



# рыбная сфера

28



Борис Швиндерман,  
генеральный директор  
ООО «Камень-Альфа»:  
«Собственная розница  
нужна скорее для рекламы,  
для создания узнаваемости.  
К тому же мы хотим  
донести до потребителя  
свежую продукцию.  
В наши точки продаж  
она будет привозиться  
ежедневно».

52



*Кларуус  
от «Петра Сомова».  
Разведение рыбы уже  
несколько лет является  
одним из привычных видов  
российского бизнеса. Как  
правило, в нашей стране,  
особенно в ее северных  
регионах, разводят  
лососевые породы рыб.  
А что, если попробовать  
выращивать рыбу,  
не знакомую  
ни российским рыбакам,  
ни потребителям?*

08

Начиная с советских времен рыбные консервы были одним из самых доступных продуктов питания как по цене, так и по определению: их можно было купить в любом магазине даже в период самого острого дефицита. В те времена невозможно было себе представить, насколько изменится структура рынка рыбных консервов через 20-30 лет. Сегодня данная продукция представлена в различных ценовых сегментах – от самого низкого до самого высокого.





16-я международная выставка

**Пищевые ингредиенты, добавки и пряности**



Одновременно:



**МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ  
ИНДУСТРИЯ**

# ingredients

**RUSSIA**

**12 – 15 марта 2013 года**

ВВЦ, Павильон 75  
Москва, Россия



В рамках деловой программы:

- Международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века»
- Конкурс «Ингредиент года»
- Школа технолога пищевых производств
- Мастер-классы в зоне презентаций



По вопросам участия  
обращайтесь:  
Тел.: +7 (495) 935 7350  
Факс: +7 (495) 935 7351  
ingredients@ite-expo.ru

При поддержке:



**[www.ingred.ru](http://www.ingred.ru)**





**Подготовка сырья**  
**Глубокая переработка**  
**Нарезка**  
**Упаковка**  
**Программное обеспечение**  
**Обучение**  
**Сервис**  
**Комплексные решения**

**15 лет  
на российском  
рынке!**

## GEA Food Solutions

Мы всегда оказываем поддержку нашим клиентам в достижении поставленных ими целей. При планировании, разработке инновационных решений и сервисном обслуживании мы ориентируемся на максимальную эффективность работы наших заказчиков. От разработки инноваций до снижения производственных издержек и повышения выхода продукции, главное – Ваш успех!

ЗАО "ГЕА Конвениенс Фуд Системс АО"  
Тел: +7 (495) 775 82 90, Факс: +7 (495) 775 77 19  
[www.gea.com](http://www.gea.com)



# ВЫБОР ПРОДУКТОВ ЗА ВАМИ!



Создавайте и производите новые инновационные продукты, различные по вкусу, форме и внешнему виду.

Компания Handtmann разрабатывает высокoэкономичные ключевые технологические решения и является опытным специалистом для превосходного порционирования, укладки, формования и коэкструзии.

Неизменно первоклассное качество и высокая продуктивность гарантируют успешную продажу классических и новых продуктов.

- Салаты из морепродуктов и деликатесные салаты
- Рыбные шарики или палочки
- Рыбные сосиски
- Рыбное карпаччо
- Паштеты в баночках, контейнерах и лотках
- Тартар из лосося без костей
- Порционная нарезка продуктов
- Сушеные и копченые рыбные продукты
- Формованные филе из обрезков





**Форум Handtmann**  
**Место для диалога и инноваций.**

Вдохновленная тенденциями рынка и собственными идеями компания Handtmann в тесном диалоге с заказчиками со всего мира реализует высокoэкономичные ключевые технологические решения. В новом форуме мы абсолютно точно согласуем их с Вами в соответствии с Вашими конкретными требованиями.

Приглашаем Вас посетить новый  
**ЦЕНТР ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ И  
РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ**  
в Биберахе для реализации Ваших  
инновационных идей.

**Albert Handtmann**  
**Maschinenfabrik GmbH & Co. KG**

Hubertus-Liebrecht-Str. 10-12  
D-88400 Biberach/Riss  
Deutschland  
Тел.: + 49 (0) 73 51 / 45 - 0  
Факс: + 49 (0) 73 51 / 45 - 15 01  
[info.machines@handtmann.de](mailto:info.machines@handtmann.de)  
[www.handtmann.de](http://www.handtmann.de)

**handtmann**  
*Идеи с будущим*

отрасль	16
Рыбная отрасль России переживает непростые времена	16
компания	Бизнес – это большая ответственность 28



Плюсом рыбных консервов является то, что в процессе их производства не снижается калорийность сырья. Минеральные вещества, содержащиеся в рыбе и морепродуктах, также сохраняются практически без потерь, однако при этом разрушается часть витаминов, содержащихся в сырье.

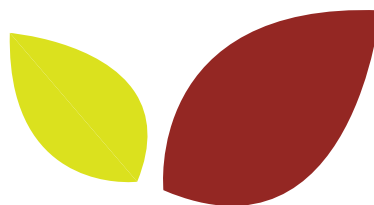
8

тема номера	Консервы: завтрак туриста или деликатес?	8	компания / крупным планом	Бизнес – это большая ответственность	28
отрасль / актуально	Рыбная отрасль России переживает непростые времена	16	производство / оборудование	Производство крабовых палочек	36
/ события и факты	Новости	20		Лорды плохого не посоветуют!	38
/ крупным планом	Мировой рынок рыбы и морепродуктов	24		Новое корейское слово в рыбопереработке	40
industry / close-up	Global Fish & Seafood Industry	24			





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](mailto:worldfood@ite-expo.ru)

[www.world-food.ru](http://www.world-food.ru)

<b>производство</b>	36
Кушать упаковано!	46
<b>аквакультура</b>	<b>Клариус от «Петра Сомова»</b> 52



Клариус отлично подходит для изготовления совершенно разной продукции. Эта рыба имеет нейтральный запах, у нее мало костей, а мясо нежное и очень полезное.

# 52

<b>производство</b> /оборудование	<b>Криогенное охлаждение и заморозка рыбы и морепродуктов</b>	42	<b>производство</b> /упаковка	<b>Упаковочный барьер</b>	48
/события и факты	<b>Новости</b>	43		<b>RosUpack-2012: новая площадка – динамичное развитие</b>	50
/ингредиенты	<b>Совершенствуя полуфабрикаты</b>	44	<b>аквакультура</b> /крупным планом	<b>Клариус от «Петра Сомова»</b>	52
/упаковка	<b>Кушать упаковано!</b>	46			

## рыбная сфера

№3 (06) 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

Директор по продажам и маркетингу: Ольга Паленова

Арт-директор: Павел Хан

Менеджер по административным вопросам: Лариса Цороева

Реклама: Виктория Паленова  
Надежда Антипова

Наталья Баранцева

Анастасия Кочеткова

Выпускающий редактор: Елена Максимова

Дизайн и верстка: Анастасия Барина

Корректор, литературный редактор: Анастасия Бреева

Перевод: Бюро переводов itbFirst

Иллюстрация на обложке: Нина Кузьмина

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 **П**, публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 18.09.12. Тираж: 3000 экз.







## SFERA FOOD MAGAZINE

### SFERA FOOD MAGAZINE – первый интерактивный отраслевой проект в России

Издательский Дом «СФЕРА» объявляет о запуске нового проекта – первого в России мультимедийного интернет-журнала SFERA FOOD MAGAZINE.

Интерактивное издание, представленное в совершенно новом формате, станет эффективным инструментом в работе партнеров и рекламодателей ИД «СФЕРА». Проект ориентирован на современных пользователей и читателей, которых интересуют самые последние новости отрасли, аналитика и исследования, экспертные мнения специалистов, все о рынке продуктов питания от производства сырья и комбикормов до технологий переработки и получения готовых продуктов.

Обзоры, дискуссии и круглые столы с участием ведущих компаний отрасли, интервью с экспертами и признанными авторитетными лидерами, современные технологии, нестандартные подходы к маркетингу и брендингу – эти темы отражены в каждом из разделов SFERA FOOD MAGAZINE: «Торговая сфера», «Сфера HoReCa», «Сфера хлебопечения», «Кондитерская сфера», «Рыбная сфера», «Мясная сфера», «Молочная сфера», «Сфера животноводства/Птицепром». В отличие от печатной версии отраслевых журналов ИД «СФЕРА», периодичность выхода которых раз в два месяца, новое интерактивное издание будет появляться в Сети ежемесячно, а его целевая рассылка охватит более 200 тысяч адресов. Современный дизайн полиграфических изданий и развитие интернет-технологий позволили нам создать полноценный текстовый мультимедийный журнал, который является новым словом в отраслевых интернет-СМИ. Наша задача – максимально полно реализовать преимущество электронных mass media. Отсюда особое внимание к инфографике и различным мультимедиа при разработке проекта SFERA FOOD MAGAZINE: видеосюжеты, трехмерные фотографии, которые можно воспроизводить по желанию, интерактивная и анимированная реклама.

Шагая в ногу со временем, ИД «СФЕРА» стремится к эффективному сочетанию возможностей Интернета и печатных отраслевых изданий, предлагая своим читателям и рекламодателям пакетные решения. Благодаря всем инструментам, которые мы предлагаем сегодня, наши партнеры смогут донести информацию до всей своей целевой аудитории – от продвинутых интернет-пользователей до приверженцев классики в лице печатных изданий.

