

7 СХЕМА
ВЫСТАВКИ

10 КАК ОРГАНИЗОВАТЬ
ЭФФЕКТИВНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО
МОЛОКА?

**14-Я
МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА**

1–4 МАРТА 2016,
МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»,
ПАВИЛЬОН 1, ЗАЛ 3

МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ

ОФИЦИАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ

 ЭКСПОСФЕРА

4 ДЕЛОВАЯ
ПРОГРАММА

8 РЫНОК
Смогут ли российские предприятия в ближайшие годы полностью удовлетворить внутренний спрос на мясо, чтобы не зависеть от скачков валют и внешнеполитических факторов?

12 РАЗВИТИЕ РЫНКА
ПОЛУФАБРИКАТОВ
ИЗ СВИНИНЫ



Лариса Житкова,
руководитель проекта

Уважаемые участники и гости 14-й Международной выставки «Молочная и мясная индустрия 2016»!

Мы рады приветствовать вас на выставке «Молочная и мясная индустрия» с 1 по 4 марта в павильоне 1 МВЦ «Крокус Экспо». Это ведущее бизнес-мероприятие, демонстрирующее оборудование и технологии для агропромышленного производства полного цикла – от репродукции племенных животных, их выращивания, содержания и откорма до переработки и упаковки продукции животноводства: молочной и мясной. В этом году выставка особенно актуальна, поскольку сельскохозяйственная промышленность – единственная, показывающая сейчас в России рост. Не отстает от отрасли и выставка – экспозиция «Молочная и мясная индустрия 2016» выросла на 19%: 244 компании из

19 стран мира представят специалистам свои предложения для крупных и малых производств. Тренд выставки «Молочная и мясная индустрия 2016» включает большое количество новинок. Впервые на выставке демонстрируется такое количество новых решений для повышения эффективности производств на предприятиях молочной и мясной отраслей, в том числе новейшие российские разработки. Лучшие новинки участников выставки представлены на конкурс инноваций, традиционно проходящий в рамках выставки. Ознакомиться с новинками можно на сайте выставки, а также в зоне инноваций, расположенной в самом центре экспозиции.

Выставка «Молочная и мясная индустрия 2016» – курс на эффективное ведение производства в актуальных экономических условиях

Традиционно часть раздела «Оборудование и технологии для производства и упаковки молочной продукции» посвящена сыроделию. Выставка «Молочная и мясная индустрия» является единственной, на которой ежегодно представлен самый широкий спектр предложений для малых, средних и крупных сыродельных предприятий.

В этом году значительно расширена линейка технологических предложений и оборудования для убоя и первичной переработки мяса крупного рогатого скота.

В рамках раздела «Выращивание и содержание сельскохозяйственных животных» сельхозпроизводители смогут принять решение по закупке средств гигиены молочных ферм, стойловых секций и боксов, весов, ветеринарных препаратов и многих других предложений, необходимых для ежедневной хозяйственной деятельности.

Выставку «Молочная и мясная индустрия» традиционно сопровождает насыщенная деловая программа. В 2016 году в ее рамках пройдет 27 мероприятий с участием 198 спикеров из 32 регионов России. Все мероприятия программы выставки «Молочная и мясная индустрия» – бесплатные.

Деловая программа состоит из Молочного и Мясного форумов, а также специальных мероприятий по кормопроизводству и ветеринарии. Мероприятия Молочного форума охватывают ключевые отраслевые направления: молочное животноводство, козоводство, технологии и оборудование для производства молочной продукции, сыроделие. Впервые в рамках Молочного форума пройдет Международная академия сыра с участием итальянского специалиста Сальватора Энрико (Salvatore Enrico),

который проведет мастер-класс по производству наиболее популярных итальянских сыров.

Мясной форум охватывает два отраслевых направления: мясное скотоводство России и оборудование и технологии для убоя и первичной переработки. Одним из ключевых мероприятий форума станет круглый стол «Важная роль консолидации отраслевых предприятий в мясном скотоводстве». Впервые на круглом столе соберутся отраслевые объединения: союзы и ассоциации скотоводов из 12 регионов России встретятся для обсуждения вопросов объединения отрасли, ценообразования, идеологии фермерских подходов и других актуальных тем.

Второй год подряд в рамках выставки 3 марта будет проведен День фермера. Специальными гостями Дня фермера – 2016 станут пять областных делегаций, сформированных региональными министерствами сельского хозяйства, – это фермеры и сельхозпроизводители из Ивановской, Новгородской, Воронежской, Калужской и Нижегородской областей.

Активное участие в формировании программы мероприятий принимают партнеры выставки: Минсельхоз России, Национальный союз производителей молока, Национальная ассоциация скотопромышленников, Национальный союз производителей говядины, ФГБНУ «ВНИИМ», Российский союз сельской молодежи (РССМ), ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт овцеводства и козоводства» (ВНИИОК) и другие организации.

Желаю всем гостям и участникам выставки плодотворной работы и взаимовыгодных контрактов! 



Холодильные установки для пищевой промышленности под ключ

GEA – работающий по всему миру концерн, специализирующийся на производстве техники и компонентов для производственных процессов в различных сегментах рынка: мясопереработка, молоко, склады, рыба, птица. Компания GEA в России со штатом более 350 человек осуществляет проектирование, изготовление, поставку, шеф-монтаж, пусконаладку и сервисное обслуживание промышленного холодильного оборудования на всей территории России.



Москва, 105094, ул. Семеновский Вал, 6а.
Тел.: (495) 787-20-20, факс: (495) 787-20-12, gearus@gea.com

Молочная и мясная индустрия 2016

МОЛОЧНЫЙ ФОРУМ

1–3 марта, МВЦ «Крокус Экспо», павильон 1

1 марта 2016

Время	Мероприятие	Место проведения
10:30–12:45	Пленарное заседание – главное мероприятие «Бизнес-модель российского молочного рынка» Организаторы: Союзмолоко, компания ITE	Конференц-зал 4
10:30–13:00	Круглый стол по кормопроизводству «Кормление КРС: элементы будущего» Организаторы: компания ITE, РГАУ – МСХА им. К.А. Тимирязева	Открытый конференц-зал 1
10:30–13:00	Семинар «Наука о гигиене в пищевой индустрии, воплощенная в жизнь» Организатор: ЗМ Россия	Конференц-зал 3
14:00–18:00	Семинар «Актуальные вопросы обеспечения ветеринарного благополучия в молочном и мясном скотоводстве» Организаторы: Минсельхоз России, компания ITE	Открытый конференц-зал 2
14:00–17:00	Международный форум молочных аналитиков Организаторы: Центр изучения молочного рынка The DairyNews, компания ITE	Конференц-зал 4

