

рыбная сфера

06

О том, как угодить рыбным ресторанам, продукцию какой степени переработки им поставлять и как правильно наладить логистику, расскажем в теме номера.



По рыбе
встречают
Чего хотят владельцы
рыбных ресторанов от
своих поставщиков?

12

Дмитрий Потапенко,
управляющий партнер
Management Development
Group Inc.:

«С давних времен на мировом рынке нет уникального товара. Поэтому когда изготовители, пытаясь войти в сеть, начинают рассказывать закупщику об уникальности своего продукта, они делают огромную ошибку. Такая самореклама только раздражает байера».



29

Рыбхозяйственный комплекс России в значительной степени уже интегрирован в мировой рынок: доля импортной рыбопродукции на отечественном рынке составляет (с учетом ввозимого продовольственного сырья для производства продукции) свыше 30%. Всего Россия импортировала в прошлом году 2,5 млн тонн рыбы и морепродуктов.





ОТКРЫВАЯ НОВОЕ



17-я Международная выставка упаковочной индустрии
УПАКОВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕРИАЛЫ

18 – 22 июня 2012
Россия, Москва, ВВЦ, павильон 75

Организатор:



В составе группы компаний ПТЕ
Тел.: +7 (495) 935 81 00
E-mail: rosupack@mvk.ru

Генеральные
информационные
спонсоры:

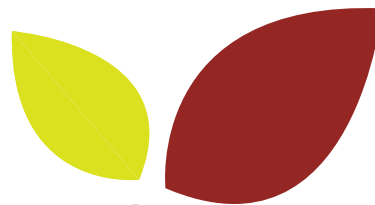


TARA
I UPAKOVKA

www.rosupack.com



21-я Международная выставка
продуктов питания и напитков



worldfood

MOSCOW

Основана в 1992 году

17 - 20 сентября 2012 | Москва • ЦВК «Экспоцентр»

реклама



ВСЕЬ МИР ПИТАНИЯ



Бакалея
Напитки
Чай и Кофе
Консервация
Мясо и птица
Фрукты и овощи
Молочная продукция
Кондитерские изделия
Рыба и морепродукты
Замороженные продукты
Масложировая продукция



По вопросам участия обращайтесь:
+7 (495) 935-7350, 788-5585
worldfood@ite-expo.ru

www.world-food.ru

содержание

	отрасль		10
Вы уникальны? Не льстите себе!			12
	в полях		Первая продажа как первая любовь 14



«Свежесть бывает только одна – первая, она же и последняя. А если осетрина второй свежести, то это означает, что она тухлая!» – говорил один из героев романа «Мастер и Маргарита». Поэтому главный вопрос, который должны решать поставщики рыбной продукции совместно с рестораторами, – вопрос своевременных поставок свежей рыбы.

6

тема номера	По рыбе встречают	6	industry <i>/research</i>	Frozen fish production to slow sharply by 3% in a year	24
отрасль <i>/тенденции</i>	Цены на минтай и сельдь выросли более чем на 20%	10	отрасль <i>/импорт-экспорт</i>	Сырьевой придаток или экономическая стратегия?	29
<i>/стратегии</i>	Вы уникальны? Не льстите себе!	12	производство <i>/упаковка</i>	Последние тенденции в области упаковки для рыбы и морепродуктов	30
<i>/в полях</i>	Первая продажа как первая любовь	14	production <i>/package</i>	Fish and seafood packaging trends	30
<i>/события и факты</i>	Что ждет отечественных рыбопереработчиков	18	<i>/события и факты</i>	Начало сотрудничества	34
	Новости	21		Новости	36
<i>/исследование</i>	Производство мороженой рыбы за год упало на 3%	24			

Ноу-хау технологий переработки ОТ СЫРЬЯ ДО ПРОДУКТА

- **ПЕРЕДОВЫЕ** решения переработки лососевых и донных пород рыб
- **РЕНТАБЕЛЬНЫЕ** трудосберегающие решения переработки тилапии и пангасиуса

Приглашаем Вас познакомиться с новейшими технологиями.
Приходите к нам на стенд № 6227, зал 4

Европейская выставка Переработки Морепродуктов в Брюсселе
24-26 апреля - "Seafood Processing Europe 2012"



www.marel.com/SPE2012

содержание

производство	30
Рыба и дым: друзья или враги?	38
аквакультура	Разведение красной рыбы 52



Королевские креветки, как правило, выращивают искусственно, подкармливая кормами животного происхождения, антибиотиками, чтобы они росли быстрее и не болели.

44

производство <i>/события и факты</i>	Отечественный рынок – магнит для некачественного товара?	37	производство <i>/экспертиза</i>	Как мы искали самые вкусные креветки	44
<i>/оборудование</i>	Рыба и дым: друзья или враги?	38	<i>/тенденции</i>	Мы приняты!	46
	Оборудование для разделки рыбы	40	консалтинг <i>/потребитель</i>	Ключ к сердцу покупателя – удобство, ассортимент и цена	50
<i>/ингредиенты</i>	Консерванты для рыбы и рыбной продукции	42	аквакультура <i>/события и факты</i>	Новости	51
			<i>/тенденции</i>	Разведение красной рыбы	52

рыбная сфера

№2 (05) 2012

Информационное издание по рыбоперерабатывающей индустрии. Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС 77-45775 от 6 июля 2011 года

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

Издатель: ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Заместитель Генерального директора по административным вопросам
Зоя Киселева
z.titova@sfera.fm

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

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Арт-директор:
Павел Хан

ravelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:

Елена Максимова
elena_m83@inbox.ru

Дизайн и верстка:
Анастасия Баршнова

Корректор, литературный редактор:
Анастасия Баева
korrektor@sfera.fm

Иллюстрация на обложке:
Дмитрий Литвин


Перевод:
Бюро Переводов itbFirst

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 3-6 раз в год.

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

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком , публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремумПресс». Подписано в печать: 12.04.12. Тираж: 3000 экз.





Ресторатор рыбака не видит издалека

Потребление россиянами рыбы и морепродуктов, по результатам различных маркетинговых исследований, постепенно увеличивается. Особый интерес вызывают у них рыбные блюда японской и средиземноморской кухни. Поэтому и рыбные заведения общественного питания сегодня составляют немалую долю ресторанного рынка и являются каналом сбыта продукции для малых и средних рыболовных, рыбоводных и рыбоперерабатывающих предприятий.

Работа с сегментом HoReCa для игроков рыбного рынка может быть весьма интересной ввиду сравнительно высокой маржинальности, а также возможности реализовывать достаточно дорогой товар. Однако, для того чтобы взаимодействие рестораторов и поставщиков было продуктивным и приятным для обеих сторон, специалистам рыбной отрасли необходимо соблюдать ряд условий, главное из которых – своевременные поставки качественной продукции. Если вы уверены, что справитесь с этой задачей и у вас есть, что предложить – смело ищите каналы сбыта среди рыбных ресторанов. Вероятность того, что вы их найдете, практически стопроцентная. Дело в том, что даже если то или иное гастрономическое заведение работает на рынке уже давно и, казалось бы, имеет отлаженные отношения с поставщиками, оно, как правило, постоянно обновляет ассортимент и ищет новые виды рыбы, чтобы порадовать своих посетителей. И возможно, именно вы сможете предложить ресторатору то, что ему нужно. К тому же зачастую владельцы кафе и ресторанов недовольны своими поставщиками из-за срыва сроков, и вы со своим предложением появитесь вовремя.

Не стоит ждать, что ресторатор сам придет и предложит вам сотрудничество. Такой расклад, конечно, тоже возможен, но, скорее всего, только в том случае, если вы уже заявите о себе как о поставщике качественной продукции для соответствующего сегмента. Об остальных нюансах взаимодействия предприятий рыбной отрасли с сектором HoReCa и о многом другом читайте в номере.

Редактор журнала «Рыбная сфера»
Елена Максимова



По рыбе

Иллюстрация: Дмитрий Саввин



Автор:
Елена Максимова



↓ Значительной популярностью пользуются заведения со средиземноморской кухней. Их особенность – обилие рыбы и морепродуктов, обитающих в водных ресурсах средиземноморского региона.

Одним из каналов сбыта рыбы для переработчиков являются рыбные рестораны. От того, какого качества рыба будет поставлена им, зависит качество блюда, поданного клиенту. И если клиент окажется недоволен, ресторатор, скорее всего, найдет другого поставщика. О том, как угодить рыбным ресторанам, продукцию какой степени переработки им поставлять и как правильно наладить логистику, расскажем в этой статье.

Также довольно популярны, хотя и в меньшей степени, традиционно русские рыбные рестораны. В их меню входят привычные для наших соотечественников виды рыб: щука, сельдь, треска, сом.

Отдельно стоит упомянуть такой развивающийся формат кафе, как «сам себе шеф-повар». В данном формате уже работают и рыбные рестораны. В таких заведениях на льду выложена рыба и морепродукты, и потребитель сам

ставщики в суши-рестораны отказались работать с продукцией, закупленной в этой стране, и начали все больше рыбы и морепродуктов закупать в Китае, Норвегии, а также у некоторых российских производителей.

Пожалуй, самая популярная рыба для суши – угорь. Он является обитателем проточных озер и рек ближе к Атлантике. В России угорь вылавливают в бассейне Балтики. Существует два вида этой рыбы – речной и морской. Морской угорь менее калориен (около 100 кКал), но содержит большое количество белка. Речной же угорь имеет немного меньше белков, но гораздо калорийнее морского (почти в три раза). Также в морском угре большее содержание йода.

Некоторые рыбоводные хозяйства России еще несколько лет назад начали осваивать искусственное разведение данной рыбы, хотя, по мнению ихтиологов, угорь – очень капризная рыба, так как при своем развитии подвергается сильному видоизменению и, как следствие, требует разных условий для разведения. К тому же личинки ее капризны и очень многие умирают еще на стадии развития в малька.

Также у владельцев суши-ресторанов пользуются популярностью такие виды рыбы и морепродуктов, как тунец, морской окунь, кальмар, осьминог, морской гребешок, мидии, креветки. Причем некоторые из них вылавливаются и на территории России.

Поставщикам и рестораторам не хватает друг друга

О структуре ресторанного рынка и о том, каким образом поставщикам работать с рестораторами, рассказывает **Дмитрий Потепенко, управляющий партнер Management Development Group Inc.**

«Вообще особенность ресторанного рынка в том, что он не консолидирован. Даже сети внутри каждого отдельного ресторана покупают продукцию у разных поставщиков, поэтому нет ничего удивительного, что в разных кафе одной и той же сети суши отличаются по вкусу.

Хорека – очень маленький канал сбыта, поэтому в основном с ней работают представители малого и среднего бизнеса.

Встречают

Чего хотят владельцы рыбных ресторанов от своих поставщиков?

Виды рыбных ресторанов

В России довольно много видов рыбных ресторанов.

Значительной популярностью пользуются заведения со средиземноморской кухней. Их особенность – обилие рыбы и морепродуктов, обитающих в водных ресурсах средиземноморского региона: омары, тигровые креветки, каракатицы, осьминоги, морские гребешки, дорадо, сибас, солнечник и т. д. Однако зачастую в таких ресторанах есть и более традиционные для российских потребителей дары моря, добывающиеся в северных водах, например, форель, семга и камчатский краб.

может выбрать себе не только ингредиенты, но и рецепт для приготовления блюда. Как правило, кухня в таких ресторанах смешанная.

Суши-рестораны и бары, пожалуй, на сегодняшний день являются наиболее популярными среди рыбных гастрономических заведений России. Появляется их все больше, и, следовательно, потребность рынка в сырье для изготовления суши становится все выше.

Уловив эту тенденцию, дистрибьюторы сегодня предлагают изготовителям суши целый комплекс услуг – от оборудования до сырья и ингредиентов.

После того как в Японии случилась экологическая катастрофа, многие по-

У владельцев суши-ресторанов пользуются популярностью такие виды рыбы и морепродуктов, как тунец, морской окунь, кальмар, осьминог, морской гребешок, мидии, креветки. Причем некоторые из них вылавливаются и на территории России.

Если открыть ресторан недалеко от места вылова, то в нем всегда будет исключительно свежая продукция, правда сильно зависящая от фактора сезонности.

Поставщикам и рестораторам не хватает друг друга. Дело в том, что ассортимент для ресторанов нужен большой, а объем поставок – маленький. В некоторых случаях он может составлять не более 10-15 кг в месяц по одной позиции. Рыба – продукция скоропортящаяся, и во многих ресторанах не предусмотрена возможность хранения ее больших запасов. Поэтому рынок сильно зависит от поставок. Поставщики же постоянно срывают сроки, привозят не то и не туда, и их приходится часто менять.

Ошибка поставщиков в том, что они занимаются комплектацией, не думая о логистике и не зная основных логистических схем. Для производителей, которые реализуют маленькие объемы, идеально подошли бы 3PL и 4PL-операторы, логистические хабы.

Навести порядок в отрасли могли бы логистические операторы, отраслевые ассоциации, как это сделано в Европе.

По ассортиментным предпочтениям что-то сказать сложно, так как у каждого ресторатора они свои, как и предпочтения по степени разделки: кто-то вытирает непотрошеную рыбу, кто-то – стейки. Чем меньше шеф-повар готов тратить времени на приготовления блюда, тем более глубокой переработки рыба заказывается у поставщика».

Возможные варианты

«Свежесть бывает только одна – первая, она же и последняя. А если осетрина второй свежести, то это означает, что она тухлая!», – говорил один из героев романа «Мастер и Маргарита». Поэтому главный вопрос, который должны решать поставщики рыбной продукции совместно с рестораторами, – вопрос своевременных поставок свежей рыбы. И решают его по-разному. Некоторые рыболовные предприятия создают собственные рыбные рестораны и кафе, другие производители рыбной продукции содержат свой логистический парк, третьи пользуются услугами сторонних логистических компаний, четвертые работают с 3PL- и 4PL-операторами. Есть и такие поставщики, которые предлагают рестораторам самим вывезти продукцию с их склада. Рассмотрим каждый из вариантов более подробно.

Собственная логистика

В случае если производитель может содержать собственные склады, грузовые парк и системы планирования маршрутов, для него решается главная проблема: он перестает от кого-либо зависеть и может в короткие сроки организовать поставку. Однако, как показывает практика, только единицам крупных компаний удастся грамотно наладить систему логистики. Дело в том, что логистические услуги сами по себе – отдельный вид бизнеса, которым должны заниматься профессионалы.

Аутсорсинг

Сегодня производители все чаще передают часть функций своих логистических подразделений сторонним компаниям. Именно способность обеспечить выполнение той или иной функции и стала основным классифицирующим элементом компаний, которые выступают как логистические посредники (PL-операторы).



Посетители не должны долго ждать свои блюда, а для этого необходима продуманная планировка кухни. Во всем этом могут помочь специалисты, коими, кстати, как правило, не являются обычные дизайнеры интерьера.

В настоящий момент принята следующая классификация:

- First Party Logistics (1PL) – это автономная логистика, все операции выполняет сам грузовладелец;
- Second Party Logistics (2PL) предполагает, что компания оказывает традиционные услуги по транспортировке и управлению складскими помещениями;
- Third Party Logistics (3PL) выходит за пределы простой транспортировки

товаров. Например, в перечень услуг 3PL-оператора входят складирование, перегрузка, дополнительные услуги со значительной добавленной стоимостью, а также использование субподрядчиков;

- Fourth Party Logistics (4PL) – это интеграция всех компаний, вовлеченных в цепь поставки грузов. 4PL-провайдер уже сам решает задачи, связанные с планированием, управлением и контролем всех логистических процессов компании-клиента с учетом долгосрочных стратегических целей.

Уровень сервиса и, как следствие, структура организации для классов 1PL и 2PL достаточно традиционны для нашей страны. А вот 3PL- и 4PL-операторы – явление относительно новое в России. Именно сотрудничество с ними может позволить поставщикам думать только о производстве, а не решать логистические проблемы.

Типовая информационная структура компании 3PL-оператора представляет собой информационное пространство, объединяющее следующие программные комплексы:

– Система центрального офиса компании, к задачам которой в большинстве случаев относятся:

- учет товарных запасов компании (запасов клиентов компании-посредника) на всех складах оператора, включая такие виртуальные склады, как «Товары в пути» и «Таможенные терминалы»;
- управление транспортными единицами компании, включая возможности консолидировать грузы, определять оптимальные маршруты поставки и отслеживать перемещение транспорта по контрольным точкам;
- планирование стоимости поставок;
- учет затрат на различных этапах цепочки поставок;
- сбор данных по операциям, выполняемым над грузом поклажедателя;
- ведение договоров и тарифных планов, расчет стоимости оказанных услуг;
- ведение нормативных справочников и формирование сопроводительной документации;
- обмен данными с системами клиентов компании, включающий в себя

↓ *Главный вопрос, который должны решать поставщики рыбной продукции совместно с рестораторами, – вопрос своевременных поставок свежей продукции.*

обмен справочниками контрагентов и номенклатуры, обмен управляющими заявками и откликами по результатам их выполнения, синхронизацию остатков и сверку реестров обработанных документов;

- обмен данными с системами складов компании;
- бухгалтерский учет в компании, включая расчет заработной платы сотрудников.

– Система управления складом, поддерживающая:

- технологию адресного склада;
- автоматизированное управление процессами приемки, складской обработки (включая процессы инвентаризации), отгрузки;
- штриховое кодирование;
- раздельный учет товаров для различных клиентов, включая нормативные требования к данному виду хранения;
- сбор данных по выполняемым складским операциям.

– Система автоматической доставки электронных документов, обеспечивающая:

- высокую надежность и безопасность транспорта пакетов документов;
- 100%-й контроль статуса передаваемых пакетов.
- 4PL-оператор отличается от своего предшественника появлением в рамках компании-оператора следующих организационных структур:
- подразделение по управлению запасами, к функциям которого относится планирование закупок партий товара на основании данных от клиента. В ряде случаев подразделение должно отслеживать уровень потребления товара через торговые точки клиента;
- отдел закупок – задачей подразделения является полный спектр взаимоотношений с поставщиками продукции клиента, включая договорные отношения. К задачам отдела можно отнести решение вопросов, связанных с сертификацией продукции и таможенному оформлению последней;
- группа бренд-менеджеров, в задачи которых входит контроль и, в случае необходимости, коррекция прогнозов поведения той или иной товарной позиции.

Основная принципиальная особенность – наличие и использование компанией-оператором функциональности «Сводное планирование» ERP-систем, что позволяет в автоматическом режиме рассчитывать потребность в товарных запасах торговых точек компании-клиента. В отличие от традиционных для 3PL улучшений, относящихся к отдельным звеньям логистической цепи, 4PL-подход призван оптимизировать логистическую цепь в целом.

Таким образом, 4PL-провайдер представляет собой сочетание стратегического и оперативного управления, то есть функций консалтинговой компании, область экспертизы которой в первую очередь относится к бизнес-консалтингу, и 3PL-оператора.

Сам себе поставщик

Почему бы, работая со свежемороженой рыбой, не открыть собственный рыбный ресторан? Таким принципом руководствуются некоторые компании, занимающиеся выловом и разведением



вашим коньком должна быть кухня: необходимо найти хорошего шеф-повара, который сможет приготовить из любой рыбы кулинарный шедевр.

рыбы, а также прибрежной переработкой. И их логика вполне понятна. Если открыть ресторан недалеко от места вылова, то в нем всегда будет исключительно свежая продукция, правда сильно зависящая от фактора сезонности. Однако прежде чем решиться идти по такому пути, необходимо понять основные принципы ведения ресторанного бизнеса.

В первую очередь, нужно грамотно выбрать место с высокой проходимостью, тогда в любом случае в ваше за-

ведение всегда будет стекаться народ. А вот придет ли он к вам в следующий раз, зависит уже от других факторов.

Очень важно, чтобы потребитель в вашем ресторане чувствовал себя комфортно. Для этого необходима грамотная планировка: расстановка мебели, навигация и т. д. А интерьер уже вторичен. Кроме того, посетители не должны долго ждать свои блюда, а для этого необходима продуманная планировка кухни. Во всем этом могут помочь специалисты, коими, кстати, как правило, не являются обычные дизайнеры интерьера.

И, конечно, вашим коньком должна быть кухня: необходимо найти хорошего шеф-повара, который сможет приготовить из любой рыбы кулинарный шедевр. Кстати, заметила такую тенденцию: именно в рыбные рестораны во многих случаях приглашают европейских поваров.

Что и как продавать

Постоянное появление новых рыбных ресторанов различного формата требует и постоянного поиска новых поставщиков. Как правило, рестораторы и поставщики находят друг друга на различных отраслевых интернет-форумах или же специализированных выставках. Хотя и телефонные продажи тоже принесут свой результат: а вдруг вы позвоните предполагаемому клиенту именно тогда, когда его партнер сильно задерживает поставку, и предложите именно то, что нужно?

Скорее всего, клиент оценит, если у поставщика будет максимально большой ассортимент подходящей его ресторану продукции. Поэтому необходимо следить за тем, какие виды рыбных блюд предлагают рестораны, какая рыба нужна для их приготовления и с сырьем какой степени переработки работают повара.

И, конечно, необходимо быть уверенными в качестве продукции, которую вы предлагаете, и в том, что вы сможете вовремя ее поставить. Только так вы сможете установить долгие партнерские отношения со своими клиентами и не попадете в «черный список поставщиков», которые, как правило, есть на каждом специализированном форуме. **PS**

Автор:



Анна Евангелеева,
аналитик Fishretail.ru
e-mail: a.evangeleeva@gmail.com

Цены на минтай и сельдь выросли более чем на 20%

Общий объем вылова рыбы и морепродуктов в исключительной экономической зоне (ИЭЗ) по итогам первых двух месяцев 2012 года составил 731,8 тыс. тонн, что на 6% выше, чем за аналогичный период прошлого года.

Основу вылова составляет минтай – его доля в общем объеме добычи 2012 года равна 63%, или 464 тыс. тонн. Несмотря на то что сельди выловили значительно меньше – 78,8 тыс. тонн, рост показателя относительно 2011 года значительно выше и составляет 47%. На третьем месте расположилась треска, объем ее вылова в январе-феврале 2012 года составляет 77,0 тыс. тонн, что выше уровня прошлого года на 16%. В целом по большей части позиций динамика положительная. Снижение вылова отмечено в отношении пикши – на 3%, до отметки 23,7 тыс. тонн, мойвы – на 25%, до 43,0 тыс. тонн, и шпрот – на 13%, до 4,8 тыс. тонн.

Основная добыча рыбы и морепродуктов ведется в Охотском мо-

ре – 69%, или 503,7 тыс. тонн от суммарного вылова по итогам 2-х месяцев 2012 года. По сравнению с прошлогодним аналогичным показателем текущий выше на 4%. На долю Баренцева и Белого морей приходится 18%, или 135,0 тыс. тонн. Здесь от-

Курил – в 2,4 раза больше. Положительная динамика в Беринговом море составила 24%, Балтийском море – 12%, Азовском и Черном морях – 8%.