Все проекты под брендом SFERA дополняют друг друга. Наравне с интерактивным мультимедийным изданием, в котором будет представлено несколько направлений, ИД «СФЕРА» продолжит выпускать традиционные узконаправленные печатные журналы, электронные версии которых будут доступны на официальном сайте. Новое интерактивное издание SFERA FOOD MAGAZINE, в свою очередь, будет размещено на [sfera.fm](http://sfera.fm).

Редактор журнала «Рыбная сфера»  
Елена Максимова

# Консервы:

завтрак туриста  
или деликатес?

Иллюстрация: Нина Кузьмина



↓ Большинство производителей, особенно те, что изготавливают консервы из дорогих сортов рыб, для упаковки консервов используют крышки easy-open.

↓ Натуральные консервы из рыб, имеющих нежное мясо (салака, сайра, угорь и др.), вырабатывают в желе для сохранения целостности кусков рыбы и придания готовой продукции хорошего товарного вида.

**Н**ачиная с советских времен рыбные консервы были одним из самых доступных продуктов питания как по цене, так и по определению: дешевую рыбу, упакованную в жестяные банки, можно было купить в любом магазине даже в период самого острого дефицита.

В те времена невозможно было себе представить, насколько изменится структура рынка рыбных консервов через 20-30 лет. Сегодня данная продукция представлена в различных ценовых сегментах – от самого низкого до самого высокого.

По данным исследований, за последние шесть лет объем продаж вырос более чем в три раза в ценовом выражении и оценивается примерно в 55 млрд рублей. Вплоть до прошлого года количество проданной продукции, по данным аналитиков, неуклонно росло из года в год на протяжении семи лет (по разным оценкам на 5-10 % ежегодно). Правда, некоторые эксперты утверждают, что с 2010 года наметился небольшой спад темпов роста.

## Виды рыбных консервов

Рыбные консервы – пищевые продукты, уложенные в герметичную тару и стерилизованные с помощью нагрева до температуры, достаточной для подавления жизнедеятельности микроорганизмов.

Плюсом рыбных консервов является то, что в процессе их производства не снижается калорийность сырья. Минеральные вещества, содержащиеся в рыбе и морепродуктах, также сохраняются практически без потерь, однако при этом разрушается часть витаминов, содержащихся в сырье.

Существует множество различных классификаций рыбных консервов. В зависимости от вида перерабатываемого сырья выделяются консервы, произведенные из рыбы; морских беспозвоночных; морских млекопитающих; рыбных субпродуктов; водорослей.

По способу заливки они бывают натуральные – в собственном соку, бульоне или желе; в томатном соусе; в масле; рыбо-овощные.

По степени переработки сырья консервы могут быть из целиковой рыбы, разделанной рыбы и из рыбной продукции глубокой переработки.

## Способы приготовления консервов

Технология изготовления консервов в классическом виде не подразумевает использования консервантов или добавок: их заменяют термическая обработка и другие способы увеличения длительности срока безопасного хранения и употребления продукта.

Существует несколько способов приготовления рыбных консервов. Выбираются они в зависимости от вида консервируемой рыбы, предпочтений изготовителя и т. д. Натуральные рыбные консервы делают из свежей, охлажденной или замороженной рыбы не ниже 1-го сорта. Выловленное сырье, как правило, проходит выдержку в специальных бункерах с пересыпкой льдом. После этого рыбу разделяют, удаляя все внутренности и несъедобные части, отделяя голову и отрезая плавники, или используют целые тушки. У океанических рыб разрешается оставлять чешую, а у скумбрии и ставриды срезают боковые и хвостовые жучки. Подго-



Поставщики рыбной консервации намерены сохранять упаковку и внешний вид изделий максимально соответствующими хорошему известным советским образцам.

товленную тушку режут на куски или укладывают в банку целиком. При выработке консервов из лососевых рыб, скумбрии, палтуса, сельди в банки с рыбой зачастую добавляют перец и лавровый лист. При изготовлении консервов из скумбрии рыбу бланшируют паром при температуре 90-95 °С в течение 15-20 минут, в банки добавляют бульон, сваренный из получаемых при разделке этой рыбы голов и прихвостовых кусочков. Натуральные консервы из рыб, имеющих нежное мясо (салака, сайра, угорь

и др.), вырабатывают в желе для сохранения целостности кусков рыбы и придания готовой продукции хорошего товарного вида. Такая заливка при застывании склеивает куски и сохраняет их целостность при транспортировке.

## Оборудование

Для подготовки сырья, самого процесса приготовления консервов и их упаковки сегодня на рынке предлагается множество решений: как комплексных, так и отдельно для каждого этапа. Подготовка рыбы, как правило, начинается с отрезания головы. На крупных предприятиях оно осуществляется с помощью головоотсекающих машин. Затем тушки большого размера режутся на куски на рыбобрезке.

Наполненные рыбой банки поступают для герметизации на вакуум-закаточную машину, а затем на стерилизацию. Стерилизуют натуральные консервы при температуре 112 °С в течение 80 минут или при температуре 120 °С в течение 40 минут. Линия начинается с комплекса оборудования для разделки и мойки рыбы, в состав которого входят головоотсекающая машина, рыбобороздочный автомат, например с вакуумным всасыванием внутренностей, моющие машины роторного, вентильного или конвейерного типов.

Кроме того, в состав линии входит комплекс оборудования для порционирования рыбы, состоящий из порционирующих машин, а также установки для пропаривания банок. Ведущим является комплекс оборудования для фасования и посола рыбы с набивочными машинами и соледозаторами. Далее следует комплекс оборудования для эксгаустирования и закатки банок, состоящий из вакуум-закаточных машин. Завершающим является комплекс оборудования для стерилизации консервов, состоящий из автоклавов периодического или непрерывного действия. Далее следует финишный комплекс оборудования для охлаждения и хранения готовой продукции, состоящий из транспортера, охладителя, конвейера и склада.

На этапе порционирования рыбу разделяют в два приема. Вначале на головоотсекающей машине отделяют го-

↓ Основные производители рыбных консервов сосредоточены в местах, где существует рыбный промысел.

↓ Shelf Ready Packaging (SRP), в переводе с английского «упаковка для быстрой выкладки на полку», в нашей стране приобретает все большую популярность.

лову и через образовавшийся срез вынимают ястыки с икрой. Затем на рыбоборзделочном автомате с нее срезают плавники, вскрывают брюшко и вынимают внутренности.

Из рыбоборзделочного автомата тушки поступают на моющий транспортер, а затем в порционирующую машину через столы для зачистки рыбы. В порционирующей машине тушки рыбы режут на куски, соответствующие размеру банок. Куски рыбы передаются на набивочные автоматы, которые засыпают солью и пряностями в предварительно прошпаренные банки в шпарительном автомате, а затем укладывают в них рыбу срезами кусков вверх.

При выходе из набивочных автоматов банки с рыбой подаются на предварительную закатку, а затем – на вакуум-закаточный автомат. Закатанные банки по транспортеру попадают в моечную машину, после чего укладываются на однорядные сетки.

Сетки с банкоукладчиком устанавливают на вагонетки вкатывают в горизонтальные аппараты для стерилизации. Стерилизованные консервы охлаждают и направляют на склад для хранения и отправки на реализацию.

## Упаковка

Для приготовления рыбных консервов используют банки, сделанные из жести, алюминия или стекла. Банки из металла делают цилиндрической, овальной, эллиптической и прямоугольной формы, а стеклянные – цилиндрической. Для изготовления жестяной тары используется жесь толщиной 0,2-0,22 мм, покрытая оловом (белая жесь).

По внешнему виду упаковки потребитель составляет первое мнение о продукте, пытается определить его качество, и, если банка вызовет у него сомнение, он вряд ли положит продукт в корзину. Поэтому упаковка должна быть чистой, немной, без следов ржавчины и вздутий. Обязательно и наличие этикетки, причем важно, чтобы она была чистая, ровно приклеенная и чтобы все надписи и рисунки на ней были четкими.

Внешняя ржавчина на банках образуется при хранении консервов в сыром или влажном складском помещении, а также при значительных колебаниях температуры. Некоторые производители для предотвращения влажности покрывают тару тонким слоем технического вазелина.

Большинство производителей, особенно те, что изготавливают консервы из дорогих сортов рыб, для упаковки консервов используют крышки easy-open со специальным «кольцом» для пальца. Для вскрытия банок с такими крышками не нужна открывашка. Некоторые новые модели крышек easy-open снабжены вмонтированной кнопкой-клапаном, путем нажатия на которую внутрь упаковки впускается воздух, уравнивая имеющееся там разряжение с атмосферным давлением, что позволяет легко открывать упаковку.

Продумывая упаковку для своей продукции, очень важно помнить не только о консервных банках, но и об упаковке, в которой ваш товар будет поставаться в сеть.

Shelf Ready Packaging (SRP), в переводе с английского «упаковка для быстрой выкладки на полку», в нашей стра-

не приобретает все большую популярность. Она позволяет помещать товар на полку непосредственно в транспортной таре. Безусловно, это должен быть не обычный серый транспортный ящик, а прочное, красочное, подходящее для торговой сети решение. Основное отличие SRP-упаковки от обычной транспортной тары заключается в использовании специальных линий перфорации или съемных крышек, которые позволяют быстро превратить транспортный ящик в шоу-бокс для выкладки.