2 марта 2016

Время	Мероприятие	Место проведения
10:00–13:00	Конференция «Как построить завод – II» Организатор: компания «Кизельманн Рус»	Открытый конференц-зал 2
10:30–13:30	Конференция «Техническое регулирование в молочной отрасли: качество и безопасность продукции» Организаторы: Союзмолоко, компания ITE	Конференц-зал 4
13:00–16:00	Конференция «Вопросы безопасности, технического и технологического прогресса в сфере упаковки молочной продукции» Организатор: ФГБНУ «ВНИМИ», компания ITE	Открытый конференц-зал 1
14:00–18:00	Дискуссионная площадка «Молочная индустрия. Конкурентоспособность предприятия через эффективные решения» Организаторы: ФГБНУ «ВНИМИ», ООО «Европейская технологическая группа», компания ITE	Открытый конференц-зал 2
14:00–16:30	Круглый стол «Независимая сертификация продовольственной продукции животного происхождения: мировой опыт и российская действительность» Организаторы: Независимая сертификационная компания при поддержке Россельхознадзора, Союзмолоко, компания ITE	Конференц-зал 4

16:30–17:30	Семинар «Промышленные компьютеры для пищевого производства – автоматизация и контроль на всех участках производственного процесса» Организатор: компания Plaut	Открытый конференц-зал 1
-------------	--	--------------------------

3 марта 2016 «ДЕНЬ ФЕРМЕРА»

Время	Мероприятие	Место проведения
10:30–13:30	Международная академия сыра, мастер-класс д-ра Сальватора Энрико (Salvatore Enrico, Италия) «Итальянские сорта сыра: мягкие, полутвердые и сыры типа Pasta Filata» Организаторы: компания ITE, Союзмолоко, Частная сыроварня Марии Коваль	Конференц-зал 4
10:30–12:30	Круглый стол «Школа фермеров: рекомендации от центров практического животноводства» Организаторы: компания ITE, ГК «ТРИО»	Открытый конференц-зал 1
10:30–12:30	Конференция «Молодежь в развитии молочной и мясной индустрии» Организаторы: ОМОО «Российский Союз сельской молодежи», компания ITE	Открытый конференц-зал 2
13:00–16:00	Конференция «Как заработать на молоке? Питьевое молоко – короткий путь к потребителю» Организаторы: DairyNews, компания ITE	Открытый конференц-зал 1
13:00–13:30	Презентация «Концепция успешного производства мягких сыров типа Camembert/Brie в России в современных экономических условиях» Организатор: компания ALPMA Alpenland Maschinenbau GmbH	Открытый конференц-зал 2
14:00–17:00	Семинар для менеджмента предприятий молочной отрасли «Отраслевое IT-решение CSB-System для оптимизации процессов предприятий молочной промышленности» Организатор: компания ООО «ЦСБ-Систем»	Конференц-зал 4
14:00–18:00	Научно-практическая конференция «Совершенствование нормативной базы в молочном козоводстве» Организаторы: ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт овцеводства и козоводства» (ВНИИОК), компания ITE	Открытый конференц-зал 2
16:30–18:00	Мастер-класс по сыроделию «Обучение сыроделию в домашних условиях: сыр «Фермер» Организатор: Школа сыроделия Марины Каманиной	Открытый конференц-зал 1



Вторая международная конференция

WORLD SOY – FEEDS

МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА

1–3 июня 2016

Санкт-Петербург | Сокос Отель Palace Bridge



Организатор конференции:
ИД «Сфера»

Место: Санкт-Петербург,
Сокос Отель Palace Bridge

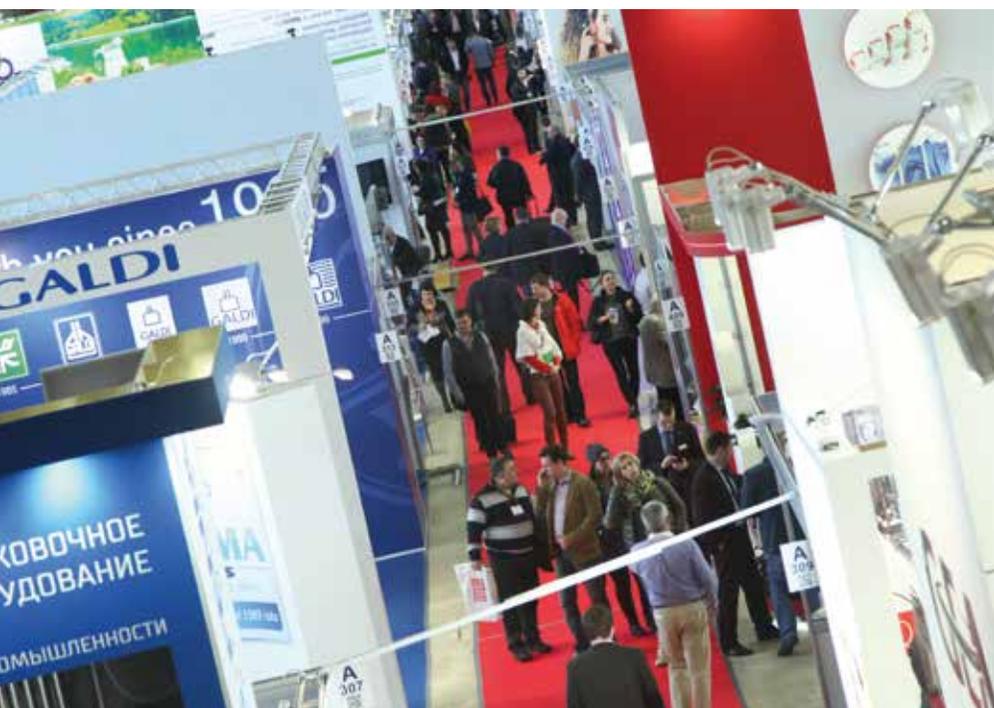
Регистрация и подробная информация:

телефон +7 (812) 70-236-30

www.soya2016.sfera.fm

Молочная и мясная индустрия 2016

МЯСНОЙ ФОРУМ | 1–3 марта 2016 года, МВЦ «Крокус Экспо», павильон 1



На Международной выставке «Молочная и мясная индустрия» представлены оборудование и технологии для агропромышленного производства полного цикла.