В общей сложности по итогам десяти недель 2012 года вылов водных биоресурсов российскими рыбохо-

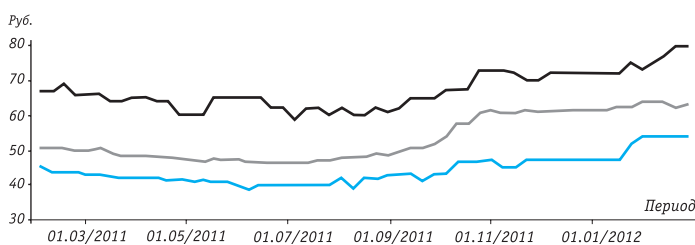
«В общей сложности по итогам десяти недель 2012 года вылов водных биоресурсов российскими рыбохозяйственными организациями составил 955 тыс. тонн, что на 43,3 тыс. тонн, или на 4,7%, больше уровня прошлого года».

носительно прошлого года, напротив, наблюдается снижение показателя на 4%. Также отрицательная динамика отмечена в Японском море – на 9% (до 5,3 тыс. тонн) и Каспийском море – на 5% (0,3 тыс. тонн). Максимальный темп прироста зафиксирован в отношении Северных и Южных

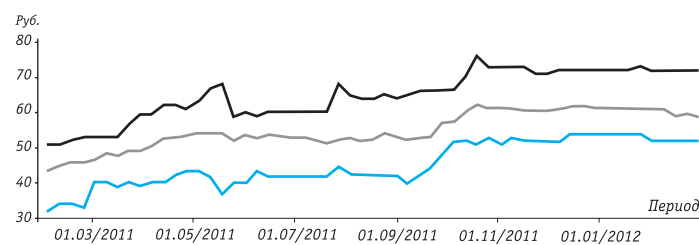
зяйственными организациями составил 955 тыс. тонн, что на 43,3 тыс. тонн, или на 4,7%, больше уровня прошлого года (по данным центра общественных связей Федерального агентства по рыболовству). В Дальневосточном бассейне общий вылов водных биоресурсов составляет 703,6 тыс. тонн.

Динамика оптовых цен на минтай и сельдь в Москве по данным портала Fishretail.ru с 10 недели 2011 года по 10 неделю 2012 года, руб./кг

Рыба, минтай бг (Москва)



Рыба, сельдь (тушка 300-350+) (Москва)



что больше на 40,8 тыс. тонн уровня прошлого года. На промысле минтая вылов составляет 576 тыс. тонн, что превышает показатель 2011 года на 12,5 тыс. тонн.

К концу десятой недели текущего года по информации координационной группы по оперативному регулированию промысла минтая и других объектов рыболовства в Охотском море вылов минтая составил 512,2 тыс. тонн, сельди – 78,7 тыс. тонн. В районе промысла работают 148 единиц добывающего флота, из них 120 единиц крупнотоннажного флота. Среднесуточный вылов минтая по всей экспедиции составляет 9,5-11,5 тыс. тонн. За прошедшую неделю было добыто более 70 тыс. тонн минтая. В настоящее время основная масса флота работает в Западно-Камчатской подзоне. Однако в связи с ухудшающейся ледовой

обстановкой суда начинают смещаться южнее. Промысел сельди практически завершён из-за неблагоприятной ледовой обстановки в районе промысла. Добывающий флот практически полностью перешел на промысел минтая.

По данным портала Fishretail.ru, на десятой неделе 2012 года в Москве и Санкт-Петербурге отмечено снижение оптовых цен на горбушу, минтай и сельдь. В Москве наиболее заметное снижение зафиксировано в отношении минтая бг – на 3%, до 61,4 руб./кг. Горбуша сг и сельдь (тушка 300-350+) подешевели на 1%, до 77,16 руб./кг и 58,3 руб./кг соответственно. Также на 1% снизился уровень цен на окуня бг (калибр 200-500+) до 181,4 руб./кг. Максимальный рост цены зафиксирован в отношении тушки кальмара – на 2% за неделю (до 134,3 руб./кг). Треска бг подорожала на 1%, до 96,4 руб./

кг. Тушка хека подорожала на 0,4%, сайда бг – на 0,2%.

В Санкт-Петербурге горбуша подешевела на 3% – до отметки 75,04 руб./кг. Оптовая цена на сельдь (тушка 300-350+) снизилась на 1%, до 54,9 руб./кг. Минтай подешевел на 0,4% – до 64,3 руб./кг. Также отрицательная динамика отмечена в отношении трески бг – на 2%, до 100,6 руб./кг. Максимальный положительный прирост отмечен по тушке кальмара – на 1%, до 137,8 руб./кг. Окунь бг (калибр 200-500+), сайда бг и тушка хека остались практически на прежнем уровне – рост по данным позициям составил всего 0,1%.

В Москве за год минтай бг и сельдь (тушка 300-350+) подорожали на 21%. В Северной столице за год оптовая цена на минтай бг выросла на 26%, сельдь (тушка 300-350+) – на 23%. **РБ**

Таблица 1. Объем вылова рыбы и морепродуктов в ИЭЗ в разрезе наиболее объемных позиций по итогам января-февраля 2012 года, тонн

	Январь-февраль 2012 г., тонн	Январь-февраль 2011 г., тонн	Прирост за год, %	Доля по итогам февраля 2012 г., %
минтай	464 053	446 269	4	63
сельдь	78 762	53 542	47	11
треска	77 033	66 286	16	11
мойва	43 035	57 514	-25	6
пикша	23 684	24 359	-3	3
навага	9558	8195	17	1
камбала	8159	6783	20	1
хамса	5557	4826	15	1
шпрот	4786	5488	-13	1
крабы	3694	3332	11	1
креветки	2368	1845	28	0,3
палтус	1807	1448	25	0,2
окунеобразные	1682	1346	25	0,2
ежи морские	1406	1309	7	0,2
макрурус	1368	610	124	0,2
другие	4850	4683	4	1
Итого	731 801	687 835	6	-

Таблица 2. Объем вылова рыбы и морепродуктов в ИЭЗ в разрезе морей по итогам января-февраля 2012 года, тонн

	Январь-февраль 2012 г., тыс. тонн	Январь-февраль 2011 г., тыс. тонн	Прирост за год, %	Доля по итогам 2012 г., %
Охотское море	503,7	485,1	4	69
Баренцево и Белое моря	135,0	140,7	-4	18
Северные и Южные Курилы	41,9	17,7	137	6
Берингово море	32,1	25,9	24	4
Балтийское море	7,8	6,9	12	1
Азовское и Черное моря	5,8	5,4	8	1
Японское море	5,3	5,9	-9	1
Каспийское море	0,2	0,3	-5	0,03

Гость:



Дмитрий Потапенко,
управляющий партнер
Management Development
Group Inc. (в активе три
производственные площадки
в России, ресторанные
и розничные сети)

Беседовала:



**Елена
Максимова**

Вы уникальны? Не льстите себе!

«Тот, кто хочет видеть результаты своего труда немедленно, должен идти в сапожники», - сказал когда-то Альберт Эйнштейн. Производитель же продуктов питания о результатах своей работы может судить лишь тогда, когда подсчитывает прибыль с продаж, - уверен управляющий партнер Management Development Group Inc. Дмитрий Потапенко.

– Дмитрий, Вы часто критикуете отечественных производителей. За что?

– Начнем с того, что ни в одной стране с развитой экономикой не существует такого понятия, как «отечественный производитель». Как можно изготавливать отечественный продукт, используя датские, финские или норвежские корма, французское оборудование и таджикскую рабочую силу?

Еще более нелепым мне кажется, когда отечественными производителями или просто производителями себя называют люди, которые закупают продукцию за рубежом, переупаковывают ее и пытаются выводить на рынок, как правило, через сеть. И удивляются тому, что ритейлеры им отказывают. Таких людей нельзя назвать не то что производителями, но даже предпринимателями.

Вообще позиционирование компанией себя как отечественного производителя напоминает мне разговор дворовых парней, которые при встрече спрашивают друг друга: «А ты, пацан, с какого района?» И пока в бизнесе такой уровень отношений, экономика России бу-

дет на крайне низком уровне, а производители не будут получать прибыль.

– Является ли залогом успеха создание уникального продукта, благодаря которому можно занять собственную нишу на рынке?

– С давних времен на мировом рынке нет уникального товара. Продукты разных изготовителей одной и той же товарной категории ничем не отличаются друг от друга.

Это подтверждено экспериментально: ни один производитель в «слепом» тесте не может отличить свой товар от продукции конкурентов. Поэтому когда изготовители, пытаясь войти в сеть, начинают рассказывать закупщику об уникальности своего продукта, они делают огромную ошибку. Такая самореклама только раздражает байера.

– Если все производители предлагают одно и то же, почему тогда одни в сети, а другие – нет?

– Все отличие в стратегии и системе продвижения.

– Если говорить о маркетинге, то с брендами все понятно – они сами себя продают. А каким образом продвигать небрендируемую продукцию? Ведь ее доля на рынке тоже немалая.

– С брендами ничего не понятно. И не так очевидно, как вы думаете. Бренд – это как раз и есть Система. А название – лишь крошечная ее часть. Если же продукт небрендируемый – значит, аукционный и продавать его нужно по минимально низкой цене. Не хочешь потратиться на создание торговой марки – умей работать с издержками.

– Производители очень часто говорят о проблемах взаимодействия с сетевой розницей. Сталкивались ли Вы когда-либо с такой проблемой?

– Многие ругают ритейл, но при этом каждый стремится попасть на полку. Само по себе это не логично. Ругаешь – не лезь! У меня как у производителя нет проблемы взаимодействия с ритейлом. Мы понимаем, что сети – это отлаженный конвейер, благодаря которому можно иметь высокий объем продаж. Значит, продавать товар через сеть реально выгодно. Да, в сети зарабатывать мало, но зато не думаешь о том, что делать с ассортиментом, как его продать. Кроме того, у ритейлеров нет праздников и выходных, а это значит, что ваша продукция продается, даже когда вы отдыхаете. 90% наших производителей продуктов питания не хотят этого понять, а значит, они не имеют права даже подходить к сети. Оставшиеся 10% – крупные транснациональные компании и очень редко предприятия с западным и «околозападным» менеджментом – без проблем попадают на полку.

– А как быть тем, кто не в сети? Возможно ли успешное продвижение продукции не через ритейл?

– Ритейл не является единственным каналом сбыта. Есть мелкорозничные магазины, собственная дистрибуция. В Москве зарегистрировано 19 тысяч предприятий стационарной и 13 тысяч нестационарной розничной торговли. И всего 750 сетевых объектов. Поэтому для меня странно рассуждения моих коллег о засилье сетей и о том, что ритейлеры «давят» на производителя, не давая ему зарабатывать.

Кстати, некоторые госчиновники, чтобы спасти свою репутацию, специально настраивают производителей против ритейлеров. Например, се-

годня много говорится о том, что сети продают только норвежскую семгу, а российскую рыбу на полку не берут. Раньше наша семга в Москве продавалась в рыбных палатках, так как объем ее вылова не настолько велик, чтобы охватить сети. Сейчас семга отечественного происхождения исчезла с рынка Москвы не потому, что ее не могут выловить и довести до мест продаж, а потому, что мелкорозничная торговля в Москве раздавлена. Руководство отрасли закрыло 4,5 тысяч палаток, пообещав взамен открыть сеть магазинов «Океан». И открыло. Один магазин. И то он был закрыт по причине срыва поставок от производителя – выполнение заказа этой торговой точки было всего 50%. Крайний здесь – не производитель, а тот, кто руководит отраслью.

– Если не сети, то кто мешает зарабатывать изготовителям продуктов питания?

– Разговоры производителей о том, что кто-то мешает им зарабатывать – всего лишь лживая риторика, подменяющая собственное неумение строить товаропроводящие цепочки и сбыт. С участием или без участия сетей.

Главный враг – собственное отражение в зеркале: никто человеку не мешает заниматься бизнесом, кроме него самого. К сожалению, предпринимательское сознание в России на сегодняшний день находится на уровне махрового и воинствующего невежества и лени.

Например, большинство производителей, призывая покупателя приобрести их товар, говорят о том, что их изделия качественнее, чем продукция конкурентов. Это мерзко! Мерзко говорить за спиной своих конкурентов о том, в чем сам не разбираешься.

Надо учиться работать честно в интересах покупателя.

И еще один момент. Производство будет приносить прибыль только тогда, когда товар будет продаваться. Производство без продаж не существует, а вот продажи без производства – нормальное явление.

Создание товаропроводящей цепочки – самый сложный процесс, и производители во всех странах мира это понимают.

– А российские производители этого не понимают?

– Дело в том, что многие наши соотечественники руководствуются

«совковой» логикой: раз мы что-то произвели – у нас это что-то обязаны купить. Но почему потребители обязаны платить за то, что они не хотят покупать?

И такое мышление будет до тех пор, пока состояние российской экономики будет оцениваться с точки зрения увеличения или спада объемов производства чего-либо.

Результат работы производителя должен оцениваться не количеством его производственных мощностей, которых, кстати, в мире в 150 раз больше, чем необходимо, а объемом

и спокойно работать дальше. Возможно, положительные примеры и есть, но мне за последние 5 лет не удалось встретить ни одного предпринимателя, даже в сельскохозяйственной отрасли, которому государство бы реально помогло. Уверен, без господдержки нам всем станет проще: лишь бы не мешали.

Чиновники же постоянно вмешиваются в бизнес, уверяя нас, что это делается во благо. Сейчас все чаще говорится об ограничении наценок и регулировании цен. Для меня такой подход непонятен, уже есть результат на



ПРЯМАЯ
РЕЧЬ



**Дмитрий
Потапенко:**

«Разговоры производителей о том, что кто-то мешает им зарабатывать – всего лишь лживая риторика, подменяющая собственное неумение строить товаропроводящие цепочки и сбыт. С участием или без участия сетей.»

розничных продаж, как это делается во всей Европе. Ни расширение производства, ни книги, ни бизнес-тренинги не помогут стать успешным изготовителю, который не знает, что будет пользоваться спросом на рынке, а что – нет.

– А господдержка бизнеса – это миф или реальность?

– Это возможность для политиков сделать себе пиар, показать себя в выгодном свете. У меня есть приятель, успешный сельхозпроизводитель. В среднем ежемесячный оборот его компании составляет около 70 млн рублей. Он попал в программу по господдержке. Ему дали 800 тысяч рублей, причем за эти деньги компанию столько раз проверяли, что у них было единственное желание: отказаться от помощи государства

фармрынке: исчезли дешевые лекарства и закрылись мелкие аптеки.

– То есть на российском рынке, по Вашему, в принципе невозможно работать?

– Нет, работать на нем можно. За счет того, что он неразвит, бизнесу есть куда развиваться.

– Что бы Вы посоветовали предпринимателям?

– В первую очередь рассчитывать только на себя. Хожение по кабинетам в поисках чиновничьей поддержки приведет к противоположному результату. Необходимо думать, анализировать и... дружить с конкурентами. Становитесь партнерами, ведь можно, например, производить разную продукцию, но совместно организовывать логистику. Тогда и вы, и ваш конкурент останетесь в выигрыше. **РБ**



Гость:
Сергей Кузнецов,
начальник отдела страхования
мультимодальных перевозок
ОАО «Страховая группа
«МЕЖРЕГИОНГАРАНТ»

Беседовала:
**Елена
Максимова**

Сергей Кузнецов: Первая продажа как первая любовь



Фамилия, Имя, Отчество:
Кузнецов Сергей Викторович

Компания, должность:
ОАО «Страховая группа
«МЕЖРЕГИОНГАРАНТ»,
начальник отдела страхования
мультимодальных перевозок

Место рождения:
Московская область

Дата рождения:
19 апреля 1982 года

Работает в продажах:
с 2004 года

Места, где побывал в командировках:
не ездю в командировки, был один раз
в 2008 году в Новосибирске. В основном
работаю в черте города Москвы,
с регионами контактирую по «электронке»,
телефону и посредством других средств
связи. Личный контакт с такими клиентами
обязательно происходит в Москве,
в частности на профильных выставках

Семейное положение:
женат, двое детей

Как Вы начинали свою карьеру?

– Карьеру страховщика начал в ОСаО «Россия» в 2004 году специалистом отдела корпоративного страхования. В 2008 году начал профильно заниматься страхованием грузов в ОСаО «Ингосстрах». В 2009 году возглавил отдел страхования мультимодальных перевозок и андеррайтинга в ОАО «Страховая группа «МЕЖРЕГИОНГАРАНТ».

Расскажите о первой значимой для Вас продаже. Как она повлияла на Вашу карьеру?

– Первая значимая продажа была как раз «грузовая». Думаю, что она и определила дальнейший путь в продажах. Почти как первая любовь.

Какую профессию Вам пророчили в детстве родные?

– Адвоката или юриста. Тогда было модно быть юристом или экономистом, все зависело от склада ума. Первые – гуманитарии, вторые – математики/технари.

Я всегда тяготел к гуманитарным наукам. Так что поступил на юридический факультет. И теперь имею гражданско-правовую специальность.

Каковы, на Ваш взгляд, главные качества хорошего продажника?

– Меньше говорить и больше слушать. Правильно задавать вопросы.

Всеми ли из них Вы обладали «от природы» или чему-то пришлось учиться?

– Природа наградила меня любовью к коммуникациям с незнакомыми мне людьми. С целью получения выгоды, конечно. Учиться приходится регулярно, сейчас меньше. Больше тренируюсь, чтобы не потерять сноровку.

Каким образом?

– Посещаю тренинги, читаю, ну и, конечно, практика, практика, практика... Чем больше продаешь, тем лучше получается проводить каждую новую сделку.

Для продажника очень важно умение убеждать. У Вас это качество врожденное или приобретенное?

– Человека застенчивого от природы достаточно тяжело заставить кого-то в чем-то убеждать. Это должно быть заложено. Совсем другое дело – как ты убеждаешь. Вот этому действительно необходимо учиться. Иначе продажа превращается в навязывание и «впаривание» услуги или товара.

Для того чтобы понять, как вести переговоры с новым собеседником, мне достаточно одной минуты общения.

Нередко «рядовые» клиенты переходят в разряд важных партнеров, причем порой и стратегически важных. Поэтому подход ко всем один.



Расскажите, как умение убеждать помогает Вам в жизни?

– В большинстве своем очень помогает. Но иногда и мешает, особенно в семье.

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

– Для того чтобы понять, как вести переговоры с новым собеседником, достаточно одной минуты общения. Для более серьезных отношений времени нужно гораздо больше. Иногда в процессе работы с клиентом проявляются такие его стороны, о которых ты и не подозревал.

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

– Обычно такая модель поведения свойственна клиентам, которые имеют негативный опыт общения со страховщиками. В этой ситуации очень важно выяснить, что именно его беспокоит, и объяснить, что ты не имеешь никакого отношения к тому, что среди твоих конкурентов есть и недобросовестные.

Общаясь с клиентом, Вы обращаете внимание на его возраст?

– Конечно, это естественно и необходимо. Исключение составляют случаи, ког-

да клиент сам просит не обращать на это внимание. Но в моей практике это встречается редко.

Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола?

– Как и все, не чуждое человеку, – конечно.

Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?

– В страховании грузов такие «коварные» и изощренные способы ведения переговоров – лишнее. Сделку со своей совестью вы осуществите точно.

Вы делите Ваших клиентов на прошлых или важных?

– Для себя – да, чисто по формальным признакам. Сами клиенты этого, конечно, не видят, отношение ко всем абсолютно одинаковое.

Различается ли Ваш подход на переговорах к vip-партнерам и к «рядовым» клиентам?

– Нередко «рядовые» клиенты переходят в разряд важных партнеров, причем порой и стратегически важных. Поэтому подход ко всем один. Другой вопрос, что vip-компания сами требуют к себе несколько иного отношения. В этих случаях играем по их правилам: для нас это несложно.

Какие ошибки допускают неопытные продавцы наиболее часто?

– Форсируют события, много говорят и мало слушают.

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

– Рынок грузоперевозок достаточно переплетенный. Его трудно поделить на регионы. Грузы едут отовсюду в разные части нашей страны и мира. Если специалист задействован в логистическом бизнесе как непосредственный его участник, его менталитет мало чем отличается от остальных участников данного процесса. Когда речь идет о страховании имущества в регионе, это другое дело. Там некоторые особенности менталитета лиц, отвечающих за страхование, могут красной нитью проходить через все общение. Люди находятся в какой-то степени в изолированном состоянии, и то, что им кажется нормой, не всегда является таковой для партнеров по общению. Причем данный принцип действует в обе стороны.

Иногда с потенциальными партнерами можно познакомиться не только в деловой поездке, но и в других местах, например, на отдыхе. Были ли у Вас такие ситуации?

– Неоднократно. Наша компания имеет добрую традицию организовывать развлекательные мероприятия для существующих и потенциальных клиентов. Иногда наши клиенты приходят туда со своими партнерами по бизнесу. Собственно говоря, так и происходит знакомство. За чашкой кофе или бокалом вина, в непринужденной атмосфере стороны очень быстро понимают, чем они могут быть полезны друг другу.

Есть ли у Вас талисман?

– Нет, я не люблю такие вещи. Меня останавливает то, что талисман может быть утерян, если, конечно, это не татуировка и не имплант под кожу.

Расскажите о самой необычной ситуации подписания договора в Вашей практике.

– Лет пять назад я вел переговоры с клиентом. После очередного этапа я пообещал отправить официальное коммерческое предложение, но в силу каких-то обстоятельств забыл. Спустя неделю я, как это водится, ночью, отходя ко сну, в пятницу вспомнил об этом. Естественно, позвонил в понедельник и спросил, удалось ли изучить предложение. В голове готовил



Предпочитаю классические «цивилизованные» переговоры без отклонений в сторону «экстрима».



День «в поле»

На переговоры я обязательно беру с собой блокнот, ручку и голову.

Находясь в пути, я слушаю музыку, читаю или смотрю в окно, о предстоящей встрече стараюсь не думать. Эта привычка сформировалась еще в детстве: мой учитель музыки не разрешал играть перед экзаменом.

Собираясь на переговоры, я готовлюсь к общению, изучаю данные о компании.

Если я опаздываю на встречу, звоню и предупреждаю.

Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу, жду некоторое время, затем звоню для подтверждения встречи.

Как правило, я могу определить, готов ли человек заключить контракт, на 15-й минуте общения по следующим признакам: получение согласия, обсуждение техники работы.

Хотя не всегда получается так, как кажется на переговорах.

После подписания договора начинается новый этап работы с клиентом, менее сложный, но не менее интересный.