Также SRP-упаковка отличается следующими характеристиками:

- простота открывания: для того чтобы вскрыть упаковку, нужно лишь оторвать по линии перфорации или снять крышку, при этом не требуется ножей и других инструментов;
- красочность упаковки: на ней дополнительно отображается название бренда либо информация о компании и ее логотип;
- прочность упаковки: она обеспечивает сохранность продукции на протяжении всего жизненного цикла товара – от транспортировки до конечного поступления на склад магазина;
- оригинальное конструктивное решение: упаковка адаптирована под каждый товар, чтобы выгодно подчеркнуть его особенности, выделить бренд и обеспечить покупателю наилучший доступ к товару;
- функция POS-материалов: в конструкции SRP-упаковки можно предусмотреть элементы, позволяющие составлять композиции из коробок, чтобы выделить на полке бренды определенного производителя, формировать дополнительные площади для выкладки, а также сделать палетную выкладку более привлекательной.

К сожалению, в России пока далеко не все производители используют такую упаковку, хотя все больше дискауинтеров включают ее в список обязательных требований для входа в сеть, что неудивительно, так как выгоды от SRP для ритейлеров очевидны: выкладка коробками быстрее поштучной, она облегчает поиск нужного товара в распределительном центре и на складе магазина. Кроме того, благодаря SRP-упаковке уменьшаются производствен-

## Динамика производства переработанных и консервированных рыбо- и морепродуктов, тыс. тонн (млн усл. банок)

	Апрель 2012 г., тыс. тонн	Прирост за месяц, %	Прирост за год, %	Прирост января-апреля 2012 г. к январю-апрелю 2011 г., %
Печень, икра и молоки рыбы мороженые	3,7	-77	-9	1
Филе рыбное мороженое	6,2	-42	-10	-10
Рыба (кроме сельди) мороженая	174	-38	7	1
Продукты из рыбы (кулинарные изделия из рыбы) готовые	5,6	2	-4	-12
Икра лососевая, тонн	54,2	-21	-9	-20
Ракообразные мороженые	2,7	22	-3	1
Консервы рыбные натуральные, млн усл. банок	18,8	-11	-2	10
Консервы рыбные в масле, млн усл. банок	15,8	-3	14	9



↓ Производители значительно расширяют ассортиментную линейку за счет брендированных экзотических и премиум-товаров, позволяющих продавать их по более высокой цене, нежели традиционные консервы.

ные потери, ведь коробка предохраняет товар от падения с полки на пол.

## Игроки

Специалисты компании «Питер-Консалт» отмечают, что в силу специфики отрасли основные производители рыбных консервов сосредоточены в местах, где существует рыбный промысел. В России есть четыре таких крупных региона. На долю Калининградской области приходится 35% выпускаемой консервации. Дальневосточный регион производит 30%. На Северо-Западный регион, включая Санкт-Петербург и Ленинградскую область, приходится еще 20%. Оставшиеся 15% – это в основном предприятия, сосредоточенные на юге России.

При этом сферы влияния производителей достаточно ярко выражены по географическому признаку. Условно всю территорию Российской Федерации можно разделить на две примерно равные части. В восточной половине наблюдается явное доминирование дальневосточных и южных рыбообработывающих предприятий, а в центральной и западной – калининградских и северо-западных.

## Тенденции рынка

Российский рынок консервов уже пережил самые сложные времена и в 2010 году продолжил развиваться, хоть и сегментарно. Периодически на нем появляются новые и даже инновационные продукты, делается акцент на уже готовые блюда, например консервированные рыбные салаты. Производители значительно расширяют ассортиментную линейку за счет брендированных экзотических и премиум-товаров, позволяющих продавать их по более высокой цене, нежели традиционные консервы.

При этом у рынка рыбных консервов немало и негативных тенденций. В первую очередь, это зависимость от сырья из Китая – так называемый реэкспорт: отечественные производители переправляют свое сырье на китайские заводы, а потом закупают уже переработанную продукцию. Контрафактные консервы, доля которых составляет от 25 до 37% (и это только официальные данные), – еще один существенный ми-

нус, из-за которого потребители теряют доверие к продукту. Именно поэтому эксперты говорят о необходимости государственного регулирования отрасли и жесткого контроля над качеством производимой и поставляемой продукции. И хотя рыбопереработчики все чаще делают акцент на натуральности и качестве своих консервов, для многих поставщиков, к сожалению, главным козырем в борьбе за потребителя все еще является не качество, а цена. Этот факт обусловлен агрессивной политикой розничных сетей, которая приводит к нездоровой конкуренции.

## Динамика текущего года по сырью и производству

Согласно данным информационно-аналитического портала Fishretail, по итогам апреля текущего года по большей части позиций рыбной продукции наблюдалось сокращение производственных показателей. Значительнее всего снизился производственный объем в отношении печени, икры и молоки рыбы мороженной – на 77%, а также филе рыбного – 42%, и рыбы мороженной – на 38%. Однако натуральные рыбные консервы по

ше уровня прошлого года (по данным Центра общественных связей Федерального агентства по рыболовству). Низкие показатели улова отмечены в Дальневосточном ФО, где общий вылов водных биоресурсов на 35,9 тыс. тонн ниже уровня прошлого года и составляет 1 млн 226,9 тыс. тонн. Согласно результатам того же периода, объем производства пищевой товарной рыбной продукции составил 1 млн 331,7 тыс. тонн. Консервов и пресервов рыбных и из морепродуктов произвели за это время в количестве 41,1 тыс. усл. банок.

По данным портала Fishretail, на 22-ой неделе текущего года в Москве в отношении оптовых цен на рыбу и морепродукты наблюдалась тенденция к сокращению. Всего за неделю цена на путассу упала на 4% – до 33,2 руб./кг. Несколько ниже темп снижения в отношении горбуши сг – на 2%, до 71,2 руб./кг. На 1% сократился ценник по следующим позициям: минтай бг – до 52,7 руб./кг, сайда бг – до 81,4 руб./кг, тушка кальмара – до 139,2 руб./кг, тушка хека до 105,6 руб./кг. При этом рост цен также присутствует. За неделю на 1% выросли оптовые цены на окунь бг (калибр 200-500+) – до 171,8 руб./кг, треску бг – до 90,8 руб./кг. Сельдь подорожала весьма несущественно – всего на 0,2%, до 58,3 руб./кг.

В Санкт-Петербурге максимальное снижение оптовой цены за неделю пришлось на сайду бг – 3%, до 78,7 руб./кг. Горбуша подорожала на 1% (до 78,9 руб./кг), треска всего на 0,5% (до 92,1 руб./кг).

## Особенности продвижения

Крупные производители консервов, работающие в низком и среднем ценовых сегментах, не особенно креативны в вопросе брендирования продукции. И действительно, зачем «изобретать велосипед», если шпроты, горбуша, сайра и лосось в масле или томатном соусе стали для потребителя именем нарицательным, свидетельствующим о высоком качестве? Название консервов само по себе выполняло функцию бренда. Мало того, поставщики рыбной консервации намеренно сохраняли упаковку и внешний вид изделий максимально соответствующими хорошо известным советским образцам.

Не способствовала массовому брендированию рыбных консервов даже кон-



Консервы – продукт, который может храниться до трех лет, а товары с длительным сроком годности очень удобны для экспортных поставок.

итомам января-апреля текущего года продемонстрировали положительную динамику: объем их производства увеличился на 10%.

По итогам первых 22-х недель 2012 года вылов водных биоресурсов российскими рыбохозяйственными организациями составил 1 млн 798 тыс. тонн, что на 6,4 тыс. тонн, или на 0,4%, мень-

↓ Крупные производители консервов, работающие в низком и среднем ценовых сегментах, не особенно креативны в вопросе брендинга продукции.

курения с импортом. В силу разных причин давление со стороны латвийских шпрот, норвежского лосося, шведской сельди, а также рыбных консервов датского и украинского производства в последние годы неуклонно ослабевало. Это было вызвано не только заградительными пошлинами, но и заметным ростом себестоимости продукции в этих странах и ее удорожанием для конечного потребителя.

Совершенно по-другому складывается ситуация в быстрорастущем премиальном сегменте, а также с инновационными и нишевыми товарами. Здесь для успешного продвижения необходима

не только активная реклама бренда, но и самой товарной группы. Учитывая стабильно возрастающую емкость рынка дорогих рыбных консервов, поставщики используют весь доступный набор инструментов по продвижению, стремясь одновременно сформировать лояльное отношение потребителей к торговой марке и заинтересовать их новым продуктом.

Однако производителям недорогих консервов тоже не стоит забывать про продвижение своей продукции. Консервы – продукт, который может храниться до трех лет, а товары с длительным сроком годности очень удоб-

ны для экспортных поставок. В связи со вступлением нашей страны в ВТО у рыбопереработчиков появится больше возможностей осваивать новые зарубежные рынки сбыта, однако для этого необходимо заявить о своей продукции, в чем могут помочь международные отраслевые выставки. Однако на таких мероприятиях очень важно представлять только качественную продукцию в запоминающейся и функциональной упаковке. Только в этом случае у российских производителей появится шанс составить достойную конкуренцию крупным международным игрокам. **РБ**



**Татьяна Бузанова,**  
генеральный директор ООО «Спрут»

*«Добросовестные производители стараются не использовать в приготовлении консервов пищевые добавки, консерванты, красители и продукты, содержащие ГМО».*

Мнения  
эксперта

зуют в качестве закуски и для приготовления некоторых закусовых блюд. Таким образом, можно сказать, что консервы из мяса рыб и консервы из «субпродуктов» пользуются популярностью у потребителей в равной степени.