1 марта 2016

Время	Мероприятие	Место проведения
10:30–12:45	Пленарное заседание «Развитие индустрии мясного скотоводства» Организаторы: Национальная ассоциация скотопромышленников при поддержке Национального союза производителей говядины, компания ITE	Открытый конференц-зал 2
10:30–13:00	Круглый стол по кормопроизводству «Кормление КРС: элементы будущего» Организаторы: компания ITE, РГАУ – МСХА им. К.А. Тимирязева	Открытый конференц-зал 1
14:00–16:30	Круглый стол «Важная роль консолидации отраслевых предприятий в мясном скотоводстве» Организаторы: Национальная ассоциация скотопромышленников при поддержке Национального союза производителей говядины, компания ITE	Конференц-зал 3
14:00–18:00	Семинар «Актуальные вопросы обеспечения ветеринарного благополучия в молочном и мясном скотоводстве» Организаторы: Минсельхоз России, компания ITE	Открытый конференц-зал 2

2 марта 2016

Время	Мероприятие	Место проведения
10:30–13:30	Конференция «Росмясопром: стратегия и тактика» Организаторы: компания ПКБ «Бегарат», компания ITE	Конференц-зал 3
10:30–12:00	Круглый стол «Французские породы скота в России: текущее состояние, перспективы развития, востребованность на рынке» Организаторы: Национальная ассоциация скотопромышленников при поддержке Национального союза производителей говядины, компания ITE	Открытый конференц-зал 1
14:00–16:30	Круглый стол «Независимая сертификация продовольственной продукции животного происхождения: мировой опыт и российская действительность» Организаторы: Независимая сертификационная компания при поддержке Россельхознадзора, Союзмолоко, компания ITE	Конференц-зал 4
16:30–17:30	Семинар «Промышленные компьютеры для пищевого производства – автоматизация и контроль на всех участках производственного процесса» Организатор: компания Plaut	Открытый конференц-зал 1

3 марта 2016 «ДЕНЬ ФЕРМЕРА»

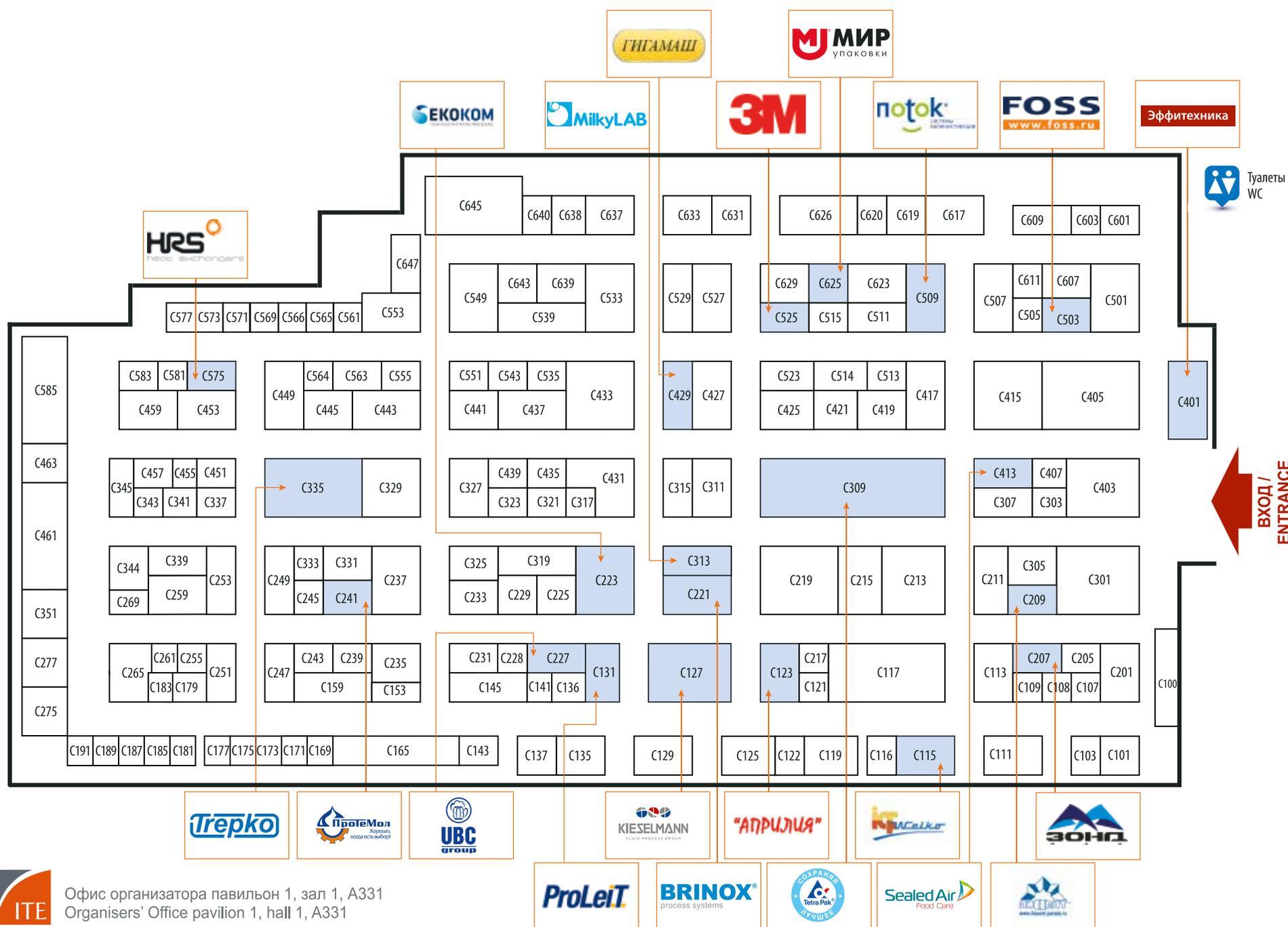
Время	Мероприятие	Место проведения
10:30–13:30	Конференция «Годовой производственный цикл фермерского хозяйства» Организаторы: Национальная ассоциация скотопромышленников при поддержке Национального союза производителей говядины, компания ITE	Конференц-зал 3
10:30–12:30	Конференция «Молодежь в развитии молочной и мясной индустрии» Организаторы: ОМОО «Российский союз сельской молодежи», компания ITE	Открытый конференц-зал 2
14:00–16:30	Круглый стол «Экономическая грамотность фермера» Организаторы: Национальная ассоциация скотопромышленников при поддержке Национального союза производителей говядины, компания ITE	Конференц-зал 3
17:00–18:00	Круглый стол «Школа фермеров: работа с породами мясного скота» Организаторы: Национальная ассоциация скотопромышленников при поддержке Национального союза производителей говядины, компания ITE	Конференц-зал 3