пути отступления типа «письмо зависло на сервере» и т. д. В общем, достаточно сильно переживал. Но клиент ответил, что письмо получил, рассмотрел и готов подписать договор. Не дожидаясь очередных сюрпризов, я подъехал с проектом договора, мы все согласовали и подписали. После этого несколько лет сотрудничали, не вспоминая об этом. Я не решился признаться в «проколе» ему, а он – мне.

Можно ли назвать Вас любителем «экстремальных» переговоров?

– Предпочитаю классические «цивилизованные» переговоры без отклонений в сторону «экстрима».

Сколько длились Ваши самые «тяжелые» переговоры?

– Не более трех часов.

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

– С друзьями мы говорим на отвлеченные темы, так как работаем в сферах бизнеса, абсолютно не связанных друг с другом. В семье я считаю разговоры о работе допустимыми и вполне оправданными, если это интересно моему собеседнику. Все-таки я не агент внешней разведки, к тому же такое общение позволяет взглянуть на некоторые вещи с другого угла.

Вам легко удается отключаться от работы?

– Думаю, что да. По крайней мере, в 99% случаев у меня это получается.

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

– Я чувствую себя одинаково комфортно и в офисе, и «в поле», если четко уверен в том, что я занимаюсь «правильным» делом.

К своим сотрудникам Вы предъявляете высокие требования? Какие?

– Я требую от них исполнять то, что находится в их компетенции и входит в круг обязанностей.

Как Вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?

– Здесь все предельно просто: материальная и нематериальная мотивация.

Вы любите смотреть фильмы с сюжетами о бизнесе? Назовите фильм, который Вы показали бы своему отделу продаж.

– Люблю, это позволяет не чувствовать себя сумасшедшим. Просто в такие моменты ты видишь, что какие-то психологиче-

ские «заморочки» свойственны не только тебе, но и другим таким же фанатам своего дела. Почему-то на ум приходят такие фильмы, как «Форест Гамп», «Бойлерная» и «Красота по-американски». Все они ярко показывают возможности и сущность человека. На мой взгляд, это все на 100% необходимо продавцу в его работе.

А на книги время остается?

– Больше слушаю музыку, от букв устаю и на работе.

Какая книга, по-Вашему, является энциклопедией продаж?

– Таких много, для меня нет лучшей. Каждый ищет что-то свое, то, что «зацепит» его больше других и покажет, как надо продавать.

Если бы у Вас были неограниченные ресурсы, что бы Вы подарили своему клиенту на юбилей?

Вероятно, что-то такое, что не позволит ему забыть обо мне еще лет десять. **PS**

www.pir.ru

25–28 СЕНТЯБРЯ
МОСКВА, «КРОКУС ЭКСПО»

ВЫСТАВКА

ПИР

15 лет



„ Благодарим вас за то, что мы с вами “

Елена и Иван Меркуловы



Генеральный
партнер выставки



Официальный технический
партнер выставки



Официальный партнер
по посуде выставки



Технический партнер выставки
по инвентарю



Технический
партнер выставки



Технический
партнер выставки



Технический
партнер выставки



Генеральный партнер форума
«Итальянская кухня»



Официальный партнер форума
«Итальянская кухня»



Генеральный
информационный партнер



Генеральный
интернет-партнер



Официальный
интернет-партнер

Подготовила:



Елена Максимова

Что ждет отечественных рыбопереработчиков

Первого февраля состоялась I Всероссийская конференция рыбоперерабатывающих предприятий, организованная Рыбным союзом.



Участники мероприятия обсуждали такие актуальные вопросы, как качество продукции, вопросы импортозамещения, новые возможности реализации продукции на внешнем и внутреннем рынках, взаимодействие производителей и ритейла и других каналов розницы.

Задачи отрасли

Предприятия рыбоперерабатывающей отрасли и предприятия аквакуль-

туры на сегодняшний день являются ключевыми сегментами рыбохозяйственного комплекса. Прямым подтверждением этому стал высокий интерес со стороны представителей ведущих рыбоперерабатывающих компаний, специалистов федеральных органов власти, ученых и экологов – в общей сложности конференцию посетил около 150 человек.

В своих выступлениях **заместитель главы Росрыболовства Василий Со-**

колов, председатель Рыбного союза Юрий Алашеев и член совета Рыбного союза Дмитрий Денежкин отметили, что предприятия рыбоперерабатывающей отрасли и аквакультуры на сегодняшний день являются ключевыми сегментами рыбохозяйственного комплекса и играют важную роль в обеспечении потребителей качественной и разнообразной рыбной продукцией.

При этом перед рыбоперерабатывающими компаниями и предприятиями аквакультуры стоят такие экономические задачи, как: кратное увеличение валового отраслевого продукта, создание новых рабочих мест для высококвалифицированных специалистов, развитие удаленных территорий, повышение производительности труда, формирование спроса на научные исследования и инновационные разработки.

Именно рыбопереработка и аквакультура должны стать основными драйверами «новой индустриализации», позволяющими создать фундамент для «новой экономики» России.

Председатель правления «Руспродсоюза» Максим Протасов и исполнительный директор Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ) Илья Белоновский в своих выступлениях говорили о необходимости взаимодействия рыбопереработчиков с другими отраслями пищевой промышленности и предприятиями розничной торговли, а также о важности повышения качества снабжения потребителей продуктами питания и проведения согласованной политики с участниками всей товаропроводящей цепочки. Для координации усилий делегаты конференции приняли решение в рамках Рыбного союза представлять интересы рыбоперерабатывающей отрасли на площадке межотраслевого экспертного совета по развитию потребительского рынка.

Производитель должен быть добросовестным

Особенно актуальной задачей для всех производителей и поставщиков продуктов питания населению является изготовление качественной продукции. Проблеме качества была посвящена значительная часть конференции. В частности, в рамках данной темы рассматривался проект по выработке и внедрению кодекса добросовестных практик взаимодействия предприятий розничной торговли со сво-

**Холод европейского качества
от GEA Grasso – ничего, кроме идеальных
условий для Вашего производства!**



GEA Refrigeration Technologies

Москва:

105094, ул. Семеновский Вал, 6А
Тел.: (495) 787-20-11; факс: (495) 783-20-12

Екатеринбург:

620014, ул. Радищева, 12/23, офис 405
Тел.: (343) 356-03-11; факс: (343) 356-03-13

Санкт-Петербург:

190031, ул. Гороховая, 53, лит. А, пом. 6Н
Тел. / факс: (812) 310-38-49

Владивосток:

690091, ул. Набережная, 9
Тел. / факс: (4232) 65-02-80

ими поставщиками, который в дальнейшем будет согласован с Федеральной антимонопольной службой.

Генеральный директор «Ростеста» Алексей Медников, председатель Общества защиты прав потребителей «Общественный контроль» Михаил Аншаков в своих выступлениях заявили о важности предоставления потребителю достоверной информации о реализуемой продукции. По мнению специалистов, информация должна подтверждать выполнение требований по безопасности и качеству на всем пути «следования» продукции. В связи с этим исполнительным директором Рыбного союза Сергеем Гудковым был представлен проект концепции по внедрению национальной системы прослеживаемости происхождения и перемещения рыбной продукции, разработанный Рыбным союзом и поддержанный ECR-Russia. Участники конференции пришли к мнению, что данная концепция является многофункциональной, решает задачи снижения административных барьеров, повышения эффективности государственного контроля, формирования баланса потребления и многие другие вопросы и поручили исполнительному органу Рыбного союза направить концепцию в федеральные органы исполнительной власти, общественным организациям и всем заинтересованным лицам для проведения ее всесторонней экспертизы. Также эксперты считают, что очень важным шагом на пути к обеспечению качества поставляемой продукции является внедрение системы добровольной сертификации.

Грамотное управление ассортиментом

Для того чтобы успешно реализовывать свою продукцию, необходимо не только изготавливать качественный товар, но и уметь управлять ассортиментом. Об этом в своем выступлении говорил **исполнительный директор ECR-Rus Максимилиан Мусселиус**. По его словам, один из наиболее эффективных способов управления ассортиментом – категорийный менеджмент. Зародившись в 80-х годах на западных рынках, данная система уже четвертое десятилетие подтверждает свою эффективность. По словам экспертов, категорийный менеджмент является попыткой взглянуть на ассортимент глазами покупателя – толь-

Прямая
речь



Василий Соколов:

«У отечественной рыбной отрасли хорошие перспективы».



Сергей Гудков:

«Перед рыбоперерабатывающими компаниями и предприятиями аквакультуры стоят серьезные экономические задачи».



Юрий Алашеев:

«Предприятия рыбоперерабатывающей отрасли и предприятия аквакультуры на сегодняшний день являются ключевыми сегментами рыбохозяйственного комплекса».

ко так можно понять потребительские нужды. Главный принцип данной стратегии – выстраивать ассортиментные категории так, как видят их покупатель и ритейлер.

За помощью к государству

Участники мероприятия отметили, что рыбопереработка и аквакультура не получают должного внимания со стороны правительства и законодательной ветви власти. Закон «Об аквакультуре» не могут принять уже в течение 15 лет, в то время как за этот период доля мирового потребления искусственно выращенной и разведенной рыбы увеличилась с одной трети до половины относительно общего объема потребления. А выработка государственной политики в сфере рыбоперерабатывающей отрасли вообще не закреплена ни за одним из федеральных органов исполнительной власти.

Поэтому делегаты конференции решили:

1. Обратиться в Правительство России с просьбой о закреплении за федеральным ораном исполнительной власти полномочий по выработке государственной политики в сфере хранения, перемещения и переработки продукции из водных биологических ресурсов.

2. Поручить исполнительному органу Рыбного союза подготовить обращение в Правительство России с просьбой о включении в Государственную программу развития рыбохозяйственного комплекса РФ подраздела по развитию рыбоперерабатывающей отрасли и оказать содействие в ее доработке и дальнейшей совместной реализации.

3. Поручить председателю Рыбного союза Юрию Алашееву выступить с докладом на III Всероссийском съезде работников рыбохозяйственного комплекса о перспективах развития рыбоперерабатывающей отрасли, являющейся ключевым фактором в деле обеспечения населения качественной и разнообразной рыбопродукцией по доступной цене. Также поручить руководителю компании «Русский лосось» Сергею Лебединскому выступить с докладом о состоянии аква- и марикультуры в России и перспективах их дальнейшего развития.

Делегаты конференции приветствовали консолидацию рыбоперерабатывающих предприятий и компаний, занимающихся искусственным разведением рыбы под эгидой Рыбного союза. Было отмечено, что речь идет о появлении союза нового типа, цель которого – не узкое лоббирование интересов своих участников, а работа, направленная на комплексное развитие всей рыбоперерабатывающей отрасли в партнерстве с государственными органами, смежными отраслями, общественными и научными организациями. Участники конференции одобрили программу развития Рыбного союза, представленную его председателем Юрием Алашеевым. Для реализации представленной программы участники конференции поручили исполнительному органу Рыбного союза разработать «дорожную карту» реализации программы, ее согласование и дальнейшее выполнение совместно с федеральными органами исполнительной власти. **РБ**

В Португалии растет зависимость от импорта рыбы

Португальскому рыболовному флоту удается поймать лишь четверть всей рыбы, потребляемой в стране, а это означает, что если бы португальцы ели только рыбу, пойманную местными рыболовецкими судами, они бы не имели никаких резервов и запасов.

По данным совместного доклада NEF, Португалия является одной из тех стран Европейского союза, которые в значительной степени зависят от импорта рыбы. В этом году страна перестала быть самодостаточной 30 марта, в то время как в прошлом году то же самое произошло почти месяц спустя – 26 апреля. Это означает, что в 2012 году Португалия имеет меньше собственных возможностей для удовлетворения своих потребностей в потреблении рыбы, с учетом завершения промысла в водах ЕС. А страна в большей степени зависит от рыболовства за пределами ЕС, которое позволяло бы ей выловить оставшиеся три четверти своего годового объема потребления морепродуктов.

Эксперты NEF отмечают, что Португалия является страной с самым высоким на душу населения

объемом потребления рыбы на всей территории ЕС. Португальцы в среднем едят в три раза больше рыбы, чем другие европейцы.

Целью пристального внимания обеих организаций к данному вопросу является «необходимость понимания того факта, что если в ЕС и Португалии потребляют больше рыбы, чем их воды могут производить, что-то должно измениться». Предупреждение пришло именно тогда, когда реформы Общей рыболовной политики (CFP) ЕС как раз находятся в стадии активного обсуждения. Эксперты также отмечают, что наиболее популярным видом рыбы в Португалии является треска, промысел которой португальский рыболовный флот не занимается.



Международные эксперты пришли к выводу, что португальцам необходимо обратить внимание на другие виды рыбы, которые обитают в их водах, даже если они не столь известные и популярные, например, такие как скумбрия, которая в настоящее время имеет низкую коммерческую ценность. **Гонсало Карвальо, прези-**

дент Центра морских исследований и сотрудничества, считает, что аквакультура может решить часть проблемы, «но только если она направлена на экологически устойчивые методы производства» и на виды, которые не зависят от других диких рыб для их производства.

Fishretail.Ru

Проблемы рыбного хозяйства Дагестана

Руководитель Федерального агентства по рыболовству Андрей Крайний провел встречу с президентом Республики Дагестан Магомедсаламом Магомедовым, на которой обсуждались вопросы рыбохозяйственного комплекса Дагестана.

В частности, речь шла о создании на территории Дагестана репродукционного комплекса осетроводства. Как заявил глава Росрыболовства, он может быть сдан уже в начале 2013 года.

Комплекс может заработать в следующем году. Мехтебский участок, отведенный под осетровое рыбоводство, находится в структуре Дагестанского рыбного завода (филиал ФГБУ «Запкасрыбвод»). Сейчас только 40% его площади использует-

ся для целей воспроизводства. С созданием здесь комплекса все 1850 га нерестово-вырастных водоемов будут задействованы. Магомедсалам Магомедов подчеркнул, что данный проект инициирован Правительством Республики Дагестан с целью поддержания и увеличения популяции осетровых в Каспийском бассейне.



Как известно, осетр предпочитает обитать в теплых водах, таких как Каспий. Воспроизводство осетровых пород, товарное производство рыбы – перспективное направление рыбохозяйственной отрасли. На сегодняшний день предложения Республики Дагестан по вопросу создания в ней репродукционного комплекса осетроводства поддержаны и прорабатываются совместно заинтересованными федеральными органами исполнительной власти: Минрегионразвития, Минфином и Минэкономразвития. На встрече обсуждались и другие проблемы рыбного хозяйства Дагестана, перспективы развития рыбоперерабатывающей инфраструктуры, логистики.

Fishres.ru

ДОХОДНАЯ ДЕФРОСТАЦИЯ система воздушно-капельной туннельной разморозки

- уникальные патентованные инженерные решения
- быстрая дефростация с режимом хранения по завершении процесса
- гарантированное сокращение потерь веса сырья до 0,5-1,8%
- короткие, до 1 года, сроки окупаемости оборудования
- высокая надежность, простота в эксплуатации и огромный опыт
- автоматическое управление + интерактивный контроль параметров
- on-line анализ состояния сырья (комбинирование тепла, холода и влаги)
- высокое качество и гарантия сохранности сырья
- возможность размораживания икры
- низкие эксплуатационные расходы
- модельный ряд от компактных камер до контейнеров
- возможность выбора теплоносителя



Дистрибьютор в РФ и СНГ: ООО «ЭСМЕРАДО», тел/факс (495) 980 7850, www.kometos.ru

Рабочая группа поможет в решении вопросов «прибрежки»

В Приморском крае создадут рабочую группу, которая позволит улучшить взаимодействие рыбаков, осуществляющих прибрежный промысел, с контролирующими органами.



Специалисты управления рыбного хозяйства Приморья совместно с представителями рыбопромышленных предприятий, Приморского теруправления Росрыболовства и погрануправления на совещании в краевой администрации рассмотрели ряд важных вопросов «прибрежки», вызывающих наибольший интерес рыбацкой общности.

Среди них: сокращение времени оформления пограничниками разрешений на выход в море судов прибрежного промысла, а также пересечение такими судами государственной границы РФ.

Как сообщили РИА Fishnews.ru в пресс-службе администрации Приморского края, участники совещания приняли решение создать рабочую группу, в которую войдут представители регионального погрануправления, органы исполнительной власти, рыбохозяйственных предприятий и общественных организаций. По мнению специалистов, в случае возникновения разногласий участники нового рабочего органа смогут найти конструктивное решение.

Fishnews.ru

Министерство «законсервировало» российскую рыбопереработку

Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности России содержит неточную информацию о текущем состоянии рыбопереработки и неверные ориентиры развития отрасли, отмечают в Ассоциации добытчиков минтая.

В АДМ рассмотрели окончательный вариант Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности России, подготовленной Министерством сельского хозяйства. В отличие от предыдущей редакции нынешний документ

включает в себя раздел «Рыбоперерабатывающая промышленность», однако в нем содержится неточная информация о текущем состоянии рыбоперерабатывающей промышленности и неверные ориентиры развития отрасли, делают вывод в Ассоциации добытчиков минтая.

В частности, в Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности указано, что в России рыбопереработкой занято 680 малых, средних и крупных предприятий. По словам **президента АДМ Германа Зверева**, эта цифра не соответствует действительности, поскольку промышленную переработку рыбы на судах осуществляют свыше 1200 предприятий, наделенных долями квот вылова водных биоресурсов. Кроме того, производством пищевой продукции из ВБР занимаются береговые предприятия, численность которых превышает 1500-1600 единиц. Следовательно, общее количество хозяйствующих субъектов, занятых рыбопереработкой, приближается к 3 тыс. предприятий.



«Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности неконкретна, приближительна и ошибочна в определении приоритетов развития рыбной индустрии», – заявил РИА Fishnews.ru Герман Зверев. Так, согласно документу, основным направлением развития отрасли является ускоренное и преимущественное развитие консервного производства. В частности, указано, что консервным производством будет заниматься 60% новых производственных мощностей, вводимых к 2020 году на Дальнем Востоке, 50% новых производственных мощностей – на Северо-Западе и 13% новых производственных мощностей – на Юге. В стратегии отмечается и тот факт, что капиталовложения предприятий в развитие консервного производства превысят 15 млрд рублей в период до 2020 года. «Предложенный в Стратегии «консервный тренд» развития российской рыбопереработки не согласуется ни с потребительскими предпочтениями российских покупателей, ни с мировыми тенденциями развития рыбопереработки», – подчеркнул президент Ассоциации.

По его словам, в соответствии с докладом ФАО ООН «Состояние мирового рыболовства и аквакультуры», структура мирового потребления рыбопродукции такова: живая и свежая рыба составляют 49%

общего объема, замороженная рыба – 26%, копченая и вяленая рыба – 15%, консервы – 10%. В России несколько иная структура потребления: мороженая рыба – 56%, живая и охлажденная рыба – 15%, копченая и вяленая рыба – 13%, консервы – 6%. Таким образом, консервы являются нишевым продуктом, рыночная доля которого незначительна и не имеет потенциала роста, делает вывод Герман Зверев. Доходность консервного производства очень низка, поэтому инвестиции в этот вид производства непривлекательны. Большим рыночным потенциалом обладают инвестиции в изготовление рыбного филе, производство которого в России в 2011 году выросло на 11%.

«Предлагаемые в Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности целевые индикаторы инвестиционной активности в отрасли показывают непонимание ее авторами тенденций развития российской рыбопереработки и отсутствия внятных и проработанных инструментов развития российской рыбопереработки», – резюмировал президент АДМ.

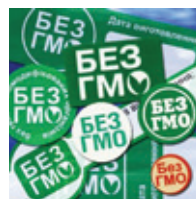
Fishnews.ru

На продуктах больше не будет надписи «Без ГМО»

Мэр Москвы Сергей Собянин подписал постановление об отмене добровольной маркировки продуктов питания, которые не содержат ГМО. Напомним, постановление о маркировке продуктов значком «Не содержит ГМО» было подписано в 1997 году бывшим мэром Юрием Лужковым.

Дело это было сугубо добровольное. То есть предприниматели, которые не использовали при изготовлении продуктов генномодифицированных элементов, отдавали образцы в независимые лаборатории и получали подтверждение «чистоты» выпускаемой еды. Потом Департамент потребительского рынка и услуг столицы выдавал им разрешение на использование значка «Не содержит ГМО». На волне массовой боязни генномодифицированных продуктов такие надписи привлекали внимание и внушали доверие. Правда, доходило порой до маразма. На прилавках появлялись даже соль без ГМО!

Между тем в мэрии Москвы почитали, что это постановление расходуется с федеральным законом (по которому устраивать проверку пред-



принимателям, а значит, и производимой ими продукции можно только раз в два года) и отменили его. С формулировкой: «В целях приведения правовых актов правительства Москвы в соответствие с федеральным законодательством».

Отмену постановления возмущенно прокомментировал **президент Ассоциации генетической безопасности Александр Баранов** в соцсети:



«Если раньше хоть что-то проверялось, маркировалось и давало надежду, что там этой баки нет, то теперь об этом Г-компоненте будет полное молчание. И знаете почему? Да потому, что ни один производитель НИКОГДА не напишет, что его продуктовое детище «содержит ГМО»!!! Это своего рода – «красная тряпка для быка», и НИ ОДИН покупатель теперь не купит такую продукцию. Но этого требует Федеральный закон, с которым С. Собянин решил гармонизироваться, отменив добровольную сертификацию, введенную предыдущим мэром и утвержденную Мосгордумой».

Rosinvest.com

Региональной квоты для рыбопереработки быть не должно

На недавнем заседании думского комитета по природопользованию, рыбохозяйственному и агропромышленному комплексу обсуждалась законодательная инициатива депутатов мурманской Госдумы Алексея Митрофанова и Андрея Руденко о введении в закон о рыболовстве понятия о региональной квоте.



Чиновники в большей степени поддержали рыбаков, которых и без того запугали разными страшилками, подразумевающими отъем части квоты под разные благие цели. Последняя – пресловутые «квоты под киль». Виктор Алешин признал, что рыбопереработке сегодня живется нелегко и если государство хочет ее развивать, то это можно сделать

другими способами. Предоставить налоговые льготы, государственные субсидии, погашать часть банковской ставки по кредитам и т. д. Геннадий Степахино напомнил, что в начале 2000-х годов в Мурманской области по своей воле ввели понятие о заблокированной квоте. Лимит выделялся рыбакам, но они были обязаны поставлять рыбное сырье конкретному переработчику. Однако благое намерение вылилось в то, что большая часть мурманской переработки стала просто торговать этой квотой. В итоге заблокированную квоту отменили. Не хотелось бы еще раз наступать на эти грабли. Но чтобы не обижать переработчиков, решено направить законопроект на экспертизу в Союз рыбопромышленников Севера.