## Покупатель

Изменился подход потребителя к качеству жизни. Сейчас покупатель старается принимать в пищу больше полезные, чем вкусные продукты питания. Добросовестные производители стараются не использовать в приготовлении консервов пищевые добавки, консерванты, красители и продукты, содержащие ГМО. Чтобы привлечь потребителей к своей продукции производители размещают на этикетках значки «БЕЗ ГМО», «Натуральный продукт» и другие. Также потребитель стал понимать, что цена – это не главный показатель в выборе продукта. Больше предпочтения отдается стабильным производителям, которые выпускают большой ассортимент, и известным торговым маркам.

## Ассортиментная политика

Наша компания выпускает все виды рыбных консервов, но акцент сделан на выпуске стерилизованной икры чистиковых, тресковых и сельдевых пород рыб. При выборе данной группы изделий мы руководствуемся отсутствием на прилавках ответственных магазинов столь полезной по своим пищевым свойствам и незаслуженно не принятой во

## Структура спроса

Считается, что основными потребителями консервов являются люди со средними и низкими доходами. Это мнение можно оспорить, так как многие производители выпускают качественную продукцию премиум-класса, сделанную из дорогого сырья, и стоит она недешево. Если бы на такую продукцию не было спроса, то мы бы не видели ее на магазинных полках. Значит, спрос есть. И все же наибольшим предпочтением потребителей пользуются «классические» рыбные консервы – лосось (горбуша) в собственном соку, сельдь, скумбрия, сайра, сардина как натуральные, так и с добавлением масла, шпроты, а также килька в томатном соусе. Отмечу, что рынок консервов немного регулируется сезонным фактором: всплеск спроса на любые консервы приходится на весенние и летние месяцы. В последние пять лет изменились

качество продукции и, конечно, цена. Из-за роста цен на рыбное сырье, упаковочные материалы, коммунальные услуги, бензин и т. д. некоторым производителям пришлось разрабатывать рецептуру готовой продукции, отходя от ГОСТов, что отразилось на вкусовых и питательных свойствах продукции. Производителям качественной продукции стало трудно конкурировать на рынке, так как магазины отдают предпочтение не качеству, а цене.

В целом рыбные консервы – это пищевые продукты, обработанные соответствующим образом, расфасованные в герметично укупоренную тару и подвергнутые стерилизации для предохранения от порчи при длительном хранении. И нельзя сравнивать по популярности рыбные консервы из мяса рыб и рыбные консервы из субпродуктов. Рыбная печень и икра относятся больше к деликатесной группе. Их исполь-



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

Организатор:  
 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

123100, Москва,  
Краснопресненская наб., 14  
E-mail: [centr@expocentr.ru](mailto:centr@expocentr.ru)  
[www.expocentr.ru](http://www.expocentr.ru), [экспоцентр.рф](mailto:экспоцентр.рф)



↓ На сегодня упаковка для рыбных консервов остается неизменной – это жестяная банка с ключом. Она практична, герметична и удобна в использовании.

внимание питательной и ценной продукции. В отличие от икры пробойной соленой, такой как икра минтая, очень популярной на прилавках магазинов, наша продукция имеет широкий круг потребителей, независимо от возраста и хронических заболеваний сердечно-сосудистой системы и желудочно-кишечного тракта.

Икра стерилизованная – это диетический продукт, который можно употреблять в пищу и получать полезные питательные вещества и микроэлементы, как от мяса рыб. В Самаре нашу продукцию включили в рацион питания детские дома как дополнительное рыбное блюдо.

Наша компания ориентируется на отношение к качеству жизни и укрепление

здоровья потребителей. У нас есть цель, которая гласит: «Развитие производства и насыщение рынка РФ качественными и полезными продуктами питания, ориентированными на широкий круг потребителей». В сентябре мы увеличили ассортимент на 11 позиций, добавив в продукцию морскую капусту, зелень, овощи.

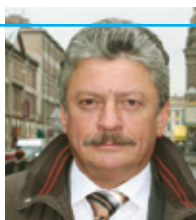
### Выбирая упаковку

На сегодня упаковка для рыбных консервов остается неизменной – это жестяная банка с ключом. Она практична, герметична и удобна в использовании.

Безусловно, рынок упаковки для рыбных консервов имеет тенденцию развития. Это связано с потребностью производителей уменьшить себестоимость

продукции, затрачивая меньше средств на тару, чтобы упаковка имела свойства, позволяющие термически обрабатывать продукцию, транспортировать и длительно хранить.

Главный критерий при выборе упаковки для рыбных консервов – это затратная часть на покупку и обслуживание оборудования, себестоимость упаковки, количество единиц брака при производстве, особенности хранения готовой продукции (внутреннее, внешнее покрытие тары) и др. Также стоит обращать внимание на спрос потребителя продукции в данной упаковке. Она должна быть привлекательной, безопасной, удобной в использовании и утилизации.



**Сергей Крутинский,**

руководитель компании «Питер-Консалт»;  
разработка бизнес-планов, маркетинговые исследования;  
e-mail: ksm@piter-consult.ru, сайт: Питер-Консалт.рф



**Мнения  
эксперта**

*«В отличие от цен производителей розничные цены на рыбные консервы показывают непрерывный рост».*

### Динамика российского рынка консервов

Рынок консервов и пресервов из рыбы и морепродуктов в стране рос на протяжении последних 10-15 лет. Особенно быстрый прирост выпуска произошел в 2001-2005 годах. В 2009-2011 годах наблюдался постепенный умеренный рост продаж консервов и пресервов из рыбы и морепродуктов, но доля роста с каждым годом немного снижалась.

### Цены

Одной из последних тенденций рынка стало то, что в отличие от цен производителей розничные цены на рыбные консервы показывают непрерывный рост. Вместе с тем производители рыбных консервов были вынуждены снижать цены на свою продукцию, решая поставленные государством зада-

чи по обеспечению россиян продуктами питания. Международный экономический кризис вызвал неизбежное повышение цен. Однако с помощью механизмов государственного регулирования рост цен в потребительском секторе был скорректирован. Конец 2011 года показал, что квот на вылов рыбы не хватает уже сейчас, их количество снижается, поскольку необходимо понимать, что рыбным популяциям нужно постоянно возобновляться. Следствием данной ситуации станет рост цен на конечную продукцию.

### Характеристика потребления

По всей России рыбные консервы производят более 100 предприятий, выпускающие порядка 800 наименований продукции. В общем обороте консервов

и пресервов из рыбы и морепродуктов доминирует рыбная продукция. Морепродукты остаются в рационе россиян экзотикой, однако в ближайшие годы эта ситуация может измениться.

Структура потребления консервов имеет территориальную специфику. Тем не менее на основании результатов исследований можно говорить об общей картине, касающейся потребительских предпочтений по видам консервов в масштабах России в целом. Почти половину спроса составляют натуральные рыбные консервы и пресервы (или, как их принято еще называть, «в собственном соку»). К основным видам консервов в натуральном соусе относятся печень трески, лососевые, из сельди, скумбрии, крабовых. Вслед за ними идут продукты в томатном соусе, консервы и пресервы в масле. Доля остальных видов продукции составляет на сегодняшний день всего лишь 10%, но при этом она растет высокими темпами.

Сегодня 70% российского рынка консервов – продукция низкого и среднего ценовых сегментов, но структура потребления быстро меняется. Особенно динамично развивается премиум-сегмент. Причиной такого смещения потребительских акцентов является увеличение доходов населения, стремление к здоровому образу жизни при возрастающей нехватке времени. Но несмотря на постоянно растущий спрос на них, основная

↓ Сегодня 70% российского рынка консервов – продукция низкого и среднего ценовых сегментов, но структура потребления быстро меняется.

часть покупателей по-прежнему отдает предпочтение рыбным консервам – ценовой фактор играет важную роль на российском рынке. Одним из положительных моментов развития отрасли является снижение доли импорта на российском рынке: если в 2002 году импортная продукция занимала немногим менее половины рынка, то уже в 2010 году едва превысила пятую часть. Результаты экспорта скромнее, однако имеют положительную динамику.

### Анализ новинок по товарным группам

Увеличение доходов россиян для рынка рыбных консервов, как, впрочем, и для многих других, в первую очередь означает перспективность развития высоких ценовых сегментов. По мнению специалистов, потребитель ждет новых, часто именно необычных и экзотических продуктов и готов платить за них соответствующую цену. Причем эта тенденция характерна как для сегмента рыбных пресервов, так и для консервов.

Экзотика и разнообразие – более всего это находит отражение в сегменте морепродуктов. «Сегодня рынок морепродуктов по-прежнему остается одним из самых динамично растущих среди всех продуктов питания. На наш взгляд, такая тенденция обусловлена повышением общей доступности морепродуктов», – рассказывает **основатель и президент ГК «Ледово» Надежда Копытина**.

Экзотический на российском рынке продукт, набирающий популярность, – тунец. Данная рыба позиционируется в верхнеценовом и среднеценовом сегментах, хотя, несомненно, является премиум-продуктом. Поскольку свежий тунец очень сложно найти в России в магазинах, он дорог и требует особого способа приготовления, потребители предпочитают покупать консервированный, который активно используется для создания различных блюд.

