тыс. убойных свиней в год. В 2018 году в пос. Ермаково Правдинского района и в Нижегородской области, Большемурашкинский район, д. Ключищи, бу-

дут построены еще два свинокомплекса на 6 тыс. свиноматок каждый.

«В 2017 году на полную мощность вышли три свиноводческих комплекса RBPI Group в Калининградской и Нижегородской областях. В 2018 году планируется завершить строительство еще двух свиноводческих комплексов в Калининградской и Нижегородской областях мощностью 20 тыс. тонн свинины на убой в живом весе в год каждый», – сообщила пресс-служба компании. **МП**



**ЛОГОС**

**съедобные  
коллагеновые оболочки  
№1 VISCOFAN**

# оболочки для сосисок и колбасок

#Colfan-P #NDX LC

# оболочки для жарки на гриле

#Colfan-F #NDX F

**Viscofan**



реклама

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	МОСКВА	РОСТОВ-НА-ДОНУ	ЧЕЛЯБИНСК	НОВОСИБИРСК	АСТАНА
тел.: +7 812 334 21 21	тел.: +7 499 681 33 00	тел.: +7 863 223 22 44	тел.: +7 351 792 29 20	тел.: +7 383 319 08 01	тел.: +7 7172 383 625

[www.logosltd.ru](http://www.logosltd.ru)



Гость:

**Оливер Ческотти,**  
президент компании  
ГЕА в России

Беседовала:

**Ксения Жукова**

**Оливер Ческотти:**

## «Доступ к технологиям и опыт работы в 50 странах мира – это реальное конкурентное преимущество»

Международный машиностроительный концерн GEA является одним из крупнейших производителей и разработчиков оборудования и технологий для разных сегментов промышленности по всему миру – компания представлена более чем в 50 странах. GEA в России ведет свою деятельность на территории России уже на протяжении 25 лет. Основные интересы концерна GEA сосредоточены как в пищевой промышленности, так и в химической и нефтегазовой сферах. Российскими подразделениями концерна руководит Оливер Ческотти. О планах компании, этапах ее становления на российском рынке и своих представлениях и видении бизнеса на территории РФ он рассказал нам в интервью.

– **Оливер, какова структура компании GEA в России на сегодняшний день? Какую роль играет пищевая промышленность для компании?**

– Для международного концерна GEA пищевая промышленность и сельскохозяйственный сектор представляют собой самые важные направления деятельности и составляют значительную часть промышленного оборота: в целом не менее 70 %, если рассматривать нашу деятельность в 50 странах мира. Сейчас пищепром – это главная отрасль, где высоко востребованы технологические решения концерна GEA. Второй по значению сектор – нефтегазовый, он также очень важен для развития компании в России.

В настоящее время пищевая отрасль становится основной, потому что рост населения Земли – это макротенденция, которая, в свою очередь, обуславливает рост потребления пищи. Два этих фактора и определяют общее направление развития GEA. Они тянут за собой также рост потребления электроэнергии и любых энергетических ресурсов. То же самое касается, например, добычи нефти и газа, тесно связанной с переработкой сырья и развитием химической промышленности. Все это в первую очередь отражается на наших решениях и предложениях концерна GEA для пищевой промышленности. И, хоть и косвенно, – на нашей деятельности в нефтегазовом секторе. В России 60 % деятельности

приходится на пищевую промышленность, а 40 % – на все остальное, включая наши технологии химической промышленности, технологии охлаждения для всех секторов рынка, сжатия газа и сепарационные технологии. Количество заказов, традиционных для сектора нефти и газа, увеличивается.

– **Остановимся подробнее на пищевой промышленности. Какие секторы этого рынка представляют сегодня наибольший интерес для компании в России?**

– Ситуация, сложившаяся между Россией и Западом, весьма интересная. Российское правительство оказывает значительную государственную поддержку местным





производителям на фоне активного развития импортозамещения. С организацией российских производств мы ощутили некоторый рост спроса, вопреки далеким от благополучия экономическим показателям, отражающим состояние российского рынка в целом.

Правительство говорит, что молоко и мясо нужно производить у себя, что логично и соответствует государственной политике. Для этого необходимо оборудование, а местные производители оснащены недостаточно. Конечно, компаниям, предлагающим свои технологии и технологическое оборудование, это дает дополнительный шанс. Любопытно, как долго будет продолжаться подобная политика?

Мы наблюдаем в российской пищевой промышленности рывок вперед, видим много российских инвестиционных проектов. Правда, сельское хозяйство сильно зависит от субсидий, которые часто выделяют с некоторым опозданием или задержкой, что затрудняет реализацию проектов, но в целом мы прослеживаем положительную тенденцию. Зайдите в любой супермаркет и посмотрите на стеллажи с молочной продукцией – огромный выбор отечественного производства! Причем на прилавках появляется много действительно хорошей, вкусной продукции. Многие из этих продуктов прошли где-то в цепочке производства оборудование GEA. То же самое происходит в мясных отделах.

Импорт мяса снижается, российский производитель прекрасно представлен в ритей-

---

*Международная поддержка, которая существует внутри GEA, бесценна. Мы используем передачу ноу-хау в глобальном смысле. Мы обучаем своих людей и подыскиваем таким образом специфические решения для российского рынка. Вполне возможно, что аналогичных решений до сих пор нет даже на европейском рынке.*

---

ле. Но если в ближайшие два года ограничения на импорт снимут, то у отечественных производителей возникает усиленная конкуренция. Я надеюсь, что эти ограничения и повышение активности местных производителей продлятся, их деятельность стабилизируется, и российские сельскохозяйственные предприятия будут расти.

Нашей компании интересен этот аспект с точки зрения ведения бизнеса. Чем динамичнее развивается местная пищевая промышленность, тем шире становится также

перспектива экспорта российской продукции. Сначала нужно удовлетворить внутренний спрос, а в дальнейшем, с ростом объема производства, придет время выходить и на внешние рынки.

**– В процессе импортозамещения важным направлением становится производство мяса и сыра. Является ли сырное производство интересным направлением для вас?**

– Да, у нас есть комплексные технологические решения, начиная с доильного оборудования для ферм, наши технологии затрагивают полный процесс переработки сырья. Кроме того, мы можем предоставить линии оборудования для нарезки и упаковки сыра – и для всех этих процессов мы поставляем технологии охлаждения. Получается, что для многих сегментов пищевого рынка у нас есть готовые проекты под ключ, и это перспективно для продвижения нашей компании на российском рынке, хотя с ним связаны и очень большие риски.

**– Вы упомянули, что ощущаете рост на пищевом рынке. Но, по замечаниям экспертов, покупательская способность населения падает, и потребители отдают предпочтение продуктам среднего и низкого ценового сегмента. Это заставляет мелких производителей искать поддержки и присоединяться к крупным холдингам и объединениям или покидать рынок. У вас есть наблюдения на этот счет?**

– Да, мы наблюдаем подобные тенденции, и согласен – покупательская способность населения в последнее время не растет. И все же люди стараются удовлетворить свою потребность в качественных продуктах. Если производитель видит этот тренд, то рынок существует, он никуда не делся.

Конечно, если делать упор на какие-то особые деликатесные продукты, производство которых обходится значительно дороже, чем производство продукции массового спроса, то вполне ожидаемы сложности с реализацией. Поэтому важно выбрать правильный продукт, который будет качественным и наряду с этим широко востребованным. Мне самому интересно наблюдать, какие новые продукты появляются на российском рынке и завоевывают свою нишу. Например, сыр моцарелла, который сегодня есть практически в любом магазине больших торговых сетей. Он продается повсюду, хотя лет пять назад этот сорт сыра еще не был настолько распространенным и привычным для российского потребителя.

**– Тогда стоит упомянуть и о российском пармезане.**



## Оливер Ческотти:

*«Что характерно для России? Бюрократия. Конечно, с ней приходится сталкиваться и в других странах, но наши коллеги за рубежом иногда удивляются, как много здесь разного рода формальностей. Нам требуется больше людей, а это дополнительная нагрузка, например с точки зрения финансов и кадровой документации. Во многих других странах гораздо легче и менее трудоемко организовать документооборот».*

– Он есть, и я считаю это очень показательным! У твердых сыров длинный цикл и период созревания, процесс его изготовления достаточно сложен и сопряжен с технологическими особенностями. Российские производители, возможно, несколько модифицировали производственный цикл. Учитывая особенности местного производства и условий, российский продукт, конечно, отличается от итальянского. И все же это большой шаг для российского сыродела. Мы знаем, что немецкий кофе отличается от итальянского, так почему бы не быть российскому пармезану, который будет отличаться от итальянского?

**– В последнее время у компании были интересные проекты в пищевой отрасли?**

– На данный момент мы работаем с Туровским молочным комбинатом (Республика Беларусь), который станет одним из крупнейших производителей таких известных европейских сыров, как моцарелла и рикотта.

Упомяну и о крупном проекте с «Мираторгом», который мы реализовали в Брянской области. Здесь птицефабрика и завод по убою и переработке мяса крупного рогатого скота находятся на одной производ-

ственной площадке. Мы устанавливали холодильное оборудование и оборудование по мясопереработке для этих производств, и я до сих пор нахожусь под впечатлением: насколько это масштабные проекты с точки зрения технологий и качества! Я считаю, что они великолепно реализованы.

Еще один из мощных проектов – завод по производству пивной продукции под ключ в Ульяновске. Великолукский молочный комбинат – наш проект в молочной отрасли. Как видите, мы работаем и с мясными, и с сырными производственными площадками, и оснащение пивного предприятия тоже в числе наших компетенций.

Сублимация кофе. Это два контракта с ГК «Орими Трейд» из Санкт-Петербурга и компанией «Московская кофейня на пажах». Такие проекты появляются обычно раз в пять лет. В России же появилось сразу два таких проекта в течение одного года, и оба контракта подписаны с GEA.

Еще один крупный контракт, заслуживающий отдельного внимания, – на обеспечение холодильным оборудованием самого крупного производителя свинины в Воронежской области – компании «Агро-Эко-Юг». ГК «АГРОЭКО» предъявляет жесткие требования к поставщикам оборудования. Залогом качества продукции является

стремление к оснащению своих предприятий самым современным оборудованием и внедрение высокоэффективных технологий, что подтверждается привлечением специалистов компании Alectia (NIRAS) для разработки концепции завода. В настоящий момент ведется детальное проектирование всех систем и оборудования будущего предприятия. Система холодоснабжения представляет собой наиболее современную, энергоэффективную, а главное безопасную и полностью автоматизированную каскадную холодильную установку с использованием  $\text{NH}_3$  и  $\text{CO}_2$ . Специалистами компании GEA будет спроектировано и поставлено оборудование как собственного производства, так и производства наших партнеров.

По итогам 2017 года мы значительно превысили наш результат от запланированного с учетом работы в совершенно различных отраслях промышленности по всем направлениям GEA – оборудование, технологические решения, сервис. Это и есть результат нашего объединения, результат работы OneGEA.

У нас есть очень интересные клиенты с точки зрения cross-selling, где все портфолио GEA мы можем представить, и мы видим, что клиенты обращаются за несколькими решениями из разных направлений одновременно. Очень интересный клиент в этом отношении компания «Дамате», с которым мы начали работать по проекту «Тюменские молочные фермы». Опыт, полученный в данном проекте, позволил нам выиграть еще один тендер «Дамате» и получить крупный проект для обеспечения холодоснабжения по убою и переработке индейки в Пензе. В рамках этого проекта нам предстоит поставить и запустить в эксплуатацию большой объем оборудования для переработки мяса и его охлаждения.

«ГринАгро», Сахалин. Наш давний клиент, который уже эксплуатирует оборудо-





вание для молочного животноводства GEA, технологическое оборудование для производства молочных продуктов и холодильные установки GEA.

Сила российского представительства GEA – в диверсификации бизнеса, это качество, которое обеспечивает устойчивое движение через любые кризисы. В каждом сегменте пищевой отрасли у нас что-то есть. Обычно мы участвуем в тендерах и работаем в режиме жесткой конкуренции. Но даже когда в какой-то стране или отдельных областях происходит кризис, у нас нет больших сокращений персонала благодаря широкому спектру деятельности компании. Диверсификация – это наш фактор стабильности.

**– Мы обсудили сегодняшнюю ситуацию, но давайте углубимся в историю компании. Расскажите о начале вашей работы в России.**

– Я начал работать здесь в 2006 году с коллективом из 40 человек. С июня 2015-го на меня возложили ответственность консолидировать все направления работы компании в России и объединить все ее подразделения. Все это время мы росли, к середине 2015 года в нашем подразделении по промхолоду и газовой компрессии уже насчитывалось 120 человек, причем 40 % составляли работники сервисных служб. Мы занимались промышленным холодом, нефтегазовой сферой, энергетикой и оборудованием для химической промышленности. После объединения численность персонала выросла до 350 человек. Раньше в России было пять юридических лиц: одно специализировалось на промышленном холоде и сжатии газа, другое занималось оборудованием для молочного животноводства, третье – сепарационными технологиями для пищевой и непищевой промышленности, четвертое – технологическим оснаще-

---

*Дальнейшее возможное развитие предприятия будет связано с тем, что мы развернем деятельность в том числе в фармацевтической промышленности, которая гораздо сложнее с точки зрения нормативно-правового регулирования, чем пищевая.*

---

нием предприятий пищевой промышленности, в частности пивзаводов, молочных и сыродельных предприятий, и пятое специализировалось на оборудовании для мясоперерабатывающих компаний. Все эти подразделения сейчас объединяет одна организация с общей администрацией.

**– Когда завершится процесс реорганизации?**

– До конца этого года мы сократим число юридических лиц до двух, а потом нам потребуется еще два года, чтобы из двух сделать одно, которое будет называться «ГЕА Россия» (GEA Rus). Думаю, это произойдет в ближайшие пару лет.

**– Расскажите о создании производственной площадки и о том, какое значение ее запуск будет иметь для вашего бизнеса на территории России в пищевом сегменте.**

– История с организацией новой производственной площадки началась достаточно стихийно. В 2015 году у нас был заказ от Газпрома на оборудование для сжатия низконапорных газов, и мы арендовали в Климовске (Подмосковье) здание площадью 2500 кв. метров, создали там сборочную площадку, чтобы выпускать дожимные компрессорные станции в контейнерном исполнении. Параллельно шли первые заказы на холодильные установки для пищевой промышленности. Мы поняли, что можем заниматься здесь сборкой практически любого оборудования, потому что у нас есть соответствующий инжиниринг. Так возник цех для сборки изделий из нержавеющей стали, где мы построили первые несколько пастеризаторов для пищевой промышленности, в частности для молочной и пивной отраслей.

Сейчас мы видим перспективы в расширении собственного производства. У нас уже есть отдельный цех, где работают исключительно с нержавеющей сталью. Дальнейшее возможное развитие предприятия будет связано с тем, что мы развернем деятельность в том числе в фармацевтической промышленности, которая гораздо сложнее с точки зрения нормативно-правового регулирования, чем пищевая.

**– Один из важных вопросов при покупке оборудования у клиентов – возможности обеспечения сервисного обслуживания и скорость реакции на любые вопросы со стороны клиента. Как организован сервис у вашей компании?**

– Когда мы только начинали свою деятельность, у нас не было разделения между супервайзерами и сервисом. И на первых порах у нас возникал конфликт интересов: сразу выехать на сервис или сначала завершить пусконаладку на текущем объекте? В 2007 году мы приняли решение разделить две эти группы и четко разграничили функции. Я уверен, что у нас одна из лучших сервисных организаций в стране. На сегодняшний день в сервисе занято 140 человек, то есть примерно 40 % персонала компании, и не менее 50 человек в этой группе – сервисные инженеры, которые работают «в поле» повсюду – от Тулова и Краснодара до Ноябрьска и Сахалина.

**– Каково время вашей реакции на запрос покупателя?**

– У нас есть разные программы для клиентов, но мы неизменно реагируем в кратчайший срок. В течение 24 часов мы отвечаем на каждый контакт, ведем переговоры с клиентом в любой возможной форме. Есть еще



варианты мониторинга и превентивного обслуживания. Мы предупреждаем о рисках и сводим простой к минимуму.

**– Вы уже достаточно долго работаете на российском рынке. С какими сложностями или особенностями, к которым нужно приспособиться, вы здесь сталкиваетесь?**

– Сложности и особенности существуют, но профессионал должен справляться со спецификой своего рынка во всех проявлениях. Что характерно для России? Бюрократия. Конечно, с ней приходится сталкиваться и в других странах, но наши коллеги за рубежом иногда удивляются, как много здесь разного рода формальностей. Нам требуется больше людей, а это дополнительная нагрузка, например с точки зрения финансов и кадровой документации. Во многих других странах гораздо легче и менее трудоемко организовать документооборот.

Порой возникают вопросы, связанные с правовой безопасностью, хотя и в этой сфере я наблюдаю некоторые положительные тенденции. Правовая безопасность растет, но еще не достигла того уровня, который необходим для успешного бизнеса. Тем не менее при разрешении всех возникающих конфликтов мы так или иначе приходим к взаимопониманию.

В некоторых зарубежных странах, где мы присутствуем, уже сложился устойчивый механизм получения денежных средств, если клиент не платит вовремя без какой-то особой причины, обозначенной в договоре. Иногда мы подолгу не можем дождаться платежа, хотя наше оборудование безупречно работает и производство действует. В таких случаях хотелось бы располагать более действенными и справедливыми инструментами взыскания долгов.

Я думаю, что нужно хорошо взвешивать риски, когда начинаешь взаимодействовать с компаниями, аффилированными с государственными структурами. Мы сталкиваемся с тем, что компанию, которая выполняет для нас монтажные работы, предписанные клиентом в части крупного контракта, приводят к банкротству, а акционеры не несут за это никакой ответственности. Это сильно подрывает взаимное доверие.

На самом деле я считаю, что между Россией и многими западными странами существует колоссальная взаимная симпатия, и не будь сейчас искусственно созданной напряженности, она бы продолжала расти. Десятки тысяч зарубежных компаний, которые ведут активную деятельность на российском рынке, испытывают довольно большие риски, хотя Россия – далеко не Клондайк, где можно быстро заработать огромные деньги. Самый большой риск, с моей точки зрения, это именно правовая безопасность.




---

*Между Россией и многими западными странами существует колоссальная взаимная симпатия, и не будь сейчас искусственно созданной напряженности, она бы продолжала расти. Десятки тысяч зарубежных компаний, которые ведут активную деятельность на российском рынке, испытывают довольно большие риски, хотя Россия – далеко не Клондайк, где можно быстро заработать огромные деньги.*

---

**– Как вы оцениваете профессионализм российских кадров? В каких направлениях возникает больше всего проблем с их квалификацией: инжиниринг, продажи, юридическое сопровождение бизнеса?**

– Квалификация, можно сказать, высший класс. У нас специфический бизнес, наши люди должны расти вместе с компанией, а поскольку мы представляем международный концерн, который поставляет технологии, и в том числе передовые,

мы заботимся о профессиональном росте. Из 350 человек у нас более 200 – инженеры. Уникальность нашего положения в том, что если мы видим на международном рынке новый продукт, который пока еще не появился в России, и мы считаем, что спрос здесь существует, мы сразу спрашиваем внутри концерна, кто и где им сейчас занимается. Международная поддержка, которая существует внутри GEA, бесценна. Мы используем передачу ноу-хау в глобальном смысле. Мы обучаем своих людей и подыскиваем таким образом специфические решения для российского рынка. Вполне возможно, что аналогичных решений до сих пор нет даже на европейском рынке.

Мы получаем базовую технологию, которая уже предполагает определенный уровень подготовки сотрудников. Показателем того, что мы успешно ее адаптируем, служит устойчивый рост результатов GEA в России на протяжении последних лет и низкая флуктуация персонала нашей компании: кто у нас начинает работать, тот остается.

**– Какими основными преимуществами обладает GEA на российском рынке. Что получают клиенты, которые к вам обращаются?**

– У нас есть практически неограниченный доступ к технологиям и опыт работы в 50 странах мира – это реальное конкурентное преимущество. В России совсем немного компаний, имеющих такой широкий профиль деятельности, как у нас. Мы охватываем очень много сегментов про-

мышленности и у нас надежный сервис, мы обслуживаем все виды оборудования, которые поставляем, и сопровождаем клиента на протяжении всего срока существования его предприятия. Помимо сборки, мы занимаемся капитальным ремонтом производственного оборудования.

Конечно, работа публичной компании (наши акции котируются в MDAX на бирже во Франкфурте) означает прозрачность. Риск неисполнения дочерней компанией GEA своих обязательств на местном рынке фактически равен нулю. За нашей спиной стоит мощная корпорация, международная компания.

**– Каковы основные и важные для компании планы на будущее?**

– Это консолидация компании в России. По мере концентрации бизнеса будем охватывать те рынки, где мы до сих пор недостаточно представлены и спрос на нас существует. В первую очередь пищевую промышленность, где мы видим большие перспективы развития. Мы до сих пор были мало представлены и в рыбоперерабатывающей отрасли, а сейчас у нас есть два проекта на Камчатке, и мы гордимся тем, что завоевали часть рынка на Дальнем Востоке. Кроме того, как я уже говорил, нам интересна фармацевтическая промышленность.

**– Расскажите немного о собственном профессиональном опыте. Как вы оказались в России?**

– Я изучал политические науки в университетах в Западном Берлине и в Мюнхене. Первый раз побывал в Советском Союзе в 1982 году. Потом полгода учился в Москве, и мне здесь так понравилось, что я почти остался. В начале 1990-х годов, когда я переезжал в Россию, у меня уже был некоторый опыт в бизнесе – правда, в совершенно других сферах. В 2004-м в самолете я оказался в соседнем кресле со своим будущим руководителем. В то время я уже два года работал в Америке. Однажды он сказал, что компания ищет управляющего, который свободно разговаривает по-русски и чувствует себя в России как дома, спросил, нет ли у меня кого-то на примете, а я ответил, что не знаю никого... кроме себя.

Потом были пять или шесть собеседований в течение года. Действительно, какое отношение я, политолог, мог иметь к международной инжиниринговой ассоциации? И тем не менее я уже одиннадцатый год представляю GEA в России. Я стал свидетелем перемен, которые происходили в этой стране с конца прошлого века, я застал Советский Союз. Знакомство с прошлым России дает мне возможность разбираться

в том, что происходит сегодня. Я понимаю ход мысли партнеров, коллег, сотрудников, которые выросли еще в Советском Союзе. Я осознаю переворот в общественном сознании, произошедший в начале 1990-х годов. И сейчас, в течение последних 15 лет, в нем происходят невероятные изменения. Я считаю бесценным, что оказался в этой стране еще студентом, чтобы в дальнейшем ее лучше понимать.

**– Что для вас самое интересное в работе?**

– Смотреть на развитие наших сотрудников. У нас много сотрудников, пришедших в компанию совсем молодыми, на сегодняшний день они проработали в GEA столько же, сколько и я, – не устаю удивляться тому, как они выросли. В процессе реорганизации и консолидации компаний, которые войдут в «ГЕА Рус», я ежедневно получаю колоссальный опыт, и мне интересно заниматься этим именно здесь, в России.