<http://nord-news.ru>

Рыбная промышленность России

В современной России только на небольшой части рыбоперерабатывающих компаний в полном объеме применяется система производственного контроля и GMP (стандарт лучшей производственной практики).



К примеру, на предприятиях, входящих в Ассоциацию добытчиков минтая, работа идет в соответствии с мировыми ветеринарными стандартами, потому что 2/3 продукции экспортируется за рубеж.

Такого же рода системы работают и на объектах Ассоциации торговых и производственных компаний рыбного рынка и в фирмах по оценке недвижимости. Эти компании охватывают примерно 40% всероссийского производства рыбной продукции, а у большинства отечественных производителей пока нет соответствующей системы анализа рисков и производственного контроля. Благодаря этому крупнейшие импортеры рыбной продукции в Россию могут требовать отменить не устраивающие их санитарно-ветеринарные требования, касающиеся, например, процентного содержания глазури.

Таким образом, раз уж в соответствии с российским законодательством им нельзя замораживать продукцию по своему усмотрению, будет «заморожено» само законодательство, причем удобная формулировка уже присутствует. Таким образом, у импортеров появится шанс за 3 года «прогнать» ветеринарный контроль под себя. Послед-

ствия ясны уже сейчас: гигантам рыбопереработки ничего не будет стоить обыграть российских рыбопереработчиков.

Ribber.ru

На Шпицбергене нашлось место для рыбопереработки

Правительственная комиссия по обеспечению российского присутствия на архипелаге Шпицберген приняла решение о выделении земельного участка для строительства рыбоперерабатывающего предприятия в поселке Баренцбург.



Очередное заседание комиссии провел первый заместитель председателя Правительства РФ Виктор Зубков. Он отметил, что 20 марта текущего года правительство утвердило Стратегию российского присутствия на архипелаге Шпицберген до 2020 года.

Как сообщили РИА Fishnews.ru в пресс-службе Правительства России, в стратегии отражены правовые основы российского присутствия на Шпицбергене, ключевые задачи, направления, принципы и механизмы ее выполнения, а также ожидаемый результат от поэтапной реализации мероприятий, предусмотренных этим документом. По словам вице-преьера, теперь Министерству иностранных дел необходимо завершить согласование плана мероприятий по реализации стратегии, а всем заинтересованным ведомствам – активно включиться в работу по его выполнению.

В ходе обсуждения члены комиссии отметили регулярный и конструктивный характер межгосударственного взаимодействия в рамках российско-норвежской межправительственной комиссии по экономическому сотрудничеству, а также смешанной комиссии по рыболовству (СРНК). Виктор Зубков поручил МИД России продолжить консультации с норвежской стороной, обратив особое внимание на расширение географии транспортных перевозок и освоения природных ресурсов, хозяйственной и научно-исследовательской деятельности российских организаций в районе архипелага.

Кроме того, комиссия утвердила подготовленное по поручению первого вице-преьера предложение Федерального агентства





ПРЕССЫ

механической обвалки и дообвалки (ММО/ММД)

- Производительность 200—15000 кг/ч, птица, свинина и т.п.
- Высококачественное ММО/ММД, высокий выход, низкий нагрев
- Отдел сервисного обслуживания + склад запчастей в Москве
- 40 лет опыта в данной области, 500 прессов по всему миру

«АГРО-3»
Франция: yves.mouden@am2c.com
Москва: (495) 721 20 77, meat@agro3.ru
Санкт-Петербург: (812) 337 15 08, agro3@agroneva.ru
Екатеринбург: (343) 375 75 47, agroural@bk.ru
Краснодар: (861) 275 70 88, apt-top@mail.ru
Красноярск: (391) 264 01 82, apt@krasmail.ru
Новосибирск: (383) 362 02 52, nsk@agro3.org
Ростов-на-Дону: (8632) 95 40 94, ait@aaanet.ru
Саратов: (8452) 48 61 77, agro@renet.ru
Алматы: (727) 323 65 27, office@agro3.kz

по рыболовству о выделении инвестиционной компании ЗАО «Арктик Ресурс» земельного участка в поселке Баренцбург для строительства рыбоперерабатывающего комбината. В связи с этим Росрыболовство совместно с другими заинтересованными ведомствами поручено оказать инвестору содействие в разработке и согласовании предпроектных и проектных документов по строительству предприятия.

Fishnews.ru

Экономические показатели мурманской рыбопереработки

Росрыболовство со ссылкой на информацию Росстата обнародовало данные, согласно которым Мурманская область по итогам работы за январь и февраль этого года вошла в число лидеров страны по отгрузке товаров собственного производства, а также по выполнению работ и услуг в рыбной отрасли.

По сравнению с прошлым годом показатель увеличился почти на 45%. И что особенно радует региональных специалистов, денежный эквивалент отгруженного товара тоже растет. Как заметил **и. о. руководителя**

Комитета рыбопромышленного комплекса Мурманской области Олег Заболотский: «Соответственно, в рублях вал больше. Больше налогов, а значит, больше и экономический эффект от промысла. Это то, к чему мы стремимся: увеличение экономического эффекта от рыбопромышленной деятельности. И сегодня мы это имеем». Большинство рыбопродукции в Мурманской области производится прямо в море, но и береговая переработка может занести себе в актив первые два месяца.



При всех своих проблемах переработчики сумели повысить экономические показатели. **Генеральный директор ООО «Мурманские рыбопродукты» Гиви Базба** говорит: «В этом году удалось произвести продукции больше, чем в прошлых».

turman.rfn.ru



Рыбы (кроме сельди) мороженой в феврале 2012 года произвели на 1% больше, чем годом ранее, а именно 242,1 тыс. тонн, однако общий показатель января-февраля 2012 года на 3% ниже прошлогоднего.



Автор:

**Анна
Евангелеева,**
аналитик Fishretail.ru,
a.evangeleeva@gmail.com

Author:

**Anna
Evangeleeva,**
analyst of Fishretail.ru,
a.evangeleeva@gmail.com

Производство мороженой рыбы за год упало на 3%

По итогам января-февраля 2012 года, общий объем производства рыбы по полному кругу организаций РФ, а также рыбной продукции, переработанной и консервированной, составил 620,6 тыс. тонн, что на 1% выше уровня 2011 года. Февральский показатель текущего года демонстрирует положительную динамику – за месяц он вырос на 28%, относительно прошлогоднего показателя он выше на 2%.

Рыбы (кроме сельди) мороженой в феврале 2012 года произвели на 1% больше, чем годом ранее, а именно 242,1 тыс. тонн, однако общий показатель января-февраля 2012 года на 3% ниже прошло-

Frozen fish production to slow sharply by 3% in a year

Following the results of January and February 2012, total production of fish, processed fish products and preserved fish by all the entities of the Russian Federation amounted to 620.6 thousand tons which is exceeding the level of 2011 by 1%. The same parameter for February of the last year shows positive dynamics – it increased by 28% in a month and is exceeding the same parameter of the last year by 2%.

In February 2012 frozen fish (except herring) was produced by 1% more than a year ago, namely 242.1 thousand tons, yet the total parameter of January and February 2012 is by 3% lower than that of the last year. Fish (except herring) and salted, smoked, air-dried and dried products demonstrated growth by all positions.

In February 2012 frozen fish (except herring) was produced by 1% more than a year ago, namely 242.1 thousand tons, yet the total parameter of January and February 2012 is by 3% lower than that of the last year.



Мы рады пригласить Вас на ежегодную выставку SEAFOOD в Брюсселе!

Дорогие друзья!

В этом году мы представляем целый ряд новинок и достижений нашей компании.

Вы сможете собственными глазами увидеть новейшую и не имеющую аналогов в мире камеру **REICH AIRMASTER IC 5000 BHD!** Камеру, которая и коптит, и интенсивно охлаждает продукт по одной программе, не выкатывая из одного корпуса.

Усовершенствованное управление **UNICONTROL 2000 TS** с получением данных по **WIFI**.

Камеру **REICH AIRMASTER TURBO FISCH** второго поколения с увеличенной мощностью сушки.

Презентуем наш новый интерактивный сайт:

WWW. REICH-GERMANY.DE



Ждем Вас на нашем стенде!



**WWW.
REICH-GERMANY.DE**

Представительство в России:

ООО «Райх»

192019 Санкт-Петербург, ул. Седова, 10

Тел.: +7 (812) 380 42 14

E-mail: vponomarenko@reich-germany.com

Офис в Москве: +7 (905) 752 6128

E-mail в Москве:

acherkasov@reich-germany.com

Отдел сервиса: +7 (812) 412 36 95

E-mail: pzakharchenko@reich-germany.com



годнего. В отношении рыбы (кроме сельди) и изделий соленых, копченых, вяленых и сушеных мы наблюдаем рост по всем позициям. Наиболее заметный рост показателя зафиксирован по следующим из них:

- рыбы полугорячего копчения произвели в 3 раза больше, чем годом ранее;
- производство рыбы средне- и крепкосолёной увеличилось на 32% и 31% соответственно.

При этом производство готовых продуктов из рыбы сократилось на 11%. Отрицательная динамика наблюдается и в отношении икры, исключение составила осетровая икра – по этой позиции показатель текущего года опережает прошлогодний в 3 раза. Производство ракообразных и моллюсков также снизилось за год на 3% и 55% соответственно. В то же время в этом году сократились объемы производства сельди, готовой к употреблению: холодного копчения – на 6% меньше, чем годом ранее; горячего и полугорячего копчения – на 40%; пряного посола и маринованной – на 8%.

Что касается отпускных цен, то заметнее всего подорожала соленая сельдь: в феврале 2012 года средняя производственная цена по России по данной товарной группе составила 69,1 руб./кг, что на 23% выше, чем годом ранее. Зафиксировано также увеличение стоимости вяленой и мороженой рыбы – на 8% (до 112,2 руб./кг) и 5% (до 31,7 руб./кг) соответственно. При этом цена на рыбу копченую за год упала на 14% – до 160,1 руб./кг.

Соответственно, потребительская цена на соленую сельдь также заметно выросла – на 21% за год. Рыба маринованная, соленая и копченая подорожала для конечного покупателя на 6% за год. Мороженая неразделанная рыба выросла в цене на 11%, разделанная (кроме лососевых пород) – на 2%, разделанная лососевых пород – на 12%. **fs**

Отрицательная динамика наблюдается и в отношении икры, исключение составила осетровая икра – по этой позиции показатель текущего года опережает прошлогодний в 3 раза.



Roe demonstrated a negative trend, except for caviar – the parameter of the current year is 3 times as much as that of the last year.

The most prominent growth of the parameter was registered with reference to the following positions:

- fish of semi-hot smoking was produced three times as much as a year before;
- medium-salted and heavy salted fish production increased by 32% and 31%, respectively.

At the same time ready-made fish products production declined by 11%. Roe demonstrated a negative trend, except for caviar – the parameter of the current year is 3 times as much as that of the last year. The production of shell fish and clams has also declined in a year – by 3% and by 55%, respectively. Simultaneously the production of ready-made herring has dropped, too: cold-smoked herring – by 6% less than a year before; hot and semi-hot-smoked herring – by 40%, herring in spicy brine and marinated herring – by 8%.

As for the manufacturer's price, salted herring demonstrated the highest growth – in February 2012 average cost price of this commodity group in Russia amounted to 69.1 rub /kg, which is by 23% higher than a year ago. A increase in air-dried and frozen fish price was recorded, too – by 8% (to 112.2 rub/kg) and 5% (to 31.7 rub/kg), respectively. Simultaneously, the price of smoke – dried fish has dropped 14% in a year – to 160.1 rub/kg.

Consequently, the customer price of salted herring has increased noteworthily – by 21% in a year. Marinated, salted, smoke-dried fish price has inflated by 6% for the final consumer in a year. The price of frozen whole fish increased by 11%, cleaned fish (except for salmon) – by 2%, cleaned salmon – by 12%. **fs**

Объем производства рыбы и продуктов рыбных переработанных по полному кругу организаций РФ в феврале 2012 года, тонн

	Февраль 2012 г., тонн	Прирост за месяц, %	Прирост за год, %	Прирост января-февраля 2012 г. к январю-февралю 2011 г., %
Рыба и продукты рыбные переработанные и консервированные	349 012	28	2	1
Рыба и продукты рыбные переработанные свежие и охлажденные, мороженые				
Печень, икра и молоки рыбы свежие или охлажденные	138	32	-18	1
Икра рыбы свежая или охлажденная	90	51	-33	19
Филе рыбное свежее или охлажденное	220	-33	-26	11
Мясо рыбы (включая фарш) свежее или охлажденное прочее	616	-13	в 2 раза больше	6
Фарш рыбный свежий или охлажденный	23	27	35	97
Печень, икра и молоки рыбы мороженые	12 949	в 2 раза больше	13	20
Икра рыбы мороженая	9692	в 2,5 раза больше	16	9
Филе рыбное мороженое	10 535	11	-9	-1
Рыба (кроме сельди) мороженая	242 059	64	1	-3
Мясо рыбы (включая фарш) мороженое прочее	1846	27	-30	-24
Сельдь мороженая	20 569	-63	-5	25
Рыба и рыбные изделия соленые, копченые, вяленые, сушеные				
Рыба (кроме сельди) соленая	2643	-7	25	25
Рыба (кроме сельди) слабосоленая	1903	-3	24	21
Рыба (кроме сельди) среднесоленая	602	-9	32	38
Рыба (кроме сельди) крепосоленая	108	-45	31	24
Рыба пряного посола и маринованная (кроме сельди)	891	37	24	22
Рыба специального посола (кроме сельди)	12	11	20	19
Рыба семужного посола	15	-28	1	31
Рыба холодного копчения (кроме сельди)	3775	14	17	12
Рыба (кроме сельди) горячего копчения	638	15	20	19
Рыба полугорячего копчения (кроме сельди)	6	-30	в 3 раза больше	86
Рыба сушеная	199	-17	-19	-1
Рыба вяленая	819	15	10	9
Изделия холодного копчения (без сельди) балычные	278	13	12	-1
Изделия (полуфабрикаты) балычные соленые	3	68	45	64
Изделия балычные вяленые (провесные)	2	34	77	16
Сельдь слабосоленая	5068	20	14	6
Сельдь среднесоленая	766	5	-5	-6
Сельдь крепосоленая	11	-3	2	-16
Сельдь холодного копчения	602	13	-6	-6
Сельдь горячего и полугорячего копчения	31	25	-40	-42
Сельдь пряного посола и маринованная	295	-15	-8	-11
Изделия из сельди балычные	3	38	14	25
Готовые продукты, полуфабрикаты и икра				
Продукты из рыбы (кулинарные изделия из рыбы) готовые	5358	16	-11	-14
Продукты готовые и полуфабрикаты из рыбы прочие, не включенные в другие группировки	2032	-14	-13	-9
Икра осетровых рыб	2	в 10 раз больше	в 3 раза больше	67
Икра лососевая	92	-53	-53	-9
Икра прочих рыб	145	-37	-36	5
Ракообразные и моллюски				
Ракообразные мороженые	1953	6	-3	3
Моллюски и прочие беспозвоночные водные мороженые, сушеные, соленые или в рассоле	226	-34	-55	-65

Total production of fish, processed fish products and preserved fish by all the entities of the Russian Federation in February 2012, tons

	February 2012, tons	Monthly increase, %	Annual increase, %	Increase in January-February 2012 with reference to January-February 2011, %
Fish, processed fish products and preserved fish	349,012	28	2	1
Fish and processed fish products, fresh and refrigerated, frozen				
Fish liver, roe and milt, fresh or refrigerated	138	32	-18	1
Fish roe, fresh or refrigerated	90	51	-33	19
Fish filet, fresh or refrigerated	220	-33	-26	11
Fish meat (including minced fish) fresh or refrigerated, other	616	-13	2 times more	6
Minced fish, fresh or refrigerated	23	27	35	97
Fish liver, roe and milt, frozen	12,949	2 times more	13	20
Fish roe, frozen	9,692	2.5 times more	16	9
Fish filet, frozen	10,535	11	-9	-1
Fish (except herring) frozen	242,059	64	1	-3
Fish meat (including minced fish) frozen or other	1,846	27	-30	-24
Frozen herring	20,569	-63	-5	25
Fish and salted, smoked, air-dried and dried products				
Salted fish (except herring)	2,643	-7	25	25
Light-salted fish (except herring)	1,903	-3	24	21
Medium-salted fish (except herring)	602	-9	32	38
Heavy salted fish (except herring)	108	-45	31	24
Herring in spicy brine and marinated herring (except herring)	891	37	24	22
Fish of special salting (except herring)	12	11	20	19
Fish of salmon salting	15	-28	1	31
Cold-smoked fish (except herring)	3,775	14	17	12
Hot-smoked fish (except herring)	638	15	20	19
Semi-hot-smoked fish (except herring)	6	-30	3 times more	86
Dried fish	199	-17	-19	-1
Air-dried fish	819	15	10	9
Cold-smoked fish filet products (without herring)	278	13	12	-1
Salted filet products (semi-finished product)	3	68	45	64
Air-dried filet products	2	34	77	16
Light-salted herring	5,068	20	14	6
Medium-salted herring	766	5	-5	-6
Heavy salted herring	11	-3	2	-16
Cold-smoked herring	602	13	-6	-6
Hot-smoked and semi-hot-smoked herring	31	25	-40	-42
Herring in spicy brine and marinated herring	295	-15	-8	-11
Herring filet products	3	38	14	25
Ready-made products, semi-finished products and roe				
Ready-made fish products (ready-to-serve fish)	5,358	16	-11	-14
Other ready-made fish products and semi-finished fish products, not included in other groups	2,032	-14	-13	-9
Caviar	2	10 times more	3 times more	67
Salmon roe	92	-53	-53	-9
Other fish roe	145	-37	-36	5
Shell fish and clams				
Frozen shell fish	1,953	6	-3	3
Clams and other aquatic invertebrates frozen, dried, salted or in brine	226	-34	-55	-65

График 1. Динамика средней производственной цены по России на рыбу мороженую, соленую, маринованную, копченую с января 2011 года по январь 2012 года, руб./кг

Figure 1. Average cost price fluctuations of frozen, salted, marinated, smoked fish in Russia from January 2011 till January 2012, rub/kg

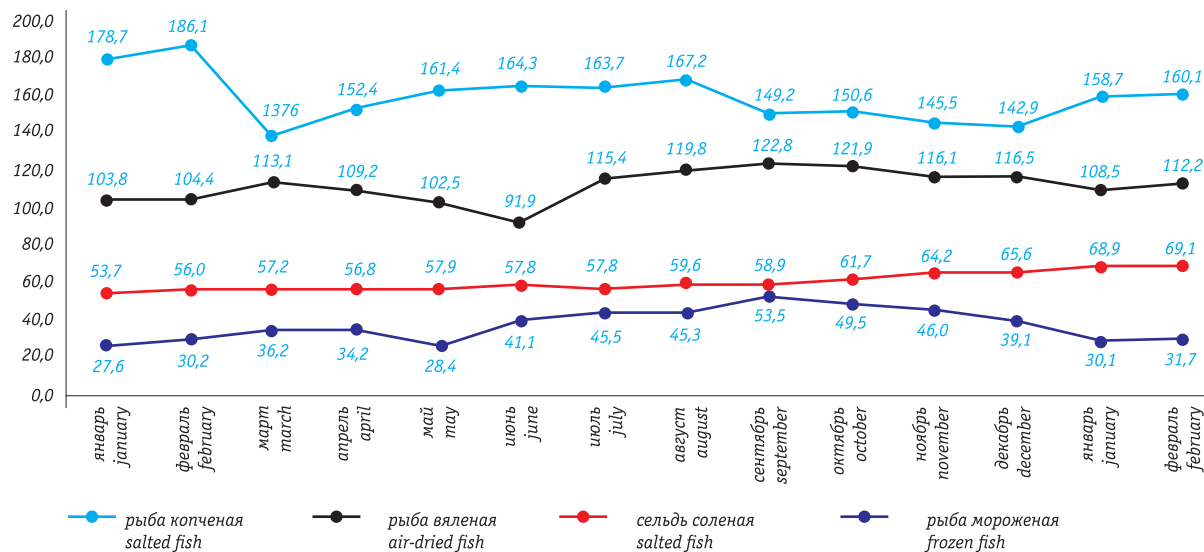
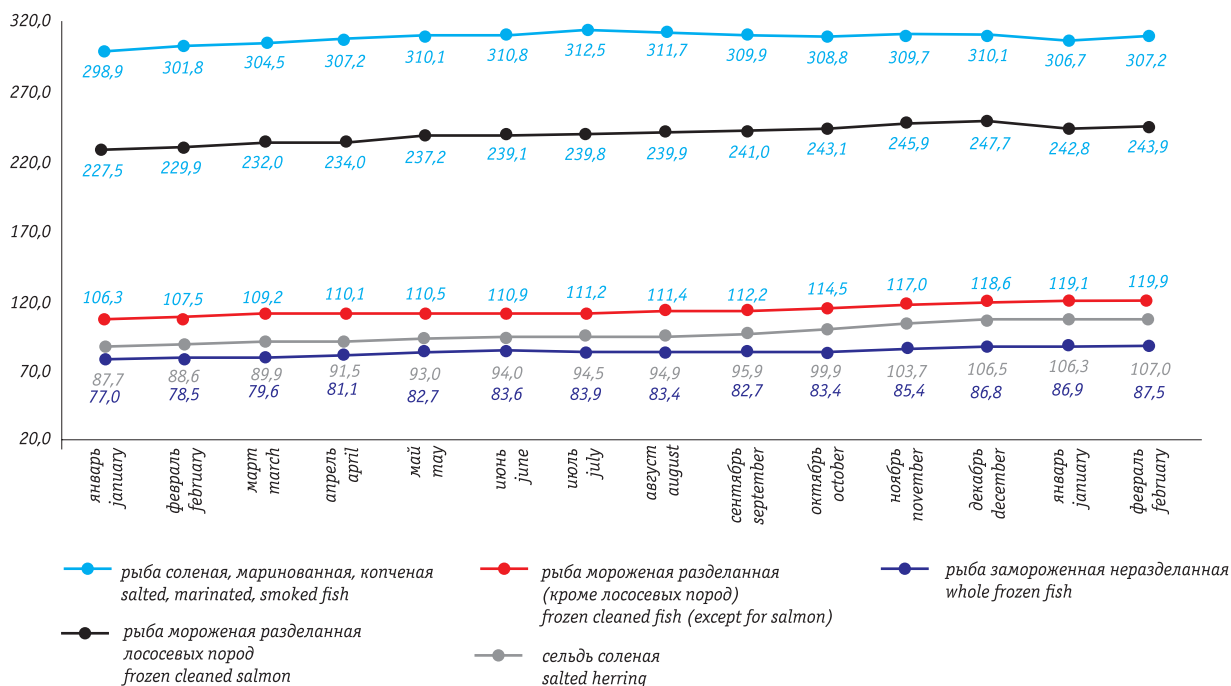


График 2. Динамика средней потребительской цены по России на рыбу мороженую, соленую, маринованную, копченую с января 2011 года по январь 2012 года, руб./кг

Figure 2. Average customer price fluctuations of frozen, salted, marinated, smoked fish in Russia from January 2011 till January 2012, rub/kg



Подготовила:



Елена Максимова

Сырьевой придаток или экономическая стратегия?