В отличие от морепродуктов и тунца, красная рыба (семга, лосось, горбуша) и икра – традиционно русские продукты, но заметное увеличение объемов их продаж отмечается не так давно. Одна из причин – это достаточно дорогие продукты, и отечественные потребители далеко не всегда могут себе позво-

лить их купить, особенно это касается деликатесной красной рыбы и, конечно, икры. Сейчас же, при росте доходов населения, они становятся все более доступными для потребителя – в первую очередь столичного. Если говорить о рынке рыбных консервов в целом, то эксперты отмечают появление все большего количества брендовой продукции. Практически одновременно с появлением заметных брендов началось и активное внедрение розничной консервированной рыбной продукции под собственными торговыми марками. Можно с известной долей уверенности предполагать, что при отсутствии серьезных экономических потрясений в стране их доля будет возрастать и дальше.

### Новинки

Появляются также инновационные решения в области упаковки консервов. Новые виды упаковки отвоевывают себе место на рынке и пользуются популярностью не только у рыбопроизводителей, но и у потребителей. Речь идет об алюминиевой банке европейского стандарта «ханза». В нее закатываются корюшка копченая, сельдь, сайра, рыбная продукция с соусами и заливками.

**Дидзис Шмитс, президент Латвийского Союза рыбопромышленников**, в качестве инновационной упаковки выделяет стекл банку, которую применяют даже в таком классическом сегменте, как шпроты. Это позволяет потребителю визуальн о оценить продукт на момент покупки и делает его более удобным при хранении. Пытаясь выйти со своей продукцией на зарубежные рынки, ряд рыбоперерабатывающих компаний намерен перейти на евробанку.

### Критерии выбора продукции потребителями

По оценкам экспертов, сегодня в России доля населения, потребляющего рыбные консервы, снижается. Можно выделить несколько причин сокращения потребительского рынка: рост благосостояния населения, мода на вегетарианство, появление на рынке большого количества различных полуфабрикатов. Но, пожалуй, главной причиной является снижение качества российской продукции.

В отличие от большинства секторов российского продовольственного рынка, в сегменте рыбной консервации долгое время не наблюдалось тенденции к созданию сильных брендов федерального уровня. Однако бесконечно так продолжаться не могло. Еще до наступления кризиса эксперты отмечали четко обозначившуюся тенденцию повышения интереса покупателей к премиальному сегменту. С возобновлением роста доходов потребителей его показатели подверглись заметным изменениям. В основном они коснулись стремительного увеличения удельного веса рыбных пресервов ценовых категорий Medium+ и Premium и одновременного сокращения объемов продаж дешевых рыбных консервов.

Потребители стали лучше разбираться в качестве и сортах рыбы. В результате основной задачей производителя становится диверсифицировать свой ассортимент, стараясь угодить большому числу различных покупателей.

Нужно учесть также факт роста среднедушевого дохода населения, а также изменения менталитета: все большее предпочтение отдается здоровому качественному продукту. Причем статистика все чаще подтверждает, что ценовой фактор уже давно не определяет лояльность к продукции.

На первый план выходят качество и удобство потребления. Именно поэтому хитам продаж становятся продукты, не требующие дополнительной обработки. Рыбные консервы популярны у разных возрастных групп по разным причинам. Люди старшего и среднего поколений, как известно, достаточно редко изменяют своим вкусовым пристрастиям. Более молодую целевую аудиторию привлекает возможность без лишнего хлопота и потери времени приготовить питательное и вкусное блюдо.

Для малоимущих слоев важно то, что традиционные консервы являются экономичным продуктом питания, обеспеченный сектор предпочитает экзотику, новые вкусы, оригинальные рецепты. Приверженцы здорового образа жизни обращают внимание на натуральные консервы, более легкомысленные потребители – на вкус, оригинальный дизайн и упаковку. **РР**

Подготовил: **Александр Харитонов**  
тел.: +7 (499) 504-42-03  
www.AGRORU.com

# Рыбная отрасль России переживает непростые времена



Страна, которая омывается 13 морями и имеет богатейшую акваторию во всем мире, фактически не может наладить полноценную цепочку добычи-переработки рыбы.

Отрасль рыболовства в России имеет множество особенностей, которые обусловлены в первую очередь географическими особенностями ее структуры. Как уже неоднократно отмечали эксперты, такие факторы, как отдаленность ключевых добывающих регионов и главных регионов-потребителей друг от друга, являются одной из главных причин, тормозящих развитие производства.

Также серьезнейшей проблемой остается нехватка перерабатывающих отраслей и серьезный крен в сторону неоправданного экспорта водных ресурсов. В Дальневосточном федеральном округе это приводит к тому, что предприятия вынуждены продавать-продавать в Китай рыбную продукцию на переработку.

Впоследствии российские компании закупают уже переработанную продукцию по большим ценам, из-за чего российская рыбная промышленность ежегодно переживает утечку капитала в десятки и сотни миллионов долларов. Подсчитать реальный ущерб, с которым сталкивается рынок, не представляется возможным. В результате этой и ряда других структурных проблем отрасль рыболовства в России переживает далеко не лучшие времена.

## Показатели падают

В России с начала года регистрируется спад показателей вылова рыбной продукции. Начавшись с ежемесячного темпа в 0,3-0,5% в начале года тенденция набрала ход к июню. В результате российские рыбохозяйственные предприятия с начала 2012 года освоили всего 2 млн 697,6 тыс. тонн во-



дных биоресурсов. По состоянию на 1 августа 2012 года общий вылов уступает показателю за аналогичный период прошлого года уже на 1,6%. Показатели рыболовства в значительной степени разнятся в зависимости от бассейна вылова.

Так, по Дальневосточному бассейну, который традиционно считается ключевым добывающим бассейном у берегов России, за первые семь месяцев 2012 года добыто 1 млн 858,6 тыс. тонн, что на 67,9 тыс. тонн ниже уровня 2011 года. Есть лишь несколько категорий рыб, по которым российским рыбакам удалось продемонстрировать положительную динамику. В частности, на промысле минтая вылов превышает прошлогодний показатель и составляет 1 млн 206,2 тыс. тонн (+30,4 тыс. тонн).

В Северном бассейне выловлено 412 тыс. тонн, что на 8,5 тыс. тонн меньше результата за аналогичный период 2011 года. На промысле трески уловы превышают уровень прошлого года на 13,6 тыс. тонн и составляют 234 тыс. тонн. В Балтийском море добыто 29 тыс. тонн: здесь промысел идет с опережением прошлогодних показателей на 3,9 тыс. тонн. Вылов шпрота прибавил 2,1 тыс. тонн и составляет 15,9 тыс. тонн. В Азово-Черноморском бассейне уловы рыбачков ниже прошлогодних и составляют 17,5 тыс. тонн (-2,1 тыс. тонн). Объемы добычи шпрота здесь также отстают от уровня 2011 года – выловлено 3,8 тыс. тонн (-0,2 тыс. тонн).

#### Справка о торговой системе АГРОРУ.ком

АГРОРУ.ком – это удобная и эффективная торговая система, созданная специально для продажи и поиска товаров, связанных с сельским хозяйством: сельхозпродукция, техника и оборудование, удобрения, продукты переработки.

АГРОРУ.ком предоставляет широкий набор инструментов, с помощью которых продажа ваших товаров значительно упрощается. С помощью АГРОРУ.ком вы можете:

- создать свой сайт и интернет-магазин, в котором будут представлены ваши товары с описанием, фотографиями, ценами, контактами;
- опубликовать полную контактную информацию, включая реквизиты организации, филиалы, дополнительные офисы;
- получать заявки напрямую от покупателей из торговой системы;
- общаться напрямую с другими участниками (договариваться о ценах, поставках и т. д.).

По Каспийскому бассейну показатели вылова на уровне 16,4 тыс. тонн (-4,3 тыс. тонн).

Немного отстает от прошлогоднего вылов кильки – 0,9 тыс. тонн (-0,01 тыс. тонн). Освоение квот вылова водных биоресурсов в зонах иностранных государств составляет 244,5 тыс. тонн, что выше уровня прошлого года на 39,9 тыс. тонн. В конвенционных районах и открытой части Мирового океана российскими рыбаками добыто 119,5 тыс. тонн, что на 6,1 тыс. тонн меньше прошлогоднего.

*Традиционной моделью развития рыбной промышленности сейчас уже является не столько рыболовство, сколько рыбоводство – развитие аквакультуры, или выращивания рыбы в специально отведенных для этого местах искусственно. В России аквакультура пока фактически не представлена.*

Следует отметить, что в 2012 году индустрия впервые демонстрирует негативную динамику производственных показателей с начала нулевых годов. В целом индустрия переживает бурный рост за последние 5 лет. Так, с 2008 года вылов рыбы растет примерно на 300 тыс. тонн в год. В 2010 году вылов рыбы превысил 4 млн тонн, что стало лучшим показателем за последние 5 лет. В прошлом году рекорд был обновлен и составил 4,2 млн тонн.

В этом году Росрыболовство поставило задачу довести объем добычи до 4,3 млн тонн в год, и сейчас вопрос о том, смогут ли рыбаки отвоевать потери, пускай пока и не очень значительные, первой половины 2012 года и добить ее хотя бы уровня прошлого года, остается под большим вопросом.