В программе возможны изменения

14-я Международная выставка оборудования и технологий для животноводства, молочного и мясного производств

Время работы выставки

- 1 марта – 10:00–18:00
- 2 марта – 10:00–18:00
- 3 марта – 10:00–18:00
- 4 марта – 10:00–16:00

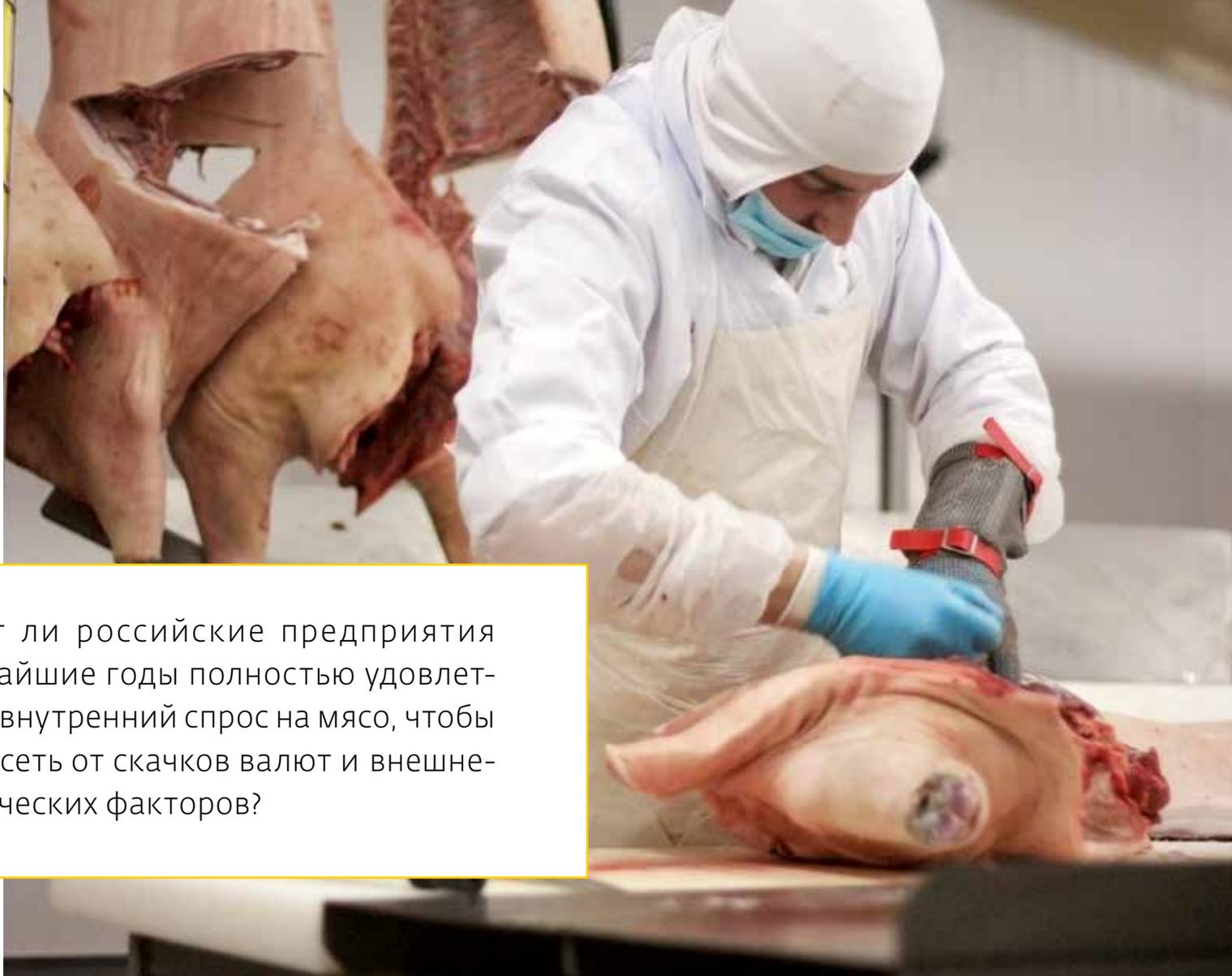


Офис организатора павильон 1, зал 1, А331
Organisers' Office pavilion 1, hall 1, A331



Подготовила
Елена
Максимова

Информация
предоставлена
Национальной
мясной ассоциацией



Смогут ли российские предприятия в ближайшие годы полностью удовлетворить внутренний спрос на мясо, чтобы не зависеть от скачков валют и внешне-политических факторов?

Экспортный потенциал национальной мясной отрасли

Успеха в плане развития собственного производства продуктов питания обычно добивались страны, которые развивали экспорт своей продукции.

Если говорить о серьезном увеличении производства мяса, без выхода на внешние рынки реализовать данную задачу невозможно.

Сегодня перед российскими сельхозпроизводителями, в том числе производителями мясной продукции, стоит задача импортозамещения. В широком смысле импортозамещение – это обеспечение устойчивого развития АПК. А ввиду того, что мясная продукция является важным компонентом питания, развитие внутреннего мясного производства в стране крайне актуально. Особенно остро проблема импортозамещения стала обсуждаться после введения в 2014 году продовольственного эмбарго. На правительственном уровне были разговоры о том, что российские предприятия АПК смогут в достаточно короткие сроки обеспечить внутренний спрос на большинство видов продуктов питания, в том числе на мясо. Существовало даже расхожее мнение о том, что эмбарго «подстегнет» российских сельхозпроизводителей, и они начнут наращивать объемы выпускаемой продукции ускоренными темпами. Хотя, как



Международные эксперты высоко оценивают потенциал роста российского производства мяса птицы и свинины.