Рыбная продукция является одним из самых привлекательных товаров международной торговли: 40% мирового вылова биоресурсов реализуется на глобальном рынке. Мировая рыбопереработка становится более интенсивной и географически компактной, привязанной к глобальным цепочкам снабжения и – только при этих условиях – рентабельной. Скорость и масштаб этого явления зависят от вида рыбы, разновидности продукта, стоимости труда и транспортировки.

Если говорить о России, то ее рыбохозяйственный комплекс в значительной степени уже интегрирован в мировой рынок: доля импортной рыбопродукции на отечественном рынке составляет (с учетом ввозимого продовольственного сырья для производства продукции) свыше 30%. Всего Россия импортировала

Доля экспорта в производимой российскими рыбаками продукции из водных биологических ресурсов превышает 40%. По данным деловой сети rb.ru, объем экспорта рыболовной продукции по итогам 2011 года вырос на 8%, до отметки в 1,5 млн тонн. Ведущими странами-импортерами российской рыбной продукции, как и прежде, остаются Китай и Южная Корея. В Китай в прошлом году по сравнению с 2010 годом было отгружено на 9% рыбы и морепродуктов больше (всего 844,4 тыс. тонн), а в Южную Корею – на 14% больше (всего 540,3 тыс. тонн). Хотя в 2011 году несколько сократился экспорт минтая – на 3% по сравнению с уровнем 2010 года, объем годовых поставок за рубеж данной рыбы составил 864,8 тыс. тонн. Таким образом, минтай по-прежнему остается основным экспортным товаром рыболовной индустрии России.

На втором месте располагается сельдь: экспорт данного вида рыбы в 2011 году вырос на 63% за год и составил 186,7 тыс. тонн. Значительно (в 3 раза) увеличились поставки российской горбуши в другие страны по сравнению с 2010 годом – 103,5 тыс. тонн в 2011 году. Наблюдается положительная динамика экспорта трески: поставки данной рыбы за рубеж выросли на 1% (68,3 тыс. тонн).

Вовлеченность отечественных рыбодобывающих и рыбоперерабатывающих предприятий в систему мировых хозяйственных связей объясняется как общемировыми тенденциями развития рыболовства и рыбопереработки, так и существующей емкостью национального рыбного рынка и особенностями территориального размещения предприятий рыбодобычи и рыбопереработки.

Некоторые эксперты сетуют на то, что Россия в основном экспортирует сырье, а импортирует готовую продукцию: из-за того что российским рыбакам приходится сутками простаивать

в российских портах со своей продукцией, они предпочитают значительную часть улова продавать за границу, а потом это продовольствие в переработанном виде возвращается в Россию уже как импорт. Объем такой рыбной продукции, по данным rb.ru, в российском импорте в 2011 году составил 1832,9 тыс. тонн, тогда как в 2010 году этот показатель был на 63% ниже. И вот уже не-

«Российским рыбакам приходится сутками простаивать в российских портах со своей продукцией. Они предпочитают значительную часть улова продавать за границу, а потом это продовольствие в переработанном виде возвращается в Россию уже как импорт».

сколько лет Россию называют сырьевым придатком, безусловно, употреблѣя это выражение в негативном контексте.

Однако в общемировой практике нацеленность рыбодобывающих предприятий преимущественно на производство продовольственного сырья не является экономическим пороком: 80% рыболовных компаний мира ориентируются преимущественно на сырьевой рынок и занимаются только выловом. Они же обеспечивают половину добавленной стоимости мирового рыболовства. Примерно 17-18% компаний ориентируются на рынок массовой продукции, используют стандартные технологии рыбопереработки, которые обеспечивают 40% добавленной стоимости. 1,5-2% компаний работают на рынок высокотехнологичной продукции (например, для фармакологии) и обеспечивают 10% добавленной стоимости мирового рыбного рынка. **□**



80% рыболовных компаний мира ориентируются преимущественно на сырьевой рынок и занимаются только выловом.

в прошлом году 2,5 млн тонн рыбы и морепродуктов. Напомним, что в 2011 году Россия стала крупнейшим экспортером норвежской рыбы, выбрав порядка 10% всего экспорта (около 300 тыс. тонн) общей стоимостью 679 млн евро, в том числе семги – на 401 млн евро.



Упаковка позволяет избежать ряда специфических для рыбной продукции неудобств: она устраняет неприятные запахи, избавляет от необходимости подготавливать и чистить рыбу, снижает частоту контактов с липкими поверхностями продуктов, увеличивает срок их хранения.



Гость:

Бернар Лаво
(Bernard Leveau),
генеральный директор
MULTIVAC Франция,
приглашенный эксперт
по рыбе в FAO (Food
Agricultural Organiza-
tion) и в Европейском
сообществе

Guest:

Bernard Leveau
General manager of
MULTIVAC France,
expert in fish packaging
for FAO and also Euro-
pean community



Беседовала:

**Елена
Максимова**

Interviewed:

Elena Maximova

Последние тенденции в области упаковки для рыбы и морепродуктов

Перед российскими и мировыми производителями рыбной продукции в настоящее время встал ряд серьезных проблем: от них требуется выход на новый мировой рынок, успех на котором во многом зависит от выбора упаковочных решений. Спрос на упаковку для морепродуктов, свежей и свежемороженой рыбы неуклон-

Fish and seafood packaging trends

The Russian and Global fish industries are facing multiple challenges: the new worldwide distribution market for fish products strongly relies on packaging solutions. The demand for packaging for sea-food, fresh and deep-frozen fish is boosting, while intense competition in the market makes packaging itself increasingly sophisticated. We have had an interesting discussion on the main trends in fish and seafood packaging with **Bernard Levo**, CEO of Multivac France and the best fish packaging expert in the Company.

Packaging allows eliminating many fish-related disadvantages (such as smell, preparation and cleaning before cooking, stickiness and contact, short shelf-life), which is highly appreciated by consumers.

но растет, а жесткая конкуренция на рынке требует использования все более сложных и изощренных упаковочных решений. Мы обсудили основные тенденции в области упаковки для рыбы и морепродуктов с **генеральным директором компании Multivac France и большим знатоком в данной области Бернардом Лего.**

– Берnard, каковы, по Вашему мнению, основные причины столь значительного роста в области решений для упаковки рыбы?

– Для такого внушительного роста существует множество причин. Давайте рассмотрим основные из них. Первым и самым важным фактором является широкое распространение супер- и гипермаркетов. Дистрибьюторы открывают их больше и больше по всему миру. Их рыбные отделы замещают традиционные рыбные лавки. Однако пространство в таких супермаркетах, как правило, ограничено, поэтому вместо традиционных рыбных прилавков там размещают стенды с уже упакованной продукцией.

При этом во внимание принимаются и многочисленные преимущества упакованной продукции, такие как увеличение срока хранения, гигиеничность, снижение затрат на рабочую силу, простота хранения, сокращение производственных потерь и снижение бактериологических рисков, которые также подстегивают потребительский спрос.

Вторая причина, на мой взгляд, состоит в изменении привычек потребителей. Увеличение количества работающих женщин и одиноких людей, а также снижение значимости семейных трапез в последние несколько лет сильно изменили поведение потребителей. Сейчас им нужна готовая продукция, которая позволяла бы экономить время, была бы легка в приготовлении и удобна в хранении. У людей нет времени на то, чтобы ходить за покупками каждый день, – продукты теперь закупают раз в неделю, что, соответственно, влечет за собой увеличение спроса на изделия с длительным сроком хранения. Помимо этого, упаковка позволяет потребителям избежать ряда специфичных для рыбной продукции неудобств: она устраняет неприятные запахи, избавляет от необходимости подготавливать и чистить рыбу перед приготовлением, снижает частоту контактов с липкими и иными поверхностями продуктов и увеличивает срок их хранения.

– Ввиду непрерывно растущей конкуренции все производители стремятся сделать свои товары более заметными и привлекательными для покупателей...

– Вы абсолютно правы. В настоящее время наблюдается значительный рост конкуренции в рыбной промышленности. Прибыль предприятий падает, и производители ищут способы дифференцировать свою продукцию и максимально увеличить ее стоимость. Упаковка представля-

– Bernard, what do you think are the main reasons behind the significant development in fish packaging solutions?

– I would say there are numerous reasons of this exponential development, but let us look at the main ones. The first and the most important one is the development of supermarkets. Everywhere in the world, distributors are establishing super or hypermarkets, with their fish departments substituting traditional fish shops. Such supermarkets do not have enough space for traditional fish counters, which are, therefore, replaced by counters with ready packed products.

The many advantages of packed products, such as increased shelf-life, hygiene, reduced labor costs, easier storage, lower production losses and limitation of bacteriological risks, are taken in consideration and push the buyer's demand.

A second reason, in my opinion, is the evolution of consumers' habits. Increases in the amount of working women and single people, as well as reduced significance of family meals, have deeply changed consumers' behaviour in these last several years.

They require more and more ready-made products that would be time-saving, easy to cook and store. People have neither time nor wish to buy groceries every day. They do it once a week, which entails an increasing demand for products with longer shelf life. Packaging allows eliminating many fish-related disadvantages (such as smell, preparation and cleaning before cooking, stickiness and contact, short shelf-life), which is highly appreciated by consumers.

– In view of the constantly rising competition in supermarkets, everybody is interested in making their products more distinguishable and more efficiently presented to their customers...

– You are absolutely right. The current trend implies increasing competition in fish business



A skin pack is a vacuum pack consisting of a rigid bottom tray and a very thin special top film.

Скин-упаковка – это вакуумная упаковка, изготавливаемая с использованием жестких лотков и специальной очень тонкой верхней пленки.

Данное решение позволяет снизить физическое воздействие пленки на продукцию при восстановлении атмосферного давления за счет использования вакуумной камеры, а упакованная таким образом продукция выглядит крайне привлекательно.

ет собой идеальное решение данной проблемы: она позволяет им сделать свою продукцию более привлекательной, увеличить эффективность продаж и поддержать марку и имидж компаний.

При этом не стоит забывать и о том, что гигиеничность упаковки определяется ее качеством. Особое внимание по всему миру уделяется рискам возникновения пищевых инфекций. Такие угрозы, как ящур и птичий грипп, значительно увеличивают спрос на безопасные и качественные продукты питания.

– На российском рынке представлен широкий спектр разнообразных упаковочных решений. В число наиболее популярных входят вакуумная упаковка и упаковка в модифицированной газовой среде (МГС). Каковы преимущества данных решений и основные области их применения?

– Оба решения вносят существенный вклад в развитие рынка рыбной продукции и морепродуктов. Одним из их главных преимуществ является увеличение срока годности упакованных изделий. При этом, однако, важно понимать, что срок годности может варьироваться в зависимости от специфических свойств конкретных продуктов. По этой причине я настоятельно рекомендую выбирать упаковочное решение только по результатам соответствующих испытаний.

Так, например, вакуумная упаковка, как правило, используется для продукции, способной выдерживать атмосферное давление, создаваемое вакуумом внутри упаковок. Упаковка данного вида изготавливается с использованием барьерных пленок или пакетов и подразумевает удаление воздуха из упаковки с ее последующим запаиванием. Низкое остаточное содержание кислорода в упаковке (менее 1%) препятствует развитию бактерий и увеличивает срок хранения продукции.

Это самый экономичный вид упаковки. При использовании для упаковки рыбы и морепродуктов глубокой заморозки данное решение позволяет избежать образования инея как на самом продукте, так и на внутренних поверхностях упаковки, обеспечивая идеальный обзор. Подобное улучшение внешнего вида упаковки для привлечения потенциальных покупателей представляет собой еще одно важное преимущество вакуумной упаковки по сравнению со стандартными упаковочными решениями.

Решения для упаковки в модифицированной газовой среде (МГС) в последние пять лет развивались наиболее активно. Данная упаковка, как правило, изготавливается с использованием жесткой пленки или жестких лотков. Основные причины успеха данного решения – высокое качество и возможность изготовления упаковок различной формы. Данная упаковка также позволяет устранить все присущие рыбной продукции микробиологические проблемы. Она га-

worldwide; margins get tighter, and manufacturers are looking for ways to differentiate and significantly increase the value of their products. Packaging enables them to make their fish products more attractive and market them more efficiently. Packaging is used to support the brand and the image of manufacturers and represents an effective solution for the problem.

In this regard, we should not forget that packaging quality influences its hygiene and traceability. The world is concerned with alimentary infection risks. Problems like: BSA, foot and mouth disease and bird flu contribute to the demand for safe and quality food products.

– Packaging solutions available at the Russian market are highly diverse. Most popular ones include vacuum packaging and Modified Atmosphere Packaging (MAP). What are the advantages of these solutions and their most popular applications?

– Both solutions contribute significantly in the development of fish and seafood products' market; and increased product shelf-life is one of their major advantages. It should be understood, however, that shelf-life may vary depending on own specific properties of each product. Therefore, it is highly recommended to make relevant tests before choosing a solution.

For example, vacuum packaging is generally used for products capable of withstanding atmospheric pressure caused by the high vacuum inside the pack. This solution uses barrier films or bags and implies air removal from the pack before sealing. Low residual oxygen contents inside the package (less than 1%) inhibit bacteriological development and increase product shelf-life.

This is the most cost-effective solution. When used for deep-frozen fish and seafood, vacuum packaging also allows eliminating frost from the product and inner surfaces of the pack, providing a better view for potential customers. Such elimination of frost from the product and the package is another major advantage of a vacuum pack against a standard solution.

Modified Atmosphere Packaging (MAP) has seen the most active development in these last five years. It is generally used with rigid films or rigid trays. The main reasons behind its success probably include its high quality and availability of various packaging shapes. It also perfectly solves the fish-related microbiological problem. MAP ensures prolonged shelf-life, at the same time highlighting the product making it appealing for customers. MAP systems are increasingly used not only with fresh, but also with deep-frozen products as removal of air and flushing of an inert gas into the package helps largely eliminating frost from the product and the package.

Modified Atmosphere Packaging ensures high marketing differentiation and added value to all: from simple to highly sophisticated products.



Упаковка в модифицированной газовой среде обеспечивает высокую дифференциацию и увеличение стоимости для любых видов продукции – от простых до самых сложных.



Modified Atmosphere Packaging ensures high marketing differentiation and added value to all: from simple to highly sophisticated products.

рантирует длительное хранение продукции, в то же время подчеркивая ее качество и делая ее привлекательной для потребителей. Системы с модифицированной газовой средой все чаще используются для упаковки не только свежей рыбы, но и продукции глубокой заморозки, поскольку удаление воздуха и закачка в упаковку инертных газов позволяет в значительной степени избежать образования инея как на самой продукции, так и на упаковке.

Упаковка в модифицированной газовой среде обеспечивает высокую дифференциацию и увеличение стоимости для любых видов продукции – от простых до самых сложных.

– В последнее время российские производители продуктов питания все чаще выбирают скин-упаковку. Каковы основные особенности и преимущества данного упаковочного решения?

– Скин-упаковка – это вакуумная упаковка, изготавливаемая с использованием жестких лотков и специальной очень тонкой верхней пленки. Пленка нагревается и оборачивается вокруг продукции одновременно с откачкой воздуха из упаковки. Данное решение позволяет снизить физическое воздействие пленки на продукцию при восстановлении атмосферного давления за счет использования вакуумной камеры, а упакованная таким образом продукция выглядит крайне привлекательно. Скин-упаковка, как правило, используется для рыбы и морепродуктов глубокой заморозки и обеспечивает идеальный внешний вид упакованной продукции.

– Какие еще наиболее важные современные тенденции, на Ваш взгляд, стоит отметить?

– Все большее распространение получают готовые к употреблению или готовые к разогреву рыбные изделия, которые упаковываются в лотки, подходящие для использования в микроволновых печах и духовках с возможностью нагрева до 220 °С. Последняя, но не менее важная тенденция связана со стремлением производителей пластиковой продукции к большей экологичности, что приводит к возникновению на рынке биологически разлагающихся лотков. Производители рыбной продукции сейчас выходят на новый мировой рынок, успех на котором во многом зависит от выбора упаковочных решений. К слову, производители мяса, птицы и сыров уже прошли данный этап несколько лет назад. **PS**



Вакуумная упаковка – самый экономичный вид упаковки.

При использовании для упаковки рыбы и морепродуктов глубокой заморозки она позволяет избежать образования инея как на самом продукте, так и на внутренних поверхностях упаковки.

– Skin packaging has recently become very popular among Russian food producers. What are the main features and advantages of this solution?

– A skin pack is a vacuum pack consisting of a rigid bottom tray and a very thin special top film. The film is heated at the same time as the vacuum is created in the package and wrapped over the product.

This solution allows reducing physical effects of the film onto the product upon reintroduction of the atmospheric pressure in the vacuum die on the machine and makes packed products highly appealing.

Skin packaging is mainly used for deep-frozen fish and seafood and provides perfect highlights of the product packed.

– What other hot trends are worth mentioning?

– The latest trends involve ready-to-eat or ready-to-heat fish-based products, packed in adaptive trays suitable for microwaves and regular ovens with heating up to 220°C. Last but not least, as plastic producers get increasingly concerned with the ecosystem, first biodegrading trays are appearing on the market. Similarly to the meat, poultry and cheese industries of several years ago, the fish industry is entering a new worldwide distribution strongly relies on packaging solutions. **PS**

Vacuum packaging is the most cost-effective solution. When used for deep-frozen fish and seafood, vacuum packaging also allows eliminating frost from the product and inner surfaces of the pack, providing a better view for potential customers.

Компания: **ООО «Дуко-Техник»**
г. Подольск, Московская область,
ул. Железнодорожная, 22, корп. 6, оф. 107
e-mail: info@duco.su
www.duco.pф
www.duco.su



Начало сотрудничества



Машины GB гарантируют высокую производительность, экономию времени, а также безопасны в применении.

1, 2. GB 162 – предназначена для резки целой рыбы на куски одинаковой ширины.
3, 4. GB 136 – слайсер для косой нарезки рыбы и мяса.

Недавно поставщик оборудования для предприятий пищевой промышленности, компания «Дуко-Техник», заключил договор с корейским производителем машин для обработки рыбной и мясной продукции – фирмой Grand Bell. О том, почему такое сотрудничество будет выгодно для обеих сторон, а также о преимуществах новых производственных линий рассказывают президент ведущего предприятия Южной Кореи по производству оборудования для переработки рыбы и морепродуктов Grand Bell И. Й. Канг и его партнер в России – генеральный Директор ООО «Дуко-Техник» Евгений Болгов.

Однако большая часть предприятий по глубокой переработке находится в Европейской части России, и мы давно искали молодого, агрессивного продавца, который бы представлял нас в этом регионе России, при этом разделяя наши приоритеты и видение на развитие рынка, что успешно и продемонстрировала компания «Дуко-Техник», проявив инициативу и посетив наше производство в Южной Корее (в г. Кванджу).

Президент Grand Bell И. Й. Канг:
– Наше предприятие начало свою работу еще в 1972 году. С тех пор мы занимаемся разработкой и производством полной линейки машин для обработки мясных и морских продуктов, успешно внедряя технику на внутренний и зарубежный рынки. В России Grand Bell

работает уже более 10 лет. За эти годы у нас были очень хорошие продажи по Приморскому краю всех видов машин (сепараторы, слайсеры и т. д.) – более чем на 1,5 млн долларов. Из-за близости Южной Кореи к российскому Приморью практически все продажи сделаны именно в этом регионе.

Во время нашей встречи специалисты «Дуко-Техник» продемонстрировали хорошее знание рынка рыбного оборудования, технические знания по переработке рыбного сырья и умение вести переговоры. И это решило вопрос однозначно – мы будем сотрудничать: будем развивать и упрочнять наши отношения, строить долгосрочную стратегию по продвижению нашего оборудования в России. Во время встречи мы подписали крат-

кий деловой меморандум, в котором определили наши действия на ближайший год. И меня как президента порадовал тот факт, что компания «Дуко-Техник» не побоялась взять на себя финансовые обязательства по реализации нашего оборудования на определенную сумму.

Во время посещения происходило обучение сотрудников, и поэтому впредь по всем вопросам, касающимся оборудования по переработке рыбы и морепродуктов GB, можно обращаться в «Дуко-Техник» – к нашему официальному представителю в России (Европейской части и Урале).



GB 134, 136 – автоматические слайсеры предназначены для косой нарезки рыбного филе и мясных продуктов.

ле долгих поисков, наконец, вышли напрямую на господина И. Й. Канга (ценно помощь хорошего друга и партнера Кирилла Недосекова, который поспособствовал нашей связи с ним).

Связавшись с г-м И. Й. Кангом, мы обозначили свой интерес, получили быструю, четкую информацию по оборудованию. Когда подошли к этапу составления коммерческого предложения по комплексной линии по переработке толстолобика и карпа для одного из своих клиентов, назрела необходимость посетить Grand Bell в городе Кванджу.

27-28 марта 2012 года группа наших специалистов посетила машинострои-



Возможность скомпоновать линию по обработке рыбы исходя из Ваших потребностей: GB 161 – головоруб с Y-образным резом, GB 162 – машина для нарезки целой рыбы с костью, GB 185 – филетировочная машина, GB 400 – шкуроемная машина.

го и многофункционального оборудования. Планов снабдить все рыбоперерабатывающие заводы России машинами Grand Bell у «Дуко-Техник» нет, а вот каждый второй завод – идея интересная.

Отмечу, что самым интересным оборудованием я считаю машины-слайсеры серии GB 134, 136, которые позволяют за один цикл (1-1,5 сек.) резать до 2-3 кг филе рыбы, эти же машины можно использовать для ускорения процесса резки сельди и других пород рыб при производстве пресервов. Также рыбопереработчикам будет интересна машина GB 162, которая делает нарезку любой



GB 182 – автоматическая линия для мелкой рыбы, включает в себя головоруб и филетировочную машину (отрезание головы, хвоста, брюшка вместе с плавником, филетировка и очистка брюшка от внутренностей).

Генеральный директор ООО «Дуко-Техник»

Болгов Евгений Алексеевич:

– О компании Grand Bell мы знаем давно, слышали очень много хорошего – о том, что оборудование надежное и недорогое по отношению к его европейским аналогам.