#### Экспорт и ВТО

Российская рыбная отрасль имеет ярко выраженную экспортно-сырьевую направленность – об этом уже говорилось выше, и об этом уже сегодня без устали говорит практически каждый эксперт, который берется анализировать состояние индустрии. Однако как же будет из-

меняться ситуация в условиях членства России в ВТО. По данному вопросу интересно мнение, высказанное в ходе парламентских слушаний «Проблемы и перспективы развития рыбохозяйственной отрасли в условиях присоединения к ВТО» **председателем комитета Госдумы РФ по природным ресурсам, природопользованию и экологии Владимиром Кашиным.**

«Не надо строить иллюзий, что вступление в ВТО поможет нашей рыбохозяйственной отрасли как-то свободнее вздохнуть. У нее на пути возник-

нет жесткая система, которая будет ставить только препоны, за исключением тех случаев, когда это будет выгодно для наших конкурентов. Примером может служить нынешняя ситуация, когда в Россию завозятся рыбопродукты с высокой добавленной стоимостью, а из России вывозится просто рыба, свежая или охлажденная, то есть фактически сырье, теряя на этом значительные суммы», – отмечает в своем выступлении депутат.

Таким образом, получается, что в настоящее время в России образовалась поистине тупиковая ситуация. Страна, которая омывается 13 морями и имеет богатейшую акваторию во всем мире, фактически не может наладить полноценную цепочку добычи-переработки рыбы.

«Может ли большинство наших граждан приобрести рыбную продукцию, стоимость которой зачастую превышает стоимость говядины, свинины и даже баранины, достигая 250-300 рублей и более за килограмм?» – задается вопросом Владимир Кашин.

И действительно, диспропорция между стоимостью рыбы и мяса в России является значительно большей, чем в ЕС. Разница между 1 кг мяса птицы (стоимость – 75-80 руб. за 1 кг)

и 1 кг рыбы составляет приблизительно 300-400% в пользу рыбы. В ЕС рыба лишь в единичных случаях стоит в 2 раза дороже мяса.

Также Владимир Кашин резюмирует, что теперь, когда Россия вступила в ВТО, сырьевая направленность российской рыбной индустрии только закрепились.

«При нынешней структуре флота возникла системная диспропорция между выловом и переработкой морских биоресурсов, вследствие чего закрепляется сырьевая направленность и экспорт рыбы со слабой степенью переработки и низкой величиной добавленной стоимости», – констатирует председатель думского комитета по природным ресурсам, природопользованию и экологии.

При этом еще одно крайне важное последствие вступления России в ВТО недавно озвучил **Сергей Данкверт, руководитель Россельхознадзора**: «Между тем международная торговля в рамках ВТО требует от стран-участниц высокого уровня контроля безопасности продукции.

При этом вполне естественно, что расширение и усиление требований по безопасности затронет не только зарубежных поставщиков, но и отечественных. Эти процессы будут способствовать оздоровлению рынка в целом и выводу значительной части российского экспорта водных биоресурсов из «тени».

### Перспективы зависят от инвестиций

Не секрет, что рыбная промышленность России безнадежно отстает, причем уже не только от западных конкурентов, а даже от некоторых азиатских – в первую очередь от Китая.

Все дело в том, что традиционной моделью развития рыбной промышленности сейчас уже является не столько рыболовство, сколько рыбобоводство – развитие аквакультуры, или выращивания рыбы в специально отведенных для этого местах искусственно. В России аквакультура пока фактически не представлена.

Многие эксперты надеются, что ситуация изменится с принятием специального закона, однако совсем неизвестно, когда же он будет принят, да и после его непосредственного одобрения еще предстоит проделать огромные объемы работы, толь-

ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ



### Владимир Кашин:

«Не надо строить иллюзий, что вступление в ВТО поможет нашей рыбохозяйственной отрасли как-то свободнее вздохнуть. У нее на пути возникнет жесткая система, которая будет ставить только препоны, за исключением тех случаев, когда это будет выгодно для наших конкурентов».



### Сергей Данкверт:

«Между тем международная торговля в рамках ВТО требует от стран-участниц высокого уровня контроля безопасности продукции. При этом вполне естественно, что расширение и усиление требований по безопасности затронет не только зарубежных поставщиков, но и отечественных. Эти процессы будут способствовать оздоровлению рынка в целом и выводу значительной части российского экспорта водных биоресурсов из «тени».

ко чтобы увидеть первый лучик света в этом темном царстве.

Для справки: в развитых странах на долю аквакультуры приходится до 40% от общей продукции рыболовства, в то время как в Китае эта цифра составляет 60%. Разведение рыбы является привлекательным еще и с той точки зрения, что оно снижает нагрузку на морскую фауну и препятствует ее истощению. Некоторые эксперты сейчас отмечают, что в условиях ВТО России будет легче привлечь инвестиции в аквакультуру, поскольку в целом наша страна является достаточно привлекательным рынком. В последние годы она демонстрирует бурный рост потребления и по этому показателю

*Инвестировать в рыбную промышленность в настоящее время выгодно как отечественным, так и иностранным компаниям. Можно предположить, что при дальнейшем смягчении административного давления срок окупаемости станет весьма коротким, вследствие чего повысится уровень рентабельности перерабатывающих проектов в области рыбной промышленности.*

уже не просто перешла через границу рекомендованной медицинской нормы потребления, но и смогла догнать такого бесспорного лидера в плане потребления рыбы, как Япония.

«Последние данные департамента рыболовства Японии свидетельствуют о том, что за десять лет там значительно снизилось среднелюдское потребление рыбных продуктов – с 40,2 кг в 2001 году до 29,5 кг в 2010 году», – заявили недавно представители Росрыболовства. В то же время в России этот показатель вырос с 19,7 кг на человека в 2009 году до 22 кг в 2011 году. «Эти данные Росстата, но мы их считаем заниженными, реальное потребление достигло порядка 25 кг», – добавляется в сообщении. При этом рекомендуемая Минздравом норма потребления рыбы и рыбопродуктов в России в настоящее время составляет 18-20 кг на человека в год.

Таким образом, инвестировать в рыбную промышленность в настоящее время выгодно как отечественным, так и иностранным компаниям. Можно предположить, что при дальнейшем смягчении административного давления срок окупаемости станет весьма коротким, вследствие чего повысится уровень рентабельности перерабатывающих проектов в области рыбной промышленности, правда, здесь ситуация опять же обусловлена географическими особенностями. **РБ**



**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) 787-20-12

**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

[www.gearefrigeration.com](http://www.gearefrigeration.com)  
[www.grasso.ru](http://www.grasso.ru)



## Россия возвращает статус ведущего игрока на мировом рыбном рынке



**Министр сельского хозяйства РФ Николай Федоров и руководитель Федерального агентства по рыболовству Андрей Крайний** обсудили актуальные вопросы рыбохозяйственного комплекса страны.

«В ходе рабочей встречи было отмечено, что последние четыре года отрасль демонстрирует устойчивую тенденцию роста. Так, увеличение производства в рыбохозяйственном комплексе в 2011 году в три раза превзошло среднероссийский показатель роста секторов экономики, доля прибыльных предприятий возросла до 78,5%, ежегодно увеличивается вылов и выпуск рыбной продукции, идет активный процесс импортозамещения», – сообщает пресс-служба МСХ РФ.

Россия постепенно возвращает статус ведущего игрока на мировом рынке рыбной продукции. При этом среднестатистическое внутреннее потребление рыбы за этот период увеличилось до 22 кг, при рекомендуемой норме здорового питания 18-20 кг.

В I квартале 2012 года позитивная динамика сохранилась. Оборот организаций рыболовства и рыбобоводства, по данным Росстата, составил 35,7 млрд рублей, что на 14,2% выше, чем за соответствующий период 2011 года. Вылов увеличился на 2,1%, оборот рыбной отрасли – на 14,2%, экспорт мороженой рыбы – на 10,9%, объем розничной торговли – на 13,9%.



Вместе с тем, как отметил глава Росрыболовства, проблемы остаются в области переработки рыбы и морепродуктов, а также в инфраструктурно-логистической цепочке. Это служит ограничением для дальнейшего развития. За I квартал 2012 года по отношению к аналогичному периоду прошлого года производство рыбопродукции снизилось на 20 тыс. тонн (около 2%) – до 1 млн тонн.

Собеседники отметили, что практика последних двадцати лет свидетельствует о том, что функции агентства не позволяют в пол-

ной мере обеспечивать системное развитие рыбохозяйственного комплекса России. Принятое Президентом Российской Федерации решение по объединению полномочий позволит эффективно формировать государственную политику в области добычи, переработки, хранения, транспортировки и обеспечения безопасности уловов водных биоресурсов и продукции, произведенной из них.

Министр сельского хозяйства Николай Федоров подчеркнул, что новая структура управления агропромышленным и рыбохозяйственным комплексами позволит повысить оперативность принятия решений и сконцентрировать общие усилия, направленные на обеспечение продовольственной безопасности страны и развитие рыбохозяйственного комплекса и аквакультуры.

*agronews.ru*

## Росрыболовство обозначит критерии коренных народов Севера

Губернатор Мурманской области Марина Ковтун приняла участие в совещании по развитию российского рыбохозяйственного комплекса, которое провел премьер-министр России Дмитрий Медведев.



В ходе мероприятия Марина Ковтун подняла вопрос о проблеме незаходных судов. Она отметила, что из 230 судов, приписанных к порту Мурманск, 80 построены на зарубежных верфях, либо они там модернизированы. Соответственно, при заходе в родной порт они должны заплатить таможенную пошлину и НДС, что повысит стоимость судна на четверть.