Меня часто спрашивают, не хочу ли я рассмотреть такую же позицию в какой-то другой стране, но я вижу применение своим компетенциям именно на российском рынке.

ке. Мне нравится, что в России постоянно происходит какое-то движение, все время что-то меняется. Разумеется, для этого нужна определенная закалка, но момент непредсказуемости и эта произвольность, о которой я говорил, обсуждая тему правовой безопасности, интригуют. И такими моментами нужно научиться управлять! Сильный стимул – командная работа, особенно в такие сложные времена, как сейчас.

**– Есть ли в истории становления и развития компании моменты, которые вы считаете своими личными заслугами и победами?**

– Как инициатор производства в Климовске, я считаю, что она стала нашим большим достижением. Этот проект показал, что мы можем изготовить и выпустить сложное промышленное оборудование нашего бренда на собственной площадке с лейблом «Сделано в России». Этим я действительно горжусь и считаю, что внес большой вклад в наше общее дело. Но отмечу, что без хорошей команды у меня бы ничего не получилось. **Р**



Гость:

Алексей  
Емельянов,президент  
Национального союза  
кролиководов

Подготовила:

Полина  
Макаренко

# РЫНОК КРОЛИКОВОДСТВА: ЕСТЬ КУДА РАСТИ

Несмотря на то, что на рынке альтернативного животноводства эксперты отмечают некоторые позитивные изменения, он по-прежнему остается на стадии формирования. Так, кролиководству за последние несколько лет так и не удалось выйти на устойчивый этап промышленного производства, хотя отдельные попытки предпринимаются. О сегодняшней ситуации в этой отрасли рассказывает президент Национального союза кролиководов Алексей Емельянов.

**– Как вы можете в целом охарактеризовать отечественный рынок крольчатины по итогам 2017 года? Что является драйвером рынка и какие факторы сдерживают его рост?**

– Не могу сказать, что произошел качественный скачок или какой-то прорыв в этом сегменте. По данным Союза кролиководов, нашего мониторинга рынка и общения с коллегами, объем производства мяса кролика остался на прежнем уровне. Хотя если сравнивать последние несколько лет, динамика роста положительная. Мясо кролика до сих пор остается нишевым продуктом. Поэтому доля в общей структуре потребления мяса незначительна.

Основным сдерживающим фактором роста считаю большую сумму инвестиций, необходимую для реализации качественного проекта. Оборудование в большинстве своем остается импортным, и после падения курса рубля его стоимость значительно выросла. Безусловно, есть и российские аналоги, в первую очередь – клеточного оборудования, но крупные компании зачастую выбирают импортное оборудование.

Кроме того, в настоящее время отсутствует достаточное предложение отечественного маточного поголовья для промышленного кролиководства. Крупные компании вынуждены закупать его за рубежом: во Франции, Италии, которые являются лидерами в этой области. Здесь расположены селекционно-генетические центры, и именно в этих странах в основном производят оборудование для отрасли.

Еще лет 10 назад объем производства мяса индейки был сопоставим с текущим рынком мяса кролика – порядка 10–15 тыс. тонн в год. Но за 10 лет производство мяса индейки выросло более чем в 10 раз. Уверен, при поддержке со стороны государства рынок мяса кролика может повторить этот путь.

С другой стороны, отмечу и отсутствие в России сформированного потребительского спроса на мясо кролика, отсутствие культуры потребления. Многие просто не знают, как готовить кролика и какими полезными качествами обладает это мясо.

**– В каких регионах России сегодня востребована крольчатина и почему? Где ее больше всего производят?**

– Самый большой спрос на мясо кролика – в Москве и Санкт-Петербурге. Более 85 % мяса производится в мелких фермерских хозяйствах и ЛПХ. Здесь чаще всего применяют технологию акселерационного кролиководства МИАКРО. Она характеризуется большим процентом ручного труда, отсутствием автоматизированных процессов, использованием чистопородных кроликов.

Крупных компаний, которые используют в своей работе технологию интенсивного промышленного кролиководства, не так много. В интенсивном промышленном кролиководстве характерна высокая степень автоматизации, применение гибридов, искусственное осеменение, поддерживаемый микроклимат на ферме. Наиболее крупная такая ферма сейчас находится в Смоленской области (компания «Кроль и К»).

**– Каковы объемы импорта в 2017 году и основные импортеры? Ваше мнение об импортозамещении в отрасли?**

– Основным импортером и мировым лидером в производстве крольчатины на сегодняшний день остается Китай. И по цене мяса кролика из Китая дешевле отечественного. Но из Китая из-за длительной транспортировки ввозится только замороженное мясо кролика.

Говорить о полном импортозамещении в этом сегменте рано. Еще есть куда расти, и внутреннему производству в первую очередь. Необходимо наращивать и производственные мощности, и увеличивать ассортимент продукции, уходя в более глубокую переработку.

**– В 2016 году подсчитали, что в среднем россиянин съедает около 100–130 кг крольчатины в год. Что-то изменилось с тех пор? Может ли крольчатина выйти за рамки нишевого продукта для аллергиков?**



– Цифры не изменились. Надо понимать, что мясо кролика никогда не заменит мясо птицы или свинины. Мы часто сравниваем рынок мяса кролика с рынком индейки. Так вот, еще лет 10 назад объем производства мяса индейки был сопоставим с текущим рынком мяса кролика – порядка 10–15 тыс. тонн в год. Но за 10 лет производство мяса индейки выросло более чем в 10 раз. Уверен, при поддержке со стороны государства рынок мяса кролика может повторить этот путь.

**– На рынке появляется оборудование отечественных производителей. Как к нему относятся кролиководы, насколько активно переходят на российское оборудование?**

– Есть несколько российских компаний, которые предлагают не только оборудование собственного производства, но и готовы оказать услуги строительства фермы под ключ. Особенно актуальными их предложения стали после падения курса рубля, когда импортное оборудование автоматически существенно подорожало.

**– Когда в России появятся собственные селекционные центры?**

– В настоящее время в России есть представительства иностранных селекционно-генетических центров. Крупные хозяйства привозят маточное поголовье напрямую из-за границы, либо приобретают в этих центрах. Но уверен, что нам необходимо выводить собственных гибридов и максимально уходить от поставок поголовья из-за рубежа. В настоящее время ФГБНУ НИИПЗК им. В.А. Афанасьева ведет работы в этом направлении (в настоящее время разработано технико-экономическое обоснование и ведутся работы по его реализации. – Примеч. ред.).

**– Ваш прогноз на развитие отрасли в ближайшие несколько лет?**

– Уверен, что рынок в ближайшее время будет расти, будут открываться новые фермы. Уже сейчас на разных стадиях готовности заявлено несколько крупных проектов, например проект, заявленный АФГ «Националь» в Новгородской и Ленинград-

ской областях, создание кролиководческого кластера в Ярославской области.

**– Есть ли государственные программы по развитию отрасли? Какая работа ведется Союзом кролиководов в этом направлении?**

– Отдельной федеральной программы до сих пор нет. Региональные власти, которые готовы поддерживать отрасль кролиководства, могут разработать региональные программы поддержки отрасли. Но главное, чтобы в регионе были инвесторы, желающие реализовать инвестиционный проект, – получатели этой поддержки.

Союзом кролиководов в свое время был разработан проект федеральной целевой программы, но пока не принят. Проект предусматривает субсидирование по всей производственной цепочке выращивания кроликов: это и субсидии в развитие селекционных центров, субсидирование оборудования и маточного поголовья, средства на продвижение продукции в качестве диетического мяса. Надеемся, что в ближайшее время ситуация изменится. **МП**



IN CONJUNCTION WITH



## CONNECTING COMMUNITIES



**Fiera Milano, Italy**  
May 29 - June 1 2018

[www.ipackima.com](http://www.ipackima.com)

MEMBER OF:



PROMOTED BY:



SUPPORTED BY:



ORGANIZED BY: IPACK IMA SRL  
(JOINT VENTURE BETWEEN UCIMA AND FIERA MILANO)



Ipack Ima Srl Strada Statale del Sempione km 28 - 20017 Rho - Milan  
Ph. 02.3191091 - Fax 02.33619826 - [ipackima@ipackima.it](mailto:ipackima@ipackima.it) - [www.ipackima.com](http://www.ipackima.com)



IPACK-IMA 2018



@ipackima



@ipackima2018  
#ipackima2018



IPACK-IMA 2018



Гость: **Николай Труш,**  
управляющий  
компаний ФИАКРО,  
Санкт-Петербург

Подготовила: **Полина  
Макаренко**

## БРАТЦЫ-КРОЛИКИ

Отзывы о методике МИАКРО неоднозначны – есть у нее и ярые приверженцы, и столь же убежденные противники. Дискуссии о нюансах обустройства клеток для кроликов, необходимости вакцинации и других деталях продолжаются и по сей день. Но факт остается фактом: методика, которая появилась в конце 1970-х годов, не потеряла актуальности и востребована до сих пор. Хозяйства, выращивающие кроликов-акселератов, можно встретить во всех уголках России. Есть они и за рубежом. Мы решили узнать, как живет сегодня акселерационному кролиководству по методу И.Н. Михайлова у его ученика и последователя, управляющего компанией ФИАКРО Николая Ивановича Труша.

**Н**а кроличьей ферме в Старо-Паново (Красносельский район Санкт-Петербурга) содержится более 3 тыс. животных. Здесь в основном занимаются племенной работой, и специально кроликов на мясо не производят. Хотя и не скрывают, что заказов на «свежину» хватает, бывает, что и очереди образуются. Собственно кроликами занимаются всего три человека: сам управляющий, зоотехник и кроликовод. Всего же на ферме трудятся 15 человек. Всеми необходимыми работами на ферме руководит компьютерная программа, алгоритм которой создал в свое время автор методики Игорь Михайлов. Компьютер напоминает зоотехнику, что делать: у кого принять окрол, кого отсадить, кого перевести, кого забить, кого выдворить, кого случить, кого и с кем вязать и т. д.

– Если бы не программа, пришлось бы в штате еще пару человек держать, и то были бы ошибки, – считает Николай Иванович. – А так мы племя постоянно регулируем, чтобы нам зря никого не кормить, то прибавим, то убавим. Конечно, если серьезно браться за мясо, нам надо еще одну площадку запустить большую, чтобы поставки были постоянными, без перебоев.

Большое кроличье стадо расположено на ферме очень компактно – все животные помещаются в многоярусных клетках – МИНифермах, созданных по чертежам Михайлова. МИНифермы производятся в собственной столярной мастерской – здесь могут изготовить до 30 кроличьих «квартирок» в месяц.

– Из нескольких ферм получается шед, из нескольких шедов – блок, – поясняет

в ходе экскурсии по ферме Труш. – У каждого кролика есть автоматические поилки и кормушки, куда закладывается комбикорм. Поилки заполняются раз в неделю, корм докладываем примерно раз в две недели. В зимнее время вода подогревается.

Основа питания кроликов-акселератов из Старо-Паново – свиной комбикорм и сено. Управляющий отмечает, что привозит корм из Белгорода, это дешевле, чем приобретать его на месте. Сено привозят из Воронежа, также выигрывая при этом в цене и качестве.

– На промышленном производстве кролики сена не получают, используют кроличий комбикорм – конечно, это очень удобно и производительно, – говорит он. – Но ведь кролик – грызун, он получает большую часть калорий из зерна, а в кроличьем корме



МИАКРО – авторская методика круглогодичного производства племенного поголовья кроликов – появилась в 1970-х годах. Технология акселерационного кролиководства запатентована, обладает рядом наград и дипломов. Автор методики – Игорь Николаевич Михайлов (1926–2004), многосторонне одаренный и талантливый человек, авиационный механик, актер театра и кино, профессор, академик, заслуженный изобретатель, автор нескольких книг. Михайловское акселерационное кролиководство противопоставляется традиционному (ретро) кролиководству. Ориентировано на максимально естественные условия содержания животных на открытом воздухе в специальных клетках, в зимнее время – с подогревом. Безнормативное круглосуточное кормление, воспроизведение поголовья вне зависимости от сезона, высокая степень сохранения потомства, длительный подсосный период у крольчат и другие особенности методики позволяют получить крепких и крупных животных с мясом и шкурой высокого качества. Методика постоянно совершенствуется, только модели МИНиФерм (особое помещение для кроликов, в названии которых включены инициалы изобретателя) модифицировались более 20 раз. Сегодня развитием и популяризацией методики, изданием литературы и общим руководством фермой занимается супруга изобретателя Ирина Федоровна.

содержится лишь 15 % зерновых! Все остальное – это травяная мука, которая, по замыслу разработчиков, должна помогать при усвоении корма. Наш опыт показал, что помогает не очень, – говорит управляющий. – В свином комбикорме, который используем мы, около 50 % зерновых. Однако если при этом кролик не будет получать сено, его пищеварительная система не сможет справиться с этим кормом. Начнутся воспалительные заболевания, которые, как правило, лечат антибиотиками, что крайне отрицательно сказывается на качестве мяса. Такое мясо уже нельзя называть диетическим.

Управляющий с удовольствием рассказывает о своем деле всем желающим – раз в неделю на ферме проходят образовательные семинары. Ответил он и на наши вопросы.

– **Николай Иванович, вы занимаетесь в основном разведении племенных кроликов. Расскажите подробнее об этом направлении.**

– Мы работаем с двумя самыми ходовыми породами кроликов – серебристый и белый великан. Размышляли над заведением и других пород, но, в конце концов, отказались от этой идеи, хотя есть и другие очень неплохие породы, например калифорний-

ская, советская шиншилла. Много пород держать очень сложно, стадо нужно постоянно обновлять, освежать кровь. А как это делать, если у нас Всероссийское общество кролиководов не работает? Так и остановились на двух породах. Зато все знают об отличном качестве нашего стада.

– По методике Михайлова крольчиха приносит потомство 3–4 раза в год в отличие от промышленных 7–8 окролов. Крольчата находятся на подсосе до трех месяцев, искусственного вскармливания мы не применяем. По нашему мнению, такое длительное естественное вскармливание кроликов повышает их иммунитет, положительно сказывается на росте животных. В четыре месяца молочный кролик может отправляться на забой, часть кроликов мы оставляем для дальнейшего разведения.

Благодаря компьютерному учету, мы отслеживаем все генетические линии, знаем всю кроличью родню и можем по генетике подобрать самого подходящего кролика для скрещивания. Поэтому если наша крольчиха у фермера не окролилась или что-то еще его не устраивает, мы всегда готовы ее заменить. Если фермерское хозяйство рассчитано только на производство мяса, то мы вообще не возражаем и против родственных вязок, но в этом случае кроликов для разведения оставлять не следует.

– **К вам, наверное, приезжают те, кто хочет производить мясо, а не заниматься селекцией?**

– Да, в основном их мы и обучаем. По нашей методике кролики плодятся в геометрической прогрессии круглый год, и куда же еще девать такое количество кроликов? Мы рассказываем не только о производстве мяса, но и о производстве меховой продукции. Если правильно обходиться со шкуркой кролика, выделывать ее, шить, не нарушая технологии, то деньги, вырученные за эту шкурку, окупают затраты на выращивание кролика, а мясо получается как прибыль. Ежегодно реализуется порядка 3000 голов, спрос стабильный.

– **Где в России представлены фермы, работающие по вашей методике?**

– Акселерационное кролиководство очень развито в Воронежской области, на Дальнем Востоке, в Алтайском крае, на Урале... Вообще такие фермы можно встретить практически везде. Мы контролируем всех, кто у нас обучался, даем советы и рекомендации. Сейчас готовим большую партию кроликов к отправке в Узбекистан, хотя там своя специфика – очень жарко.

– **А за границей где?**

– От Португалии до Израиля. Отправляли и в Грецию, и в Польшу, и в Германию, естественно, все страны СНГ.

– **То есть данная методика может быть приспособлена к любым климатическим условиям?**

– Конечно, лучше всего для разведения акселераторов подходит средняя полоса, и чем прохладнее, тем лучше для меха. Но и в жарком климате вполне можно этим заниматься. Фермы по нашей методике работают успешно в Ростове, Краснодаре, Одессе... В небольших частных хозяйствах для кроликов устраиваются купели, мы поливаем их для охлаждения.

– **В сети довольно много информации о том, что вашу методику, даже если и приобретают, не используют в чистом виде. Самостоятельно дорабатывают, вносят в нее что-то свое. Как вы к этому относитесь?**

– К сожалению, эти инновации обычно заканчиваются одним – гибелью кроликов. Я всегда говорю о том, что прежде чем что-то менять, нужно проконсультироваться – ведь методика существует не первый год, и экспериментов мы и сами проделали





множество. Вы и сами это видели. Например, обратили внимание, что в клетках есть сетки с разными видами ячеек, а это сделано неспроста. Когда начинают менять, «упрощать» методику без понимания того, что стоит за тем или иным процессом, все опять возвращается к ретрокролиководству, содержанию животных в сарае в тарном ящике и кормлению морковкой. Стоило ли тратить на технологию?

Например, некоторые не хотят поить кроликов подогретой водой зимой, не понимая, зачем это нужно. Мол, кролик и снега может поест. Мы объясняем, что это плохо сказывается на росте кроликов и на лактации крольчих.

**– Вашу методику много критиковали, в том числе за негативное отношение к вакцинации животных. Сейчас вы придерживаетесь тех же взглядов, что и раньше? Вы против вакцинации?**

– Почему же, сейчас мы тоже вакцинируем животных. Иммуитет крепкий у наших кроликов, и все же это бывает необходимо, например, при длительных перевозках животных. Вакцинация, по нашему мнению, не сказывается в будущем на качестве мяса и меха. Однако хочу отметить, что вакцинация – не панацея. Известно, что существует, например, около десятка разных штаммов миксоматоза. И если в европейских странах информация о штаммах известна и учитывается при вакцинации, у нас вакцина от миксоматоза очень старая. Никто не занимается разработкой новых препаратов, и если и прививают животных, то без учета штамма, что делает прививку в ряде случаев просто бессмысленной.

---

Когда начинают менять, «упрощать» методику без понимания того, что стоит за тем или иным процессом, все опять возвращается к ретрокролиководству, содержанию животных в сарае в тарном ящике и кормлению морковкой. Стоило ли тратить на технологию?

---

**– Какие препятствия для развития вашей методики сейчас существуют и что вам помогает?**

– Одно из серьезных препятствий – устаревшие законы и правила, которые уже не соответствуют реальности. Приведу простой пример. По правилам на тушке кролика должна оставаться задняя лапка, даже если при забое присутствует ветеринарный врач! Вопрос: зачем? Нет ответа.

Сейчас вот вводится ветеринарная сертификация в системе «Меркурий». Она тоже удобна далеко не во всем. Без справки животное не может выйти с нашей фермы, но пока не все хотят регистрироваться в этой системе. Бывает, что у фермеров в хозяйствах проблемы с Интернетом. Хотя, конечно, многие уже приспособились.

Конкретно у нашего хозяйства существует земельная проблема – город не дает нам

выкупить два гектара земли, которые мы арендуем уже 25 лет, объясняя тем, что земли слишком много. Здание у нас в собственности, а вот земля – нет. Поэтому мы пока и не строим планов на расширение хозяйства – сначала нужно решить эту проблему. Поскольку мы находимся в городе, то никаких субсидий и льгот тоже не получаем.

А вот те, кто начинает работать в области, вполне могут получать субсидии для начинающих фермеров, а также пользоваться и другой помощью и льготами, например по строительству ферм, подъездных путей и т. д.

**– Как происходит обучение вашей методике? Вы обучаете всех желающих или делаете какой-то отбор?**

– Мы занимаемся индивидуально, и не с каждым. В основном, конечно, это фермерские хозяйства, малый бизнес или индивидуальные предприниматели с большими хозяйствами. С теми, кто хочет заниматься разведением кроликов только для себя, мы почти не работаем, для них подходит другой путь: почитать книги, изучить документацию, проконсультироваться у нас в чем-то. Обучение же, хоть и само по себе бесплатное, достаточно затратно. Оно занимает минимум неделю, а бывает, что и две, и все это время человеку надо где-то жить, приезжать к нам.

**– И какой подготовкой должен обладать будущий кроликовод?**

– Подготовки специальной не требуется – честно говоря, лучше, чтобы человек вообще до этого кроликами никогда не занимался. Потому что иначе приходится переучивать, а это намного сложнее, чем просто научить.

На ежедневных занятиях мы даем основы зоотехнических работ на ферме, объясняем, как пользоваться программным обеспечением. И конечно, обязательно показываем на практике все нюансы ухода за животными, за МИНИфермами. В промежутках мы в собственной столярной мастерской показываем сборку различных элементов, ученики смотрят, снимают на камеру все ключевые моменты. Мы заинтересованы в том, чтобы у них все получилось, и поэтому разрешаем это, а также по необходимости предоставляем ранее записанные материалы. Ученики изучают у нас весь процесс – принимают окролы, занимаются вязками и случками, отсадками и пересадками животных, устанавливают гнездовья и т. д.

Но обучение заканчивается быстро, а вот учеба продолжается до тех пор, пока человек занимается акселерационным кролиководством. **МП**



# Создаем мясные деликатесы



Деликатесы в/к +150–160 %

Сырье	Кол-во, кг
Свинина (окорок, лопатка, шея)	100,0
Рассол +60–70 %	Кол-во, кг на 100 литров рассола
Соль поваренная	1,00
Соль с нитритом натрия	2,30
«Евро Хам Актив», арт. 109561	5,20
«Топ Аром люкс», арт. 162710	0,30
«Колор Альпин», арт. 141420	0,05
Вода/лед	91,2
Итого	100 литров

«Евро Хам Актив», арт. 109561, – функциональная добавка для приготовления рассола при производстве целномышечных деликатесных продуктов и реструктурированных ветчин из различных видов мяса с уровнем добавления рассола +80–100 %. Формирует плотную нарезаемую консистенцию в ветчинных продуктах и волокнистую структуру с сухим срезом в кусковых деликатесах. Дозировка: 5,2 граммов на 1 литр рассола.

«Колор Альпин», арт. 141420, – водорастворимый краситель для производства колбасных и деликатесных продуктов. Дозировка: 0,5–1,5 грамма на 1 кг фарша.

«Топ Аром люкс», арт. 162710, – вкусоароматическая смесь специй для производства всех видов мясных продуктов. Формирует яркий насыщенный вкус и аромат в готовых продуктах, стабильный в течение всего периода хранения. Вкусовое направление – яркое насыщенное: аромат мяса со специями (чеснок, лук, чили). Дозировка: 1 грамм на 1 кг сырья или 2–3 грамма на 1 литр рассола. **■**



Комплексные смеси специй, вкусоароматические композиции и функциональные добавки для производства всех видов мясных и рыбных продуктов.