Еще два года назад, получив крупный заказ на оборудование для рыбопереработки, начали поиск поставщиков. Ведущие продавцы оборудования во Владивостоке советовали в один голос: «Обратите внимание на GB – не прогадаете», взхлеб описывая качество, низкую цену, всестороннее сервисное обслуживание, скорость поставок. Из-за большой удаленности и завышенных цен от приморских продавцов в тот момент приобрести оборудование Grand Bell не удалось, но хорошие отзывы о компании запали в душу.

Время спустя начали проводить анализ рынка по переработке рыбы, пос-

тельное предприятие, там смогли увидеть высокотехнологичное компактное производство, способное производить большое количество техники за маленький промежуток времени. Нас любезно ознакомили с оборудованием как на этапе производства и сборки, так и с уже готовым в работе.

После посещения завода интересы совпали: И. Й. Канг искал энергичного продавца, мы, в свою очередь, пытались найти технику, которая по качеству смогла бы составить хорошую конкуренцию европейским и японским аналогам, при этом была бы более доступна. В связи с этим мы подписали эксклюзивное соглашение по европейской части России, по которому мы гарантируем определенный объем продаж, а Grand Bell предоставляет хорошие цены на свою технику.

Уверен, что данный договор даст новый толчок развитию рыбопереработки в России в связи с доступностью высокотехнологичного инновационно-

целой свежей или сушеной рыбы с костями. Оборудование может, например, нарезать скумбрию и сельдь холодного копчения косым резом, что придает дополнительную привлекательность рыбе в упаковке. А нарезка вяленой рыбы на ломтики толщиной от 5 мм вообще позволяет изготовителю получить новый продукт на рынке снежков.

Компания может предложить игрокам российского рыбного рынка и чешуеёмные машины, которые без механического повреждения заготовки позволяют получить 100%-ный сьем чешуи с рыбы любой породы. Представьте, насколько снижается время вяления! Уверен, что и конечный потребитель оценит такой продукт, так как рыбу не надо будет очищать от чешуи. Впрочем, вся линейка оборудования GB займет достойное место на российском рынке, так как имеет широкий сектор по применению и обладает высокими показателями надежности. ■

Новая сенсация от REICH

Фирма REICH с 1 января этого года начинает принимать заказы на эксклюзивную линейку камер, не имеющих аналогов в мире.



taste the quality



Новая серия получила индекс IC (InterCooler). Уникальность примененной при ее разработке технологии заключается в следующем: процесс приготовления мясных, рыбных и сырных продуктов происходит в одной камере без перекатывания или перемещения между сегментами – то есть выкатываете «сырую» продукцию в камеру, проводите сушку, копчение, варку и даже запекание, и затем по готовности камера переходит к автоматическому интенсивному охлаждению, не передвигая тележки в отдельную зону охлаждения. В итоге вы выкатываете продукт, охлажденный до температуры упаковки и, соответственно, с минимальным бактерицидным фоном.

Камеры могут быть любого размера и исполнения, например, туннельными и тупиковыми. Исполнение в одном корпусе без отдела для охлаждения серьезно экономит площадь – камера в 2 раза меньше, чем подобные аналоги у конкурентов, и работает практически в 2,5 раза быстрее за счет новой запатентованной технологии. Камеры прошли испытания на нескольких европейских предприятиях и показали фантастический результат. **Р**

Более подробно о продукции можно узнать в представительстве компании REICH в Санкт-Петербурге по телефону: (812) 380-42-14 и на предстоящей выставке ANUGA в Кельне.

Опасная селедка

Значительная часть рыбных консервов, продающихся в магазинах Санкт-Петербурга, представляет опасность для здоровья потребителей.



В частности, в банках с селедкой эксперты обнаружили паразитов – червей гельминтов. Как подсчитали эксперты из общественной организации потребителей, более трети опасных для здоровья консервов попадает на прилавки. Помимо гельминтов в рыбе можно найти кишечную палочку и стафилококк. Многие производители сознательно нарушают технологию производства консервов, чтобы удешевить его. Особенно часто эти нарушения фиксируются весной, когда традиционно повышается спрос на рыбу. Любителям селедки эксперты советуют перед покупкой консервов проверять банку на вздутие и не покупать товар, привезенный из другого региона.

www.agroperspectiva.com

Компания из Египта изучала возможности поставок в Украину копченой сельди и скумбрии

Компания из Египта Adka Volena приехала в составе египетской делегации на киевскую выставку «Прод Экспо-2012», чтобы представить украинскому потребителю свою основную продукцию – копченую и маринованную сельдь и скумбрию.

Компания работает на рынке Египта с 1985 года и закупает сырье для производства у Норвегии, Исландии, Шотландии. То, что Украина потребляет сельдь преимущественно в соленом виде, а скумбрию – в копченом, представители компании слышали, но вот то, что Украина является одним из основных экспортных рынков норвежской сельди и достаточно крупным по скумбрии, египтяне не знали. Также они не знали, что таможенная пошлина на импорт готовой рыбной продукции в Украину очень высокая, а компаний, которые производят эти традиционные для Украины продукты питания, более 100. Копче-

ная скумбрия 300+ стоит 6,00 USD/kg на условиях FOB Египет. Копченую сельдь 250+ готовы предложить по цене 4,00 USD FOB Египет. На вопрос, почему так дорого, ответили, что все кроется в технологии копчения натуральной древесины, а не специальными растворами.

FishIndustry.ru

Росрыбхоз усилит работу с регионами

29 марта на ежегодном заседании Совета ассоциации руководство Росрыбхоза отчиталось по результатам работы в минувшем году.

В 2011 году предприятия и организации, входящие в отраслевое объединение, обеспечили общий улов рыбы в объеме 144,6 тыс. тонн и выпустили 147,3 тыс. тонн пищевой рыбной продукции, включая консервы. Производство товарной рыбы за год составило 83,4 тыс. тонн (рост на 7,1%), а ее реализация – 58,1 тыс. тонн.

Показатели производства продукции сельскохозяйственного рыбодоводства (товарная рыба и посадочный материал), запланированные в рамках отраслевой программы «Разведение одомашненных видов и пород рыб (развитие сельскохозяйственного рыбодоводства) в Российской Федерации на 2011-2013 годы» (приказ Минсельхоза России №86 от 31 марта 2011 года), оказались перевыполненными на 1,1% и составили 151,8 тыс. тонн. Из 68 членов ассоциации, занимающихся сельскохозяйственным рыбодоводством, 53 увеличили объем реализации товарной рыбы по сравнению с 2010 годом.

«В целом рост есть. К сожалению, по добыче рыбы во внутренних водах плановые задания, принятые Советом ассоциации в марте прошлого года, не выполнены на 6%. Несколько предприятий, которые занимаются океаническим рыболовством, смогли улучшить показатели по вылову. Зато рыбодоводческие хозяйства задание выполнили и показали рост по сравнению с прошлым годом около 7%», – рассказал РИА Fishnews.ru **председатель правления Ассоциации ГКО «Росрыбхоз» Василий Глуценко.**



По его словам, в этом году неожиданно много предприятий, не входящих в ассоциацию, проявили интерес к работе Росрыбхоза и приняли участие в заседании Совета. Темы выступлений тоже заметно отличались от предыдущих лет. Если раньше рыбодоводы жаловались на низкий уровень или полное отсутствие государственной поддержки в регионах, недостаточное финансирование из федерального бюджета, а рыбодобытчиков не устраивали задержки с оформлением разрешений на промысел, с утверждением ОДУ и т. д., то теперь ситуация изме-

нилась. Проблемы по-прежнему есть, но они решаются в рабочем порядке. На Совете ассоциации отмечалась глубокая интеграция сельскохозяйственного рыбодоводства с другими видами сельхозпроизводства. Так, в 2011 году предприятия и организации Росрыбхоза вырастили 55,6 тыс. тонн зернобобовых культур, 6,6 тыс. тонн подсолнечника и других масличных культур, 35,6 тыс. тонн сахарной свеклы, 27,4 тыс. тонн картофеля и других овощей, 9,6 тыс. тонн бахчевых культур, произвели 3,6 тыс. тонн молока, 890 тонн мяса крупного и мелкого рогатого скота, свиней и птицы.

В текущем году правление Росрыбхоза намерено уделить первоочередное внимание работе с регионами. «Сейчас мы сосредоточим усилия на том, чтобы каждый регион принял свою программу развития сельскохозяйственного рыбодоводства (многие уже это сделали)», – отметил Василий Глуценко. Кроме того, Совет ассоциации утвердил плановые задания на 2012 год по производству товарной рыбы и рыбосадовочного материала, реализации товарной рыбы, добыче рыбы в естественных водоемах и выпуску пищевой продукции, а также по поставкам рыбопродукции в Москву. Только за прошлый год предприятия и организации, входящие в Росрыбхоз, обеспечили поступление на продовольственные рынки и в магазины столицы 20,3 тыс. тонн пищевой рыбной продукции, в том числе 5 тыс. тонн живой рыбы.

РИА Fishnews.ru



В Назрани рыбу кожу стали применять при изготовлении предметов интерьера

Параллельно с усовершенствованием технологии выделки рыбьих шкурок ее разработчик, **ингушский предприниматель Ахмед Шадиев**, решил расширить и ассортимент выпускаемых товаров, используя в их производстве не только кожу рыб, но также камень, дерево и металл.

Такой подход продиктован прежде всего необходимостью популяризации уникального материала, о котором пока многие знают лишь понаслышке. В сочетании с привычными нам камнем, деревом или металлом рыба кожа заиграет по-другому, и потребитель научится воспринимать ее не как нечто совсем экзотическое, а как материал, который можно использовать и носить повседневно, считает Ахмед Шадиев. Возможности производства рыбьей кожи в других регионах России обсуждались в Москве руководством международной Ассамблеи столиц и крупных городов.

www.rg.ru

Информация предоставлена
некоммерческой организацией Рыбный союз



Отечественный рынок – магнит для некачественного товара?

Рыбный союз и директор департамента торговых переговоров Минэкономразвития Максим Медведков договорились об участии рыбопереработчиков в реализации мероприятий по адаптации отрасли к требованиям ВТО.

По инициативе Рыбного союза, 3 апреля 2012 года состоялась встреча директора департамента торговых переговоров Минэкономразвития Максима Медведкова с представителями рыбоперерабатывающей индустрии, Росрыболовства, Минсельхоза и Россельхознадзора. В ходе мероприятия, прошедшего на площадке Минэкономразвития, стороны обсудили ряд вопросов, касающихся адаптации отрасли к правилам ВТО. Важность встречи подчеркивает тот факт, что в ней приняли участие представители всех профильных надзорных органов, крупнейших рыбоперерабатывающих предприятий, других профессиональных союзов и ассоциаций, отметил исполнительный директор Рыбного союза Сергей Гудков.

С. Гудков обратил внимание собравшихся на то, что законодательство Таможенного союза «выводит» из-под ветеринарного контроля переработанную (готовую продукцию), что оставляет без проведения обязательной сертификации импортируемую продукцию и создает условия для неравной конкуренции. Поэтому после присоединения России к ВТО отече-

ственный рынок может стать «магнитом», притягивающим некондиционный импортный товар. В этой связи Максим Медведков отметил, что правила и нормы ВТО не ограничивают право России осуществлять контроль над безопасностью импортируемой продукции, включая рыбу; любые инструменты защиты необходимо применять в соответствии с правилами ВТО.

По мнению представителей Рыбного союза, всем участникам рынка – как

Были подняты вопросы, связанные с субсидированием предприятий рыбоперерабатывающей отрасли и аквакультуры со стороны государства после присоединения России к ВТО, перспектив развития экспортного потенциала российских компаний. Важным шагом, направленным на увеличение поставок, может стать сокращение сроков оформления сопроводительных документов на экспортируемую свежую рыбную продукцию.

Кроме того, обсуждались перспективы «выравнивания» надзора над российскими и иностранными производителями рыбной продукции, размеры таможенных пошлин при экспорте/импорте товаров в границах ВТО. Рыбопереработчиков интересует, станет ли проще продавать российскую продукцию на европейский рынок после присоединения России к ВТО.

Рыбный союз представил ряд предложений, направленных на адаптацию отрасли к правилам ВТО. Среди них: формирование национальной системы прослеживаемости продукции животного происхождения; внедрение единого ветеринарного сертификата, необходимого для ввоза рыбной продукции на территорию Таможенного союза; разработка нормативно-правовой базы, гармонизированной с требованиями ВТО.

Также по итогам встречи была достигнута договоренность об участии представителей Рыбного союза в деятельности рабочей группы при Росрыболовстве по выработке и реализации мер адаптации рыбоперерабатывающей индустрии к требованиям ВТО. **PS**



Максим Медведков:
«Правила и нормы ВТО не ограничивают право России осуществлять контроль над безопасностью импортируемой продукции, включая рыбу; любые инструменты защиты необходимо применять в соответствии с правилами ВТО».

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

российским, так и иностранным – необходимо придерживаться требований техрегламента «О безопасности рыбы и рыбной продукции». Другой проблемой является отсутствие национального стандарта качества рыбы, что позволяет недобросовестным коммерсантам обманывать потребителей.



Компания:

ООО «Райх»

192019 Санкт-Петербург, ул. Седова, 10

Тел.: +7 (812) 380 42 14

E-mail: vponomarenko@reich-germany.com

Офис в Москве: +7 (905) 752 6128

E-mail в Москве: acherkasov@reich-germany.com

Отдел сервиса: +7 (812) 412 36 95

E-mail: pzakharchenko@reich-germany.com

Автор:

Владимир Пономаренко,

генеральный директор

ООО «Райх»



Рыба и дым: друзья или враги?

С давних пор одним из основных способов сохранить рыбу было копчение. Дело это, с одной стороны, нехитрое, а с другой – требующее основополагающих знаний. Например, необходимо понимать, что влажный воздух в коптильне и хорошее копчение взаимноисключают друг друга.

Практически все хорошо знают, что при горячем копчении надо убирать влагу, чтобы рыба не сварилась, а при холодном – чтобы она в принципе «взяла» цвет. Раньше для этого рыбу надо было сушить часами, а то и сутками. Но времена и технологии постепенно меняются, хотя до сих пор многие производители термокамер продают уважаемым производителям рыбы обычные «мясные» коптилки с «внутренним холодом», который только охлаждает и совершенно не обезвоживает воздух, хотя вся влага остается в камере – пусть это будет на их совести.

Как же на самом деле должна работать правильная «рыбная» камера? Конструкторы фирмы REICH (Германия) работают над этим вопросом уже

более 70 лет. Самое главное, как говорилось выше, – убрать влагу из камеры во время копчения. Как же это сделать – вот основной вопрос. И специалисты ООО «Райх» нашли на него ответ: надо вынести основной агрегат (испаритель, осушитель) за пределы камеры, причем так, чтобы влага не засасывалась обратно. Соответственно, его нужно расположить ниже зоны вентиляторов и оснастить системой каплеулавливания.

Данная разработка как раз и дала первый рывок в массовом распространении камер REICH на все крупные заводы России, Европы, Азии и Африки. Система внешнего охлаждения RSC (Recycling Smoke Cooler) может работать как на



С давних пор одним из основных способов сохранить рыбу было копчение. Дело это, с одной стороны, нехитрое, а с другой – требующее основополагающих знаний.

горячем копчении (до 40 °С в камере) для практически моментальной сушки (подваривания вообще не возникает), так и на холодном, где ее реальная мощность в 14 кВт холода на каждую раму позволяет не только поддерживать предельно низкую для внутренних охладителей температуру в 16 °С,

но и сокращать время сушки практически в 5 раз. А также выделять из дыма всю «ненужную» влагу, что способствует быстрому и равномерному холодному копчению. Таким образом, система RSC является связующим звеном, позволяющим «дружить» дыму с рыбой.

А что же с дымогенераторами? На любом ли из них можно сделать вкусный и качественный продукт? Вопрос тоже очень интересный. Разные дымогенераторы (брусок, щепка, опилки и жидкий дым) дают разный вкус конечному продукту. Жидкий дым более кислый, опилки – более горький, брусок практически не дает вкуса, а щепка придает самый насыщенный аромат. Что выбрать из этого многообразия – вопрос привычки потребителя в определенном регионе. Мы же со своей стороны можем посоветовать нашу специальную разработку – дымогенератор на щепе с дымом, по вкусу абсолютно не отличающимся от того, что выделяется во время «натурального» копчения. Дымогенератор G505H имеет запатентованную систему протяжки готового дыма через еще не разгоревшуюся щепу, тем самым достигается тот самый неповторимый вкус. Данный тип дымогенератора можно совместить, например, с нашей установкой регенерации жидкого дыма в натуральный для достижения максимального результата по скорости копчения рыбы.

Узнать еще больше интересного о правильном и самом быстром копчении рыбы вы сможете на нашем стенде на выставке в Брюсселе SEAFOOD 2012. **Р**



АГРОПРОДМАШ

17-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ И ИНГРЕДИЕНТЫ
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

АГРО ПРОД МАШ

ЦВК «Экспоцентр», Москва, Россия

8-12 октября 2012



**ПЕРВЫЙ
В ИННОВАЦИЯХ**

www.agroprod mash-expo.ru

Организатор:



123100, Москва,
Краснопресненская наб., 14
E-mail: centr@expocentr.ru
www.expocentr.ru, экспоцентр.рф

Подготовила: **Светлана Карельская**

Оборудование для разделки рыбы

Ассортимент производимой в России рыбной продукции растет с каждым годом, и переработчикам необходимо осваивать и вводить в эксплуатацию новое оборудование, отвечающее современным требованиям рынка и характеризующееся оптимальным соотношением цены и качества.

Практически любое рыбоперерабатывающее предприятие не может обойтись без оборудования для разделки, поэтому вопрос правильного выбора филетировочных машин и слайсеров является весьма актуальным.

Первоначальная обработка

В первую очередь от рыбы, поступающей на переработку, отделяют голову, затем ее потрошат. Удаление у рыбы голов осуществляется с помощью специальных машин. Современное оборудование для удаления рыбных голов очень просто в эксплуатации: тушку необходимо только загрузить в лоток подающего транспортера, после чего она будет доставлена на участок отрезания головы, где та будет автоматически удалена. Как правило, позиция ножа отрезания головы регулируется, благодаря чему можно увеличить выход готовой продукции и снизить возможные повреждения рыбы. Для вспарывания брюшной полости тоже используется специальное оборудование. Большинство машин для данного вида обработки рыбы имеют возможность регу-

Первоначальная обработка



Экономичный V-образный срез головы лосося вместе с носовыми хрящами повышает эффективность и снижает количество отходов.



Линия непрерывной переработки лососевых



Установка для автоматического отсекания голов



Работу оператора полуавтоматического головоруба существенно облегчает лазерный маркер, показывающий траекторию движения ножа.



Результат работы установки для потрошения и мойки лососевых – тщательно выпотрошенная, вычищенная и вымытая тушка.

Филетировочные машины



Виды разделки:

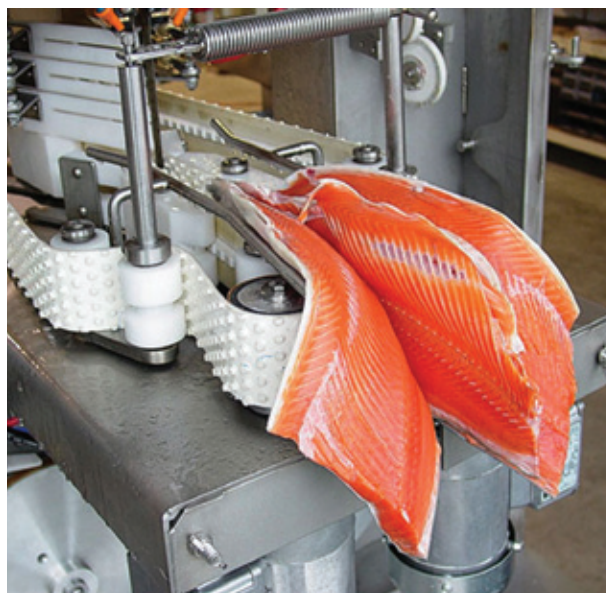
Разделка на две части



Разделка с удалением хребтины и сохранением реберных костей



Разделка с удалением хребтины и удалением реберных костей



Филетировочная машина

Филетировочная машина нового поколения оснащена устройством автоматического контроля давления на рыбу. Нет необходимости убирать плавники и хвост перед заправкой рыбы в аппарат.

лировки ножей, а также позволяют осуществлять подачу тушек как в охлажденном, так и в полузамороженном виде.

Филетировочные машины

Для изготовления рыбного филе используются филетировочные машины. Они делятся на филетировочное оборудование для крупных пород рыбы, например, лосося, семги, кеты, нерки, горбуши, и машины для филетирования средней рыбы. Хотя есть и универсальные аппараты, расстояние между ножами в которых можно регулировать в зависимости от размеров рыбы. Современные филетировочные машины не требуют предваритель-

ного удаления хвоста и внутренностей рыбы, что значительно повышает эффективность производства. У большинства моделей филетировочного оборудования предусмотрено регулирование ножей под размер хребтовой кости, благодаря чему выход филе по рыбе с заранее отсеченной головой достигает 85-87%.

Слайсеры

Это еще один вид оборудования, который является довольно популярным как на рыбоперерабатывающих предприятиях, так и в точках розничных продаж. Они позволяют осуществлять нарезку продукта на ломтики заданной толщины. Как правило, основной лист, стопорная плитка и плоскость скольжения рыбы изготавливают из нержавеющей сталей или шлифованного полированного анодированного алюминия. Большинство слайсеров позволяют регулировать угол нарезки от 10-30°. Также в современных моделях режущее устройство может быть оснащено автоматической подачей рыбы и инфракрасными сенсорами. **РР**

Слайсеры



Аккуратная и равномерная нарезка по всей длине, кусочки филе визуально больше по объему



Траектория движения ножа в современных слайсерах меняет угол наклона в двух плоскостях.



Одна из разновидностей автоматического слайсера

Автоматические слайсеры помимо нарезки на кусочки осуществляют и нарезку на пластинки.



Консервирующее действие соли зависит от ее концентрации, то есть от соотношения соли и воды в рыбе.

Подготовила: **Светлана Карельская**

Консерванты для рыбы и рыбной продукции

Пищевые консерванты – это в обязательном порядке сертифицированные добавки, которые позволяют замедлять процесс микробиологической и ферментной порчи продуктов питания. Они широко применяются в пищевом производстве, обеспечивая сохранность готовой продукции. Точно следуя требованиям СанПиНа в процессе использования консервантов, нанести ущерб биологической ценности готового продукта, а также здоровью потребителя просто невозможно. Кроме того, отсутствие консервантов в некоторых продуктах может послужить причиной серьезного пищевого отравления. Таким образом, рациональное и профессиональное использование подобных пи-

щевых добавок не наносит вреда ни продуктам питания, ни человеку, их потребляющему, а попросту позволяет несколько дольше сохранить полезные качества и свойства пищевой продукции.