«Естественно, что стоимость этого судна потом ляжет на себестоимость продукции, – подчеркнула М. Ковтун. – В таком случае судовладельцы покупают судно за рубежом, ведут там промысел и разгружаются в Норвегии, сдают туда рыбу, норвежцы ее упаковывают и продают уже нам, в то же самое время как наши рыбоперерабатывающие фабрики остаются без сырья».

Также глава Мурманской области обратила внимание Дмитрия Медведева на реализацию проекта по выращиванию ценных пород рыбы «Русский лосось», отметив, что он претендует на 40% рынка российского потребления лосося, подняла вопросы прибрежного рыболовства и переработки, а в завершении своего выступления расска-

зала о проблеме выдачи квот на семгу для коренных малочисленных народов.

«Дали квоту коренным малочисленным народам, которые не могут освоить ее: у них нет плавсредств, – сообщила М. Ковтун. – Баренцево-Беломорское территориальное управление Федерального агентства по рыболовству выдает эту квоту просто по заявительному принципу. И получается, что они собираются коллективно, нанимают браконьера, тот выходит с судном в устье, в 100-200 км от берега ставятся сети 800 м, и эта семга, идущая на нерест, естественно, целиком и полностью в них попадает. В этой квоте должны быть определены четко и место, и условия добычи, и орудия лова, поскольку с сетями на семгу выступать – это просто варварство».

По итогам совещания премьер-министр РФ Дмитрий Медведев потребовал ускорить разработку нормативных документов, определяющих критерии коренных малочисленных народов Севера.

*murman.ru*

## На Кузбассе в реке выловили пиранию

Житель Кемеровской области поймал на удочку необычную для этих широт рыбу – пиранию.

Рыба была поймана в реке Кондома недалеко от Южно-Кузбасской ГРЭС. Сначала рыбак решил, что пойманная рыба – мутант, но позднее нашел в Интернете фотографии и понял, что необычная рыба – настоящая южноамериканская пирания.

Отдать рыбу в зоомагазин не удалось: там выразили опасение, что жившая в открытом водоеме пирания может оказаться носителем какой-либо инфекции. Поэтому пришлось ее съесть. По данным местных СМИ, блюдо из пирании оказалось очень даже вкусным.

По мнению ихтиологов, пиранию выпустил в реку какой-то аквариумист.



Это не единственный пример того, как пирании выживают в необычных для них условиях благодаря своей высокой способности к адаптации. Так, в 2008 году польские рыбаки выловили пиранию из Вислы. Еще одним примером адаптации стала пирания весом 2,4 кг, пойманная в Соленом озере, расположенном в городе Батайске Ростовской области.

*Rosinvest.com*

## Покупать рыбу станут чаще

В Саратовской области в четыре раза вырастут продажи рыбы. О таких планах рассказал на одном из недавно прошедших заседаний правительства **министр сельского хозяйства Саратовской области Иван Бабoshкин**.



Чиновник защищает долгосрочную целевую программу развития сельского хозяйства до 2020 года, согласно которой до конца этого срока в 1,5 раза увеличится объем производства мяса (по отношению к 2011 году), на 10% больше будет получено молока и яиц.

Развитие фермерских хозяйств, занятых производством прудовой рыбы, названо одним из приоритетных направлений. К 2020 году в регионе должно реализовываться 1950 тонн прудовой и речной рыбы. Сейчас продается около 500 тонн.

*Rosinvest.com*

## Европейская часть России может получить более дешевую дальневосточную рыбу

Это станет возможным с помощью транспортировки морепродуктов (в частности, замороженной красной рыбы) по Северному морскому пути с Дальнего Востока на Северо-Запад России. Как заявил журналистам **руководитель Федерального агентства по рыболовству Андрей Крайний**, такая доставка в ближайшем будущем будет развиваться и увеличиваться.

В ходе посещения Ленинградского судостроительного завода «Пела» А. Крайний подтвердил, что в нынешнем году рыба будет доставляться Севморпутем. По его словам, количество поставок будет или таким же, как в прошлом году, или в разы большим, 80-100 тыс. тонн против 28 тыс. тонн в 2011 году. «Попробовали – это выгодно: быстрее и дешевле, даже при существующих сегодня расценках», – сказал глава Росрыболовства.

В прошлом году доставку лососевых с Дальнего Востока в Петербург осуществляла компания «Дальрифер». В августе 2011 года два ее судна с мороженой рыбой в сопровождении атомного ледокола ФГУП «Росатомфлот»



госкорпорации «Росатом» успешно прошли весь маршрут. Тогда действия компании-перевозчика оценили достаточно скептически. Но практика «Дальрифера» оказалась вполне успешной и показала, что транспортировка рыбы таким путем очень выгодна. Оказалось, что довести рыбу по Севморпути с Камчатки до Петербурга можно за 29 дней, а доставка рыбы с Камчатки через Владивосток до Москвы наземным транспортом занимает 57-60 дней.

Sostav.ru

### Иностранных рыбаков обяжут строить рыбозаводы?

Владимир Путин считает необходимым увязать выдачу квот на вылов рыбы и морепродуктов иностранными компаниями со строительством ими перерабатывающих заводов на территории России.



Об этом президент сказал на пресс-конференции по итогам саммита АТЭС. Он напомнил, что на встрече с японской делегацией был подписан документ о борьбе с браконьерством.

Также в правительстве России прошло совещание, посвященное развитию российского рыбопромышленного комплекса. Глава кабинета министров Дмитрий Медведев сказал, что до 2020 года Россия должна выйти на улов в 4,5 млн тонн ежегодно. В прошлом году этот показатель был лучшим за 10 лет – 4,3 млн тонн. По словам Медведева, законодательство в области рыболовства и рыбопереработки отстает от реалий, а одними из первоочередных задач являются пресечение браконьерства и строительство перерабатывающих мощностей.

Минсельхоз, в свою очередь, разработал проект госпрограммы развития рыбохозяйственного комплекса до 2020 года с объемом бюджетного финансирования 90 млрд рублей. По словам главы ведомства Николая Федорова, Росрыболовство подало заявку на дополнительные 30 млрд рублей.

bfm.ru

### Во Вьетнаме доходы от экспорта пангасиуса сократились

Согласно данным вьетнамской таможенной службы, стоимость продаж пангасиуса в Бразилию в июле 2012 года составила 5,1 млн долларов, упав почти на 26,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



Это сделало доходы от экспорта в годовом исчислении равными по значению показателям за аналогичный период прошлого года, на уровне 34,35 млн долларов.

Рыбная торговля с Бразилией в последнее время демонстрирует нисходящую тенденцию, хотя рынок все еще импортирует много сырой рыбы, особенно рыбного филе для внутреннего потребления. По статистике Центра международной торговли, Бразилия импортировала рыбной продукции на сумму около 615 891 000 долларов США, по сравнению с 605 254 000 долларами за тот же период 2011 года.

Fishretail

### С 2018 года квоты на вылов рыбы следует закрепить за рыбаками на 20 лет

Глава Росрыболовства Андрей Крайний предлагает с 2018 года закрепить за рыбаками доли квот на вылов рыбы на 20 лет вместо сегодняшних 10 лет, которые были распределены в 2008 году.

«Мы закрепили рыбопромысловые участки на 20 лет, чтобы у бизнеса появились горизонт планирования и возможность для инвестирования, предлагаем для этого же закрепить с 2018 года доли квот не на 10, а на 20 лет», – цитирует А. Крайнего пресс-служба ведомства.

По его словам, рыбаки готовы вкладывать средства в строительство рыбопромысловых судов, но срок окупаемости одного судна составляет от 12 до 15 лет.

Кроме того, отметил он, необходимо принять постановление об отмене таможенных пошлин на оборудование для судов, которое не производится в Таможенном союзе, а также субсидировать кредиты на строительство судов не на 5, а на 10 лет. Это даст толчок обновлению флота и приведет к повышению эффективности работы отрасли, считает глава ведомства.

«Но до реализации этого комплекса мер необходимо завести в наши порты уже имеющиеся су-



Австрийская фирма Zaltech предлагает функциональные добавки и комплексные вкусо-ароматические композиции для переработки рыбных продуктов.

- комплексные смеси

для посола,

интенсификаторы созревания для различных пород рыб;

- пряные смеси для посола;

- ароматизаторы и стабилизаторы;

- консерванты,

средства для сохранения свежести; красители

Эксклюзивный представитель ZALTECH в России ООО «Биофуд Спайс»  
тел./факс (495) 642-82-42, (498) 602-76-40  
www.zaltech.com



AGRO  
PROD  
MASH

Ждем Вас:

павильон 1, стенд 1D 45





да, – заявил А. Крайний. – Это более 80 судов, которые работают за пределами нашей зоны». Росрыболовство предлагает исключить из таможенного законодательства норму о взимании таможенных платежей с судов, построенных или модернизированных за рубежом до 2018 года, сохранив только регистрационный сбор.



По оценке Союза рыбопромышленников Севера, в случае принятия правительством такого решения ежегодный экономический эффект от захода этих судов в российские порты, включающий судоремонт, снабжение и обслуживание, составит почти 4,3 млрд рублей. Отчисления в бюджеты всех уровней от налога на прибыль возрастут на 120 млн рублей.