Москва	(495) 642-82-42
Санкт-Петербург	(812) 600-45-45
Владимир	(4922) 34-66-11
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	(473) 206- 90-12
Пенза	(8412) 60-69-68
Хабаровск	(4212) 46-18-71
Уфа	(347) 246-64-98
Красноярск	(391) 264-06-30
Иркутск	(3955) 57-12-42
Краснодар	(861) 252-25-16
Пятигорск	(8793) 31-98-38
Армавир	(86137) 5-47-00
Рязань	(4912) 96-82-62
Крым	(978) 831-50-14
Н. Новгород	(831) 469-34-13

**Австрийская фирма ZALTECH**  
[www.zaltech.com](http://www.zaltech.com) + 7 (495) 745-24-24







Компания: ООО «ФУКС ОЙЛ»

125252, Москва,

ул. Авиаконструктора Микояна, 12

Тел.: +7 (495) 961-27-41

info-mos@fuchs-oil.ru

www.fuchs.com/ru

Автор:

Михаил

Коровочкин,

руководитель направления  
продаж смазочных материалов  
для пищевой промышленности

# СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ CASSIDA – БЕЗОПАСНОСТЬ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

В мясоперерабатывающей промышленности использование «пищевых» смазочных материалов помогает сохранить доброе имя производителя, незапятнанность бренда. Производители мяса и птицы, перерабатывающие для нужд мирового рынка миллионы килограммов продукции, должны избегать попадания смазочного материала в пищевой продукт на протяжении всего производственного процесса. Однако в реальной жизни не всегда возможно выполнить это требование в полном объеме. По этой причине производители мясной продукции максимально снижают возможные риски загрязнения пищевого продукта, переходя на смазочные материалы для пищевой промышленности CASSIDA – безопасную альтернативу для точек смазки на своих производствах.

## «Пищевые» смазочные материалы

При производстве мясных продуктов к смазочным материалам, используемым в оборудовании, предъявляются очень высокие требования как с точки зрения пищевой безопасности, так и эксплуатационных характеристик. Защита жизни и здоровья конечных потребителей молочной продукции – одна из первоочередных задач. Помимо этого, важным фактором является бесперебойность и максимальная эффективность производственного процесса, долгий срок службы оборудования и расширенные интервалы технического обслуживания. Наши клиенты оказываются в выигрыше благодаря исключительному качеству продуктов линейки смазочных материалов CASSIDA, которое подтверждается большим количеством одобрений известных во всем мире производителей оборудования.

Бренд CASSIDA представляет собой широкую линейку высококачественных смазочных материалов для оборудования пищевых производств, сочетающих в себе как полностью синтетические, так и полусин-

№	Основные продукты	Процесс	Общие части машины
1	<b>Забой, потрошение, разделка, мойка</b>		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Цепи, конвейеры
	CASSIDA GREASE HDS серия		Крюки
	CASSIDA GREASE EPS 2		Подшипники
	CASSIDA FLUID CR серия		Компрессоры
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серии	Прямой контакт с режущим инструментом	Лезвия, ножи, куттеры
2	<b>Порционирование, нарезка, измельчение</b>		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Зубчатые передачи
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Цепи, конвейеры
	CASSIDA FLUID HF серия		Элементы гидросистемы
	CASSIDA GREASE EPS 2		Подшипники
	CASSIDA FLUID CR серия		Компрессоры
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серии	Мясорубки, измельчители	Лезвия, ножи, куттеры
2A	<b>Добавление приправ, смешение</b>		
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серии	Прямой контакт с режущим инструментом	Лезвия, ножи, куттеры
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редуктор
	CASSIDA GREASE EPS 2		Подшипники
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Цепи, конвейеры
2B	<b>Формовка, приготовление, отбивание, обжарка, глубокая заморозка</b>		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA GREASE EPS 2/HTS 2/GTS 2/GTX 2/FC 2		Подшипники
	CASSIDA FLUID HF серия		Гидросистемы
	FM HEAT TRANSFER FLUID 32		Системы теплообмена
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серии	Смазка форм	Прямой контакт с пищевым продуктом
3	<b>Формовка, фасовка, маркировка, упаковка</b>		
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460		Редукторы
	CASSIDA FLUID HF серия		Элементы гидросистемы
	CASSIDA GREASE EPS/RLS серия		Подшипники
	CASSIDA CHAIN OIL серия	Зона формовки, смазка форм	Цепи
	FM GREASE DC/CASSIDA или FM FLUID DC серии		Прямой контакт с пищевым продуктом
3A	CASSIDA GREASE EPS/RLS серия		Подшипники
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460	Зона фасовки	Редукторы
	CASSIDA FLUID HF серия		Гидросистемы
3B	CASSIDA GREASE EPS 2 / GTS 2		Подшипники
	CASSIDA GREASE RLS 00, GTS 2	Упаковка, маркировка	Централизованные системы смазки
	CASSIDA FLUID GL или WG от 220 до 460	Упаковка в коробку	Редукторы
	CASSIDA CHAIN OIL серия		Приводные цепи
	CASSIDA FLUID HF серия		Гидросистемы
	CASSIDA FLUID VP 68 или 100		Вакуумные насосы
4	<b>Хранение, охлаждение и заморозка</b>		
	CASSIDA FLUID RF серия	Хранение в холодильнике	Холодильные компрессоры
	CASSIDA FLUID HF/GL серия	Замораживание	Гидросистемы, редукторы
	CASSIDA GREASE LTS 1/RLS 00		Централизованные системы смазки
	CASSIDA CHAIN OIL LT		Цепи, конвейеры
	<b>Средства для технического обслуживания</b>		
	CASSIDA GREASE GTS SPRAY		
	CASSIDA SILICONE FLUID SPRAY		
	CASSIDA FLUID FL 5 SPRAY		
	CASSIDA PASTE AP		
	CASSIDA PTFE DRY SPRAY		
	FM GREASE DC SPRAY		



тетические продукты, и продукты на основе белых минеральных масел. Состав всех смазочных материалов CASSIDA специально подобран для оптимального сочетания функциональности и качества.

### **CASSIDA – знак качества и безопасность смазочных материалов**

Требования Международной организации NSF International (Национальный санитарный фонд), основывающиеся на нормах, установленных Управлением по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных препаратов США (FDA), приняты в качестве международного стандарта. Все «пищевые» смазочные материалы, предлагаемые компанией FUCHS, зарегистрированы в NSF в соответствующем классе. Помимо этого, наше производство сертифицировано NSF по ISO 21469 «Безопасность машин и механизмов. Смазки, случайно контактирующие с изделием. Гигиенические требования».

Данный стандарт определяет гигиенические требования к составу, процессу про-

изводства, использованию и правильному применению смазочных материалов, которые могут иметь «случайный контакт» с пищевым продуктом в процессе производства. Выполняя требования стандарта ISO 21469, компания FUCHS производит на новейшем заводе исключительно «пищевые» смазочные материалы. Это позволяет гарантировать превосходное и стабильное качество продуктов CASSIDA.

Как часть международной программы доступности высокотехнологичных смазочных материалов все продукты CASSIDA также имеют сертификаты «Кошер» и «Халаль», позволяющие использовать эти материалы при производстве комбикормов и продуктов питания в странах, придерживающихся мусульманских или иудейских религиозных законов.

### **Индивидуальные решения и сервис**

Мы предлагаем не только линейку высококачественных смазочных материалов (пищевых и непищевых), но и целый комплекс

сервисных услуг, включающий проведение технических аудитов и предоставление отчетов с рекомендациями по оптимизации применяемых смазочных материалов с учетом требований пищевой безопасности на производстве (соответствие принципам HACCP: анализ рисков и определение критических контрольных точек), мониторинг фактического состояния масел и оборудования, поддержку в проведении испытаний, консультации в режиме онлайн и многое другое. В дополнение к сервисной программе мы организуем обучающие семинары и тренинги для наших клиентов.

При формировании комплексных и безопасных решений для наших потребителей мы всегда учитываем их индивидуальные особенности, конкретные требования и условия эксплуатации оборудования.

Квалификация наших специалистов, имеющих более чем 30-летний опыт работы в этой сфере, позволит профессионально подобрать смазочные материалы, необходимые для вашего производства. **Р**



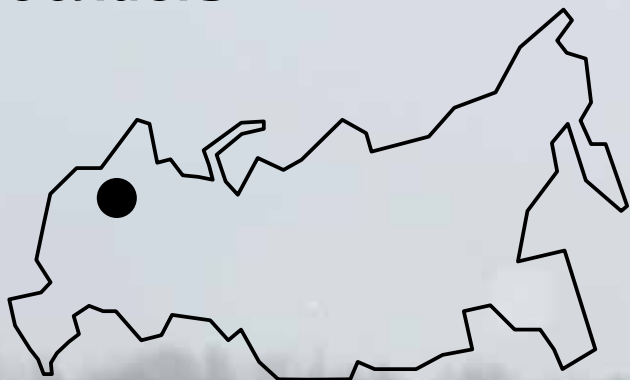
**CASSIDA –  
смазочные материалы  
для пищевой промышленности**

**CASSIDA**  
food grade lubricants

**ООО «ФУКС ОЙЛ»**

125252, г. Москва,  
ул. Авиаконструктора Микояна, 12  
Тел.: +7 (495) 961 27 41  
Факс: +7 (495) 961 01 90  
e-mail: info-mos@fuchs-oil.ru  
www.fuchs.com/ru

# Новгородская область



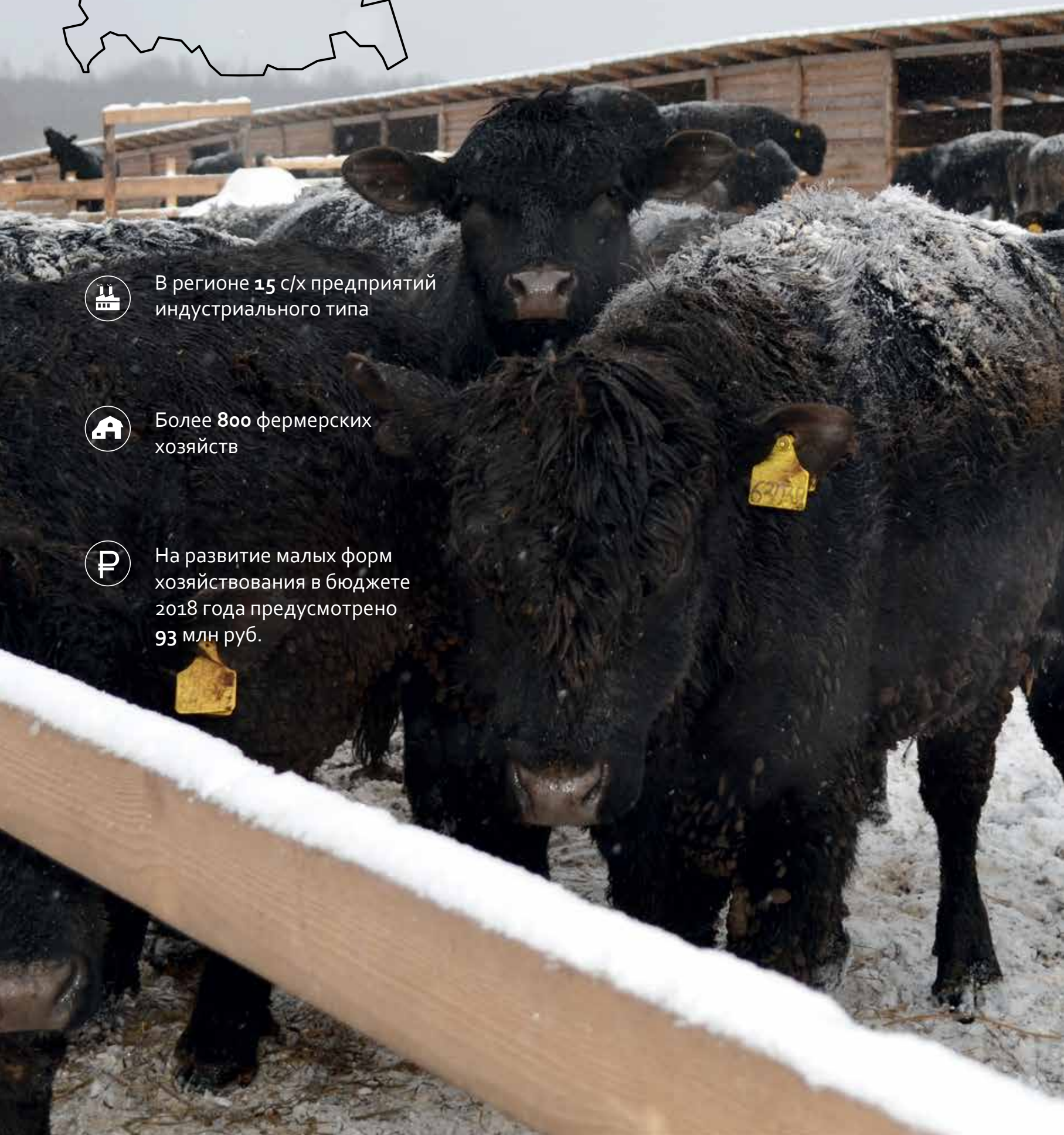
В регионе **15** с/х предприятий  
индустриального типа



Более **800** фермерских  
хозяйств



На развитие малых форм  
хозяйствования в бюджете  
2018 года предусмотрено  
**93** млн руб.







## Новгородская область

Подготовила:



Полина  
Макаренко



# АПК НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ: ПОДДЕРЖКА ОТ МАЛА ДО ВЕЛИКА

Новгородская область – один из крупнейших сельхозпроизводителей в Северо-Западном федеральном округе, занимает третье место по производству скота и птицы на убой в живом весе, второе – по производству овощей и первое – по выращиванию картофеля, экспортирует мясную продукцию в девять соседних областей. Население области полностью обеспечено основными видами сельхозпродукции собственного производства. Треть населения – сельское, и производство сельхозпродукции является приоритетным направлением развития в половине районов области. Специализация животноводческой отрасли – производство мяса свиней и птицы, яиц, молока, разведение мясных пород КРС.

**П**равительство Новгородской области ведет планомерную работу с крупными инвесторами и активно поддерживает местные хозяйства, тем самым обеспечивая постоянный рост производства. Так, с 2007 года объем производства скота и птицы на убой в живом весе увеличился в 7,1 раза. Особенно продуктивными для сельхозпроизводителей стали 2009, 2011 и 2015 годы. Однако и прошедший 2017 год оказался достаточно успешным.

### Итоги года

Индекс производства в отрасли животноводства составил 101,1 %. Это обусловлено ростом производства мяса до 160,8 тыс. тонн, что на 1,3 % больше, чем в 2016 году, и ростом производства яиц на 1,2 %. Уровень самообеспеченности населения области мясом и мясoproдуктами собственного производства составил 270 %.

По итогам 2017 года Новгородская область – лидер на Северо-Западе по производству картофеля, занимает второе место по производству овощей, несмотря на то, что сезон оказался убыточным для многих сельхозорганизаций. Низкие температуры и постоянные дожди привели к потере части урожая из-за переувлажнения почв, дважды в области вводили режим ЧС. 55 сельхозтоваропроизводителей получили компенсацию ущерба. Общая цифра федеральной поддержки составила 40,7 млн руб. Деньги новгородские аграрии получили в конце минувшего года и смогли потратить их на подготовку к новой посевной.

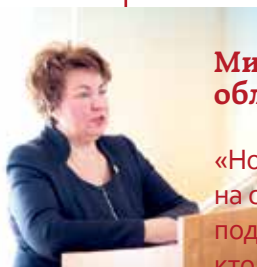
### Индустриальный пейзаж

Сегодня в Новгородской области работает 15 крупных предприятий индустриального типа: свинопредприятия и птицепредприятия, тепличные комбинаты и молочные

комплексы. В числе наиболее успешных мясопроизводителей можно отметить ООО «Новгородский бекон» и ООО «Агрохолдинг «Устьволмский», ООО «НовСвин», которые специализируются на свиноводстве. В молочном скотоводстве ведущую роль играют колхоз «Россия СПК», ООО «Передольское», ЗАО «Савино» и ОАО «Ермолинское», СПК «Левочский», ООО «Новгородский бекон».

ООО «Новгородский бекон» занимает лидерские позиции и в производстве свинины, вырабатывая 57 % от общего объема в области. Производство сосредоточено на двух крупных комплексах в Волотовском и Новгородском районах. «Новгородский бекон» имеет вертикально интегрированную структуру – от производства зерна до переработки мяса. С 2008 года компания реализует инвестиционный зерновой проект: долгосрочную программу развития





### Министр сельского хозяйства Новгородской области Елена Покровская:

«Новой формой поддержки станут денежные гранты на создание кооперативов, в которые войдут личные подсобные и крестьянско-фермерские хозяйства. Для тех, кто работает на селе, кооперативы станут эффективным решением вопросов организации переработки и сбыта. В Новгородской области работает 35 сельскохозяйственных кооперативов и 11 потребительских обществ. В этом году впервые в области предусмотрена грантовая поддержка на создание материальной базы кооперативов в сумме 37,4 млн рублей».

зернопроизводства в Волотовском, Старорусском, Солецком и Шимском районах.

К настоящему моменту «Новгородский бекон» запустил в эксплуатацию зерносушильный комплекс с семенной и зернофуражной линией на Волотовском участке зернокомбикормопроизводства. Крупнейшая установка на Северо-Западе, способная обрабатывать зерно до 170 т/ч. Это позволяет компании обеспечивать высококлассными семенами не только производителей области, но и предприятия соседних областей, а также закупать зерно в других регионах и организовать его хранение. Кроме того, в последние годы «Новгородский бекон» провел крупную реконструкцию двух птицефабрик в Новгородском и Валдайском районах, создав промкомплекс по выращиванию бройлерной птицы.

С 2004 года в Новгородской области работает предприятие датской компании ООО «НовСвин». Производство оборудовано по датским технологиям и имеет полный цикл производства (осеменение, опорос, выращивание, забой свиней). В декабре 2017 года компания признана племенным репродуктором по разведению свиней пород ландрас и йоркшир. Это уже четвертый племенной репродуктор в области по свиноводству. Всего работает 12 племенных репродукторов, в том числе по молочному и мясному скоту. В планах ООО «НовСвин» – собственный комбикормовый завод, мощностью до 10 тонн продукции в час. Строительство будет завершено в августе. Идет разработка проектно-сметной документации по строительству откормочных участков на 15 тыс. голов.



Недавно на территории Батецкого района в д. Вольная Горка открылось новое предприятие ООО «Агрофирма «Зеленые луга», которое реализует проект по выращиванию молодняка абердин-ангусской породы. Сегодня здесь содержится более 200 голов КРС.

В мясном птицеводстве лидирующую роль занимает ООО «Белгранкорм – Великий Новгород». Предприятие работает на территории Новгородской области более 10 лет, входит в состав агрохолдинга «БЭЗРК – Белгранкорм» (агропромышленный холдинг «БЭЗРК – Белгранкорм» – крупная многоотраслевая вертикально

интегрированная структура сельскохозяйственного сектора. Направления деятельности холдинга: производство мяса птицы, свинины, говядины, колбасных изделий, полуфабрикатов, молока, зерна и комбикормов). ООО «Белгранкорм – Великий Новгород» – промышленный птицеводческий комплекс, связывающий в единую технологическую цепочку несколько производственных объектов: от получения инкубационных яиц до переработки мяса птицы. Впервые в России здесь была запущена в виде пилотного проекта площадка по откорму бройлеров с применением системы «патио», производственной мощностью 21 тыс. тонн мяса птицы в год. Работает цех родительского стада мощностью 62 млн инкубационных яиц в год. На предприятии ежегодно увеличивается производство продукции – в прошлом году это около 80 тыс. тонн мяса птицы. В этом году ООО «Белгранкорм – Великий Новгород» завершает строительство молочно-товарного комплекса на 400 голов дойного стада в д. Ракушино Крестецкого района. Проект обошелся инвестору в 238 млн руб. Построены два корпуса для содержания дойных коров, каждый по 200 ското-мест привязного содержания. На первом этапе предприятие рассчитывает получать в год не менее 6 тыс. кг молока от коровы.

Недавно на территории Батецкого района в д. Вольная Горка открылось новое предприятие ООО «Агрофирма «Зеленые луга», которое реализует проект по выращиванию молодняка абердин-ангусской породы. Сегодня здесь содержится более 200 голов КРС. Реализацию мраморного мяса планируют начать нынешним летом. Владелец ООО «Агрофирма «Зеленые луга» организовал сельскохозяйственный кооператив «БИФ» и в настоящее время продвигает проект по строительству убойного цеха и созданию производства по переработке мясных полуфабрикатов. Планируется запуск интернет-магазина для реализации мяса органического производства и открытие мини-складов для хранения и дистрибуции продукции фермы в Москве и Санкт-Петербурге.

### Поддержка малых форм

Один из приоритетов в аграрной политике правительства Новгородской области – поддержка малых форм хозяйствования, включая фермеров и кооперативы. В 2018 году на это предусмотрено 93 млн руб., что на треть выше уровня 2017 года.



В области работает более 800 крестьянско-фермерских хозяйств, вкладывая в общий объем производимой продукции около 6 %. Крестьянские хозяйства в Новгородской области являются производителями 22 % овощей, 16 % картофеля и 10 % молока. Это выше, чем в среднем по Северо-Западу и в целом по России.

В 2012 году введена грантовая поддержка. За это время средства на развитие КФХ и семейных животноводческих ферм получили 81 хозяйство, в том числе в 2017 году – 25 хозяйств (19 начинающих фермеров и 6 семейных молочных ферм). Грантополучатели в прошлом году создали 24 новых рабочих места.

По словам Министра сельского хозяйства Новгородской области Елены Покровской, новой формой поддержки в 2018 году станут денежные гранты на создание кооперативов, в которые войдут личные подсобные и крестьянско-фермерские хозяйства. Для тех, кто работает на селе, кооперативы станут эффективным решением вопросов организации переработки и сбыта. В Новгородской области работает 35 сельскохозяйственных кооперативов и 11 потребительских обществ. В этом году впервые в области предусмотрена грантовая поддержка на создание материальной базы кооперативов в сумме 37,4 млн руб.

### Кадры решают все

В 2008 году в Новгородской области принят и работает закон по поддержке молодых специалистов, приезжающих работать на село. В прошлом году для них в 1,8 раза

### Цифры и факты

- Площадь – 55,3 тыс. кв. км.
- Численность населения – 606 тыс. человек.
- 3 города областного значения.
- 7 городов районного значения.
- 3-е место по СЗФО в производстве птицы и скота в живом весе.
- География экспорта: Республика Карелия, Москва и Санкт-Петербург, Вологодская, Тверская, Ярославская, Московская, Архангельская, Тульская, Псковская, Ленинградская области.
- За 2017 год произведено 160,8 тыс. тонн скота и птицы на убой в живом весе (рост на 1,3 % к 2016 году).
- Уровень самообеспеченности области мясом и мясoproдуктами – 270 %.
- Индекс производства в отрасли животноводства по итогам 2017 года – 101,1 %.

были увеличены ежеквартальные пособия. Выпускники средних специальных учреждений и выпускники вузов получают доплаты к основному заработку в размере 15,7 и 21 тыс. руб. Сейчас областное Министерство сельского хозяйства подготовило законопроект об увеличении в три раза единовременных выплат для выпускников, которые идут работать на сельхозпроизводство. Этот законопроект направлен на согласование в Минфин РФ. При положительном решении «подъемные» увеличатся со 100 до 300 тыс. руб. для тех, кто окончил вузы, с 60 до 180 тыс. руб. – для выпускников техникумов.