Задачи консервантов:

- сохранение свежести продукта;
- продление сроков хранения продукта;
- «маскирование» посторонних вкусов и запахов.

Посол

Зачастую в качестве самостоятельного способа консервирования рыбы применяется посол.

В широком смысле посол – это сумма операций по консервированию рыбы поваренной солью, начиная с подгото-

вительных (разделка, мойка) и кончая укладкой соленой рыбы в тару, а в узком смысле – это комплекс операций, обеспечивающих контакт рыбы с кристаллической или растворенной солью и способствующих проникновению соли в рыбу (смешивание рыбы с солью, кантование и т. д.).

Под словом посол иногда подразумевают совокупность физико-химических процессов, в результате которых соль проникает в рыбу, вследствие чего в ней происходит потеря влаги, и в связи с этим изменяется масса тела рыбы. Однако в этом случае лучше применять термин просаливание.

Сущность посола как способа консервирования заключается в насыщении рыбы солью, при этом деятельность микроорганизмов и ферментов замедляется, тем самым предотвращается порча продукта. Консервирующее действие соли зависит от ее концентрации, то есть от соотношения соли и воды в рыбе.

В процессе посола изменяются консистенция и вкус рыбы, так как соль вызывает в ней денатурацию солерастворимых белков, составляющих 75-80% белков мышечной ткани.

Способы посола

По способу образования системы «рыба-соль-тузлук» посолы делятся на:

- **сухой посол** – рыбу солят сухой солью, самый простой способ посола. Преимущества данного способа в том, что готовая к конечному потреблению рыба отличается хорошей органолептикой и устойчивостью в хранении при повышенных температурах, расходуется немного соли. Недостатки – большие потери веса, от 5 до 15% от массы рыбы. Это отрицательно сказывается на себестоимости продукции, возможно неравномерное просаливание по высоте слоев рыбы.
- **тузлучный посол** – рыбу солят в заранее приготовленном растворе соли (тузлуке) или посольном растворе (соль с добавлением других компонентов). При тузлучном посоле происходит увеличение веса рыбы после посола, что положительно сказывается на себестоимости продукции, однако у некоторых деликатесных рыб ухудшается консистенция поверхности филе от интенсивного набухания белка.
- **смешанный посол** – рыбу смешивают с сухой солью, укладывают в посольную емкость и через определенное время заливают тузлуком необходимой концентрации. В этом случае соль, находящаяся на поверхности рыбы, препятствует опреснению тузлука, достигается равномерное просаливание рыбы, потери меньше, чем при тузлучном посоле. Недостаток способа в том, что он подразумевает большой расход соли, а также при нем происходит потеря от 3 до 8% от массы рыбы. Все это отрицательно сказывается на себестоимости продукции.
- **инъекционный посол** – рыбу солят путем прямого впрыска тузлука (посольной смеси) в толщу мяса специальным устройством – инжектором. Преимущества способа – возможность ускорить процессы посола и созревания рыбы, увеличить выход готовой продукции на 5-10% от веса рыбы, что положительно сказывается на себестоимости продукции. Таким образом, инъекционный посол – наиболее экономичный способ внесения специальных пищевых добавок. Недостатки – высокая цена на оборудование.

Выбор консерванта

Выбор консерванта во многом зависит от того, какую рыбу или рыбную продукцию необходимо обработать.

Для продления сроков реализации соленой и вяленой рыбы, а также пресервов используют сорбаты натрия, калия

Справка

Несколько лет назад группа норвежских ученых обнаружила антибактериальные свойства лососины. Их наличие делает возможным создание нового метода пищевой консервации при помощи ферментов данного вида рыбы. В ходе исследования лососины учеными был открыт лизоцим – разновидность фермента, убивающего бактерии при температуре от 0 до 40 градусов Цельсия. Действие фермента продолжалось даже в условиях более высоких температур. Ученые считают, что данное вещество может добавляться в качестве консерванта в процессе упаковки любой свежей рыбы.

или кальция, а также бензойную кислоту или бензоат натрия.

Для консервации аналогов рыбных продуктов на растительной или белково-растительной основе могут применяться пиросульфиты натрия и калия, а также гидросульфат серы.

Икра лососевых рыб – одно из любимых лакомств российского потребителя, и продление сроков ее хранения для рыбопереработчиков является весьма актуальным вопросом.

Консервация лососевой икры

Длительное время в качестве консерванта для зернистой лососевой икры использовали борные препараты (борную кислоту и буру). Но после того как выяснилось, что они обладают острой токсичностью, накапливаются в организме и приводят к различным пато-

«Сущность посола как способа консервирования заключается в насыщении рыбы солью, при этом деятельность микроорганизмов и ферментов замедляется, тем самым предотвращается порча продукта».

логиям, были проведены исследования с целью найти новый консервант. По результатам исследований выбрали E239 гексаметилентетрамин (уротропин) и сорбиновую кислоту – на тот момент самые эффективные, не ухудшающие органолептические, в том числе вкусовые, характеристики икры лососевых рыб и наименее опасные для здоровья человека. В 1972 году был разработан и принят ГОСТ 18172-72, в соответствии с которым рыбная промышленность работала более 30 лет. Однако вскоре выяснилось, что уротропин – тоже не безобидное вещество. Его токсичное действие обусловлено высвобождающимся формаль-

дегидом, который является быстродействующим клеточным ядом. В связи с тем, что он не разрешен в странах ЕС и ряде стран СНГ, импортирующие икру государства потребовали заменить его другим консервантом. Главный санитарный врач России пошел им навстречу и с 1 июля 2009 года запретил использовать уротропин при производстве пищевых продуктов. В течение последних восьми лет взамен токсичного уротропина, традиционно используемого в качестве консерванта при изготовлении лососевой икры, успешно применяются различные комплексные пищевые добавки полифункционального действия. Некоторые специалисты предлагают использовать смесь консервантов, таких как сорбиновая кислота и бензоат натрия. Консервация икры с использованием данных ингредиентов имеет некоторые недостатки, главный из которых – изменение вкуса конечного продукта.

Иногда для консервации икры используются глицерин и хитозан. Глицерин, он же влагоудерживающий агент E422, действительно хорошо удерживает влагу, а значит, икра не будет так быстро высыхать. Кроме того, он способен смягчать привкус горечи. Пищевой хитозан получают из хитина, который в значительных количествах содержится в панцирях ракообразных. То есть получают его как побочный продукт производства различных морепро-

дуктов. На основе этого вещества разработано множество пищевых добавок, ведь он абсорбирует тяжелые металлы и пестициды. Кроме того, он снижает микробиологическую обсемененность, что имеет особое значение при производстве продуктов, которые подвергаются минимальной обработке.

На рынке также существуют эффективные консерванты для красной икры, которые позволяют хранить готовый продукт при комнатной температуре. При этом содержание поваренной соли в готовом продукте на 30-50% ниже, чем в икре, изготовленной с использованием смеси консервантов (сорбиновой кислоты и бензоата натрия). **26**

Как мы искали самые вкусные креветки



Александр Савельев:

«В России, увы, нет нормальных транспортных путей, чтобы с Дальнего Востока доставить, скажем, в Тверь родные креветки».



МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА



В российских северных морях водится больше 100 видов креветок – ни одна страна в мире не обладает таким богатым выбором. Тем не менее на российских прилавках в основном представлена продукция датского, шведского и крайне редко российского выловов.



Два года назад были приняты санитарные правила и нормы, по которым количество глазури (льда) на рыбе не должно превышать 5% от веса. На креветках – не более 7%. Если с рыбой эти нормы соблюдаются, то на креветках даже невооруженным взглядом заметно явно большее количество льда.

Проверить, сколько потребитель переплачивает за воду, и разобраться, какие креветки самые вкусные, журналистам помог **руководитель Центра общественных связей Росрыболовства Александр Савельев**.

Куда уходят российские креветки?

Встретив представителей прессы у прилавка с популярными в России ракообразными, эксперт рассказал, что в российских морях водится больше 100 видов креветок – ни одна страна в мире не обладает таким бо-

гатым выбором. Причем все российские креветки водятся в северных морях, а именно в северных креветках самый богатый набор полезных веществ, по составу они самые сбалансированные.

Только вот, по утверждению экспертов, до россиян эта продукция фактически не доходит: за год российские рыбаки вылавливают около 10 тыс. тонн креветок, но все они идут на экспорт в Японию и США, где пользуются огромным спросом из-за своих великолепных вкусовых качеств и пользы. «В России, увы, нет нормальных транспортных путей, чтобы с Дальнего Востока доставить, скажем, в Тверь родные креветки, – посетовал А. Савельев. – Поэтому и завозят их отовсюду». Правда эксперт признал, что рос-

сийские креветки, даже если бы они все уходили только на стол к нашим соотечественникам, все равно не покрыли бы потребности россиян: в год страна импортирует 50-55 тыс. тонн членистоногих, а добывает в пять раз меньше. Надо сказать, что два года назад, до принятия СанПиНов, ограничивающих количество глазури, к нам импортировалось до 80 тыс. тонн креветок в год. Так что почти треть недобросовестных производителей отсеялась с российского рынка. При этом спрос на креветки остался прежним. Но, судя по результатам экспертизы, соблюдать правила и нормы все равно никто не торопится. Тем не менее, когда покупатель идет в магазин, он обращает внимание совсем не на количество льда, а оценивает вид в общем.

Почему мелкие полезней

Большинство потребителей предпочитают королевские креветки, так как в них больше мяса. На самом деле вкуса и полезных веществ в этих гигантских морепродуктах совсем немного.

Эксперт отметил, что, как правило, выращивают их искусственно, подкармливая кормами животного происхождения, антибиотиками, чтобы они росли быстрее и не болели. То есть вес они набирают стремительно, но пользы от этого совсем мало. К тому же крупные креветки водятся в южных морях.

В северных морях вылавливают мелких креветок. На российских прилавках это в основном продукция датского, шведского, крайне редко российского выловов.

Королевские креветки, как правило, выращивают искусственно, подкармливая кормами животного происхождения, антибиотиками, чтобы они росли быстрее и не болели.

Северноморские креветки – мелкие. Но именно они богаты набором полезных веществ и самые сбалансированные по составу.



Собственно экспертиза

Для чистоты эксперимента журналистами были куплены не только развесные креветки, но и в упаковке, одна из которых была с большими креветками, а вторая – со средними. На пакете с «королевскими» не были указаны ни адрес, ни телефон производителя. Только место упаковки: село Кривошеино Калужской области. На втором пакете – Московская область. Самые «морские» области нашей страны... Место вылова не было указано ни на одной упаковке.

А. Савельев, комментируя такой неприятный сюрприз, отметил, что пока не принят технический регламент, который обяжет производителей указывать не только место, но и час вылова креветок. Узнать, откуда их завозят в Россию, фактически невозможно. А упаковать их могут где угодно.

Может, отсутствие технического регламента, может, недостаток совести производителей-упаковщиков повлияли, но, когда купленные членистоногие были разморожены, все они отличались повышенным содержанием воды: во всех случаях переплата была не за 7% глазури, а в лучшем случае за 25%, в худшем – за 50%. **PC**

Официальный туроператор выставок



S-Continental

Travel Company

**Эксклюзивное предложение
от компании «С-Континенталь»:**

- СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ на бронирование номеров в гостиницах.
- БЕСПЛАТНЫЙ трансфер на выставку.
- БЕСПЛАТНАЯ сим-карта с исходящими вызовами по Москве и области.
- БЕСПЛАТНАЯ визовая поддержка.

А также:

- Информационное сопровождение 24 часа в сутки.
- Услуги переводчика.
- Билеты в театры и на концерты.
- Экскурсионное обслуживание.

+7 (812) 318-30-30

8 (800) 55-55-001

info@scontinental.com

www.scontinental.com

(звонок по России бесплатный)

Автор:



Елена Максимова

Мы приняты

Что ждет игроков российского рыбного рынка после вступления страны в ВТО?



Наконец-то Россия в ВТО. Об этом много говорили, этого долго ждали. И вот дождались. Однако предприятиям АПК, в том числе и игрокам рыбного рынка, теперь не совсем понятно, как введение нового торгового режима скажется на их работе.

Все актуальные вопросы, касающиеся вступления нашей страны в ВТО, специалисты рыбной отрасли обсудили 5 апреля в Российском союзе промышленников и предпринимателей на расширенном заседании Подкомиссии по рыбному хозяйству и аквакультуре Комиссии РСПП по агропромышленному комплексу. Представители власти, бизнеса и экспертного сообщества обсудили актуальные вопросы адаптации рыбохозяйственного комплекса к правилам нового экономического режима. В заседании приняли участие представители Совета Федерации ФС РФ, Евразийской

экономической комиссии, Минэкономразвития России, Минпромторга России, Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Федеральной таможенной службы, Федеральной службы по санитарному и фитосанитарному надзору, Федерального агентства по рыболовству, Российского союза промышленников и предпринимателей.

Открывая заседание, **руководитель Подкомиссии, президент Ассоциации добытчиков минтая Герман Зверев** отметил, что рыбное хозяйство России может что-то выиграть от вступления в ВТО только в том случае, если своевременно будут приняты эффективные адаптационные меры. В ходе заседания было отмечено, что российский рыбохозяйственный комплекс в значительной степени уже интегрирован в мировой рынок. Поэтому участие нашей страны в ВТО может стать эффективным инструментом развития рыбохозяйственного комплекса России и наиболее выгодного вовлечения предприятий отрасли в международные хозяйственные связи, а также важным способом развития национального рыбного рынка на высоких стандартах качества и безопасности. Если, конечно, будет реализован грамотный план адаптации отечественного рыбохозяйственного комплекса к работе в условиях ВТО.



Все актуальные вопросы, касающиеся вступления нашей страны в ВТО, специалисты рыбной отрасли обсудили 5 апреля в Российском союзе промышленников и предпринимателей на расширенном заседании Подкомиссии по рыбному хозяйству и аквакультуре Комиссии РСПП по агропромышленному комплексу.

Налогообложение

Участники заседания обсудили многие проблемные вопросы, связанные с принятыми Россией при вступлении в ВТО обязательствами. В частности, была рассмотрена возможность внесения изменений в налоговое регулирование рыбохозяйственного комплекса. По новым нормам, рыболовство не является сельскохозяйственной отраслью, в отличие от аквакультуры. Вследствие этого отменена льготная ставка сбора за пользование водными биоресурсами и налоговый режим «Единый сельскохозяйственный налог». Соответственно, налоги на рыбу естественного вылова должны быть выше, чем на выращенную искусственно. Это может отрицательно сказаться на стоимости конечной продукции. Однако спикеры заседания заверили игроков рыбного рынка, что паниковать пока рано: сейчас вопрос сохранения льготы для рыбаков обсуждается на федеральном уровне.

В частности, директор Департамента торговых переговоров Минэкономразвития России Максим Медведков отметил, что предложения рыбаков по защитным мерам отрасли заслуживают внимания и сейчас есть возможность их внесения в план адаптации российской экономики к ВТО. К разработке данного плана уже приступили в Минэкономразвития России.

Контроль

Еще один вопрос, волнующий рыбопереработчиков, касается контроля качества продукции. На эту тему специалисты рыбной отрасли говорили с заместителем руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному контролю Евгением Непоклоновым и директором ЗАО «Ростест» Алексеем Медниковым.

Хотя российский рынок рыбопродукции является динамично развивающимся сектором экономики, его нынешнее состояние характеризуется несколькими системными рисками.

По оценке Роспотребнадзора, рыбопродукция является самой неблагополучной в группе пищевой продукции. По оценочным данным, примерно 15% рыбопродукции на российском рынке либо не соответствуют санитарным нормам, либо снабжены недостоверной маркировкой.

«По новым нормам, рыболовство не является сельскохозяйственной отраслью, в отличие от аквакультуры. Вследствие этого отменена льготная ставка сбора за пользование водными биоресурсами и налоговый режим “Единый сельскохозяйственный налог”».

Только незначительная часть российской рыбопереработки сейчас отвечает мировым стандартам качества. Большинство отечественных производителей до сих пор не имеют систем производственного контроля и систем анализа рисков HASSP. Существуют значительные «пробелы» и в системе нормативного регулирования стандартов качества и безопасности продукции из водных биологических ресурсов. Одновременное сочетание наднационального (в рамках Таможенного союза) и национального режимов регулирования качества и безопасности продукции из водных биологических ресурсов, а также межведомственная конкуренция за полномочия главного регулятора качества и безопасности

создают нестабильность правовых норм в соответствующей сфере.

Единые санитарные и гигиенические требования Комиссии Таможенного союза не имеют единого норматива по содержанию глазури в продукции из водных биологических ресурсов. Через «окно уязвимости» на территорию Российской Федерации поступает рыбопродукция с превышением российского норматива содержания глазури. Порядок применения ветеринарно-санитарных мер при оформлении водных биоресурсов в морских пунктах пропуска размыт и неконкретен и по этой причине создает правовые основания для коррупции при оформлении уловов водных биологических ресурсов, добываемых в исключительной экономической зоне Российской Федерации.

Е. Непоклонов отметил, что главная причина проблем с качеством российской рыбной продукции заключается в отсутствии на сегодняшний день в нашей стране механизмов, реально обеспечивающих защиту рынка от недоброкачественной рыбопродукции. По мнению специалиста, в целях совершенствования национальной системы мониторинга качества сельскохозяйственной продукции необходимо создать в России единую электронную систему отслеживания качества продукции на всех этапах – от сырья до прилавка. Это позволит создать дополнительный механизм борьбы с нека-

«Только незначительная часть российской рыбопереработки сейчас отвечает мировым стандартам качества. Большинство отечественных производителей до сих пор не имеют систем производственного контроля и систем анализа рисков HASSP».

чественным импортом рыбопродукции. Подобные системы электронного мониторинга существуют в большинстве европейских стран.

Его поддержал А. Медников, который в ходе своего выступления предложил концепцию дифференцированного контроля предприятий рыбохозяйственного комплекса: те компании, деятельность которых прозрачна и у которых на производстве внедрены международные системы менеджмента качества, нет смыс-



Участников заседания интересовала возможность применения льготной ставки по кредитам, финансируемой за счет средств федерального и региональных бюджетов, а также вопросы обнуления пошлин на ввозимое зарубежное оборудование в целях судоремонта.

ла проверять раз в полгода. А вот предприятия, которые работают недобросовестно, необходимо контролировать даже чаще, чем это регламентировано. Только в этом случае можно будет очистить рынок от продукции низкого качества.

Вопрос ветеринарного и фитосанитарного контроля в зале обсуждался очень жарко. Участники заседания посетовали на то, что в европейской практике на безопасность проверяются места вылова, а не сама выловленная рыба на берегу, и опыт показывает, что такого контроля достаточно для обеспечения рынка безопасной продукцией. У нас же двойной контроль, который, по убеждению многих специалистов отрасли, не просто является абсолютно бесполезным, но и чинит массу препятствий для развития бизнеса.

Международное сотрудничество

Участники заседания имели возможность задать волнующие их вопросы и получить ответы от директора Департамента торговых переговоров Минэкономразвития России Максима Медведкова, заместителя руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору Евгения Непоклонова, председателя Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Геннадия Горбунова.

Их интересовали возможность применения льготной ставки по кредитам, финансируемой за счет средств федерального и региональных бюджетов в целях приобретения оборудования или оказания услуг иностранных поставщиков для развития рыбоперерабатывающих предприятий, а также вопросы обнуления пошлин на ввозимое зарубежное оборудование в целях судоремонта.

Участники заседания обратились за поддержкой по данному вопросу к председателю Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Геннадия Горбунову. Именно в его Комитете будет осуществляться большая часть работы по ратификации соглашения России во вступление в ВТО. Горбунов уверил рыбаков в том, что их позиция будет услышана и их предложения будут внимательно рассмотрены и проанализированы. **□**



МО ЧКАЛОВСКОЕ

при поддержке Администрации Петроградского района г. Санкт-Петербурга
ПРЕДСТАВЛЯЕТ



Генеральный информационный партнер
КАЧЕСТВО

**XVI САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ФЕСТИВАЛЬ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ**



**Радио ЗЕНИТ
89.7 FM**

ВКУСНОГРАД

НАКОРМИТЬ ВЕСЬ ГОРОД РАД!

19 мая
(суббота)

**Приморский парк Победы
парк аттракционов**

Диво Остров

(ст. метро «Крестовский остров»)

Начало в 11.00, вход свободный

ВСЬ ДЕНЬ ДЛЯ ВАС:

- КОНЦЕРТНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
- ВЕСЕЛЫЕ КОНКУРСЫ
- ВКУСНЫЕ ПРИЗЫ
- КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ БЕЗ ТОРГОВОЙ НАЦЕНКИ!



Автор: **Илона Лепп**,
директор отдела по развитию
бизнеса Nielsen в странах России
и Северо-Восточной Европе

Ключ к сердцу покупателя – удобство, ассортимент и цена

В связи с отсутствием достаточного пространства в магазинах крупных российских городов, особенно Москвы, минимаркеты или небольшие магазины рядом с домом, согласно исследованию Nielsen, являются спасением для ритейлеров в России.

В то время как розничный рынок России практически не изменился в 2011 году, сократившись на 1% по сравнению с прошлым годом, количество минимаркетов увеличилось на 10%, гипермаркетов и супермаркетов – на 16%. Количество аптек и традиционных продуктовых магазинов показало незначительное увеличение, тогда как магазины импульсного спроса и открытые рынки сократились на 4% и 10% соответственно.

Небольшие магазины в больших городах – это будущее российского ритейла. В настоящее время мы сталкиваемся с ненасыщенным спросом на минимаркеты в первую очередь со стороны покупателей, живущих в крупных городах России. Широкий ассортимент продукции и внимательное отношение к покупателям делают минимаркеты крайне привлекательными для россиян».

В маленьких и средних городах России находится в 2,7 раза больше минимаркетов, чем в мегаполисах. В 2011 году их количество выросло на 12% в городах с населением более 1 миллиона человек и на 2% в небольших сельских городах, что в ко-



Более половины (53%) потребителей в Москве выбирают непродолжительные походы по магазинам, а основательно закупаться предпочитает 27% потребителей.



нечном итоге привело к увеличению продаж в минимаркетах в среднем на 4% по сравнению с 2010 годом, говорится в исследовании Nielsen. Количество традиционных продуктовых магазинов сократилось на 6% по сравнению с прошлым годом.

Анализ Nielsen топ-товарных единиц показывает, что цены в минимаркетах в среднем на 10% ниже традиционных продуктовых магазинов. Кроме того, в минимаркетах более 20% пространства на полках предназначены для непродуктовых товаров, в то время как традиционные продуктовые магазины, как правило, закупают менее 20 непродуктовых категорий.