показывает мировая практика, успеха в плане развития собственного производства продуктов питания обычно добивались те страны, которые не столько и не только ограничивали импорт для защиты внутреннего рынка, сколько развивали экспорт своей продукции. Прежде чем анализировать потенциал развития российской мясной отрасли, рассмотрим положение России на общемировом рынке мяса. По данным Национальной мясной ассоциации, наиболее низкими темпами во всем мире растет производство говядины – его прирост составил всего 15% за последние 13 лет. В России производство данного вида мяса сокращается. Сегодня в нашей стране растет объем поддержки на мясное скотоводство, благодаря которому, полагают эксперты, российским предприятиям в ближайшие несколько лет удастся создать современную и конкурентоспособную отрасль мясного скотоводства. Динамика роста производства сви-

нины выглядит более оптимистично: по данным Национальной мясной ассоциации, общемировой прирост мяса свинины за 2005–2015 годы составил 25%. При этом в России за этот период прирост производства мяса свинины значительно больше, чем общемировой, – почти 90%. Одновременно с этим промышленное свиноводство в нашей стране выросло почти в пять раз.

Но наиболее значительными темпами в нашей стране развивается птицеводство. Темпы прироста мяса птицы в России превышают среднемировые в шесть раз, а за первые три месяца 2015 года прирост в нашей стране по данной категории составил почти 13%.

Международные эксперты высоко оценивают потенциал роста российского производства мяса птицы и свинины, подчеркивая при этом необходимость вывода нашей мясной продукции на внешние рынки. Но для этого, по мнению специалистов, нужна скоординированная работа правительства по всем направ-

лениям и кардинальное улучшение ситуации с болезнями животных. По данным Национальной мясной ассоциации, динамика импорта основных видов мяса в Россию, включая субпродукты, в январе – апреле 2015-го по сравнению с аналогичным периодом прошлого года остается отрицательной. При этом значительнее всего сократился ввоз птицы и субпродуктов (на 84%). Темпы сокращения импорта свинины и говядины составили 62 и 31% соответственно. По оценкам НМА, сокращение импорта продолжится. Импорт по-прежнему остается достаточно высоким, потому что динамика потребления мяса и мясопродуктов в России существенно превышала общемировую тенденцию. До 2012 года включительно импорт свинины и говядины практически не снижался. Это связано с тем, что в мире потребление за последние 14 лет выросло на 38%, в то время как в РФ – на 73%. При этом если в 2005 году население России в среднем потребляло порядка 59 кг мяса на душу населения (включая субпродукты), то в 2014-м этот показатель достиг 75 кг. Это выше среднемирового значения потребления (50 кг на душу населения), но ниже среднегодового потребления в развитых странах (80–120 кг на душу населения). Сейчас в связи с ухудшением экономической ситуации и снижением покупательной способности населения потребление несколько снизилось, но очевидно, что после преодоления кризиса оно не только восстановится, но и продолжит свой рост. Поэтому вопрос не столько в импортозамещении, сколько в удовлетворе-



Мировая торговля мясом в период с 1995 по 2014 год демонстрирует устойчивый рост.

нии растущего внутреннего спроса. Специалисты НМА выделяют несколько благоприятных факторов для увеличения в нашей стране производства мясной продукции. К ним относятся:

- земельные и водные ресурсы, а также климат ряда регионов нашей страны;
- конкурентоспособная стоимость рабочей силы;
- инвестиционные ресурсы (есть, хотя и ограничены);
- накопленный опыт реализации сложных проектов;
- таможенно-тарифное регулирование рынка;
- государственная поддержка.

При этом, если говорить о серьезном увеличении производства мяса хотя бы на 50%, без выхода на внешние рынки реализовать данную задачу невозможно. Это связано с ограниченными возможностями по замещению импорта (не более 500 тыс. тонн) и лимитированным потенциалом роста потребления (не более 1 млн тонн при условии роста экономики). Таким образом, если при увеличении производства не выходить на внешние рынки, возникает риск избыточного производства, ассортиментный дисбаланс, в результате чего цены на рынке будут ниже себестоимости. По прогнозам Rabobank, мировой спрос на продукты животного происхождения в период до 2030 года продолжит расти: спрос на птицу в 2030 году по сравнению с 2010-м вырастет на 60%, на свинину – на 42%, на говядину – на 25%.

Мировая торговля мясом в период с 1995 по 2014 год, по данным НМА, демонстрирует устойчивый рост.

При этом среднегодовые темпы прироста экспорта свинины в рассматриваемый период составили 2,5%, говядины – 5% и мяса птицы – 5,9%. За рассматриваемый период объем мировой торговли мясом увеличился почти на 25 млн тонн. Ввиду дальнейшего увеличения мирового спроса на мясо и роста населения на планете эта тенденция продолжится и в будущем. Поэтому российским участникам рынка необходимо выходить на внешние рынки.

Таким образом, очевидно, что у российских производителей мясной продукции есть экспортный потенциал, однако для полной его реализации и развития необходимо не только наращивание собственного производства, но и решение ряда первоочередных задач по линии нормативно-правового регулирования:

- разработка национальных и региональных программ по предупреждению распространения и ликвидации особо опасных болезней животных и антропозоонозов;
- обеспечение федерального финансирования общегосударственного и региональных мониторингов эпизоотической обстановки и безопасности пищевой продукции животного происхождения;
- возложение на Россельхознадзор функций уполномоченного органа по проверке предприятий и ведению единого реестра;
- определение порядка создания федерального реестра объектов, поднадзорных государственной ветеринарной службе;
- осуществление гармонизации ветеринарного законодательства – санитарных норм и правил. □

Информационно-аналитическое издание для участников и посетителей выставок Ingredients Russia 2016 и «Молочная и мясная индустрия 2016»

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-48025 30.12.2011

Использование информационных и рекламных материалов газет 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 , публикуются на коммерческой основе. Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции. При оформлении использованы материалы интернета.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 24.02.16.
Тираж: 5 000 экз.



Адрес редакции
Россия, 197101, Санкт-Петербург,
ул. Мира, д. 3, оф. 435
Тел./факс: +7 (812) 70-236-70

Издатель:
ООО «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Заместитель генерального директора
по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm

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

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Нина Слюсарева

Корректор:
Галина Матвеева


 Подготовила
**Елена
Максимова**

 Информация предоставлена
специалистами компании Tetra Pak

Молоко в плюсе

На протяжении последних лет молочный рынок переживает непростое время. На сложность экономической ситуации в стране и текущие потребности молочных предприятий накладывается «поиск глобальной идеи» организации эффективного производства, ориентированного на изменение потребительского спроса.

Большинство игроков понимают, что современный покупатель активно голосует рублем за качество и удобство потребления продукции. И для того чтобы соответствовать требованиям рынка, необходимо оптимизировать всю цепочку производства молока. Как сделать молочное предприятие максимально прибыльным? По мнению экспертов Tetra Pak, для этого нужно соблюсти несколько условий: производить продукт с высоким потенциалом на рынке, делать это на современном и эффективном предприятии и обязательно в крупных масштабах.