Впервые в этом году будет введена субсидия на переподготовку и повышение квалификации специалистов отрасли до 95 % их затрат на обучение.

### В планах – развитие молочного животноводства

В 2018 году акцент в сельском хозяйстве будет сделан на развитие молочного животноводства и кооперации крестьян. Основой обеспечения роста производства станет реализация новых инвестиционных проектов, чему в значительной мере будут способствовать существующий инструментарий бюджетной поддержки и законодательные решения, принятые в 2017 году, а именно – областной закон по молочному животноводству и внесение изменений в закон об инвестиционной деятельности, которыми для инвесторов в сельском хозяйстве предоставлены существенные льготы. **МП**



Компания:



«Белстар»

Санкт-Петербург,  
Дрезденская ул., д. 11, корп. 2  
Тел./факс: +7 (812) 603-20-00  
www.belstar-spb.ru



# Маринады – то что надо!

*Наступила весна, а это значит – впереди тепло, отдых, поездки за город. Одна из главных причин, по которой люди отправляются на природу, – полное единение с первозданным, которого можно достичь только на чистом воздухе, готовя своими руками блюдо на открытом огне. Речь идет, конечно же, о любимых всеми шашлыках.*

Мы точно знаем, что у каждого опытного шашлыковеда обязательно есть свой проверенный рецепт маринада для шашлыка. Есть он и у компании «Белстар». Правильно выбранный маринад поможет полностью раскрыть вкус мяса, обогатить его и сделать отдых неповторимым.

Компания «Белстар» разработала целую линейку маринадов для продуктов из мяса говядины, свинины, баранины, птицы и рыбы, а также мелкокусковых и порционных полуфабрикатов из них. У нас найдется рецепт на любой, даже самый взыскательный вкус!

Среди основных преимуществ использования маринадов прежде всего отметим улучшение качества продуктов за счет усиления нежности и сочности мясного сырья, разнообразия вкуса и аромата мясных полуфабрикатов. Удобство и простота использования наших маринадов зачастую становится решающим для покупателя, который собрался на пикник.

Убедитесь сами: для приготовления 1 кг маринада необходимо смешать до однородной густой массы 0,2 кг сухого маринада, 0,2 кг растительного масла и 0,6 литра воды. Также можно использовать маринад



Компания «Белстар» разработала целую линейку маринадов для продуктов из мяса говядины, свинины, баранины, птицы и рыбы, а также мелкокусковых и порционных полуфабрикатов из них.

в сухом виде – как обсыпку. В маринадах содержится соль, поэтому солить сырье дополнительно не требуется (только по необходимости).

**«Белстар» рекомендует:**

- 1) 10–15 % маринада к массе мясного сырья;
- 2) как обсыпку: из расчета 30 граммов сухого маринада на 1 кг мясного сырья.

Сколько бы мы ни рассказывали вам о преимуществах этих продуктов на бумаге, конечно же, чтобы оценить наши маринады – нужно попробовать их самим!

Ну а мы к сезону готовы: смеси для изготовления маринадов ждут на наших складах в Санкт-Петербурге и в наших филиалах в Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Новосибирске. **В**



# АГРО ПРОД МАШ

[www.agroprod mash-expo.ru](http://www.agroprod mash-expo.ru)

МИНПРОМТОРГ  
РОССИИ



ТПП РФ



Expo Rating



23-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ОБОРУДОВАНИЕ,  
ТЕХНОЛОГИИ, СЫРЬЕ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ  
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

8–12 октября  
2018

Россия, Москва,  
ЦВК «Экспоцентр»

Выставка №1  
в России\*



Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР  
МОСКВА



При поддержке:

- Министерства промышленности и торговли РФ
- Министерства сельского хозяйства РФ

Под патронатом ТПП РФ

\*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.  
Подробнее – [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru).

Реклама 12+





Компания:  
**ГК «Агропромкомплектация»**

Год основания :  
**1988 год**

Промышленное  
производство свиней в год:  
**1,650 млн**

Земельный банк группы:  
**66 тыс. га**

Средняя урожайность зерновых:  
**55 ц/га**

Валовой надой в год:  
**57 млн литров молока**

Производство колбасной  
продукции в год:  
**26 тыс. тонн**







Подготовила: Полина Макаренко

Фото: предоставлены  
ГК «Агропромкомплектация»

# ОСТАНАВЛИВАТЬСЯ НЕ СОБИРАЕМСЯ

За три десятилетия учредитель и бессменный руководитель Группы компаний Сергей Новиков превратил ее в одно из самых крупных в стране агропромышленных объединений со специализацией в свиноводстве и молочном животноводстве. Компания производит более 600 наименований мясной, колбасной и молочной продукции под брендами «Дмитрогорский продукт», «Ближние Горки», «Искренне ваш», развивает также кондитерское и хлебопекарное направление, выпуская продукцию под торговой маркой «Прованс Бейкери». Земельный банк Группы компаний и собственное кормопроизводство обеспечивает кормовую базу для животноводства. Количество сотрудников приближается к 8 тыс. человек.

История одного из крупнейших отечественных агрохолдингов началась в Казахстане – именно там работал в конце 1980-х годов Сергей Анатольевич Новиков, занимаясь материально-техническим снабжением агропромышленного комбината «Боровое». В 1988 году на базе этого комбината образовался кооператив «Меркурий», который был преобразован в предприятие «Агропромкомплектация», во главе которого встал Новиков. После распада СССР было принято решение о переносе бизнеса из Казахстана в Россию. Сказано – сделано, и в 1989-м в г. Конаково Тверской области было зарегистрировано российское представительство предприятия. Этот момент и стал поворотным в судьбе бизнесмена.

В 1998 году молодой сельхозтоваропроизводитель Новиков выкупил совхоз «Дмитрова Гора» с миллионными долгами и полуразрушенной фермой КРС. Именно тогда и началась реализация долгосрочной стратегии развития в сфере АПК по созданию собственных животноводческих комплексов и предприятий мясо- и молочной переработки в с. Дмитрова Гора (Тверская область). Затем было открыто несколько продовольственных магазинов в Москве, Зеленограде и Тверской области, сформировав собственную фирменную розницу и единую производственную цепь «от поля до прилавка». Продукция предприятий появилась в магазинах близлежащих регионов. Долги убыточного хозяйства были постепенно выплачены, и оно начало приносить прибыль. Удивительно, но факт: компания, сегодня занимающая топовые позиции в России в производстве свинины, начинала с молочного животноводства.







Объемы производства  
в натуральном выражении  
по выпуску сырой мясной  
продукции увеличились на 172 %,  
колбасных изделий – на 24 %,  
молочной продукции – на 11 %.





### Сырьевой фактор

Планы обзавестись собственным сырьем для перерабатывающего предприятия появились в начале 2000-х годов. Долгое время сырье для колбас закупалось на стороне, но объемы постоянно росли, и постепенно назрела необходимость в создании собственной сырьевой базы. В 2006-м началось строительство производственных площадок в д. Юренево и Пенье для одновременного содержания 52 тыс. голов.

Сегодня в активе компании 17 автоматизированных свинопунктов (СВК) в Курской и Тверской областях, оборудованных по последнему слову техники, в том числе – два нуклеуса (племенных ферм), идет строительство еще пяти СВК. В 2016 году компания ввела в эксплуатацию сразу шесть свинопунктов, что привело к резкому скачку в производстве. На вопрос, есть ли предел столь бурному развитию, менеджмент компании в лице Юрия Дьяченко, директора департамента свиноводства и кормопроизводства компании, отвечает уверенно:

– Нет, останавливаться мы пока не собираемся. В Курской области мы уже приступили к строительству трех свинопунктов. А для закрытия всех потребностей курских свинопунктов, входящих в нашу группу, мы строим второй комбикормовый завод в Железногорском районе. Учитывая, что вдобавок к комплексам мы собираемся построить молочную ферму КРС в Курском регионе, нагрузка на комбикормовые заводы будет колоссальной. Пока что мы строим только три СВК в регионе, это оптимальное количество как с точки зрения производства собственных кормов, так и с позиции закрытия потребностей убойного производства на Курском мясоперерабатывающем заводе.

Устремления «Агропромкомплектации» весьма амбициозны – войти в топ-5 отечественных производителей свинины, и, кажется, эту планку компания преодолет. По итогам последних трех лет она прочно занимает шестую позицию в рейтинге крупнейших производителей свинины.





**Земельный банк группы компаний составляет 66 тыс. га. На посевных площадях компании выращиваются озимые и яровые культуры (пшеница, тритикале, ячмень, рапс, кукуруза, горох, соя и люпин) и многолетние кормовые травы.**



### Аппетиты растут

Свиней нужно было кормить, и, стремясь к независимости во всем, «Агропромкомплектации» пришлось озаботиться созданием собственной кормовой базы. Компания шагнула из Тверской области в Курскую. Начали с небольшого – 3 тыс. га земли, с которой в 2008 году собрали 7 тыс. тонн зерна. Сегодня земельный банк группы компаний составляет 66 тыс. га. На посевных площадях компании выращиваются озимые и яровые культуры (пшеница, тритикале, ячмень, рапс, кукуруза, горох, соя и люпин) и мно-

голетние кормовые травы. Это не только оправдано экономически, но и позволяет обеспечивать необходимую гибкость в производстве кормов: создавать и экспериментировать с рецептурами, поддерживать нужные объемы и надлежащее качество.

В 2012 году был построен первый элеватор на 108 тыс. тонн зерна и комбикормовый завод. Сейчас в активе компании три комбикормовых завода и три элеватора, которые полностью обеспечивают животноводческое направление кормами. В 2012-м в компании появилось кондитерское и хле-

бопекарное направление, которое работает на собственном зерне и молоке.

### Генетический код успеха

Затем возникла и, как принято в компании, воплотилась в жизнь идея о создании собственного селекционно-генетического центра. Сейчас генетическое направление компания считает одним из своих конкурентных преимуществ.

– Сейчас мы работаем с двумя генетиками – PIC и DanBred. Двенадцать лет назад, когда мы еще только начинали заниматься





По итогам последних  
трех лет  
ГК «Агропромкомплектация»  
прочно занимает шестую  
позицию в рейтинге  
крупнейших производителей  
свинины.

свиноводством, генетика PIC была доминирующей на рынке. Когда количество свинокомплексов группы перевалило за десяток, мы решили попробовать и другое направление DanBred, которое идет на втором месте в мире по качеству генетики, – рассказывает Юрий Дьяченко. – Генетика у компании DanBred отличается многоплодностью и скороспелостью. Теперь таких животных у нас больше всего. В будущем, возможно, появится и третье направление генетики, но пока об этом рано говорить. Вообще бывает и больше трех генетик в крупных ком-

паниях, но за этим непросто уследить, качественно отработать. Бывает, что начинают смешивать генетики между собой. Для нас это неприемлемо. Я считаю, что надо работать с одной генетикой на свином комплексе, изучать, следить, сравнивать, смотреть экономический эффект. Сейчас мы четко понимаем плюсы и минусы тех генетик, которые у нас есть, говорим нашим партнерам PIC и DanBred, над чем стоит поработать, и вместе развиваемся.

В октябре 2017 года агрофирма «Дмитрова Гора» получила статус селекционно-ге-

нетического центра по разведению свиней пород ландрас, йоркшир и крупная белая, чем компания по праву очень гордится.

### Опыт – к развитию

Пожалуй, успех компании не только в том, что она целенаправленно создает замкнутый цикл производства. Он в немалой степени зависит от умения руководства быстро реагировать на форс-мажор и, несмотря на масштаб предприятия, приспосабливаться к любым обстоятельствам, чутко реагируя на ситуацию на рынке, создавая тренды, а не следуя им.

Вот лишь один из примеров: в 2013 году «Агропромкомплектация» столкнулась с чрезвычайной ситуацией – в репродукторе СВК «Дмитрогорский бекон» зарегистрировали вспышку АЧС. Были уничтожены тысячи животных, компания понесла миллионные убытки. Печальный опыт послужил толчком к развитию: на всех СВК пересмотрели вопросы биобезопасности, ужесточили ветеринарные требования, усовершенствовали логистику и ввели дополнительные меры эпизоотической безопасности. Были разработаны и установлены специальные санитарные шлюзы, через которые проходят все работники свиного комплекса. Устройство работает по принципу одностороннего шлюза, попадая в который человек подвергается автоматической обработке моющими средствами. После этого сотрудник СВК следует в душевую зону и лишь затем попадает на производство.





### Ставка на технологии

Высокотехнологичное производство позволяет добиваться высоких результатов и в производительности. Например, Курский мясоперерабатывающий завод, введенный в эксплуатацию полтора года назад, стал (и до сих пор остается) самым передовым предприятием в России и третьим – в Европе. Инновационное оборудование и используемые на этом заводе технологии мясопереработки применяются всего на двух комплексах – в Швейцарии и Германии.

Здесь в единое производство замкнутого типа объединили сразу несколько процессов:

- обездвиживание животных углекислым газом;
- роботизированную обработку и разделку туш;
- капельную систему интенсивного охлаждения полутуш;
- роботизированный склад промежуточного хранения;
- автоматизацию и роботизацию внутренней логистики на производстве.

Производственными процессами на заводе управляет программно-аппаратный комплекс CSB.

Свинокомплексы также автоматизированы по максимуму – при мощности СВК более чем 1,6 млн животных работать иначе просто невозможно. Свиней кормят и поят автоматы, они же обеспечивают нужную температуру и влажность в помещениях, удаляют продукты жизнедеятельности животных.

Само собой, при таком масштабе производства компания не обходит вниманием вопросы экологии. Все свинокомплексы и молочные комплексы КРС оснащены сепараторами, разделяющими навозные стоки на твердую и жидкую фракции, что дает возможность превратить большую их часть в органическое удобрение, которое используется на собственных полях компании. Ежедневно компания очищает 1740 кубометров сточных вод, применяет оборудование, снижающее количество выбросов в атмосферу на мясоперерабатывающих заводах, внимательно следит за соблюдени-



Курский  
мясоперерабатывающий  
завод, введенный  
в эксплуатацию полтора года  
назад, стал (и до сих пор  
остается) самым передовым  
предприятием в России  
и третьим – в Европе.



ем ПДК взвешенных частиц в процессе производства комбикормов и пересыпке зерна в элеваторы.

В ближайших планах Сергея Новикова – серьезные инвестиции в создание новых производственных активов, которые необходимы для увеличения эффективности глубокой мясной и молочной переработки и ее загрузки с наивысшей рентабельностью.

– Работа над снижением себестоимости собственной продукции и внедрение современных технологических решений в производственные процессы жизненно важны для дальнейшего развития доли присутствия и свободной конкуренции на рынке, – заявил руководитель «Агропромкомплектации». **МП**



265 тыс. тонн  
производства мяса  
и мясopодуктов в год.



25-26 апреля 2018

Москва, МВЦ Крокус-Экспо

# Специализированная международная b2b выставка халяльных и экологических продуктов и услуг



- Мясо и мясо продукты
- Колбасные изделия
- Молочные продукты
- Ингредиенты и пищевые добавки
- Кошер и постная пища
- Упаковка
- Птица, яйцо
- Бакалея
- Кондитерские изделия
- Оборудование для забоя
- Франшиза

www.mhe.su

+7 495 120 59 72



- Натуральная косметика
- Парфюмерия
- Бытовая химия
- Эко-текстиль
- Здоровье и эко-медицина
- Экотуризм
- Ресторанный бизнес
- Продукты и товары для вегетарианцев
- Сфера гостеприимства



**ULMA**  
Global Packaging

## Бестселлер рынка термоформирующих машин.

- ✓ Компактный. Производительный. Надёжный.
- ✓ Начальная линейка термоформирующих машин TFS 200/300 для решений по упаковке колбасных изделий в вакуум и газ.
- ✓ Складская программа.
- ✓ Сервисная поддержка по всей России.



www.ulmapackaging.ru

ООО «Ульма Пакаджинг»  
Россия, 111141, Москва - 1-й проезд Перова Поля, д. 9, стр. 1  
Тел.: +7 (495) 380-17-84 - Факс: +7 (495) 380-17-84 - info@ulmapackaging.ru

Гости:



**Юрий Дьяченко,**  
директор Департамента  
свиноводства  
и кормопроизводства



**Евгений Пепельшев,**  
коммерческий директор  
ГК «Агропромкомплектация»



**Евгений Заболотников,**  
руководитель проекта  
по категории охлажденного  
мяса Департамента  
маркетинга

Подготовила:



**Полина  
Макаренко**



# РЫНОК СВИНИНЫ ЖДЕТ ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ГЛУБОКАЯ ПЕРЕРАБОТКА

В преддверии 30-летнего юбилея компании мы поговорили с экспертами ГК «Агропромкомплектация» о состоянии рынка мяса и мясопереработки, о том, в каком направлении будет развиваться свиноводство, и о планах на ближайшее будущее. В беседе приняли участие Юрий Дьяченко, директор Департамента свиноводства и кормопроизводства, Евгений Заболотников, руководитель проекта по категории охлажденного мяса Департамента маркетинга, и Евгений Пепельшев, коммерческий директор ГК «Агропромкомплектация».

**По** данным НСС, в 2015–2017 годах ваша компания находится на шестом месте в рейтинге крупнейших производителей в РФ. Как вы считаете, получится ли у вас выйти в топ-5 по итогам 2018 года? Возможно ли появление в рейтинге новых игроков?

■ **Юрий Дьяченко:**

– Предпосылки к попаданию нашей группы компаний в топ-5 рейтинга производителей свинины в РФ есть. В этом

году у нас запланирован рост поголовья. Однако многое будет зависеть и от того, насколько увеличат свою производительность наши конкуренты. Думаю, состав двадцатки лидеров останется в том же виде, что и сейчас. Однако позиции участников могут меняться. Сегодня наблюдается тенденция к насыщению рынка. При этом все крупные свиноводческие компании наращивают производство. Учитывая эти два фактора, вряд ли для кого-то будет экономически целесообразно выходить на

такие промышленные объемы, которые позволят попасть в топ-20.

Конкуренция в отрасли свиноводства стала более высокой, многим компаниям приходится затягивать пояса. Вспомним, еще год назад закупочная цена свободного «живка» была 120 рублей, а теперь – 85. Это говорит о том, что рынок близится к насыщению. При нынешней цене очень непросто выдерживать конкуренцию, особенно небольшим производителям. Возможно, кто-то будет вынужден закрыть бизнес...





**Юрий Дьяченко,**  
директор Департамента  
свиноводства  
и кормопроизводства:



*«Конкуренция в отрасли свиноводства стала более высокой, многим компаниям приходится затягивать пояса. Вспомним, еще год назад закупочная цена свободного «живка» была 120 рублей, а теперь – 85. Это говорит о том, что рынок близится к насыщению. При нынешней цене очень непросто выдерживать конкуренцию, особенно небольшим производителям.»*

сих пор готовы расширяться. Не исключено, что в скором времени появится тенденция к приостановке увеличения объемов производства.

– Учредитель и генеральный директор «Агропромкомплектации» Сергей Новиков заявил, что Россия на 10 лет отстает от Европы в направлении мясопереработки. Он также сказал: «Рынок диктует, что сети перестают заниматься отдельно кустарным производством, идет углубленная индустриальная переработка на заводах, которые занимаются забоем, и идет она в сторону увеличения охлажденного продукта». Вы согласны с этим утверждением? Можете ли развернуть данный тезис в отношении вашей компании?

Вертикально интегрированные компании (такие, как наша) могут значительно сокращать расходы на производство, снижая таким образом себестоимость продукции. А есть компании, и их довольно много, у которых есть только свинокмплексы: купили зерно, вырастили поголовье и выставили на продажу «живок». В результате предложенного товара много, а покупают неохотно, и производитель вынужден снижать цену, чтобы осуществить сбыт. Сложность еще и в том, что свиноводство – это не производство кирпичей, которое можно остановить. У крупных компаний ежедневно выходит на продажу, скажем, по несколько тысяч голов «живка». Каждый день! Если не продается товар, что с ним делать?

Стабилизация цены, как я считаю, возможна при увеличении потребления мяса свинины. Насколько это возможно, и что в результате получится – дефицит или профицит свинины, – мы увидим. Многие до

---

Если говорить о продукции, в которой заинтересован Китай, то это в основном субпродукты – свиные ножки, уши, хвосты, желудки, но есть и исключения. Например, язык – дорогое удовольствие, поэтому китайцы не особо в этом товаре заинтересованы.

---

■ Евгений Заболотников:  
– Абсолютно с этим согласен, рынок мясопереработки в нашей стране действительно лет на 10, а то и на 20 отстает от рынка мясопереработки Европы. Заключается это, прежде всего, в эффективности переработки исходного сырья, которая напрямую влияет на стоимость полуфабрикатов. Затраты на изготовление килограмма полуфабрикатов у мелкого производителя (сети) и у крупных мясоперерабатывающих предприятий отличаются в пользу последних. Непрерывная линия переработки мясного сырья от забоя до готовых полуфабрикатов позволяет крупным предприятиям экономить на масштабе производства. Снижаются издержки – снижается отпускная цена на произведенные полуфабрикаты.

Тенденции рынка мяса свинины таковы, что многие российские производители свинины идут в глубокую переработку и конкурируют за место на полке в ограниченном количестве сетей. В этом смысле сетям

**Евгений  
Пепельшев,**  
коммерческий директор  
ГК «Агропромкомплектация»:



*«Динамичное развитие происходит в сегменте охлажденной и готовой продукции, то есть происходит углубление в переработке – изготовление полуфабрикатов. Это связано с тем, что потребители не хотят тратить много времени на приготовление пищи. Если раньше в этом сегменте были в основном замороженные продукты – пельмени, вареники и т. д., сейчас есть охлажденные полуфабрикаты, готовая продукция».*

и вправду невыгодно организовывать собственное производство полуфабрикатов, так как на рынке существует достаточное количество производителей, которые имеют возможность производить продукт требуемого качества. И производители будут бороться качеством и ценой за место на полке и дистрибуцию.

Большинство мясоперерабатывающих предприятий на сегодняшний день оснащено современным оборудованием, а чистота на производстве вкупе с новыми упаковочными материалами позволяет на сегодняшний день производить продукцию из охлажденной свинины с достаточно большими сроками годности. Если ранее срок годности на охлажденные полуфабрикаты составлял 5–7 дней, то теперь сроки на ту же самую продукцию могут достигать до 15 суток, что значительно облегчает производителям логистику до конечных покупателей.

#### ■ Евгений Пепельшев:

– На сегодняшний день ситуация на рынке выглядит таким образом: динамичное развитие происходит в сегменте охлажденной и готовой продукции, то есть происходит углубление в переработке – изготовление полуфабрикатов. Это связано с тем, что потребители не хотят тратить много вре-

**Растет желание  
потребителей получать  
продукцию только  
от проверенных  
производителей  
и возможность покупать  
натуральные мясные  
полуфабрикаты,  
требующие минимальных  
усилий в приготовлении.**

мени на приготовление пищи. Если раньше в этом сегменте были в основном замороженные продукты – пельмени, вареники и т. д., сейчас есть охлажденные полуфабрикаты, готовая продукция. Потребитель предпочитает прийти домой и разогреть еду в микроволновке, поэтому сейчас многие производители расширяют линейку –

предлагают супы, иные блюда, которые достаточно подогреть. У нас в этом году запланировано увеличение линейки продуктов глубокой переработки в четыре раза. Ну а дальше – будет больше.