Более половины (53%) потребителей в Москве выбирают непродолжительные походы по магазинам, а основательно закупаться предпочитают 27% потребителей, по данным исследования Nielsen Shopper Trends. Две трети опрошенных (67%) говорят, что выбор магазина во многом зависит от наличия на прилавке не только продовольственных, но и непродовольственных товаров. 40% потребителей активно ищут различные промо-акции, а 89% респондентов утверждают, что при покупке продуктов питания им важен уровень обслуживания.

«В настоящее время существует большой разрыв между тем, что покупатель хочет увидеть в продовольственных магазинах и тем, что они получают в действительности. У ритейлеров есть возможность устранить этот разрыв, понять, что хотят потребители и удовлетворить их потребности. Если покупатель получит удовольствие от шоппинга, он захочет вернуться в этот магазин». **РС**

На Дону апробирована оригинальная технология выращивания осетровых

Учеными Южного Научного Центра РАН впервые получена черная икра осетровых, выращенных в искусственных условиях по оригинальной технологии. Новый метод позволяет не только сохранить жизнь самкам осетра после «дойки», но и в несколько раз ускорить процесс созревания ценных рыб.

За счет создания оптимальных условий выращивания по температуре воды, содержанию кислорода и ряду гидрохимических характеристик удается получать у стерляди икру за два года, обычно этот процесс длится до пяти лет. В дикой природе осетр достигает половой зрелости через 12-15 лет. Новая методика позволяет сократить этот срок в три раза.



«Вылов рыбы в естественных водоемах России достиг своего предела, – говорит **председатель ЮНЦ РАН академик Геннадий Матишов**. – Состояние Азовского и Каспийского морей (впрочем, как и Баренцева с Балтийским) – просто катастрофическое. Фактически эти моря уже истощены. В советские времена мы добывали 11 миллионов тонн рыбной продукции в год. Сейчас – всего 4 миллиона».

Хозяйственная деятельность человека привела к резкому сокращению естественных нерестилищ и, соответственно, поголовью осетровых. Единственный выход – разведение ценных пород рыб в искусственных условиях, так как в обозримом будущем перспектив восстановления биологических ресурсов Азовского бассейна нет.

«В Норвегии, например, благодаря поддержке государства аквакультура превратилась в процветающую отрасль. Одной только семги там добывают более 700 тысяч тонн в год! В небольшом Вьетнаме в год получают 4,3 миллиона тонн рыбной продукции – больше, чем в России, причем 2,3 миллиона тонн составляет аквакультура. Стоит ли удивляться, что дешевая зарубежная рыба практически вытеснила с прилавков отечественную?» – говорит Геннадий Матишов.



Новая технология разрабатывалась с учетом реалий сегодняшнего дня. Были учтены все параметры, влияющие на себестоимость конечного продукта. Отсюда замкнутый цикл водоснабжения, трехразовый сбалансированный по сезонам рацион, световой и температурный режимы. Учитывается даже скорость движения воды в искусственных водоемах.

Экспериментальный модуль расположен на базе «Кагальник» в Ростовской области. Это всего лишь несколько комнат с пластиковыми бассейнами глубиной около одного метра. По подсчетам ученых, с 10 кубометров воды можно получать в год от 50 до 70 килограммов ценной рыбы. Биологический цикл рыбы, как, впрочем, и растений, зависит от смены времен года, температуры и продолжительности светового дня. Для того чтобы ускорить процесс созревания осетровых, ученые устраивают несколько лет и зим в течение года.

«Технология, отработанная в ЮНЦ РАН, применима как в небольших фермерских хозяйствах, так и для промышленного разведения. Благодаря ей, товарную продукцию средней массой 1,5 килограмма можно получить за год, массой 3,5 килограмма – за два года. И получить производителей, дающих пищевую икру за 3-4 года. Белуга в искусственных условиях может давать икру вдвое раньше, чем в природе. Это наш вклад в сохранение генофонда «краснокнижного» вида рыб», – говорит **Елена Пономарева, доктор биологических наук, заведующая отделом аквакультуры и водных биоресурсов**.



Дойка осетровых напоминает получение молока от коровы. Ласковые слова, поглаживание и похлопывание материнской особи ихтиологом, массаж брюшка – и вот в миску потекла икра. После «дойки» часть икры пошла в криокамеру, где она будет заморожена до лучших времен. Другая часть была оплодотворена. Оплодотворенные икринки обыч-

ным ситом перенесли в «рыбий инкубатор», где они пробудут пару недель. Когда мальки подрастут, им вживят микрочипы и отправят во взрослую жизнь.

Российская газета

Россия и Норвегия наладят обмен опытом в области аквакультуры

Мурманская область и губерния Финнмарк договорились о сотрудничестве в сфере аквакультуры. Оно предполагает обмен опытом между специалистами и соответствующими структурами двух регионов.



Протокол рабочего совещания по вопросам сотрудничества в области аквакультуры между двумя приграничными территориями подписали министр экономического развития Мурманской области и департамент экономического развития норвежской губернии Финнмарк. Соответствующие переговоры специалистов состоялись в рамках 13-й Международной специализированной выставки «Море. Ресурсы. Технологии – 2012», которая прошла в Мурманске в марте нынешнего года.



Как сообщили в пресс-службе правительства Мурманской области, стороны договорились развивать взаимоотношения с целью устойчивого роста и развития аквакультуры как в России, так и в Норвегии. Сотрудничество должно быть основано в первую очередь на обмене опытом между предприятиями, занятыми в области аквакультуры, и соответствующими государственными структурами.

Представители правительства Мурманской области и провинции Финнмарк договорились также способствовать созданию необходимых благоприятных условий для организации взаимных визитов специалистов предприятий,

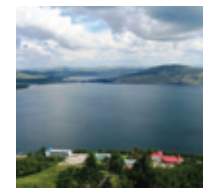
занятых в области аквакультуры, в соответствующие организации по обе стороны границы.

Подобного рода деловые посещения будут организованы в рамках подготовки к Дням российско-норвежского приграничного сотрудничества, которые планируется провести в ноябре 2012 года в Печенгском районе Мурманской области. При формировании деловой программы очередной «Никельской конференции» стороны планируют предусмотреть проведение выездного семинара по проблеме развития аквакультуры в российском порту Лийнахамари.

www.fishnews.ru

Новое рыбное хозяйство Башкирии обеспечит рыбой все Зауралье

Новое хозяйство по производству ценных видов сиговых рыб будет построено в районе озера Якты-Куль в Абзелиловском районе. «Министерство природопользования и экологии заключило контракт с тюменским предприятием «Госрыбцентр» на проектирование строительства хозяйства», – сообщили в пресс-службе Минэкологии.



По словам представителя ведомства, главная задача нового объекта в том, чтобы обеспечить рыбохозяйственные организации Башкирского Зауралья рыбопосадочным материалом (личинками) ценных сиговых видов рыб. Кроме того, планируется, что в самом хозяйстве также будет выращиваться и перерабатываться рыбная продукция.

Возникновение нового хозяйства вызвано во многом тем, что производство рыбопосадочного материала должно опережать потребность товарных хозяйств, так как на всех стадиях выращивания и зимовки наблюдаются его большие потери. Даже при благоприятных климатических условиях страховой фонд личинок рыб должен быть не меньше 10%.

«Финансирование нового рыбного хозяйства происходит в соответствии со среднесрочной комплексной программой экономического развития Зауралья на 2011-2015 годы», – отметили в пресс-службе Минэкологии.

FishNet



Подготовила: **Светлана Карельская**

Разведение красной рыбы

Красная рыба пользуется в России все большей популярностью, и с каждым годом в стране появляются новые и новые рыбодневные форелевые и лососевые хозяйства. Именно разведение красной рыбы уже давно составило конкуренцию обычному рыболовству. На сегодняшний день ловля того же лосося в диких условиях уже давно стала почти легендой. О том, какие факторы необходимо учитывать при разведении красной рыбы, расскажем в этой статье.

Прудовое рыбоводство

Некоторые эксперты утверждают, что это один из самых популярных в мире видов разведения рыбы. В России же технология разведения в прудах красной рыбы не очень популярна.

Превратить дикие пруды в места разведения рыбы не очень просто. Будущим фермерам предстоит либо приватизировать их, либо брать в аренду. При этом нужно учитывать тот факт, что лососевые рыбы очень чувствительны к изменениям окружающей среды.

По типу расположения существующие пруды распределены следующим образом: пойменные, русловые, балочные. Пруды русловые и балочного типа – глубокие, с наличием русел и значительной проточностью – менее

продуктивны по сравнению с пойменными, но этот недостаток можно исправить путем реконструкции. Пруды, расположенные в сельской местности, используемые в первую очередь для выращивания рыбы, разделяют на нагульные, выростные, нерестовые и зимовальные.

Рыбоводные прудовые хозяйства бывают двух типов – полносистемные и неполносистемные. В полносистемных хозяйствах рыба выращивается от икринки до товарных размеров. Эти хозяйства имеют следующие категории прудов: нерестовые, мальковые, маточные, нагульные, зимовальные и карантинные. Неполносистемные рыбоводные хозяйства имеют или питомную часть с маточными, нерестовыми и выростными прудами, или только нагульные пруды. Рыбопитомники предназначены для выращивания рыбопосадочного материала, а в нагульных хозяйствах выращивается только товарная рыба из молоди, приобретенной в других хозяйствах. Маточные пруды используются для летнего и зимнего содержания производителей карпа. Самки содержатся отдельно от самцов. На каждого производителя отводится не менее 30 м площади пруда. Глубина прудов – до 2,5-3 м. Нерестовые пруды предназначены для размножения рыб. Площадь нерестового пруда должна составлять не менее 1 тыс. м, с пологим ровным уклоном дна с мягкой луговой растительностью. Глубина – от 0,2 до 1 м. Такой пруд рассчитан на 3 гнезда, то есть 3 самки и 6 самцов карпа. Выростные пруды должны располагаться рядом с нерестовыми. Они предназначены для выращивания сеголетков из мальков, пересаженных из нерестовых прудов. Средняя глубина прудов – 0,5-0,8 м. Не менее 15% общей площади пруда должна иметь глубину 1,5-2,0 м, что позволит использовать его для зимовки сеголетков. Нагульные пруды самые большие по площади (от 0,25 до 100 га и более) и предназначены для выращивания товарной рыбы. Оптимальная глубина – 0,5-2 м, средняя – 1,0 м.

В полносистемном хозяйстве соотношение площадей прудов разных категорий должно быть следующим: нерестовых – 0,1%, выростных – 5,9%, нагульных – 93,8% и зимовальных – 0,2% общей прудовой площади. Рыбоводное хозяйство должно иметь источники водоснабжения, гарантирующие полное наполнение прудов с учетом потерь на фильтрацию и испарение. Вода должна быть чистой, нейтральной или слабощелочной реакции (рН = 7-8,5). Недопустимо попадание в пруды промышленных, сельскохозяйственных и бытовых стоков. Вода – сре-

да жизни рыб. Поэтому каждый рыбовод должен строго следить за качеством воды в прудах.

Важную роль в жизни водоема играет водная растительность (камыш, тростник и др.). Заросли водной растительности служат местами обитания молоди рыб и кормом для рыб беспозвоночных, а для некоторых являются основной пищей (белый амур, красноперка). Однако если высшая растительность сильно разовьется и займет большую часть площади акватории пруда, то она будет отрицательно влиять на гидрохимический и биологический режимы водоема. Ускорится процесс заиливания пруда, ухудшится газовый режим, уменьшится содержание в воде биогенов. Существует два способа борьбы с высшей растительностью – механический и биологический. Механический способ сводится к уничтожению высшей растительности путем ее выкашивания камышекосилками, цепными косами, протягиванием тросов, неводов и т. д. Удаленные из прудов растения складываются в компостные кучи и впоследствии используются как удобрение для прудов. Биологический метод борьбы заключается в разведении в прудах белого амура, питающегося высшей растительностью. Двухлетки белого амура питаются исключительно растительностью (молодые побеги тростника, камыш, рдеста и пр.). Рыбоводной практикой установ-



Превратить дикие пруды в места разведения рыбы не очень просто. Будущим фермерам предстоит либо приватизировать их, либо брать в аренду. При этом нужно учитывать тот факт, что лососевые рыбы очень чувствительны к изменениям окружающей среды.

Садковые рыбоводные хозяйства на озерах и водохранилищах позволяют использовать часть кормовых ресурсов водоемов. Вокруг садков создается зона с более высокой концентрацией зоопланктона, фитопланктона, бентоса, дикой рыбы, которые привлекаются остатками комбикормов и экскрементов.

лено, что при посадке в водоем 2-3-летнего белого амура в количестве 200 шт./га он съедает за сезон 12,5 тонн водной растительности. Ежедневный рацион взрослого амура составляет 50-70% от его массы. Для улучшения условий жизни рыб и повышения рыбопродуктивности прудов используется мелиорация, которая предусматривает такие мероприятия, как известкование, внесение удобрений, аэрация воды, борьба с заиливанием, зарастанием прудов жесткой растительностью и сорными непромысловыми рыбами.

Разведение в садках

При садковом содержании рыбу выращивают не во всем водоеме, а в отдельной, огороженной его части, которая называется садком. Садками могут являться различные сооружения: дель, натянутая на колья или другой каркас, деревянные плавучие решетчатые ящики, сетчатые металлические или пластмассовые емкости и др.

Садковое рыбоводство имеет свои преимущества по сравнению с классическим. Одно из них заключается в том, что садковые хозяйства могут располагаться непосредственно в водоемах, в том числе комплексного назначения и занимать только часть их, что позволяет использовать водные ресурсы не только для рыбоводства, но и для других отраслей. Другим преиму-

ществом является то, что для создания садковых хозяйств не требуется изъятия земли из сельскохозяйственного оборота, как в прудовых хозяйствах.

При выращивании рыбы в садках не требуется создания принудительного водообмена и расхода электроэнергии для перекачки воды.

Садковые рыбноводные хозяйства на озерах и водохранилищах позволяют использовать часть кормовых ресурсов водоемов. Вокруг садков создается зона с более высокой концентрацией зоопланктона, фитопланктона, бентоса, дикой рыбы, которые привлекаются остатками комбикормов и экскрементов. Садковые хозяйства могут располагаться вблизи или даже на территории населенных пунктов. Это дает целый ряд преимуществ: наличие хороших подъездных путей, наличие электро- и газоснабжения, сокращение затрат на перевозку рабочих и др.

Наряду с преимуществами выращивание рыбы в садках имеет и свои отрицательные стороны. Главное из них – это эвтрофикация – загрязнение водоема органическим веществом. Плотные посадки рыбы и интенсивное кормление приводят к прогрессирующей эвтрофикации водоема, поэтому



В России разведение лосося и семги пока не развито, поскольку технология их выращивания предусматривает использование лабораторий и других довольно дорогих технологий.



А вот форелеводство набирает обороты. Самая распространенная для выращивания – радужная и ручьевая форель.

не рекомендуется организовывать садковые хозяйства на водоемах, используемых в качестве источников питьевой воды для населения.

На озерах и водохранилищах рыбноводный процесс направлен на искусственное разведение молоди ценных видов рыб на базе рыб заводов или нерестово-выростных хозяйств с последующим выпуском этой молоди в водоем на нагул, где рыба растет до товарных размеров, используя естественную кормовую базу. Совсем по другому типу ведется рыбноводный процесс в прудовых хозяйствах. Здесь можно регулировать не только водный режим пруда, но и процесс развития в нем естественной кормовой базы, а также состав разводных рыб (поликультуру).

Ориентируясь на тенденции

В России разведение лосося и семги пока не развито, поскольку технология их выращивания предусматривает использование лабораторий и других довольно дорогих технологий. А вот форелеводство набирает обороты.

Для разведения форели необходимы достаточные площади и регуляция температурных режимов воды. Важно отметить, что форель, как и все лососевые, хорошо кормится и растет зимой и летом. Рыбопродуктивность прудов с форелью достигает 1 тыс. центнеров с гектара. Самая распространенная для выращивания – радужная и ручьевая форель. Для форелевых рыбноводных хозяйств лучшими являются водоемы с постоянной температурой воды: ключи, ручьи, малые реки.

Главное в разведении лососевых рыб, особенно форели и лосося, – наличие достаточного количества кислорода в воде для быстрого обмена веществ и роста. Ухудшение газового режима воды происходит при гниении излишне внесенных кормов и удобрений в пруды, после чего наблюдается массовое развитие сине-зеленых водорослей. Когда в прудах наблюдается дефицит кислорода, его аэрируют. Простейшим аэратом может служить многолопастная вертушка, установленная на водоподающем канале. Если водоподающий канал расположен выше бортов пруда, то распыления воды можно добиться, установив в пруду под водоплавающей трубой деревянный столик. Струи воды, ударяясь о поверхность столика, распыляются, вследствие чего происходит обогащение ее кислородом. Аэрацию воды можно производить с помощью компрессора, а в зимовальных прудах делаются майны.

Чем кормить

Выбор кормов для рыбноводов тоже является очень важным моментом. Важно, чтобы они были высокого качества. Величина частиц фракций хорошего корма должна быть минимальной, причем жиры и масла должны не только покрывать поверхность кормовой гранулы, но и полностью пропитать ее внутри. По физическим характеристикам корма делятся на плавающие, быстро тонущие, медленно тонущие.

Выбор корма зависит от вида и возраста рыбы. Для кормления мальков используется крупка, способствующая росту, для взрослой рыбы применяются гранулы с высоким содержанием протеина, чтобы увеличить плотность мяса конечного продукта.

Рыбоводство и государство

В России развитие аквакультуры является одной из стратегических задач дальнейшей модернизации рыбохозяйственного комплекса. Полномочия по регулированию аквакультуры переданы Росрыболовству.

Рыбная отрасль ожидает принятия ФЗ «Об аквакультуре», который должен значительно упростить для рыбоводных хозяйств допуск к водным, земельным и биологическим ресурсам, четко разграничить компетенцию федерального центра и региональных властей, регламентировать селекционно-племенную и ветеринарную работу в этой области. Таким образом, принятие закона даст развитию отечественной аквакультуры мощный толчок и позволит существенно увеличить потенциал и отдачу от рыбной отрасли.

А пока Россия производит только 0,2% мировой продукции аквакультуры. Вместе с тем наша страна располагает крупнейшим в мире водным фондом, пригодным для ведения аквакультурной деятельности, – это 225 тыс. квадратных километров озер, 43 тыс. квадратных километров водохранилищ и 520 тыс. километров водной глади рек, а также огромные площади прибрежных акваторий морей.

По данным Росрыболовства, в сфере аквакультуры работают 2427 хозяйствующих субъектов различных форм собственности (большинство из которых малые и средние предприятия).

При этом производство продукции товарного рыбоводства в Российской Федерации составляет около 140 тыс. тонн, в том числе продукция марикультуры около 10 тыс. тонн.

Новые формы и механизмы господдержки рыбоводства включены в проект Государственной программы развития рыбохозяйственного комплекса на долгосрочный период до 2020 года. В программе предусмотрено государственное софинансирование затрат на уплату процентов по кредитам на производство товарной продукции, закупку кормов, внедрение энергосберегающих технологий, страхование рисков, возмещение затрат на содержание ремонтно-маточного поголовья рыб и приобретение рыбопосадочного материала. Также госпрограммой предусматривается применение лизинговых механизмов при закупке техники и обо-

рудования, племенного материала рыб. На базе данной программы планируется разработка и реализация региональных программ развития аквакультуры в субъектах Российской Федерации.

Стимулирование научных исследований, внедрение новых разработок, подготовка информационных материалов, информаци-

«Главное в разведении лососевых рыб, особенно форели и лосося, – наличие достаточно количества кислорода в воде для быстрого обмена веществ и роста».

онное обеспечение деятельности предприятий аквакультуры, создание банка данных рыбоводно-биологических обоснований и биотехнологий, формирование кадастрового реестра рыбоводных участков на водных объектах рыбохозяйственного комплекса, развитие аквакультуры в целом, планируются через создание инновационных центров рыбохозяйственного профиля. **РР**

Журналы для руководителей, топ-менеджеров и специалистов предприятий пищевой промышленности



отдел распространения
 тел.: +7(812) 702-36-70
 e-mail: podpiska@sfera.fm



наш сайт sfera.fm



EUROMONITOR INTERNATIONAL

СЕМИНАР

Российский рынок FMCG: стратегии развития в условиях меняющегося потребительского поведения

Euromonitor International в пятый раз проводит эксклюзивный бесплатный семинар для ключевых представителей розничной торговли, игроков рынков продуктов питания и напитков, косметики и парфюмерии, а также других FMCG индустрий. Не упустите возможность узнать последние новости о потребительских тенденциях в России и их влиянии на основные рынки FMCG!

Темы для обсуждения:

- Динамика и особенности модели потребительских расходов в России и Восточной Европе
- Тенденции российского потребительского рынка: сегодня и завтра
- Направления развития: стратегии в сфере розничной торговли и общественного питания
- Мировые тенденции в упаковке и их влияние на российский рынок

Увидимся в Москве!
Euromonitor International

Регистрация для участия в семинаре
<http://www.euromonitor.com/market-insight-seminar>

Семинар состоится
26 апреля 2012 года, с 13:30 до 18:00
в гостинице «Марриотт Кортярд»
по адресу Вознесенский пер. 7, Москва

дополнительная информация
seminar@euromonitor.it
+370 5 243 1577 # 4603

Семинар бесплатный. Количество мест ограничено.
Все презентации будут представлены на русском языке, без перевода.

Партнеры:



V юбилейная ежегодная бизнес-конференция «Финансы для Агрохолдингов»

24 мая 2012г.

V юбилейная ежегодная
бизнес-конференция



«Финансы для Агрохолдингов»



Место проведения:

Конференц-зал СОАО «ВСК»
(г. Москва, ул. Островная д.4)

V юбилейная ежегодная конференция "Финансы для агрохолдингов" - это качественный анализ основных товарных секторов АПК и рынков капитала, свежие инвестиционные идеи, возможности общения с первыми лицами компаний-лидеров рынка, участие в дискуссиях и новые полезные контакты.

В конференции примут участие более 120 крупнейших агрохолдингов России, присоединяйтесь и Вы!

Главные темы:

- Агробизнес и ВТО;
- Прогнозы на урожай-2012;
- Стратегии лидерства;
- Финансирование агробизнеса и лизинговые программы;
- Государственная поддержка АПК.

УЧАСТИЕ В МЕРОПРИЯТИИ ЯВЛЯЕТСЯ БЕСПЛАТНЫМ!

Для участия в бизнес-конференции необходимо:
заполнить форму регистрации на сайте www.agromg.ru

Организаторы:



Оргкомитет:

ООО "АгроМедиаГрупп»

Тел: 8 (495) 642-32-71

www.agromg.ru



**Журналы для руководителей,
топ-менеджеров и специалистов
предприятий
пищевой промышленности**

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
 тел.: +7 (812) 702-36-70
 e-mail: podpiska@sfera.fm



НАШ САЙТ
sfera.FM