ПЕРСПЕКТИВЫ МОЛОКА

Эксперты молочного рынка Tetra Pak, проанализировав перспективы развития молочной отрасли в России и сопоставив с опытом других стран, сделали ряд ключевых выводов, направленных на реализацию бизнес-возможностей отечественных производителей молока.

Около 75% российского рынка жидких молочных продуктов занимает традиционное белое молоко. Если добавить к нему сливки и ароматизированное молоко, то доля составит уже около 80%. Этот «мейнстрим» мировой молочной промышленности предоставляет производителю отличные возможности при условии соблюдения правильного ассортиментного и производственного подхода.

Одна из самых перспективных категорий молочного рынка – ультрапастеризованное молоко (УНТ). По прогнозам Tetra Pak, в России доля УНТ-молока с текущих 19% за ближайшие 10 лет вырастет до 40%. Такие амбициозные планы подтверждаются в фактических показателях динамики, продемонстрированных более зрелыми рынками других стран. Во Франции, к примеру, доля ультрапа-


Иван Кашин,
директор по маркетингу
Tetra Pak в России, Украине,
Беларуси и Центральной Азии:

«Дефицит сырого молока в нашей стране составляет более 6 млрд литров, и в ближайшее время ситуация вряд ли изменится».

стеризованного молока составляет около 80%. В Бразилии в 1992 году доля такого молока составляла лишь 10% рынка, а сейчас уже около 90%.

УЛЬТРА+

В структуре российской торговли современные форматы – гипер-, супермаркеты и дискаунтеры – уже занимают 54% и продолжают динамично расти. Укрупняясь, сети выдвигают новые, все более жесткие требования к продуктам, в том числе и к молоку. В частности, ритейлеры хотят от производителей постоянного наличия продукта, стабильного качества и безопасности, снижения затрат на хранение и транспортировку, эффективной логистики, экологичности. Большинству этих параметров отвечают ультрапастеризованные продукты, которые не нужно охлаждать

при транспортировке и продаже. За необходимую для пастеризованных продуктов холодную полку в магазине производителю придется побороться, и к тому же за нее надо все больше платить: затраты на электроэнергию в России только за последний год увеличились почти на 10%. Все эти расходы, полностью отсутствующие в случае УНТ-молока, торговые сети перекладывают на переработчика. В отличие от пастеризованной продукции, срок хранения ультрапастеризованных продуктов в разы дольше. Затраты на их транспортировку и на хранение, по оценкам Tetra Pak, ниже более чем на 30%. В результате – возврат инвестиций в производство исключительно ультрапастеризованных молочных продуктов происходит до 20% быстрее. «В России потенциал категории ульт-

трапастеризованного молока еще далеко не исчерпан. Данный продукт дает производителям исключительные преимущества, которые особенно актуальны сейчас, начиная от возможности эффективного, то есть менее затратного производства, и заканчивая эффективной, опять же более экономной логистикой как внутри предприятия, так и при транспортировке готовой продукции и в торговле. И первые переработчики, которые смогут оценить и реализовать потенциал новой концепции организации молочного производства, получат конкурентное преимущество на рынке», – отмечает директор по развитию бизнеса компании Tetra Pak в России, Украине, Беларуси и Центральной Азии Дмитрий Яцук.

«ОКНО» РОСТА

Tetra Pak предлагает новую для отечественного производителя концепцию, предполагающую реализацию в молочной промышленности мирового подхода, характерного для современного производства ультрапастеризованных продуктов. В России данный концепт уже успешно применяется ведущими производителями соков и нектаров. В его основе – высокоскоростные упаковочные машины, полностью автоматизированное технологическое оборудование, объединенное системой управления со складами сырья и готовой продукции, позволяющее как можно дольше производить один вид ультрапастеризованной продукции непрерывно. Переход на высокоскоростные линии позволяет сократить производственные расходы более чем на 10%.

Новая технологическая структура позволяет снизить потребление воды, электроэнергии и потери молока при производстве. Все технологические параметры контролируют-

ся в полностью автоматическом режиме без участия оператора, благодаря чему можно изготавливать продукцию стабильно высокого качества, во много раз увеличив время безостановочного производства.

Централизованное управление и контроль производства на всех этапах дает возможность проследить всю историю продукта – от фермы до полки в магазине. Учитывая высокую долю фальсификата на рынке, полная «прозрачность» технологического процесса поможет добросовестным производителям получить конкурентное преимущество.

В условиях роста доли частных марок на российском молочном рынке и сокращения продуктового портфеля ведущих производителей в сегменте белого молока открываются перспективы для создания рентабельных молочных производств. Особенно актуально это для фермеров и переработчиков, готовых построить завод «нового поколения» и выделить в монопроизводство ультрапастеризованных продуктов от 250 тонн молока в день. Такие примеры уже есть во многих странах, включая Германию, Испанию, Бразилию, Вьетнам и т. д. Новая концепция молочного производства может стать тем самым «окном» роста, которое так необходимо отечественному производителю.

О перспективах развития молочного рынка и об основных его трендах нам рассказал директор по маркетингу Tetra Pak в России, Украине, Беларуси и Центральной Азии Иван Кашин.

– Что можно в целом сказать о состоянии молочной отрасли в нашей стране? Велик ли процент действительно эффективных с экономической точки зрения предприятий?

– Среди переработчиков происходит и будет происходить укрупнение. Если 10 лет назад в России насчитывалось около 1000 молочных заводов, то на сегодняшний день их не более 300. Однако в большинстве своем это все еще неэффективное производство. По оценке экспертов Tetra Pak, 50% оборудования устарело, лишь наполовину загружены мощности по переработке молока, а средняя мощность заводов составляет всего примерно 100 тонн молочной продукции в сутки. Российский рынок переработки, безусловно, имеет большие перспективы, однако остро нуждается в модернизации и повышении конкурентоспособности.

Эффективность – главный критерий, который определяет конкурентоспособность молочного предприятия сейчас. Если говорить о том, как

Дмитрий Яцук,
директор по развитию
бизнеса компании Tetra Pak
в России, Украине, Беларуси
и Центральной Азии :



«В России потенциал категории ультрапастеризованного молока еще далеко не исчерпан. И первые переработчики, которые смогут оценить и реализовать его, получат конкурентное преимущество на рынке».