**– Какие основные тенденции в потреблении свинины и продукции из свинины вы сегодня отмечаете?**

#### ■ Евгений Заболотников:

– Что касается потребления свинины в нашей стране, в последние два года оно находится на одном уровне. Дальнейшая тенденция, думаю, будет такова: постепенный переход потребителей от покупки небрендовых и неупакованных мясных полуфабрикатов к брендовым и упакованным. Этому способствует увеличивающаяся рекламная поддержка со стороны крупных игроков рынка охлажденных продуктов из мяса свинины. Кроме того, растет желание потребителей получать продукцию только от проверенных производителей и возможность покупать натуральные мясные полуфабрикаты, требующие минимальных усилий в приготовлении. В свете этого борьба производителей за качество переработки, упаковки и сервиса для потребителей и ритейла будет усиливаться при сохранении текущих розничных цен.

#### ■ Евгений Пепельшев:

– Спрос на свинину и продукты из свинины находится на достаточно высоком уровне. Однако многое зависит от других видов мяса, в частности от курицы. Куриное мясо очень дешево, такого еще никогда не было. От этого зависит цена на свинину – она тоже падает, иначе потребитель ее не будет покупать. Люди в основном не настолько







богаты, чтобы есть говядину, и предпочитают самый дешевый белок. Отсюда большой спрос на курицу, однако цены на свинину держатся на достаточно комфортном для потребителей уровне, и потребление свинины не снижается.

**– Расскажите о развитии экспортного направления. Каковы ваши планы на ближайшие несколько лет, какова география?**

■ **Евгений Пепельшев:**

– В прошлом месяце мы сделали первые прямые экспортные поставки в Азию. Задача до этой осени – все продукты из китайского перечня вывести на необходимые объемы производства. До 80 % всей производимой продукции, пользующейся спросом в Китае, отправлять на экспорт. Пока Китай закрыт, но мы готовимся, ждем, что в 2019 году китайский рынок откроется, и тогда мы сможем реализовать наши партии товаров по уже заранее подготовленному плану. Если говорить о продукции, в которой заинтересован Китай, то это в основном субпродукты – свиные ножки, уши, хвосты, желудки, но есть и исключения. Например, язык – дорогое удовольствие, поэтому китайцы не особо в этом товаре заинтересованы; печень – дешевый продукт, однако китайцы ее не едят. Сердце они покупают, но предпочитают целое, без повреждений. А в России по правилам ветеринарной экспертизы каждое сердце режется для проверки на наличие различных болезней. Учитывая это, китайцы покупают свиное сердце у других стран. Если говорить о мясе, то, в случае спроса, мы сможем поставлять и его. В целом ориентация на экспорт очень важна для нас, поэтому мы будем активно развивать это направление. **МП**

▲  
Динамичное развитие происходит в сегменте охлажденной и готовой продукции, то есть происходит углубление в переработке – изготовление полуфабрикатов. Это связано с тем, что потребители не хотят тратить много времени на приготовление пищи. Если раньше в этом сегменте были в основном замороженные продукты – пельмени, вареники и т. д., сейчас есть охлажденные полуфабрикаты, готовая продукция.

Самая крупная  
в России и  
Восточной Европе  
выставка  
упаковочной  
индустрии

 **RosUpack**

**26–29 июня 2018**

Москва,  
МВЦ «Крокус Экспо»

**Большой выбор  
упаковки, этикетки  
и оборудования**

**[www.rosupack.com](http://www.rosupack.com)**

Получите бесплатный  
электронный билет,  
используя промокод  
**rsk18pEAAA**

Организатор  
Группа компаний ITE  
+7 (499) 750-08-28  
[rosupack@ite-expo.ru](mailto:rosupack@ite-expo.ru)



Автор:



**Александр  
Сакович,**

председатель  
МКА «МАГНЕТАР»,  
адвокат Адвокатской  
палаты г. Москвы,  
член Исполнительного  
комитета профсоюза  
адвокатов России,  
налоговый консультант

**Компания:**

**Московская  
коллегия адвокатов  
«МАГНЕТАР»**

123557, Москва, Большой  
Тишинский пер., д. 38  
Тел.: +7 (495) 109-02-52  
Факс: +7 (495) 109-02-52  
E-mail: info@mka-magnetar.ru  
www.mka-magnetar.ru



# Налогообложение для сельхозпроизводителей в деталях

*В современных экономических условиях развитие аграрного сектора, в том числе мясной промышленности, является приоритетной задачей экономики. Одним из самых востребованных инструментов госрегулирования и поддержки указанной сферы во многих странах является возможность оптимизировать систему налогообложения в зависимости от характера и масштабов деятельности предприятия, что стимулирует развитие бизнеса. Работает ли такой механизм в России?*

*В статье подробно рассматриваются преимущества и недостатки режимов налогообложения, предусмотренных для предприятий мясной промышленности.*

**Т**ак, одним из налоговых режимов для организаций мясной отрасли является режим единого сельскохозяйственного налога (далее – ЕСХН). Он применяется в случае отнесения организации к категории сельскохозяйственного товаропроизводителя. Эта категория устанавливается ст. 346.2 НК РФ и ст. 3 Федерального закона от 29.12.2006 № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства», где сельхозпроизводителями признаются организации, индивидуальные предприниматели, осу-

ществляющие производство и реализацию сельскохозяйственной продукции, ее первичную и последующую (промышленную) переработку согласно перечню, утвержденному Правительством Российской Федерации. Данные условия необходимо рассматривать в совокупности осуществляемых видов экономической деятельности по выращиванию, производству и переработке сельхозпродукции. Дополнительным ограничением для применения ЕСХН является получение не менее 70 % доли до-

хода от реализации произведенной сельскохозяйственной продукции, включая продукцию первичной переработки, произведенную из сельскохозяйственного сырья собственного производства.

В случае невыполнения указанных критериев данный спецрежим для организации мясной промышленности неприменим. В этом случае выбор возможен только между упрощенной и общей системами налогообложения (далее, соответственно, УСН и ОСНО).





---

## 10 %

*Также к преимуществам  
общего налогового режима  
можно отнести право  
организации мясной отрасли  
применять пониженную  
ставку по НДС в размере  
10 % при реализации мясной  
продукции.*

---

При относительной схожести порядка определения налоговой базы при ОСНО в сопоставлении с ЕСХН налоговым законодательством предусмотрено значительное количество ограничений, не позволяющих применить ЕСХН в том числе для крупных организаций мясной отрасли, что автоматически делает неизбежным использование ими ОСНО. Однако это не свидетельствует о том, что сельхозпроизводители, работающие на общем режиме налогообложения, не имеют налоговых преференций. Так, законом для них предусмотрена нулевая ставка по налогу на прибыль по деятельности, связанной с реализацией произведенной ими сельскохозяйственной продукции, а также с реализацией, произведенной и переработанной собственной сельскохозяйственной продукции. При этом для сельхозпроизводителей, применяющих ЕСХН, ставка составляет 6 % с разницы между доходами и расходами и никаких понижающих ставок не предусмотрено.

Крестьянские (фермерские) хозяйства, предприятия и индивидуальные предприниматели агропромышленного комплекса вправе применять специальный налоговый режим в виде УСН. Если объектом налогообложения являются доходы, налоговая ставка установлена в размере 6 %. С 1 января 2016 года законами субъектов РФ могут быть установлены налоговые ставки в пределах от 1 до 6 % в зависимости от категорий налогоплательщиков. Если же объектом на-

логообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов, налоговая ставка установлена в размере 15 %. При этом региональными властями могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 5 до 15 % в зависимости от категорий налогоплательщиков.

Для сельхозпроизводителей, применяющих ЕСХН, равно как и для организаций, использующих УСН, предусмотрено освобождение от обязанности по уплате некоторых налогов:

- налога на прибыль (за исключением налога, уплачиваемого с доходов по дивидендам и отдельным видам долговых обязательств);
- налога на имущество;
- налога на добавленную стоимость (далее – НДС), за исключением уплаты НДС при ввозе товаров на территорию РФ, а также при исполнении обязанности налогового агента.

В отношении налога на имущество, согласно внесенным поправкам в п. 3 ст. 346.1 НК РФ, с 1 января 2018 года налогоплательщики, применяющие ЕСХН, освобождаются от уплаты налога на имущество только в части имущества, которое используется в предпринимательской деятельности при производстве, переработке и реализации сельхозпродукции, а также при оказании услуг сельскохозяйственными товаропроизводителями. В случае применения УСН обязанность по уплате налога на имущество возникает только по объектам недвижимого имущества.

Можно резюмировать, что, исходя из норм законодательства, специальные налоговые режимы как для сельхозпроизводителей, использующих ЕСХН, так и для организаций мясной отрасли на УСН, не относящихся к категории сельхозпроизводителей, созданы в целях снижения налоговой нагрузки, поскольку отменяют обязанность по уплате определенных налогов. Однако фактически, ввиду отсутствия некоторых преимуществ, применяемых налогоплательщиками на общем режиме, а также наличия существенных ограничений по использованию ЕСХН и УСН, в настоящее время специальные налоговые режимы недостаточно стимулируют развитие мясной отрасли.

Так, для налогоплательщиков на спецрежимах НДС по приобретенным товарам (услугам), используемых в текущей деятельности, учитывается в стоимости товаров (работ, услуг) и относится на затраты по производству и реализации и, в отличие от налогоплательщиков, находящихся на общем режиме, не возмещается из бюджета. Освобождение от уплаты НДС негативно сказывается на условиях сбыта мясной продукции, поскольку заготовительные и перерабатывающие предприятия, как правило, применяющие ОСНО, не заинтересованы в поставщиках, не выставляющих счета-фактуры с выделенным НДС. Для сохранения потенциальных покупателей сельхозпроизводители, использующие ЕСХН, могут выставлять счета-фактуры с выделенной суммой НДС, однако право на применение вычетов при данном режиме отсутствует, что приводит к тому, что такие сельхозпроизводители становятся менее конкурентоспособными по сравнению с аналогичными организациями на общем режиме.

В то же время с 1 января 2019 года организации, применяющие ЕСХН, будут уплачивать НДС в общеустановленном порядке, а значит, как и организации на общем режиме, будут иметь возможность принимать к вычету НДС по приобретенным товарам при соблюдении требований, предусмотренных налоговым законодательством.



### Александр Сакович,

председатель МКА «МАГНЕТАР»,  
адвокат Адвокатской палаты г. Москвы,  
член Исполнительного комитета  
профсоюза адвокатов России

*«Фактически, ввиду отсутствия некоторых преимуществ, применяемых налогоплательщиками на общем режиме, а также наличия существенных ограничений по использованию ЕСХН и УСН, в настоящее время специальные налоговые режимы недостаточно стимулируют развитие мясной отрасли».*

При этом для сельхозпроизводителей предусматривается возможность освобождения от исчисления и уплаты НДС при выполнении следующих условий: сумма дохода от реализации за предшествующий налоговый период, полученного в рамках данного режима без учета налога, не должна превышать в совокупности: 100 млн руб. за 2018-й, 90 млн руб. за 2019-й, 80 млн руб. за 2020-й, 70 млн руб. за 2021-й, 60 млн руб. за 2022-й и последующие годы.

При этом вопрос об эффективности таких мер в целях повышения конкурентоспособности малых сельхозпроизводителей и предприятий мясной отрасли остается открытым.

Также к преимуществам общего налогового режима можно отнести право организации мясной отрасли применять пониженную ставку по НДС в размере 10 % при реализации мясной продукции, кроме отнесенной к категории деликатесной, а в случае импорта или реализации на территории РФ племенных животных по перечню, указанному в Общероссийском классификаторе продукции по видам экономической деятельности, утвержденным Постановлением Правительства от 20.10.2016 № 1069 (в редакции от 18.01.2017 № 23), для организаций мясной промышленности до 31.12.2020 предусмотрено право на освобождение от уплаты НДС при условии наличия документов, составленных в соответствии с требованиями Федерального закона от 03.08.1995 № 123-ФЗ «О пле-

менном животноводстве», а именно: при ввозе продукции необходимо представить в таможенный орган разрешение о ввозе, при реализации – племенное свидетельство, которое подтверждает происхождение, продуктивность и иные качества племенных животных.

Таким образом, при возникновении у налогоплательщика мясной промышленности вопроса о выборе режима налогообложения необходимо:

- учесть масштабы ведения финансово-хозяйственной деятельности;
- обеспечить выполнение критериев для применения спецрежимов;
- учесть все преимущества льгот, установленных налоговым законодательством;

- учесть возможности сбыта продукции при использовании спецрежима, не предусматривающего уплату НДС.

При этом важную роль для отсутствия предпосылок к включению организаций в план выездных налоговых проверок или к принятию мер по судебному взысканию задолженности по налогам и сборам играет прозрачность ведения финансово-хозяйственной деятельности, отсутствие схем по получению необоснованной налоговой выгоды по расчетам с организациями-«однодневками», просрочки налоговых платежей.

Так, наличие представленных налогоплательщиком в налоговый орган всех надлежащим образом оформленных документов, предусмотренных законодательством о налогах и сборах, в целях получения налоговой выгоды является основанием для ее получения, если налоговым органом не доказано, что сведения, содержащиеся в этих документах, неполны, недостоверны и (или) противоречивы.

Согласно сложившейся судебной практике налоговая выгода признается необоснованной, если получена налогоплательщиком вне связи с осуществлением реальной предпринимательской или иной экономической деятельности (невозможность осуществления операции с учетом времени, местонахождения имущества или объемом материальных ресурсов, трудовых ресурсов).

Необоснованно полученная налоговая выгода, так же как и несвоевременная уплата налогов и сборов, может привести к формированию существенной налоговой задолженности. При этом в последнее время налоговые органы осуществляют активную работу по взысканию такой задолженности не только в порядке исполнительного или искового производства, но и с применением инструментов, предоставленных им Федеральным законом от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О (несостоятельности) банкротстве», что может повлечь для организации существенно более негативные последствия, связанные с приостановлением деятельности, потерей деловой репутации, распространением субсидиарной ответственности по долгам организации на ее руководителей и собственников. **Р**





RENO **RÄUCHER GOLD®**  
Smoking Chips Räucherspäne



# SMOKING HOT!



## Щепа для копчения высшей категории

Подтверждающие  
сертификаты:  
DIN EN ISO 9001:2008,  
HACCP, PEFC и  
DIN EN ISO 50001:2011



www.rennenmaier.ru

реклама

ООО РЕТТЕНМАЙЕР РУС



Природные  
волокна  
Член компании RRS

Отдел Техники  
115280 Москва (Россия)

Тел.: +7-495-2760640  
info@rettenmaier.ru



**Компания:** ООО «ЦСБ-Систем»  
115054, Россия, Москва,  
ул. Валовая, д. 30, 2-й этаж  
Тел./факс: +7 (495) 641-51-56  
E-mail: info.ru@csb.com  
www.csb.com

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

**Герман Шальк,**  
руководитель и директор  
по продажам CSB-System AG

# Снижение затрат благодаря оптимизации. Как это работает

*В связи с ростом затрат предприятиям мясной промышленности необходимо непрерывно оптимизировать свои процессы. Существует много способов оптимизации, в данной статье мы представим три из них.*

**М**ясная промышленность находится в условиях жесткой ценовой конкуренции. Прежде всего, дорогое сырье уменьшает и без того низкие доходы многих предприятий. Переход на цифровое управление процессами, то есть использование IT-решений, позволяет компаниям пищевой отрасли рационализировать процессы, достичь высокой экономии сырья и материалов и, следовательно, снизить затраты. «Мы рассчитали, что использование IT-решений позволят сэкономить до 5 % затрат в снабжении и от 1 до 4 % в производстве. Что касается транспортных расходов, то здесь возможны даже 15 %», – говорит Петер Шимицек, основатель и председатель правления CSB-System AG. Наиболее эффективным является при этом использование специального отраслевого программного обеспечения, включающего в себя функциональные возможности для оптимизации рецептур и процесса закупок, а также для планирования производства.



## Пятипроцентная экономия благодаря оптимальным рецептурам

В такой экономии нуждаются многие предприятия пищевой промышленности. Наверное, ни одна другая отрасль промышленности не характеризуется такой низкой маржей и такой слабой позицией в переговорах с торговыми сетями, как пищевая. Ценовое давление рынка возникает прежде всего из-за высоких затрат на сырье, которые составляют около 60 % выручки от продаж, что значительно больше, чем в большинстве других отраслей. Так что же делать?

*Производство имеет большой потенциал для оптимизации, который можно выявить и исчерпывающе использовать благодаря специализированным отраслевым IT-решениям.*

«Путь к более высокой марже возможен, например, за счет оптимизации рецептур», – говорит Петер Шимицек. Специальные программные продукты, такие как отраслевое IT-решение CSB-System, автоматизируют эту задачу. С учетом химических и технологических ограничений и при обеспечении стабильного качества продукта рассчитывается наиболее рентабельный состав рецептуры. Это позволяет значительно снизить затраты на сырье и повысить сумму покрытия затрат по каждому продукту. В зависимости от исходной рецептуры на






---

*IT-решение автоматически генерирует предложение на покупку оптимального по ценам и качеству сырья, обеспечивая снижение затрат с самого начала производственного процесса.*

---

первой стадии оптимизации возможно достичь более 5 % экономии затрат на использование сырья. На дальнейших ступенях оптимизации экономия составляет от 1 до 4 %.

### **Получение прибыли начинается уже при закупке сырья**

Оптимизация рецептур – это лишь небольшая часть имеющегося потенциала оптимизации. Существенные преимущества обеспечивает интеграция всех отделов предприятия в ERP-систему. В этом случае получение прибыли начинается уже в момент закупки сырья. «Если вы начинаете оптимизировать рецептуру после приемки всех сырьевых материалов на склад, то вы делаете это слишком поздно. Оптимизацию необходимо начать раньше, лучше всего уже в момент закупки сырья», – говорит Петер Шимицек.

С использованием IT-решения CSB-System возможна экономия затрат на закупку сырья в размере 1–5 %.

### **Планирование производства с IT-поддержкой**

Одной из наиболее важных областей в процессе оптимизации является производство. Оптимальное по затратам производство может быть только в том случае, когда возможны выявление и учет узких мест, ресурсов и их цен. Эта задача не так проста, как кажется. «Но, несмотря на это, многие компании все еще доверяют менеджменту производственных отделов планировать и принимать оперативные решения «по интуиции». Или на предприятиях используются островные решения, которые не в состоянии общаться с ERP-системой. Интегрированное планирование и управление производством с использованием программных решений обеспечивают многочисленные преимущества с точки зрения




---

**60 %**

*Затраты на сырье в пищевой промышленности достигают 60 % выручки от продаж.*

*Программа для оптимизации рецептур позволяет снизить затраты на сырье и повысить рентабельность по каждому продукту.*

---

эффективности затрат», – говорит Герман Шальк, руководитель и директор по продажам CSB-System AG.

Однако потенциал оптимизации в работе производственного и упаковочного оборудования возможно оценить, например, ин-

тегрировав линию (единицу оборудования) в ERP-систему и рассчитывая OEE (Overall Equipment Effectiveness, или Общую эффективность оборудования). Например, модуль планирования производства решения CSB-System предлагает пользователям долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные сценарии планирования и обеспечивает планирование и увязку всех этапов – снабжения, производства и продаж, в том числе планирование работы в области поставок продукции в розничные сети, а также работы филиалов и всех структурных подразделений, направленной на достижение максимального результата.

Это означает, что даже в сложных условиях, возникающих в результате изменяемого состава заказов и большого разнообразия артикулов, все производственные ресурсы, такие как персонал, машины и материалы, могут быть оптимально спланированы, организованы и проконтролированы. Это обеспечивает необходимую свежесть, оптимальную загрузку оборудования, высокую пропускную способность и снижение затрат.

### **А что дальше?**

Сэкономленные средства могут быть инвестированы в дальнейшую оптимизацию и переход на цифровые технологии управления. Потенциал экономии огромен и простирается за пределы компании. Взгляд в будущее IT для управления предприятием впечатляет, однако с уже имеющимися сегодня решениями можно взять затраты под контроль. «Программные решения для комплексной оптимизации уже существуют, проверены и используются многими предприятиями. А если в решении убеждены и работающие с ним сотрудники и имеются аккуратные и точные базовые и процессные данные, то ничего не мешает успешной оптимизации», – говорит Петер Шимицек. ■



Компания:

АО «Силд Эйр»

Москва, Смольная ул., д. 24д, 8-й этаж  
Тел.: +7 (495) 795-01-01  
Факс: +7 (495) 795-01-00  
E-mail: cryovac.cismkt@sealedair.com  
www.sealedair-emea.com

Автор:

Эд Робертс,

руководитель направления  
устойчивого развития на европейских  
рынках в компании Sealed Air

# Решение проблемы пищевых отходов: сокращение потерь в европейской розничной торговле

Последние несколько десятилетий европейская пищевая отрасль показывает беспрецедентные темпы роста, что позитивно сказывается на всех компаниях, входящих в ее цепочку поставок. Основным фактор – рост объемов потребления и спроса на разнообразные продукты питания, поэтому торговые и перерабатывающие предприятия имеют дело со значительно большим количеством пищевой продукции. Непреднамеренное негативное последствие этого процесса – стремительный рост пищевых отходов на всех этапах производственно-сбытовой цепи. Грамотное решение этой проблемы открывает значительные возможности увеличения добавленной стоимости.

В последнее время рациональное природопользование выходит на первый план в корпоративной и социальной политике. Предприятия, не уделяющие достаточное внимание этому, несут репутационные издержки. Не только международное и национальное законодательство, но и внутренние бизнес-цели компаний должны способствовать экологически устойчивому развитию в будущем. Предприятия пищевой отрасли могут сделать шаг в этом направлении, сократив объемы пищевых отходов на каждом этапе цепочки поставок.

Растет и число покупателей, обеспокоенных проблемой пищевых отходов, и это тоже можно использовать во благо отрасли. Об этом говорят результаты исследования отношения европейских покупателей к пищевым отходам, проведенного компанией Harris Poll в 2016 году по заказу Sealed Air. Восемь из десяти посетителей европейских продуктовых магазинов заявили, что пищевые отходы оказывают долгосрочное воздействие на окружающую среду в их стране. Без малого девять из десяти потребителей убеждены, что пищевые отходы составляют заметную статью расходов в их бюджете.

Европейский союз финансирует программу Fusions, направленную на сокращение пищевых отходов с помощью социальных инноваций. В рамках этой программы проводилась оценка издержек, связанных с пи-



*Упаковка, продлевающая срок годности, сокращает объемы утилизируемой продукции.*

щевыми отходами, в 28 странах – членах ЕС. Общая сумма составила 143 млрд евро. Из этой суммы 98 млрд евро приходится на домохозяйства, 13 млрд – на перерабатывающие предприятия и еще 10 млрд – на розничные торговые предприятия.

Факты говорят сами за себя. Европейская пищевая отрасль и потребители ее продукции создают вдвое больше отходов, чем 40 лет назад. Годовой объем пищевых отходов достигает 88 млн тонн. Более 30 % продуктов питания не достается никому. Отходы, которых можно избежать, обходятся среднему европейскому домохозяйству более чем в 565 евро ежегодно<sup>1</sup>.

## Забота об экологии и коммерции

Львиная доля пищевых отходов приходится на домохозяйства. Но проблема стоит весьма остро на всех этапах цепочки поставок, начиная с сельскохозяйственных предприятий и заканчивая перерабатывающими и ритейлерами. Здесь статистика поистине безжалостна: треть всех производимых продуктов питания общим весом 1,3 млрд тонн оказывается на свалке. Страдает не только окружающая среда – убытки терпят и торговые, и перерабатывающие предприятия.

Для производства продуктов питания требуется не только сырье, но и огромные земельные площади, большие объемы водных и энергетических ресурсов. А 25 % всего объема воды идет на производство пищи, которую никто не потребляет. Пищевые отходы являются источником 8 % парниковых газов. Выброшенный продукт не так опасен для окружающей среды, как пустая трата ресурсов, которые пошли на его производство.

Ритейлеры должны не только соблюдать более высокие экологические стандарты, но и реагировать на изменение европейского экономического ландшафта. Дефляция вынуждает их искать внутренние источники добавленной стоимости и усугубляет коммерческий ущерб от пищевых отходов. Один из основных способов сохранить прибыль – уменьшить объемы потерь в розничной сети.





### Скрытая взаимная выгода

Компания Sealed Air с помощью агентства Planet Retail изучила негативные последствия потерь в европейской розничной сети. По словам руководителей и менеджеров ритейлеров Великобритании, Германии, Франции, Испании и Италии, потери продуктов в рознице составляют 26 % складских запасов. Они назвали четыре основных фактора роста объема пищевых отходов:

- истечение срока годности продуктов (30 %);
- нарушение целостности упаковки (21 %);
- повреждение продукта (19 %) и уценка товаров (9%).

Исследование показало, что пищевые отходы напрямую влияют на финансовую стабильность магазинов. Респонденты признали, что решение проблемы принесет финансовую выгоду. По их оценкам, без потерь, вызванных порчей продуктов, истечением срока годности, повреждением упаковки и уценкой, прибыль вырастет в среднем на 22 %. Такой прирост окажет благотворное воздействие на пищевую отрасль в целом в период экономической нестабильности.

Кроме финансовых потерь, есть и репутационные издержки: бездействие может привести к негативному восприятию бренда. Согласно исследованию Harris Poll за 2016 год, по меньшей мере 74 % покупателей в каждой из пяти стран будут лучше относиться к магазинам и брендам, упаковка которых помогает уменьшить пищевые отходы.

### Решение проблемы европейских пищевых отходов

Респонденты в пяти странах отметили следующие способы сокращения потерь: повышение эффективности охлаждения продукции при транспортировке (91 %), при хранении (88 %), использование улучшенной упаковки (88 %), образовательная

*Один из основных способов  
сохранить прибыль –  
уменьшить объемы потерь  
в розничной сети.*

работа с покупателями (83 %) и применение добавок (73 %).

В качестве одного из основных подходов большинство ритейлеров видит применение различных упаковок и форматов, способных сократить объемы складских потерь и сопутствующих убытков. Фактически, согласно исследованию Planet Retail, проведенному в 2017 году, 88 % ритейлеров считают упаковку важным инструментом решения проблемы. Однако на практике все оказалось сложнее, учитывая искаженные представления о том, какой ущерб упаковка наносит окружающей среде.

Ритейлеры надеются с помощью упаковки сократить пищевые отходы без значительных капиталовложений. Их прибыль напрямую зависит от срока годности товаров при хранении, который, в свою очередь, зависит от упаковки. 88 % европейских ритейлеров принимают решение о приеме товара на реализацию в зависимости от срока хранения. Упаковка, продлевающая срок годности, сокращает объемы утилизируемой продукции.

Согласно исследованию Planet Retail, 95 % менеджеров и руководителей европейских розничных магазинов уверены, что продление срока годности всего на пять дней способно уменьшить складские потери. Еще 89 % убеждены, что продление на 3–4 дня окажет положительный эффект. Ритейлеры готовы больше платить за более длительный срок хранения. А именно 89 % руководителей и менеджеров сказали, что их компании готовы платить за прод-

ление на пять дней или больше. За три-четыре дня готовы платить 84 %.

Увеличение срока хранения позволяет ритейлерам эффективнее управлять складскими запасами, уменьшать объемы пищевых отходов и складских потерь. Кроме того, инновационная упаковка позволяет преодолеть и другие трудности: недостаточную прочность упаковки и сопротивляемость надрыву, неспособность обеспечить герметичность и свежесть продукта или проблемы с эффективным закрытием.

Однако после перехода на новую упаковку ради сокращения отходов потребители могут охладеть к продукции. Они могут задать вопрос: «Насколько экологична предлагаемая упаковка?» Потребители должны понимать, для чего служит упаковка и какие задачи она решает. Среди тех, кто знает о проблеме пищевых отходов, по меньшей мере 50 % посетителей магазинов хотят изменить свои привычки, в планировании покупок, хранении и приготовлении пищи.

Потребители, которым разъяснят, как упаковка поможет снизить пищевые отходы и окажет благотворное влияние на местное сообщество, охотнее покупают продукты в новой упаковке.

### Безотходное будущее

Развитие упаковочных технологий в будущем приведет к еще более значительному сокращению объемов складских потерь в розничной торговле. Однако ритейлеры должны сами стремиться к этому. Проблема пищевых отходов не является непреодолимой. Напротив, она открывает большие коммерческие возможности. Необходимо дать специалистам предприятий возможность осуществлять перемены, вести среди потребителей разъяснительную работу о роли упаковки в сокращении объемов пищевых отходов, взять на себя обязательство обеспечивать свежесть продукции на каждом этапе.

Стратегически правильное использование упаковки, сокращение отходов гарантирует финансовую и хорошую репутацию. И торговым, и перерабатывающим предприятиям, и поставщикам выгодно информировать людей о преимуществах инновационной упаковки, позитивно влияющей на решения покупателей и рациональное природопользование.

Если ритейлеры и переработчики проявят инициативу и упорство при внедрении новых видов упаковки, европейская пищевая отрасль сможет сделать огромный шаг к решению проблемы пищевых отходов. **■**

<sup>1</sup> Согласно проведенному в 2016 году исследованию Nielsen под названием Europe Grocery Shoppers and Food Waste («Покупатели в европейских бакалейных магазинах и отходы пищевой продукции»), проведенному по заказу Sealed Air Food Care в Великобритании, Франции, Германии, Италии и Испании.



Гость:



**Олег Бондарев,**  
глава фермерского  
хозяйства BeefSTORY,  
Новгородская область

Подготовила:



**Полина  
Макаренко**

На фото:  
слева – заместитель  
председателя правительства  
Новгородской области  
Тимофей Гусев,  
в центре – глава фермерского  
хозяйства Олег Бондарев,  
справа – глава Батецкого  
района Новгородской  
области Владимир Иванов.



## ЗА «ОРГАНИКОМ» – В НОВГОРОД

Батецкий район Новгородской области в ближайшее время станет поставщиком органической говядины на рынки Новгорода, Санкт-Петербурга и Москвы. Производство трендовой продукции в премиум-сегменте налаживает петербургский предприниматель Олег Бондарев. Он рассказал нам о том, как развивается его бизнес, как планируется продавать дорогую продукцию и что делать с системными проблемами в отрасли.

**П**роjekt бизнеса по разведению мясного КРС родился 10 лет назад, когда будущий фермер работал в банковской отрасли. Изучая по долгу службы бизнес своих клиентов, плотно общаясь с ними, Олег Бондарев открыл для себя дело, которым хотелось бы заниматься. Наверное, сказалось тут и экономическое образование, которое помогло увидеть выгодную отрасль, и семейная традиция – по материнской линии главы фермерского хозяйства сельскохозяйственным трудом занимались несколько поколений.

Был составлен подробный бизнес-план, согласно которому проект должен выйти на окупаемость через семь лет.

– Одна из главных ошибок производителей, которые приходят в мясное скотоводство, – это нетерпение, – считает предприниматель. – Окупаемость таких

проектов начинается от семи лет, и если изначально замахнуться на крупное поголовье, можно просчитаться очень сильно. Почему я остановился именно на мясном КРС? Уверен, это более рентабельно, чем популярное сейчас свиноводство или птицеводство. Молочное скотоводство активно поддерживает государство, и в нем есть потребность, но рентабельность у этого бизнеса низкая, изначально требуются огромные инвестиции плюс выстраивание идеальной логистической цепочки. От растениеводства я сразу же отказался, так как наш климат не позволяет вести конкурентную борьбу с южными территориями. Здесь риски слишком высоки. Что же касается мясного КРС, то на говядину есть неудовлетворенный спрос, люди ценят высокое качество и ходят покупать такое мясо.

### Мы строили, строили

В своем бизнес-плане по производству говядины премиум-класса профессиональный экономист придерживался взвешенных расчетов и умеренной скорости развития.

Около полутора лет занял поиск подходящей под будущее хозяйство территории. В родной Ленинградской области предпринимателя, увы, не поддержали. Слишком высокими оказались арендные ставки, да и полностью подходящей площадки под специфичные запросы бизнеса найти и не удалось. Зато перспективное мясное производство с распростертыми объятиями принял Новгородский край:

– Мы пообщались с главой администрации Батецкого района Владимиром Николаевичем Ивановым и были просто потрясены его открытостью и инвест-





*Наша продукция будет стоить не дороже существующей продукции в этом сегменте. Мы создали формат производства, который позволяет предлагать органическую продукцию по ценам крупных промышленных игроков. За счет высокого показателя сохранности телят на нашей ферме мы получаем более низкую себестоимость продукции, и в этом наше преимущество.*

ориентированностью, – вспоминает Бондарев. – Если раньше нам советовали самостоятельно искать варианты и приходить, добиваться встречи, обсуждать, здесь нам сразу же предложили несколько хороших участков для производства. Так мы обосновались в Новгородской области и нашли для себя тот климат и тот настрой администрации, которые нам полностью подходят.

Начинать на арендованных территориях пришлось с нуля: готовить и расчищать площадки под корма, возводить необходимые постройки. Поэтому первое, что приобрел предприниматель, – всевозможная техника для обработки земли.

– Мы сразу решили покупать новую технику, «секонд-хенд» – это всегда довольно опасно, не хотелось бесконечно ремонтиро-

вать. Кроме того, покупка новой техники субсидируется государством, и за счет этого цена на нее немного выравнивается, – рассказывает Олег Сергеевич. – Технику мы покупали в течение трех лет и продолжаем делать это по мере необходимости. На сегодня парк составляет порядка 20 единиц: у нас есть два автомобиля КамАЗ, пять тракторов белорусского производства, прицепное и навесное оборудование для заготовки кормов и обработки почвы.

Построив на участке несколько зданий и обзаведясь нужным оборудованием, бизнесмен приступил к покупке маточного поголовья. Выбор пал на коров абердин-ангусской породы, наиболее любимой и самой востребованной породы в мясном производстве. За «абердинками» пришлось съездить в ближнее зарубежье.

– Я уже объехал пол-России, наверное, посмотрел много хозяйств. Есть много достойных в Ленинградской области, есть на Урале и в южных регионах, но там своя специфика, связанная с ветеринарным состоянием животных из-за жары. Есть хозяйство и в Новгородской области, которое ведет племенную работу, но, хотя нам было бы очень удобно покупать у них, мы не смогли договориться о цене. Поэтому основная часть нашего стада – из Республики Беларусь, и в дальнейшем мы планируем покупать животных там. Сами племенным хозяйством заниматься не планируем.

Так как будущая говядина должна быть органической, в фермерском хозяйстве существуют определенные ограничения, которые касаются кормов, обработки земли, содержания животных. При подготовке полей не используется химия для борьбы с сорняками, травы растут на органических удобрениях. На откорме животных хозяйство не пользуется закупными комбикормами. Используется мука, приготовленная на собственной мельнице.

На сегодняшний день в хозяйстве Бондарева порядка 300 голов, половина из них – маточное поголовье. Задача фермера – в ближайшие два года нарастить поголовье до 500 животных, что даст ему возможность чувствовать себя более уверенно. Также он планирует налаживать свою реализацию и постепенно выкупать землю в собственность в сроки, предусмотренные законодательством.

### Финансовый вопрос

Помимо собственных средств, Олегу Бондареву удалось привлечь под свой план частных инвесторов. Инвестиции в проект он оценивает в 55 млн руб. В эту сумму вошли три основных составляющих – техника, закупка животных и постройки – приблизительно в равных долях, остальное – это расходы на текущее содержание, зарплату персоналу, закупку ГСМ и семян, налоги и т. д.

Использовать кредитные средства предприниматель собирается только сейчас, когда уже созданы активы, и банковские организации готовы рассматривать фермера как потенциального заемщика.

– С кредитами такая история: декларируется, что мы развиваем сельское хозяйство, но по факту приходишь в банк, а тебя спрашивают: «Хорошо, а у вас есть залог? А какие у вас обороты?» А у нас и выручки нет, поскольку у нас производственный цикл три года. Товарную продукцию мы начнем только сейчас реализовывать. Мы очень рассчитываем на «Росагролизинг», на сегодняшнем этапе без финансовой поддержки нам будет непросто. Стать их клиентом трудно, мы пытались сделать это в прошлом году, но не вышло, надеюсь, что в этом году работа пойдет.



Кроме того, в этом году фермерское хозяйство выиграло грант, и администрация области выделила 2,8 млн руб., которые были направлены на пополнение поголовья и покупку трактора. Бизнесмен рассказывает, что федеральные и региональные власти уделяют много внимания кооперативам, предлагая хозяйствам объединяться, и это, по его мнению, правильно. Часть техники и оборудования не нужны небольшим КФХ на постоянной основе, можно разделить расходы и работать более эффективно. Поэтому в прошлом году Бондарев создал кооператив «БИФ».

### Я бы в фермеры пошел

Сейчас на фермерском хозяйстве в Батецком районе работают 12 человек, не считая самого Олега Бондарева и его родителей. В штате семейного предприятия – пять механизаторов, два животновода, технический директор, директор по производству и ветеринарный врач. На полставки работают два пастуха, которых приглашают в основном летом. В связи с развитием бизнеса Бондарев предполагает в ближайшее время нанять еще двоих работников и на этом, видимо, пока остановиться. Костяк сотрудников – жители Новгородской области, которые живут неподалеку, а трое ездят на работу из Новгорода. Сам же Бондарев постоянно перемещается между Новгородом, Петербургом и Москвой, решая всевозможные вопросы. Но с фермой надолго не расстаётся, да и посмотреть на то, что там происходит, всегда можно благодаря системе видеонаблюдения.

– Мы находимся в очень удачном месте, удаленность от Великого Новгорода всего 40 км, это полчаса дороги. Поэтому у нас всегда есть возможность найти подходящих сотрудников. Сейчас персонал уже сработался, все ребята очень адекватные, действуют слаженно, никаких проблем с ними нет. На том месте, где находится наше хозяйство, раньше был колхоз, который распался 20 лет назад. Удивительно, но нашлись люди, которые там когда-то работали! У них уже были все необходимые навыки. Кое-чему пришлось, конечно, учить, но немногому. Будет расти поголовье – появятся и рабочие места.

### Выход на рынок

В этом году фермерское хозяйство планирует закончить строительство цеха по убою и разделке скота и приступить к реализации своей продукции. Планы Олега Бондарева довольно амбициозны. Он нацелен на премиум-сегмент, его говядина будет органической, а значит, ее стоимость окажется несколько выше среднерыночной. Продавать ее планируется на ферме, в собственной торговой точке в Новгороде



— На том месте, где находится наше хозяйство, раньше был колхоз, который распался 20 лет назад. Удивительно, но нашлись люди, которые там когда-то работали! У них уже были все необходимые навыки.

де (сейчас идет поиск подходящего помещения), а также через фермерские лавки и интернет-магазин, который будет запущен в ближайшее время. Глава фермерского хозяйства BeefSTORY уверен, что даже при такой стоимости его продукцию будут покупать:

– Наша продукция будет стоить не дороже существующей продукции в этом сегменте. Мы создали формат производства, который позволяет предлагать органическую продукцию по ценам крупных промышленных игроков. За счет высокого показателя сохранности телят на нашей ферме мы получаем более низкую себестоимость продукции, и в этом наше преимущество. Поэтому, несмотря на более высокие расходы на операционную деятельность и заготовку кормов, цена на нашу продукцию будет вполне конкурентной. Рынок Новгорода довольно специфичен, у нас почти нет там конкуренции, и, как во всех сравнительно небольших городах, отлично работает сарафанное радио. Если ты продаешь продукт хорошего качества по нормальной цене, доверие потребителя завоевать легко. Наша продукция будет стоить примерно на 25 % дороже, чем мясо на рынке. Такую цену вполне можно заплатить за более высокое качество продукта.

Кроме Новгорода, органическую говядину Батецкого района можно будет купить в Москве и Петербурге – сейчас отлаживается система логистики, ведутся переговоры с партнерами. Глубокой переработкой говядины фермер заниматься пока не планирует – делать дешевую продукцию из дорогого сырья нет смысла, а дорогую – слишком сложно сбывать, это отдельное направление, на которое пока что ресурсов нет. В ассортименте продукции хозяйства представлено 14 позиций, среди которых все популярные виды стейков, филе отрубов, ребрышки и фарш из 100 %-ной мраморной говядины.

Как современный фермер Олег Бондарев одобрительно относится к различным нововведениям и считает, что электронная ветеринарная сертификация может стать конкурентным преимуществом. Несмотря на то, что ЭВС влечет за собой некоторое увеличение себестоимости, она позволяет серьезно заявлять о качестве продукции. Поэтому особых сложностей с внедрением цифрового подхода к ветеринарной сертификации он не ожидает:

– Если все будут работать в этой системе и соблюдать правила, это будет хорошо для отрасли. Я считаю, что это большой плюс, если можно отслеживать работу







— Так как будущая говядина должна быть органической, в фермерском хозяйстве существуют определенные ограничения, которые касаются кормов, обработки земли, содержания животных. При подготовке полей не используется химия для борьбы с сорняками, травы растут на органических удобрениях. На откорме животных хозяйство не пользуется закупными комбикормами. Используется мука, приготовленная на собственной мельнице.

каждого хозяйства. Вот мы четко разделили у себя на предприятии процессы производства и переработки – и поэтому можно будет узнать полную информацию о каждом нашем животном. Да, некоторые говорят о проблемах с доступом в Интернет на фермах (у нас она не стоит), но ведь для этого и предусмотрена возможность отсроченной работы, так же как, например, и с онлайн-кассами. Контролировать надо всех, а не выборочно, и только это даст положительный для отрасли результат.

### Проблемы и решения

Несмотря на то, что фермерское хозяйство существует совсем недолго, Олегу Бондареву пришлось столкнуться с некоторыми системными трудностями. Например, он отмечает совершенно разные уровни поддержки сельхозпроизводителей в зависимости от региона, связанные с принципом распределения бюджетных средств.

– Многие бюджетные программы работают по принципу софинансирования, – объясняет он. – Часть средств выделяет регион, часть – федеральный бюджет. И если область бедная и дает, условно, рубль, то из федерального бюджета приходит три, и всего получается четыре. А, например, в Ленобласти на 10 рублей дают 30, и по-

лучается 40... и это влияет в том числе на мясное производство. Ведь есть федеральные субсидии на реализацию мясной продукции, причем довольно существенные, и другая поддержка. С приходом нового губернатора в Новгородской области поддержка предпринимателей сильно активизировалась, но есть потолок, который определен текущими правилами. Было бы здорово, если бы эта система изменилась.

В рамках изменения системы фермер предлагает также включить в повестку дня распределение субсидий с дополнительными коэффициентами. Он упоминает, что производители Новгородской области и соседних областей сильно зависят от изменчивой погоды, а конкурировать им приходится с производителями из более стабильных Воронежской, Калужской областей. И здесь предпринимателям дополнительные коэффициенты были бы как нельзя кстати. А еще Бондарев говорит о том, как сильно не хватает знаний начинающим бизнесменам, как собирал информацию по крупицам и до сих пор в ней очень нуждается. Профильные выставки и конференции, разумеется, бизнесмен посещает, но единой базы знаний и учебного центра по мясной отрасли нет, а Минсельхозу было бы проще всего ее организовать.

– Нет никакой общедоступной информации в открытых источниках, куда ты зашел, – и вот тебе библиотека, новые технологии заготовки кормов, новые направления в ветеринарии, то есть одно место какое-то, личный кабинет сельского производителя. Конференция – практически единственное место, где ты можешь кого-то встретить, послушать, к спикеру подойти и задать вопросы. Плюс многие фермеры общаются друг с другом, ездят в гости. Я за два года, наверное, на 20 фермах побывал, и все друг у друга смотрят, «примеряют» на свое хозяйство, думают, подойдет это или нет. Раньше все приезжали на «Золотую осень», была куча павильонов, большая деловая программа, техники на улице столько, что и не посмотреть всю, а сейчас все очень компактно. Приезжаешь, а практической пользы нет. С начала года уже четыре выставки прошло, и на каждой очень скучно, – считает он.

Несмотря на сложности, настрой у Олега Бондарева оптимистичный – в области создаются новые хозяйства, мясное КРС привлекает инвесторов и предпринимателей, администрация оказывает необходимую поддержку. Так что расчет он, похоже, сделал правильный, и в скором времени говядина высокого качества под маркой Beef-STORY займет свое место на рынке. **МП**

Автор:

**Елена Пономарева,**

кандидат экономических наук, член Гильдии маркетологов, основатель научно-исследовательской

компания «Лаборатория трендов», директор Научно-образовательного центра маркетинга евразийского сотрудничества СПбГЭУ

# СОЦСЕТИ – В ПОМОЩЬ БРЕНДУ

Социальные сети сегодня – это неотъемлемый элемент маркетинговой коммуникационной системы любой компании, работающей на потребительском рынке. Если ранее велись жаркие споры о том, нужно ли бизнесу присутствовать в соцсетях, сейчас ответ на этот вопрос является очевидным. Дискуссии сместились в сферу обсуждения вопросов, связанных с эффективностью деятельности компаний и их брендов в социальных сетях.

Согласно исследованиям консалтинговой компании Agency Assessments International, проводившимся в 2016–2017 годах, PR в Интернете и SMM являются одними из наиболее активно используемых инструментов в работе с целевой аудиторией – их применяют 80 % компаний – производителей продуктов питания и на них расходуется почти четверть маркетинговых бюджетов (22,5 %).

По данным GfK, аудитория Интернета в России по состоянию на январь 2018 года составляет 87 млн человек, что на 3 млн больше, чем годом ранее. Аудитория пользователей мобильного Интернета по итогам 2017 года достигла 67 млн человек (16+), что связано с активным развитием и увеличением глубины проникновения смартфонов. При этом, по данным ВЦИОМ, по состоянию на конец 2017 года 45 % россиян (18+) пользуются хотя бы одной из социальных сетей почти каждый день, 62 % – хотя бы раз в неделю. Наиболее популярные социальные сети – это «ВКонтакте» (28 % посещают ежедневно, основная ежедневная аудитория – 25–34 года), «Одноклассники» (19 %, 25–34 года) и Instagram (14 %, 18–24 года и 25–34 года). Facebook ежедневно посещает всего 1 % опрошенных (35–44 года и 45–59 лет).