достичь эффективности при производстве белого молока, на основе мирового опыта, организация высокоскоростного, автоматизированного, непрерывного производства, с большим масштабом выпуска (как минимум 300 тонн в день).

– Какие факторы способствуют развитию молочной отрасли в России, а какие, наоборот, тормозят это развитие?

– К сожалению, серьезным барьером для развития отрасли в России является дефицит молока. Это глобальная проблема для развивающихся стран, в которых происходит активный рост населения. По оценкам экспертов, дефицит сырого молока в нашей стране составляет более 6 млрд литров, и в ближайшее время ситуация вряд ли изменится. Основные причины дефицита – продолжающееся сокращение дойного стада и все еще низкая эффективность производства на молочных фермах. Даже рост среднего надоя на одну корову до уровня 5 тыс. литров в год не компенсирует падения поголовья скота. С этой точки зрения белое молоко – та основа для большинства молочных производителей, которая не только обеспечивает загрузку производственных мощностей, трафик и оборачиваемость, но и позволяет контролировать сырьевую базу.

Еще один вызов времени и в то же время возможность развития – это современный ритейл. Давление сетей на всех участников производственной цепочки постоянно растет, увеличиваются требования

сотрудничества и даже стратегического партнерства с ключевыми торговыми сетями.

– Каковы ожидания современных потребителей от производителей молока?

– Современный потребитель становится все более требовательным. Это касается не только цены, но и качества, удобства, повсеместной доступности и гарантий безопасности продукта. В последнее время также становится актуальным и экологический аспект. И по нашим исследованиям потребители готовы платить дополнительную цену не только за преимущества продукта, но и непосредственно упаковки. Безусловно, важным фактором также является возможность максимального использования упаковки как носителя информации, ведь люди сейчас не просто выбирают бренды, но и стали более внимательно изучать сведения, относящиеся к продукту.

– Каковы ваши прогнозы на дальнейшее развитие российского рынка молочной продукции?

– Потребление молочных продуктов ежегодно растет во всем мире. Больше половины объемов – это жидкие молочные продукты, которые, по прогнозам экспертов рынка, в ближайшие 10 лет покажут рост в 40%. Тем не менее потребление молочных продуктов в России гораздо ниже, чем в развитых странах, и даже ниже рекомендованных норм, но данный тренд актуален и для нас, хотя и с меньшими темпами роста. Основной рост объемов на молочном рынке ожидается в категориях ультрапастеризованного молока, сливок и молочных коктейлей. Производство ультрапастеризованного молока в России демонстрирует стабильный рост, в 2015 году его доля во всем сегменте достигла 24%, и мы прогнозируем дальнейшее удвоение в ближайшие 5–7 лет. Основным драйвером роста является востребованность продукта всеми участниками рынка – это и переработчики, которым необходимо развивать более эффективное производство, и ритейлеры, и, конечно, потребители.

Быстрорастущий глобальный спрос на ультрапастеризованное молоко предоставляет производителям возможность реализовать свой потенциал как на внутреннем рынке, так и в плане экспорта на развивающиеся рынки молочных продуктов, не требующих охлаждения. Как экспортер Россия вследствие девальвации рубля может предложить конкурентоспособные цены на свою продукцию. ■



Потребление молочных продуктов в России гораздо ниже, чем в развитых странах, и даже ниже рекомендованных норм.

к максимальной логистической эффективности, экономии на хранении и удобству выставления товара на полки. Кроме того, развитие современной торговли и стратегии крупнейших ритейлеров стимулируют рост доли собственных торговых марок (СТМ), которая уже сейчас занимает в молоке более 10%, а в ближайшие несколько лет будет только расти. Увеличение доли СТМ в продажах ритейла – это общемировой тренд, и производителям нужно готовиться к дополнительным требованиям, предъявляемым к поставщикам такой продукции, среди которых – надежность поставок, стабильное качество, минимальные издержки. С другой стороны, данный тренд открывает для производителя возможности


 Подготовила: **Елена
Максимова**

Развитие рынка полуфабрикатов из свинины

Мясные полуфабрикаты в потребительской упаковке завоевывают рынок. Их производство выгодно и переработчикам, и сетям, и потребителю.

По совокупным данным Росстата и анализа статистики ВЭД, свинина занимает 32% мясного рынка России. Основной объем этого мяса, реализуемый в нашей стране, закупается крупными кусками и разделяется непосредственно в точках продаж. С точки зрения потребителя у такого способа реализации есть свои преимущества, ведь покупатель может перед приобретением увидеть мясо без упаковки, понюхать его, чтобы убедиться в свежести и качестве продукта.

А вот производителям и предприятиям розничной торговли не всегда удобно работать по такой схеме. Для мясопереработчика продажа свинины крупными кусками низкорентабельна, а поэтому может быть выгодна только при реализации очень крупных объемов. Розничные магазины, в том числе супер- и гипермаркеты, для разделки крупных кусков свинины должны иметь собственный разделочный цех и персонал, который может осуществлять такую разделку, а это не всегда рентабельно. И некоторые торговые сети, в числе которых «Пятерочка», «Дикси» и «Метро», уже отказались от собственных разделочных цехов. Данные факторы диктуют мясопереработчикам переход на производство, с одной стороны, более рентабельных, с другой – более удобных для реализации мясных продуктов, в частности охлажденных полуфабрикатов. Тогда как рынок упакованных охлажденных полуфабрикатов из птицы достаточно насыщен, производство продукции глубокой переработки из свинины в нашей стране находится на стадии становления. И сегодня мясопереработчикам очень выгодно занимать эту нуждающуюся в насыщении нишу. Сейчас в сегменте охлажденных полуфабрикатов из свинины на российском рынке лидирует компания



Для мясопереработчика продажа свинины крупными кусками низкорентабельна, а поэтому может быть выгодна только при реализации очень крупных объемов.

«Мираторг». Еще один производитель такой продукции – «Агро-Белогорье» (торговая марка «Дальние дали»). Недавно данный сегмент начала осваивать группа «Русагро» – один из крупнейших вертикально интегрированных агрохолдингов России. До сих пор мясная продукция группы была представлена в сегменте В2В. Выход в розничный сегмент является важным шагом в развитии мясного направления холдинга. Ожидается, что в 2016 году емкость рынка В2С превысит 1860 тыс. тонн, из которых более 210 тыс. тонн придется на фасованное мясо.