Согласно другому исследованию ВЦИОМ, проведенному в первом полугодии 2017 года, пользователи социальных сетей довольно четко разделяются на группы с точки зрения предпочтений по целям посещения сообществ. Юмористические группы предпочитают 43 % пользователей, посвященные вопросам здоровья – 41, новостные – 41, кулинарные – 36, посвященные семье и дому – 33, группы о путешествиях – 32, спорте – 31, науке и технике – 28 %. Гендерные



1. Пример контента, привязанного к новостям в стране

2. Пример контента с кулинарными хитростями

отличия являются «классическими» – женщины предпочитают темы здоровья, кулинарии, семьи и детей, мужчины – спорта, автомобилей, науки и техники. Есть различия и с точки зрения возраста – молодежь предпочитает юмор, пожилые пользователи социальных сетей – новости.

Такое распределение интересов пользователей рекомендуется использовать при формировании контента производителей продуктов питания в социальных сетях. Регулярно проводимый нами анализ активностей производителей мяса и мясной продукции в социальных сетях позволяет сделать вывод о том, что SMM-специалисты учитывают интересы потребителей при формировании контента – в группах можно встретить юмористические посты (как правило, это графические или видеоматериалы), новости компании (важные события, новинки, участие в акциях розничных сетей и др.) или региона/города/страны, где расположено предприятие (рис. 1), кулинарные рецепты и хитрости (на них приходится до 90 % контента многих сообществ брендов – производителей мяса и мясной продукции) (рис. 2), советы и рекомендации для дома и семьи (например, рекомендации по украшению праздничного стола, комфортному проживанию летом на даче).

Во всех группах прослеживается упор на женскую целевую аудиторию, которая является основным покупателем мяса и мясной продукции (потребителями при этом являются все члены семьи). Однако бренды начинают дифференцировать контент внутри сообществ, адресуя посты разным возрастным группам, делая различия по полу, а также по ситуациям потребления.

Примеры приведены на рис. 3–6.

Интересно отметить, что и бренды мясных производителей в социальных сетях начали использовать инструменты партнерского маркетинга, проводя совместные акции. Пример коллаборации производителя мясной продукции и полуфабрикатов и фитнес-центра приведен на рис. 7.





3. Пример утреннего контента (контент в привязке к ситуации потребления)

4. Пример мужского контента (продукция для мужчин в преддверии 23 февраля)



5. Пример обеденного «офисного» контента

6. Пример детско-родительского контента



7. Пример коллаборации в социальных сетях

8. Пример неправильного контента

Однако, несмотря на достаточно большое количество репостов в обеих группах, такое «содружество» вызвало и некоторое недоумение, особенно в спортивной группе. При выборе партнера и продукта для совместного продвижения не было учтено, что пельмени – это один из практически «запрещенных» продуктов при занятиях спортом.

Говоря о контенте, важно выделить одну из основных ошибок, которые делают «молодые» группы и сообщества и SMM-специалисты с небольшим опытом работы, – это репосты из других групп, особенно без каких-либо комментариев (рис. 8). Каким бы интересным ни был пост в другой группе, ценность сообщества не в перепостах, а в генерировании уникального контента.

Формируя контент-план и подготавливая посты к публикации, нужно не забывать о том, что должно соблюдаться соотношение между постами разного вида, чтобы группа была не только интересной и развлекательной (основная мотивация посещения групп и сообществ в социальных сетях), но и выполняла свою основную цель – вовлекала потребителей в коммуникации с компанией, стимулируя прода-



9. Пример розыгрыша, проводимого в группе

жу продукции. Рекомендуемое соотношение выглядит следующим образом:

- 50 % – тематический контент, в том числе развлекательный (рецепты, юмор, новости, советы и рекомендации и др.).
- 20 % – вовлекающий контент, стимулирующий активность подписчиков (во-

просы, опросы, розыгрыши, игры и т. п.). Наиболее популярным средством «раскачивания» аудитории являются розыгрыши подарков, требующие минимальной активности со стороны подписчиков или новых посетителей группы. Пример такого взаимодействия представлен на рис. 9.

• 30 % – продающий (конвертирующий) контент, напрямую связанный с брендом и стимулирующий интерес к нему и компании-производителю (новинки продукции, подробное описание продукции, информация о компании, новости компании и др.). Важно рассказывать не только о продукции, но и о самой компании – это повышает уровень доверия, формирует обширный customer experience и является косвенным подтверждением уровня качества предлагаемой продукции. Примеры приведены на рис. 10–13.

Предприятие – производитель мяса и мясной продукции может выбрать экспериментальным путем такое соотношение постов, которое будет наилучшим образом работать именно с его целевой аудиторией. Для этого необходимо ежедневно анализировать вовлеченность подписчиков – посты, лайки, репосты, комментарии, количество

Организатор конкурса, предприниматель из области «Мясной Оскар» – ВНИИ мясной промышленности им. В. М. Гурьевой – ведущая научно-исследовательская организация страны, поддерживающая устойчивое развитие мясной промышленности в России.

Теперь у нас есть свой «Мясной Оскар»!



Фирменный Мясной Оскар  
22 мая 2017 в 16:06

В октябре 2017 года «Фирменный Мясной Оскар» отметил свой 60-летний юбилей! За это долгое время были и восторги, и паденья! Путь нашего предприятия к успеху, как и любого другого, был долгим и непростым. И только благодаря упорному труду и постоянному стремлению к росту, много успехов удалось достичь! Спасибо вам за то, что выбираете нас уже 60 лет!



В новой листовке «Просто цены мяса» от сети гастрономов «Красный Яр» с 6 по 14 марта Сервелат тирольский (385г) всего за 149,90 руб. Вместо 277,87 руб. Успейте приобрести!

Рекламодатель: Крайнов Александрович



СЕРВЕЛАТ  
ТИРОЛЬСКИЙ

«Мясной дом»  
8 мая 2017 в 08:01

Встретим вкусную кухню! Рулетик колбасно-вареной «Свиная Печеночка»!

Насладитесь насыщенным вкусом мясной рулетки, её тонкостью, нежности и восхитительным ароматом колбасы. И главная особенность – она без костей! Идеально подходит к салатам, гарнирам, супам. Зовите друзей в гости!

Больше подробностей на сайте: [www.mysnoydom.ru](http://www.mysnoydom.ru)

Адрес: ул. Пушкинская, д. 10, к. 1, 1-й этаж, 1-й этаж  
Ближе к центру города, ближе к центру города



НОВИНКА

«Мясной дом»  
Для любителей пышных десертов мы предлагаем приготовить десерт «Творожный шарик».

Очень вкусный и полезный десерт для взрослых и детей!

Наш рецепт: 100г творога, 100г сахара, 100г сметаны, 100г масла.



Творожный шарик (Рецепт: 100г)

171 000 просмотров

Фирменный Мясной Оскар  
22 мая 2017 в 16:06

«Мясной дом»  
А знаете, где готовится самый дорогой фарш? В Японии. Здесь выращивают особую породу свиней. Их содержат в таких условиях, что мясные отходы можно использовать! Колбаски из него стоят около \$300 и это делает колбаску самым дорогим мясным продуктом. Так как колбаски дорогие...



14. Сравнительный анализ тематических постов из одной группы

10. Пример конвертирующего поста, подтверждающего качество продукции

11. Пример новостного конвертирующего поста

12. Пример конвертирующего поста с информацией об акциях в розничной торговле

13. Пример конвертирующего поста с информацией о новинке

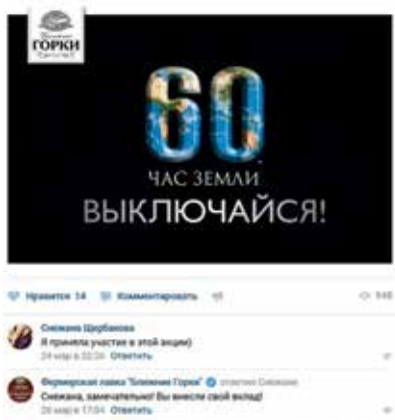
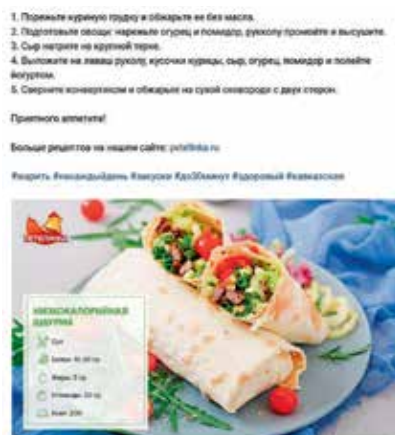
заты поэтапно процесс приготовления того или иного блюда и экономиям время на прочтение рецепта. Кроме того, именно этот формат подачи позволяет показать нюансы приготовления блюда, а также он удобен при использовании в качестве инструкции непосредственно при приготовлении пищи. Популярность видеоконтента растет во всех социальных сетях, этот тренд нельзя игнорировать. Оптимальная длина ролика – около одной минуты. Рецепты могут показываться в разных форматах – с приглашенным шеф-поваром, «обезличенно» (только руки повара) или в виде последовательных изменений продуктов при приготовлении (часто для этого может использоваться анимация).

Рекомендуемое количество постов в день – 1–2, рекомендуемое время размещения – утро (с 9 до 11 часов) и вечер (с 19 до 22 часов). Также посты могут размещаться днем, попадая в обеденный перерыв. Делать перерывы на выходные сегодня крайне не рекомендуется, поскольку пользователи уже привыкли к тому, что соцсети «работают круглосуточно».

Говоря о типичных ошибках, нужно отметить так называемые самокомментарии, когда очень четко прослеживается, как сам SMM-специалист или несколько человек комментируют посты с завидной регулярностью, что неизбежно вызывает вопросы подписчиков, особенно при небольшом уровне вовлеченности подписчиков в SMM-активности (рис. 16).

Отдельно нужно затронуть вопрос работы с негативом в социальных сетях. Примеры неправильной отработки таких ситуаций приведены на рис. 17 и 18. Любой комментарий не должен оставаться без внимания, даже если речь идет о крайне отрицательных отзывах. Это может быть сделано публично, а может – через личные сообщения. Во втором случае о переходе в личные сообщения информируется человек, оставивший комментарий, чтобы подписчики видели, что работа с претензией/жалобой/негативным мнением ведется. Но в любом случае не рекомендуется удалять

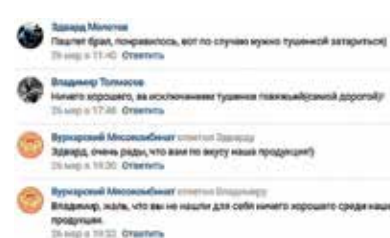
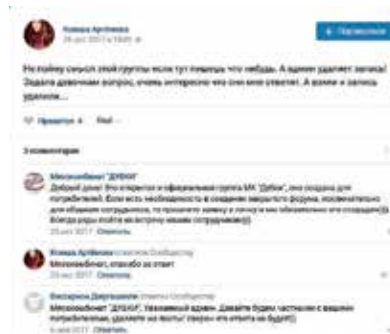




негативные комментарии (кроме явных комментариев от «троллей») и категорически нельзя оставлять их без ответа. Даже если комментарий оставлен «троллем», на него нужно ответить, чтобы пользователи видели, как компания реагирует на ситуации с недовольством (реальным или вымышленным) потребителей.

Механизм отработки негатива един для всех ситуаций: благодарность за обратную связь (комментарий), извинения за сложившуюся ситуацию (сожаления о случившемся), прояснение ситуации (при необходимости), сообщение о том, что проблема уже решается или будет решена в конкретные сроки, предложение компенсации или поощрение за информацию, размещение информации по итогам принятия мер (если это было).

Скорость реакции – один из ключевых факторов в работе с негативом. Чем быстрее дается ответ, тем больше в глазах подписчиков компания дорожит своей репутацией и мнением потребителей. Кроме того, этим компания показывает свою готовность решать проблемы потребителя, вызванные ее продукцией. Если видно, что потребителя захлестывают эмоции, необходимо дать ему «выговориться» с помощью уточняющих вопросов (прояснение ситуации и получение конкретики), затем перейти к обсуждению путей решения.



Популярность видеоконтента растет во всех социальных сетях, этот тренд нельзя игнорировать. Оптимальная длина ролика – около одной минуты. Рецепты могут показываться в разных форматах – с приглашенным шеф-поваром, «обезличенно» (только руки повара) или в виде последовательных изменений продуктов при приготовлении (часто для этого может использоваться анимация).

15. Пример поста с рецептом

16. Пример реакции подписчиков на низкий уровень активности пользователей в группе

17. Пример неправильной отработки негатива (отсутствие ответа)

18. Пример неправильной отработки негатива (отсутствие предложений по исправлению ситуации)

В работе с жалобами (негативом) крайне важно сохранять спокойствие, быть вежливыми и иметь позитивный настрой, при котором каждый случай негатива – это источник роста и повышения эффективности для компании. То есть чем больше пользователи будут сообщать о своем недовольстве, тем больше пользы будет для компании. Молчащие недовольные потребители – в большинстве случаев потерянные для компании, тогда как те потребители, чей голос был услышан, могут стать лояльными покупателями на долгие годы.

Говоря о социальных сетях, нужно коснуться двух смежных направлений.

Первое – это набирающие популярность мессенджеры. Однако, по нашему мнению, на текущий момент на рынке продуктов питания это, скорее, дополнение к существующим маркетинговым активностям, чем канал коммуникаций, который может привести к росту продаж. Он может быть полезен как «дубль» для групп в социальных сетях и как способ получения обратной связи от потребителей.

Второе – это блогеры. Данное направление по сравнению с мессенджерами является более эффективным, поскольку при совпадении позиционирования (образа) блогера с ценностями и целевой аудиторией бренда (производителя) может появиться дополнительный интерес к продукции. Основная задача в этом случае – выбор «правильного» блогера.

Подводя итоги, хотелось бы сказать о том, что в сфере массового производства, к которому относится мясная продукция, социальные сети вряд ли когда-то станут площадкой для продаж в силу огромного количества существующих и потенциальных потребителей, наладить прямые коммуникации в силу их многочисленности невозможно (например, в отличие от небольшого фермерского хозяйства). Поэтому социальные сети – это «неформальный» сайт, задачи которого – помощь и поддержка бренда и компании за счет решения описанных в данной статье задач. **МП**



## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АДСОРБЕНТОВ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ

Зараженность кормов микотоксинами является одной из важнейших проблем в животноводстве. Особенно это актуально для свиноводства и птицеводства, являющихся основными потребителями фуражного зерна с необходимостью его хранения от урожая до урожая, что и приводит к заражению (поражению) различными грибами.

Автор:



**Василий  
Иванович  
Комлацкий,**

заслуженный деятель науки Российской Федерации, доктор сельскохозяйственных наук, профессор, заведующий кафедрой Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина

Использование корма, зараженного микотоксинами, ведет не только к снижению продуктивности, но и оказывает негативное воздействие на качество животноводческой продукции, и через нее может нанести вред здоровью человека[1].

По данным Совета по сельскохозяйственной науке и технологии при ООН, ежегодно четверть производимого в мире зерна поражается микотоксинами, а его использование в качестве корма для животных считается одной из основных причин недополучения продукции, в том числе приплода.

Микотоксины являются продуктами метаболизма плесневых грибов. Более чем в 50 % кормов обнаруживается один-два вида микотоксинов, и только в 30 % их содержание ниже предела обнаружения. В настоящее время достаточно изучено отрицательное влияние более 300 микотоксинов. Их появление объясняется рядом причин, среди которых глобальные изменения погодных условий, расширение рынка зерна, его перемещение в широком диапазоне, несоблюдение правил хранения.

Важно также отметить и тот факт, что современные породы свиней, выведенные с высоким потенциалом роста и продуктивности, более чувствительны к стрессовым ситуациям по сравнению со свиньями с классическим генотипом, которые использовались в системе разведения 20–30 лет назад. Поэтому высокопродуктивное свиноводство требует качественных кормов как по наличию питательных компонентов, так и по отсутствию или минимизации токсических веществ, и чем выше продуктивность животных, тем они более чувствительны к наличию микотоксинов в кормах. Животные подвержены микотоксикозам на всех этапах своего развития, но наиболее критичными являются периоды отъема и дорастивания.

С развитием науки изменились представления исследователей на природу микотоксикозов у животных. Если раньше считалось, что вредное воздействие на организм как живую систему оказывает тот или иной вид гриба, то теперь общепризнано, что развитие микотоксикозов в первую





Лучшим методом для предотвращения действия микотоксинов является уборка зрелого зерна с низкой влажностью и его хранение в холодном и сухом месте.



очередь вызывается не самими грибами, а продуктами их жизнедеятельности. Разные грибы продуцируют различные токсины. Наиболее распространенными являются афлотоксины, продуцируемые грибом *Fusarium flavus*, охратоксин А, зоараленон, вырабатываемый грибом *Fusarium*, и др.

Микотоксины в кормах появляются вследствие их хранения при положительных температурах и влажности выше 60 %, а при потреблении таких кормов у животных развиваются микотоксикозы, что снижает продуктивность, ухудшает воспроизводительные качества, особенно молодых животных, часто вызывает их гибель, а свинки порой становятся бесплодными.

Современные технологии промышленного свиноводства основаны на широком использовании зерна в рационах свиней. Строительство свиноферм мощностью 15–50 тыс. свиней предусматривает заготовку десятков тысяч тонн зерна. Поэтому вероятность проявления действия микотоксинов на крупных предприятиях выше в связи с большой потребностью в зер-

В настоящее время достаточно изучено отрицательное влияние более 300 микотоксинов. Их появление объясняется рядом причин, среди которых глобальные изменения погодных условий, расширение рынка зерна, его перемещение в широком диапазоне, несоблюдение правил хранения.

не (10–50 тыс. тонн) и его расширенным ареалом происхождения. Хранение зерна с соблюдением всех требований достаточно затратно, а нарушение температурно-влажностного режима вызывает развитие грибов и плесени. При этом часто проявляется синергизм из-за смешивания различных микотоксинов, что усиливает их губительное действие на организм животных.

Россия является зоной рискованного земледелия, и вероятность поражения кормов плесневыми грибами очень высока. Для южных регионов эта проблема наиболее актуальна, что связано с выпадением осадков в период уборки урожая и интенсивным ведением животноводства и кормопроизводства. Мощным фактором, определяющим повышенное токсинообразование, является систематическое воздействие на них фунгицидов и протравителей семян. Устойчивые к ряду этих пестицидов штаммы увеличивают образование микотоксинов в сотни раз. При исследовании 1918 проб кормов и кормового сырья в ГУ «Ростовская областная ветеринарная лаборатория» в 10,7 % обнаружили микотоксины. В среднем за три года наличие одного токсина зарегистрировано в 36,5 %, двух – в 39,0 %, трех – в 14,7 % и четырех токсинов – в 9,8 % проб кормов и кормового сырья. В 37 % проб кормов и кормового сырья из всех выделений микотоксинов обнаруживался Т-2-токсин; в 8 % – сочетание Т-2 и охратоксина.

Высокоурожайные растения, как и породистые животные, больше подвержены заражению микотоксинами. Присутствие микотоксинов в кормах приводит к серьезным последствиям, вызывая отравления и целый спектр заболеваний смешанной этиологии у сельскохозяйственных животных, тяжесть которых зависит от дозы микотоксина, возраста, пола, вида животного, их физиологического состояния. Многие грибные метаболиты, которые обладают иммуногепатодепрессантным, мутагенным и канцерогенным свойствами,



Присутствие микотоксинов в кормах приводит к серьезным последствиям, вызывая отравления и целый спектр заболеваний смешанной этиологии у сельскохозяйственных животных, тяжесть которых зависит от дозы микотоксина, возраста, пола, вида животного, их физиологического состояния.

изменяя химическую структуру, переходят в продукты животноводства. Проведенные лабораторные исследования кормов из различных районов Краснодарского края показали присутствие в них следующих микотоксинов: Т-2-токсин, зеараленон, ократоксин А, фумонизин В1, ДОН (вомитоксин). В подавляющем большинстве случаев они встречаются в различных сочетаниях до четырех видов и в концентрациях, меньше допустимых в России уровней [2].

Лучшим методом для предотвращения действия микотоксинов является уборка зрелого зерна с низкой влажностью и его хранение в холодном и сухом месте. Однако такие условия соблюдать очень сложно, что и приводит к развитию различных грибков и поражению кормов.

Признавая присутствие в кормах микотоксинов, перед исследователями и производителями встает вопрос о необходимости управления рисками возникновения микотоксикозов и разработке методов деkontаминации корма. В общей схеме комплексной профилактики микотоксикозов можно выделить три основных направления.

Первым из них является соблюдение норм заготовки и хранения корма. Для этого используют консервирование зерна органическими кислотами. Важным этапом является микотоксикологический контроль кормов с целью выявления в них микотоксинов. И наконец, необходимо проводить мероприятия по понижению чувствительности животных к действию микотоксинов. Наиболее эффективный прием – использование адсорбентов. Их действие основано на снижении всасывания токсинов. Такой подход к проблеме является наиболее физиологичным и простым в применении.

Следует отметить, что сегодня спектр сорбентов необычайно широк. Условно эти вещества можно разделить на органические, неорганические и комбиниро-

#### Влияние природных адсорбентов на продуктивность свиней

Показатели	Рацион	
	без бентонита	с бентонитом
Оплодотворяемость, %	93,6	97,2
Многоплодие, гол.	13,6 ± 1,0	14,8 ± 1,14*
Количество поросят к отъему, гол.	12,3 ± 1,17	13,7 ± 1,14*
Сохранность поросят, %	90,4	92,6
Среднесуточный прирост, г: • в подсосный период • за период дорастивания • на откорме	219 ± 12,54 411 ± 11,30 908 ± 12,26	228 ± 12,43** 458 ± 12,61** 955 ± 14,25**
Возраст достижения массы 100 кг, дней	172	161
Затраты корма на 1 кг прироста, кг	3,0	2,7

\*  $p > 0,95$ .

\*\*  $p > 0,99$ .

ванные. В большинстве используемых неорганических адсорбентов действующим веществом являются природные минеральные комплексы.

В настоящее время объем отечественного рынка адсорбентов составляет менее 10 тыс. тонн. При этом, по оценке специалистов, потенциальный объем может превышать 45–50 тыс. тонн. Следует отметить ежегодное увеличение производства сорбентов на основе бентонитовых глин и цеолитов как в странах ЕС, так и в Российской Федерации.

Нами проведены исследования по деkontаминации корма посредством природных бентонитовых глин, залежи которых имеются в пос. Каменноостском Краснодарского края и в Ростовской области.

При использовании сорбента на учебно-опытном комплексе «Пятачок» КубГАУ, агрокомплексе «Кубань» установлено, что рацион с бентонитом повышает продуктивность свиней. Опыт применения природных адсорбентов на поголовье свиней УПК «Пята-

чок» Кубанского ГАУ убедительно доказывает положительное влияние адсорбентов на качество кормов, продуктивность и рентабельность отрасли. В опытах использовались двухпородные свиноматки (ландрас × йоркшир) и трехпородный молодняк на дорастивании и откорме (ландрас × йоркшир × дюрок) (табл.).

Добавление в рацион бентонита в количестве 1,5–2,0 % способствовало повышению продуктивности свиней: уровень оплодотворяемости – 96,0 %, многоплодие – до 14,8 гол. ( $p > 0,95$ ), а количество поросят к отъему – 13,7 гол. Средняя продуктивность свиноматок составила 26,5 поросят в год при отъеме в 30 дней.

Среднесуточные приросты поросят-сосунков к отъему в 30 дней повысились с 209 до 228 гол. ( $p > 0,99$ ), поросят на дорастивании – с 411 до 458 гол. ( $p > 0,99$ ), молодняка на откорме – с 908 до 956 гол. ( $p > 0,99$ ). В результате чего возраст достижения массы 100 кг снизился со 165 до 160 дней; затраты корма – на 1 кг прироста с 3,0 до 2,7 кг.





Современные породы свиней, выведенные с высоким потенциалом роста и продуктивности, более чувствительны к стрессовым ситуациям по сравнению со свиньями с классическим генотипом, которые использовались в системе разведения 20–30 лет назад.



Строительство свиноферм мощностью 15–50 тыс. свиней предусматривает заготовку десятков тысяч тонн зерна. Поэтому вероятность проявления действия микотоксинов на крупных предприятиях выше в связи с большой потребностью в зерне (10–50 тыс. тонн) и его расширенным ареалом происхождения.

Эффективная доза включения в корм адсорбентов находится в зависимости от емкости адсорбентов и степени контаминации данного корма. С другой стороны, бентонитовые сорбенты выступают как средства, поставляющие в организм ряд микроэлементов и образующих вместе с ними в организме животных. Проведенные нами исследования адсорбционной способности бентонитов в отношении наиболее распространенных сочетаний микотоксинов свидетельствуют, что более выраженные адсорбционные свойства отмечаются при повышении количества сорбентов с 1 до 2 % от массы корма. Одновременно сорбционная способность возрастает при повышении рН-среды. Установлено поглощение свыше 50 % афлотоксина, до 60 % фумонизина и ряда других токсинов. При этом концентрация афлотоксина снижается до 30 мкг/кг, ократоксина – до 16 мкг/кг, фумонизина – до 0,4 мкг/кг. При отсутствии процесса резорбции бентонит через же-

лудочно-кишечный тракт полностью выводится с фекальными массами, при этом не сорбируя и не выводя из организма витамины.

Введение бентонита в количестве от 1 до 2 % сухого вещества рациона оказывает стимулирующее действие на рост и развитие поросят как в подсосный, так и в послеотъемный периоды. Добавление в рацион бентонита способствовало повышению уровня оплодотворяемости до 96,0 %, многоплодия – до 14,8 гол. ( $p > 0,95$ ). Средняя продуктивность свиноматок составила 26,5 поросят в год при отъеме в 30 дней, а количество поросят к отъему – 13,7 гол. Среднесуточные приросты поросят-сосунков к отъему в 30 дней повысились с 219 до 228 граммов ( $p > 0,99$ ), поросят на доращивании – с 411 до 458 граммов ( $p > 0,99$ ), молодняка на откорме – с 908 до 956 граммов ( $p > 0,99$ ). В результате возраст достижения массы 100 кг снизился со 165 до 160 дней; затраты корма на 1 кг прироста – с 3,0 до 2,7 кг. **МП**

#### Литература

1. Антипов В.А. Микотоксикозы – важная проблема животноводства / В.А. Антипов // Ветеринария. 2007. № 11. С. 7–9.
2. Комлацкий Г.В. Технологические аспекты индустриального свиноводства / Г.В. Комлацкий. Чебоксары, 2014. 284 с.
3. Методические рекомендации по диагностике, профилактике и лечению микотоксикозов животных. М.: МСХ РФ, 2017. 72 с.



Мероприятие:  
**«Продэкспо-2018»**

Дата:  
**5–9 февраля 2018 года**

Место:  
**Москва,  
ЦВК «Экспоцентр»**



# ПОЛИГОН ВЗРЫВНОГО РАЗВИТИЯ

25-я юбилейная Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства достигла достойных результатов. Ее участниками стали 2387 компаний из 65 стран. По сравнению с прошлым годом выросло число стран-участниц, национальных и коллективных экспозиций. Количество экспонентов увеличилось на 9 %, экспозиционная площадь – на 8 %. Были заняты все девять павильонов выставочного комплекса, а также специально возведенные временные павильоны.

На выставке было представлено 1688 российских производителей и поставщиков продуктов питания, что на 9 % больше, чем в 2017 году. Выросло количество региональных коллективных экспозиций, которые представили Владимирская, Вологодская, Кировская, Тамбовская, Костромская, Новосибирская, Пензенская, Рязанская, Томская, Тульская, Ярославская области, Красноярский и Ставропольский края, Северная Осетия. В данном формате участвовало 115 компаний из 14 субъектов Российской Федерации.

«Продэкспо-2018» продемонстрировала реальные результаты работы нашей страны в рамках курса на импортозамещение и развитие экспортного потенциала. Рост российского участия был отмечен в мясной, молочной отраслях, сыроделии, виноделии, кондитерской отрасли и др. По качественным показателям продовольственная продукция, представленная на выставке отечественными компаниями, не уступает, а по многим позициям и превосходит качество зарубежных экспонатов.

## Все грани индустрии

28 тематических салонов выставки показали положительную динамику и ознакомили специалистов с новыми компаниями, брендами, многообразными отечественными и зарубежными продуктами питания и напитками.

Самой крупной экспозицией на выставке по количеству участников стал салон «Кондитерские изделия. Снеки. Орехи. Сухофрукты. Хлебобулочные изделия». Салон вырос в этом году на 13,4 % и представил продукцию 440 фирм из 28 стран. Салон прирос компаниями из Ливана, Норвегии, Великобритании, Туркмении, Франции и Чешской Республики. На национальных стендах впервые кондитерскую продукцию представили фирмы из Израиля и Чили.

Вторым по величине стал салон «Спиртные напитки, вино, пиво». Площадь салона выросла на 7 %, количество его участников увеличилось на 8 %. Свою продукцию продемонстрировали 363 компании из 30 стран.

Более представительным по сравнению с прошлым годом стал третий по величине салон «Молоко и молочные продукты» – крупнейшая в России экспозиция данной тематики. В рамках салона более полутора сотен российских и зарубежных компаний представили широкий ассортимент молочной продукции – мягкие, твердые и плавленые сыры, молоко и молочные напитки, сгущенку, сметану и много другое.



На 11 % выросло количество экспонентов салона «Мясо и мясопродукты. Колбасные изделия. Птица. Яйцо», в котором участвовали 129 компаний из 10 стран. Российских участников, число которых выросло в этом году на 14 %, представили крупнейшие производители мяса и птицы, агрохолдинги. Впервые участвовали: «Знаменский СГЦ», «Промагро», «Аграрная группа», «Востряково», «МК Княжеский», «Богородские деликатесы», «Липецкие деликатесы», «Сельский провиант», «Вологодский агрохолдинг» и др.

Салон «Бакалея. Зернопродукты. Макароны. Изделия. Приправы. Специи» сохранил традиционно солидный масштаб. В нем участвовало 152 компании из 11 стран. Стабильность продемонстрировал и салон «Консервы. Соусы. Кетчупы», число участников этого салона составило 158 компаний, среди которых 83 компании – российские производители и дистрибьюторы консервной продукции. В салоне «Растительные жиры» участвовали 60 компаний из 12 стран. На 9,7 % выросло участие иностранных компаний. Доля российских участников остается стабильной. На 21 % увеличилась экспозиция «Чай. Кофе», которую представили 127 участников. Хорошую динамику показал салон «Соки. Воды. Безалкогольные напитки», в котором приняли участие 103 компании из 12 стран. По качественным и количественным показателям вырос салон «Рыба и морепродукты», 53 компаниями был представлен салон «Замороженные продукты. Полуфабрикаты». Площадь салона увеличилась на 15 % в основном за счет участия российских компаний «Русбиоальянс» и «СиджейРавиолло». Впервые в салоне были представлены «Группа», «Агрохолд», «Сибирский бегемот», «Хлебная Пристань». Вернулась компания «Мириталь».

Впервые в этом году был организован салон «Ингредиенты». 25 компаний ознакомили посетителей с ингредиентами для мясной, молочной, кондитерской, алкогольной продукции. Среди участников – «Союзоптторг», «Реттенмайер», «Очаковский комбинат пищевых ингредиентов», «Балтийская группа», «Русхимсет», «Милорада» и др. Четыре иностранные компании принимали участие в рамках национальных экспозиций.

Категория «Овощи. Фрукты. Грибы» была представлена как в рамках одноименного салона, так и на национальных экспозициях Азербайджана, Греции, Италии, Китая, регионов России. Коллективную экспозицию производителей продукции «Халяль», дебю-



**Евгений Громыко,**  
заместитель министра  
сельского хозяйства РФ:

*«Мы расцениваем выставку «Продэкспо» как мощный стартовый полигон для взрывного развития экспорта российского продовольствия. Бизнесмены здесь видят на стендах своих коллег технологии, качество, все, что влияет на конкурентоспособность. Мы должны стремиться к стандартам качества и всячески бороться с контрафактом, фальсификатом. «Продэкспо» открыто и доступно показывает, к чему надо стремиться».*

тировавшую в прошлом году, представили 22 производителя.

Почти в два раза увеличил свое присутствие на выставке салон «ЭкоБиоСалон. Здоровое питание. Фермерские продукты», который в этом году был представлен в двух залах и собрал около 100 компаний – поставщиков натуральных, экологически чистых продуктов разных стран мира.

Упаковочные решения для пищевой промышленности продемонстрировали 149 участников салона «ПродэкспоПАК», раздел упаковки увеличился по размеру выставочной площади и по географии участников. Салон «Оборудование и услуги» вырос на 18 % по количеству участников и размеру выставочной площади. Направление «Услуги» демонстрировали транспортно-логистические компании, представляющие услуги грузоперевозок для участников выставки.

### Международный масштаб

На выставке «Продэкспо-2018» 389 компаний из 31 страны мира представили национальные зарубежные экспозиции, что на 30 % больше по сравнению с прошлым годом. Крупнейшая национальная экспозиция, объединившая 45 компаний, – у Италии. В пять раз выросло участие Бразилии, а Армения организовала сразу два коллективных стенда. В этом году с национальными экспозициями дебютировали Азербайджан, Грузия, Доминиканская Республика, Непал.

Генеральным спонсором выставки выступил Фонд поощрения экспорта и инвестиций





в Азербайджане (AZPROMO) – организатор национальной экспозиции Азербайджана на выставке «Продэкспо-2018».

Традиционно интересны и разнообразны были стенды экспонентов стран постсоветского пространства. Самым масштабным среди экспонентов из стран СНГ стало участие Республики Беларусь во всех разделах выставки – 82 компании. Армения представила продукцию 43 компаний. Активизировали свое присутствие Казахстан, Таджикистан, Узбекистан.

### Форумы, конференции, мастер-классы

Успеху выставки «Продэкспо-2018» способствовала насыщенная программа для посетителей и участников. Огромный интерес вызвали мероприятия, организованные КВК «Империя» и АО «Экспоцентр». Количество участников превысило 2400 человек.

В Центре розничных сетей – впервые проводимое мероприятие специально для закупщиков – зарегистрировалось 1350 представителей розничных сетей, крупных оптовых компаний и HoReCa.

Форумы, практикумы и семинары посетили 640 делегатов. Крупнейший в году Центр закупок сетей™ собрал 270 закупщиков из таких розничных сетей, как: «Магнит», METRO C&C, «Дикси», «Лента», «Мария-Ра», «О'Кей», Spar Russia B.V., Billa и еще более 100 ритейлеров.

120 поставщиков и 60 закупщиков сетей собрал XVII Форум производителей и ритейлеров «Собственная торговая марка – 2018». Генеральные и коммерческие ди-



**Екатерина Лучкина,**  
исполнительный директор  
Союза мясопереработчиков:

*«Выставка «Продэкспо» является важным элементом дальнейшего развития пищевой промышленности, способствует эффективному решению вопросов обеспечения продовольственной безопасности страны, насыщению российского рынка качественными продуктами питания. «Продэкспо-2018» в очередной раз подтвердила свой статус самой крупной выставки продуктов питания и напитков в России с масштабной экспозицией международного уровня и насыщенной деловой программой».*

ректора предприятий – производителей товаров под собственными торговыми марками сетей получили стратегическую информацию у топ-менеджеров розничных сетей о требованиях к производителям СТМ, перспективах развития новых категорий на 2018 год и особенностях взаимодействия с производителями.

Специалистов для обсуждения современных тенденций и новых исследований в питании детей раннего возраста собрала пятая ежегодная конференция «Питание детей дошкольного возраста». Она привлекла внимание ученых и экспертов по детскому питанию, врачей, нутрициологов, производителей и поставщиков продуктов детского питания, представителей власти, общественных организаций и отраслевой прессы.

Важным мероприятием стала консультационная сессия «Российский экспортный центр: об инструментах поддержки экспорта отечественной продовольственной продукции», организованная Торгово-промышленной палатой РФ, «Экспоцентром» и Российским экспортным центром (РЭЦ). Участники сессии обсудили перспективные направления по продвижению российских продуктов питания на внешние рынки и другие актуальные вопросы.

Большой интерес в профессиональной среде вызвала международная конференция «Государственное регулирование в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов». Ее провели Министерство сельского хозяйства РФ, Россельхознадзор и компания «Агроэкспосервис». В ней приняли участие более 200 специалистов промышленных предприятий, торговых представителей, отраслевых ассоциаций, научных учреждений, преподаватели, аспиранты и студенты вузов, СМИ, руководители органов управления АПК субъектов РФ, а также гости из ближнего и дальнего зарубежья. Эксперты обсудили систему государственного регулирования в сфере пищевой индустрии, вопросы формирования государственной политики экспорта продукции; роль оптовой торговли в решении проблемы импортозамещения и обеспечения продовольственной безопасности и др.

Значимым мероприятием рабочей группы «По поддержке производителей и поставщиков пищевой промышленности» стала конференция, на которой обсуждались вопросы взаимодействия торговых сетей и поставщиков. В дискуссии приняли участие представители Департамента торговли и услуг г. Москвы, Федеральной ан-





Впервые в этом году был организован салон «Ингредиенты». 25 компаний ознакомили посетителей с ингредиентами для мясной, молочной, кондитерской, алкогольной продукции. Среди участников – «Союзоптторг», «Реттенмайер», «Очаковский комбинат пищевых ингредиентов», «Балтийская группа», «Русхимсеть», «Милорада» и др. Четыре иностранные компании принимали участие в рамках национальных экспозиций.

тимонопольной службы РФ, Министерства потребительского рынка и услуг Московской области и других структур органов власти. Ритейл-сообщество на конференции представляли руководители торговых сетей «Азбука Вкуса», «Гипер Глобус», «Билла», «Ашан», «Магнолия», «Дикси», «Лента» и др.

Специалисты в области органики не только оценили новинки, представленные в «ЭкоБиоСалоне», но и обсудили интересные их проблемы на конференции «Рынок органических продуктов в России сегодня. Перспективы развития», организованной международным ЭкоБиоЦентром, Институтом органического сельского хозяйства, Национальным органическим союзом.

О том, какие перспективы для российских компаний имеет производство халяльной продукции, говорили представители компаний-производителей и отраслевых организаций на проходившем в рамках выставки «Продэкспо-2018» Международном форуме «Халяль». Организатором мероприятия выступил Международный центр стандартизации и сертификации «Халяль». Форум завершился церемонией награждения участников экспозиции Halal Eurasia at Prodexpo и победителей конкурса «Лучший «Халяль»-продукт» на «Продэкспо-2018».

Впервые в истории выставки «Продэкспо» была организована и с успехом прошла конференция «Проблемы упаковки, маркиров-



**Михаил Толкачев,**  
заместитель генерального  
директора АО «Экспоцентр»:

*«Выставка появилась в 1994 году как ответ на запрос многочисленных поставщиков и производителей продуктов питания, для которых открылся российский рынок. Выставка «Продэкспо» по сути своей озаменовала новый формат потребления в нашей стране. И мы говорим спасибо тем компаниям, которые принимали все эти годы участие в выставке, и хотим провести с ними еще 25 лет».*

ки и этикетирования в России и в ЕАЭС». В конференции приняли участие как работники сферы производства и поставок упаковочной продукции, представители науки и образования упаковочной отрасли, так и более 60 представителей компаний – производителей и поставщиков продуктов питания и напитков. Участники конференции отметили острую необходимость переиздания справочника «Требования к упаковке, маркировке и этикетированию в ЕАЭС», важность подготовки и повышения квалификации кадров для работы в сфере производства и потребления упаковочной продукции. В ходе работы конференции было принято решение проводить ее в рамках выставки «Продэкспо» ежегодно.

В целях повышения качества продуктов питания, поступающих на российский рынок, в рамках выставки «Продэкспо-2018» прошли различные профессиональные конкурсы.

Выставка «Продэкспо-2018» получила много положительных отзывов участников и посетителей выставки. Они оценили профессиональный уровень организации выставки, комфортную атмосферу, насыщенную экспозицию. А главное, достигли поставленных целей – получили полное представление о состоянии рынка, провели продуктивные переговоры, нашли новых партнеров и заключили перспективные контракты. **Р**



Событие

16-я Международная выставка  
«Молочная и мясная индустрия»

Дата проведения:  
27 февраля – 2 марта 2018 года

Место проведения:  
Москва,  
МВЦ «Крокус Экспо»



## ЗА ИННОВАЦИЯМИ И ОБЩЕНИЕМ – НА ВЫСТАВКУ

В Москве с успехом прошла 16-я Международная выставка «Молочная и мясная индустрия» – крупное бизнес-мероприятие агропромышленного комплекса, демонстрирующее оборудование и технологии полного цикла: от репродукции племенных животных, их выращивания, содержания и откорма до переработки и упаковки молочной и мясной продукции.

**Н**овые разделы выставки «Молочная и мясная индустрия» и обширная деловая программа увеличили число посетителей на 8,5 %. В выставке приняли участие 237 компаний из 25 стран мира, из них российских компаний – 154. Общая площадь экспозиции превысила 10 тыс. кв. метров.

За четыре дня работы выставки ее посетили 7759 специалистов пищевой, молочной, мясной отраслей и предприятий общественного питания из 74 регионов России и 38 зарубежных стран. Это на 8,5 % больше посетителей, чем в прошлом году.

В этом году в экспозиции впервые были представлены племенные животные – козы нубийской, альпийской и зааненской пород (в рамках раздела племенной продукции). Эксклюзивный партнер зоны демонстрации племенных животных – компания «ДеЛаваль» – представил оборудование для доения, взвешивания и бонитировки коз. Было проведено 10 мастер-классов по доению, содержанию и взвешиванию животных, которые посетили в общей сложности более 500 человек.

Состоялись и «Дни фермера», традиционно вызывающие большой интерес со стороны участников выставки и посетителей. Мероприятие посетили животноводы, фер-

меры, владельцы личных хозяйств и представители крупных агрохолдингов и агрофирм – всего 1031 человек.

За четыре дня работы выставки успешно прошли 47 мероприятий – конференции, семинары и круглые столы с участием 203 докладчиков-экспертов. Беспрецедентным в этот раз стало количество посетителей деловых мероприятий – 2507 человек.

В четвертый раз Департамент ветеринарии Министерства сельского хозяйства Российской Федерации организовал семинар «Актуальные вопросы ветеринарного благополучия в молочном и мясном животноводстве». Успешно прошел и ежегодный 3-й Форум молочных аналитиков «Российская молочная индустрия: вызовы и возможности» и круглый стол «Мясное скотоводство: новая модель управления в АПК России».

В рамках выставки также состоялся целый ряд мероприятий для отраслевых специалистов. Так, прошли конференции «Техническое регулирование в молочной отрасли: качество и безопасность продукции» и «Молочное козоводство от «А» до «Я»: нормы оценки коз молочных пород». Большой интерес вызвала конференция «Производство качественных грубых и сочных кормов – основа экономики молочного и мясного ско-

товодства», круглый стол «Экономические перспективы мясного скотоводства – рост спроса на живой скот», а также круглые столы по молочному животноводству, кормлению животных и другие мероприятия.

Завершила деловую программу конференция «Мембранные технологии в молочной промышленности: современные тенденции развития и опыт практического внедрения».

В рамках выставки прошел традиционный конкурс инноваций среди экспонентов, на котором участники представили новинки продукции и передовые технологии своих компаний. Победителем в номинации «Упаковочные решения» стала компания ULMA Packaging, представившая термоформовочную машину TFS 407 R для изготовления упаковки типа «СКИН-Darfresh». В номинации «Технические и технологические решения для сельхозпроизводства» победила компания Kärcher с аппаратом высокого давления HDS 9/18-4M с подогревом воды.

В 2019 году 17-я Международная выставка оборудования и технологий для животноводства, молочного и мясного производств «Молочная и мясная индустрия» пройдет с 19 по 22 февраля в МВЦ «Крокус Экспо». ■



# ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА»



**1–2 февраля 2018**

Москва

**ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «РЫБА-2018»**  
Технологии рыбопереработки  
и аквакультуры



**21–22 марта 2018**

Санкт-Петербург

**ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ «ПТИЦЕПРОМ»**



**4–5 июля 2018**

Санкт-Петербург

**ПЕРВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«КОНФИТУР-2018»**  
Сахаристая кондитерка



**12–13 сентября 2018**

Санкт-Петербург

**ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«МЕЛЬКОМБИНАТ-2018»**  
GRAIN AND MILL



**5–6 декабря 2018**

Санкт-Петербург

**ТРЕТИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ  
ФОРУМ «АГРО.PRO»**



**20–21 февраля 2018**

Санкт-Петербург

**МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ПОСЕВНАЯ-2018. Технологии  
выращивания, уборки и хранения  
зерновых и масличных культур»**



**29–31 мая 2018**

Санкт-Петербург

**ЧЕТВЕРТАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА»**



**5–6 сентября 2018**

Санкт-Петербург

**МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«КАДРЫ АГРО.PRO»**



**24–25 октября 2018**

Санкт-Петербург

**ТРЕТЬЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ»**  
Переработка маслосемян  
Масла и жиры

Регистрация и подробная  
информация:

+7 (812) 245-67-70  
**sfm.events**





## ► Маленькие проблемы - большие последствия

Безопасность покупателей - это основа вашего бизнеса. Системы рентгеновского контроля Ishida позволяют избежать опасности нанесения вреда здоровью и защищают репутацию вашего бренда. Мы можем находить в упаковке такие посторонние включения, как металл, стекло, камень, кость, резину, ПВХ и пластмассу.

**Работать в гармонии - вместе с Ishida.**

**[ishidaeurope.ru](http://ishidaeurope.ru)**