При разработке бренда «Слово мясника» компания ориентировалась на ключевые запросы потребителей

Охлажденные полуфабрикаты из свинины будут реализовываться под брендом «Слово мясника». В 2016 году предприятие планирует продать в рознице 12 тыс. тонн данной продукции, благодаря чему группа намерена сразу выйти на третье место среди производителей полуфабрикатов из свинины в потребительской упаковке. В рамках реализации проекта группой «Русагро» в Тамбовской области построен и введен в строй завод по переработке свинины мощностью 1,95 млн голов в год. При разработке бренда компания ориентировалась на ключевые запросы потребителей: свежее мясо российского производства, выращенное и упакованное с непрерывным контролем качества на каждом этапе, правильно разделанное согласно анатомии животного. Продуктовая линейка включает в себя фарши, крупнокусковые и мелкокусковые продукты (стейки, гуляши) и шашлычно-маринадную группу. Выпускаться продукция будет в двух видах упаковки – вакуумной и газовой. Высокотехнологичная упаковка позволяет продуктам линейки «Слово мясника» сохранять свежежими до нескольких недель,

а ее удобный дизайн даст возможность покупателю без труда оценить качество мяса.

Продукция «Слово мясника» будет поставляться во все крупнейшие федеральные розничные сети, а также в несетевую розницу.

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

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

По словам коммерческого директора мясного бизнес-направления Группы «Русагро» Евгения Белова, уже в начале года были запущены тестовые продажи в локальных сетях для того, чтобы предусмотреть все возможные логистические сложности. Стоит отметить, что, создавая бренд «Слово мясника», специалисты Группы «Русагро» планируют не только занять значительную долю рынка, но и повысить доверие производителя к мясным полуфабрикатам в потребительской упаковке, сформировав определенные стандарты качества для данной категории продукции. ■

Упаковка на любой вкус и бюджет

Специалисты АО «Мир упаковки» разработали новые и усовершенствовали уже известные на рынке упаковочные решения. Подробнее о них рассказывает Евгений Мешков, коммерческий директор компании.



– Евгений, расскажите, что нового в компании?

– Опираясь на формулу «кризис – это возможности», мы реформировали систему управления, чтобы более гибко реагировать на потребности рынка и клиентов. Отдел продаж серьезно обновился, теперь заказчиков обслуживают новые, молодые сотрудники при активной поддержке опытных экспертов. Руководство становится ближе к заказчикам. Переосмыслению подверглись все подразделения, особенно задействованные в клиентском сервисе. Мы усилили наше конструкторское бюро, чтобы предоставлять улучшенный сервис для стартаперов, создающих новый бренд и желающих разработать упаковку с нуля. Максимально включиться в полный цикл разработки упаковочного решения заказчика – наш приоритет в новом 2016 году.

– Расскажите о ваших новинках в сегменте упаковки для продуктового рынка?

– Мы дополнили линейку упаковки для сырных продуктов. В дополнение к банкам 200 и 400 граммов появилась позиция 150 граммов – изделие прямоугольной формы под запайку пластинкой с IML-этикеткой и декоративной крышкой. Новинка отражает пожелания заказчиков, планирующих делать более мелкую фасовку. Мы расширяем производственные возможности по популярному изделию, упаковке под мороженое «семейного» формата. В финальной стадии находятся испытания новых барьерных упаковок. Эффект увеличения сроков хранения обеспечивается за счет трехслойной стенки с EVOH и барьерной этикетки IML.

Евгений Мешков,
коммерческий директор
АО «Мир упаковки»:

«Переосмыслению подверглись все подразделения, особенно задействованные в клиентском сервисе».

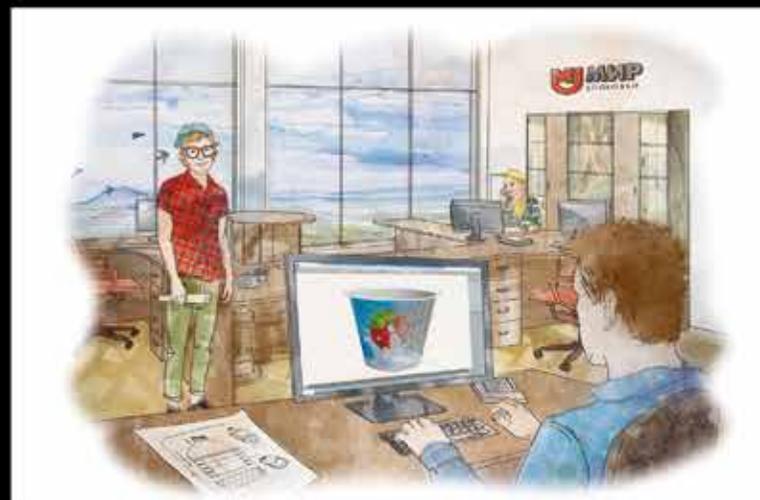
– Как строится взаимодействие с разными типами клиентов, ведь не секрет, что «Мир упаковки» – довольно известная компания, поставщик для федеральных брендов?

– Возможны три основных варианта сотрудничества.

Во-первых, индивидуальная разработка упаковки. Изготавливается индивидуальная пресс-форма, права на которую принадлежат заказчику, он получает эксклюзивную упаковку, позволяющую защититься от подделок и выделиться на полке.

Более демократичный вариант – декорирование и окраска стандартных изделий. Из каталога выбирается уже готовая форма, подбирается краситель и производится IML-этикетирование либо печать офсетом. Заказчик получает защищенную от подделок, оригинальную упаковку под ключ, не нуждающуюся в этикетировании на его собственном производстве.

Третий вариант – готовые решения. Наш каталог стандартной продукции насчитывает порядка 60 позиций, среди которых круглые, овальные, квадратные и цилиндрические ведра, пищевые контейнеры, а также технические канистры, бутылки и пробки к ним. Покупка популярных на рынке, чаще всего белых и прозрачных, изделий без этикетки – выбор практичных и предпочитающих некую свободу маневра собственников. ■



Упаковочные решения
для вашего бренда
www.miru.ru



пресервы шашлык рассольный сыр
кофе молочные продукты плавленный сыр
десерты драже творог
мороженое паштеты холодец
майонез

Приглашаем на наш стенд на выставке
Молочная и Мясная индустрия-2016!
Москва, Крокус-Экспо, Павильон №1 Зал №3С625

Россия, 188650, Ленинградская область,
г. Сертолово, микрорайон Сертолово-1,
Песочная ул., 14, корп. 1
Тел. +7 (812) 777-0066
Факс +7 (812) 321-2973
E-mail: office@miru.ru