«Таким образом, на чаше весов, с одной стороны, некие «виртуальные деньги» от уплаты таможенных пошлин, которые никогда не поступят в бюджет, так как суда просто продолжают работать за пределами российских вод, с другой – вполне реальный мультипликативный экономический эффект», – считает А. Крайний.

ИА «Финмаркет»

### «Рыбный» техрегламент стал ближе к потребителю

В июле состоялось заседание рабочей группы Таможенного союза, посвященное разработке технического регламента по безопасности рыбы и рыбной продукции.

В работе мероприятия приняли участие представители Евразийской экономической комиссии, государственных ведомств России, Белоруссии и Казахстана и Минсельхозы трех стран. Также российской сторону представляли ВНИРО, Роспотребнадзор, Росрыболовство, Институт питания РАН и «Рыбный союз».

Участники рабочей группы обсудили необходимость переноса ответственности за безопасность выпускаемого товара с государства на бизнес, а именно на производителя продукции, выпускающего ее в свободное обращение на рынок с декларацией, подтверждающей ее безопасность.

Государство, в свою очередь, будет контролировать районы промысла и предоставлять доступ к этим акваториям безопасным, с точки зрения мореплавания, про-

цессов вылова и дальнейшей переработки рыбы, судам. Но основной упор будет сделан на мониторинг продукции, обращаемой на потребительском рынке, где покупатель непосредственно приобретает эту продукцию. Государство будет минимальным образом вмешиваться в работу рыбопереработчиков, но взамен введет жесткие санкции за выпуск в обращение небезопасной продукции начиная с внушительных штрафов и заканчивая «удалением с поля».

В проекте техрегламента будет отсутствовать понятие срока хранения. Единственный параметр – срок годности – будет устанавливаться непосредственно самим производителем. В настоящее время оптовые компании, имеющие нереализованные партии замороженного сырья, предоставив доказательства ее надлежащего хранения и безупречного состояния, могут продлить срок реализации на несколько месяцев.

Одной из злободневных тем, поднятых на мероприятии, было обсуждение вопроса сопровождения выловленной рыбы копией разрешения на вылов. Решения этой проблемы найдено не было, при этом ветеринарные службы России, Белоруссии и Казахстана единодушно выступили за обязательное сопровождение всех партий продукции ветеринарным сертификатом.



Стороны положительно отнеслись к перспективе введения норм глирования рыбной продукции, защищающих потребителя от приобретения продукции с избыточным содержанием льда. Дополнительно будет усовершенствована методика определения количества наносимой глазури. Участникам рабочей группы Таможенного союза были даны рекомендации предоставить научное обоснование норм количества наносимой глазури, обеспечивающей безопасность рыбной продукции на весь срок ее хранения.

Рыбный союз

### Россия и Сьерра-Леоне обновят «рыбное» соглашение

Правительство РФ одобрило проект соглашения с Республикой Сьерра-Леоне о сотрудничестве в области рыбного хозяйства. Росрыболовству поручено организовать подписание документа.

Проект межправительственного соглашения, предварительного проработанного со сьерра-леонской стороной и представленного Минсельхозом России, был



согласован с Министерством иностранных дел России и другими заинтересованными федеральными органами исполнительной власти.

В рамках договора стороны намерены развивать сотрудничество по таким направлениям, как рыбный промысел, сохранение и рациональное использование живых морских ресурсов, предупреждение и ликвидация ННН-промысла, развитие аквакультуры и подготовка квалифицированных кадров для рыбной отрасли. Также Россия и Сьерра-Леоне планируют совместными усилиями развивать технологии добычи и переработки рыбы, укреплять сотрудничество в сопутствующих рыболовству видах производственной деятельности, в том числе в области судостроения, судоремонта, строительства оборудования и т. д.

Соглашение заключается сроком на 5 лет. Подписать документ от Правительства РФ поручено Федеральному агентству по рыболовству.

fishnews.ru

### Бизнес поддержал программу развития рыбной отрасли в Приморье

Участники общественных слушаний, состоявшихся во Владивостоке 5 сентября, одобрили с учетом замечаний проект госпрограммы развития рыбохозяйственного комплекса в Приморском крае на 2013-2017 годы.



Напомним, что разработчиком документа выступает региональное управление рыбного хозяйства. Руководитель ведомства Алексей Цымбал подчеркнул, что проект программы готовился совместно с общественными организациями, при этом были использованы данные предприятий рыбохозяйственного комплекса.

Представитель краевых властей рассказал, что основные цели программы – это удовлетворение потребности населения Приморья и внутреннего рынка страны в высококачественной рыбной продукции и морепродуктах, а также увеличение выпуска, расширение ассортимента и повышение качества товаров этой категории.

Предусматривается три подпрограммы: «Развитие аквакультуры в Приморском крае на 2013-2017 гг.», «Воспроизводство лососевых и ценных пресноводных видов рыб в Приморском крае на 2013-2017 гг.» и «Развитие береговой рыбопереработки в Приморском крае на 2013-2017 гг.».

Для развития в минимальные сроки марикультуры предложено отдать приоритет культивированию гребешка, трепанга, мидии, ламинарии. Планируется, что в рамках реализации госпрограммы в регионе будет реконструировано пять заводов по выращиванию жистеистойкой молоди, увеличится площадь участков для аквакультуры. Ставится задача по увеличению объемов продукции аквакультуры в 2017 году в девять раз по сравнению с показателем 2011 года. На это потребуется порядка 3,8-4 млрд рублей инвестиций. Субсидировать предлагается порядка 550 млн рублей. Государство готово компенсировать аквафермерам часть затрат на приобретение жистеистойкой молоди (250 млн рублей на выплату субсидий); на разработку биотехнологий перспективных объектов для товарного рыболовства (около 25 млн рублей). Значительную часть средств – порядка 273 млн рублей – предполагается направить на субсидирование части затрат на строительство, реконструкцию и технологическое перевооружение, на уплату процентов по кредитам и лизингу.

В рамках реализации подпрограммы по воспроизводству лососевых и ценных пресноводных видов рыб запланировано строительство шести рыбодонных заводов. По данным Тихоокеанского научно-исследовательского рыбохозяйственного центра, лососеводством перспективно заниматься на реках Киевка, Осиновка, Черная, Маргаритовка и Зеркальная, а пресноводных рыб – в районе поселка Камень Рыболов, на озере Ханка. В проекте указано, что новые ЛРЗ общей мощностью порядка 45 млн экземпляров молоди в год обеспечат дополнительный вылов в Приморье в 2017 году 1500 тонн лосося, а в последующие годы – более 3 тыс. тонн.

По мнению разработчиков, подпрограмма позволит привлечь на развитие воспроизводства водных биоресурсов не менее 500 млн рублей. При этом в качестве субсидий может быть выплачено 90 млн рублей. Участникам проекта помогут вернуть финансовые средства, потраченные на строительство рыбодонных заводов и создание необходимой инфраструктуры. Кроме того, предлагается компенсировать часть затрат по кредитам, привлеченным на строительство рыбодонных заводов.

Приморье продолжит стимулирование береговой рыбопереработки. В результате реализации соответствующей подпрограммы среднестатистическое потребление рыбы и морепродуктов в крае в 2017 году должно составить около 33 кг, до-



## отрасль / события и факты

ля продукции с высокой степенью переработки – возрасти до 35%. На развитие рыбоперерабатывающего сектора планируется привлечь инвестиции в размере около 2,3 млрд рублей. Субсидии предусмотрены в объеме 488 млн рублей. С помощью этих средств край готов компенсировать часть затрат на приобретение технологического рыбоперерабатывающего оборудования, на уплату процентов по кредитам, привлеченным на эти цели, и на уплату лизинговых платежей.

Еще одним направлением поддержки должно стать субсидирование затрат, понесенных предприятиями на прирост производства продукции. Данная мера стимулирования вызвала вопросы у участников общественных слушаний. Так, **генеральный директор ОАО «Южморрыбфлот» Александр Ефремов** заинтересовался тем, как будет рассчитываться прибавка. «С моей точки зрения, это практически неуловимый показатель, который конкретно монетизировать невозможно», – заявил руководитель одного из крупнейших дальневосточных предприятий рыбной промышленности. Другой вопрос по субсидированию затрат на прирост касался разграничения вновь созданных и действующих предприятий.



Александр Ефремов обратил внимание на важность решения кадрового вопроса в секторе рыбопереработки. На сегодняшний день это главное препятствие для нормальной работы, заявил руководитель «Южморрыбфлота». В целом проект государственной программы по развитию рыбохозяйственного комплекса в Приморском крае нашел поддержку у участников общественных слушаний. Представители отраслевого сообщества подчеркнули: несмотря на отдельные вопросы, программу нужно незамедлительно принять.

Fishnews.ru

### Последние переговоры по скумбрии не привели к соглашению

В Великобритании в конце августа прошли очередные переговоры по скумбрии между Европейским союзом (ЕС), Норвегией, Исландией и Фарерскими островами.

По мнению **секретаря Шотландского рыболовства Ричарда Локхеда**, они были «разочаровывающими и, к сожалению, предсказуемыми», ибо Исландия и Фарерские острова продолжают показывать отсутствие стремления вести

переговоры, а вместо этого вводят необоснованные квоты на вылов скумбрии без международного соглашения. На совещании были комиссар рыболовства ЕС Мария Даманаки, министр рыболовства Норвегии Лисбет Берг-Хансен и министр исландского рыболовства Стейнгмур Сигфсон, в то время как фарерский министр рыбного хозяйства Якоб Вестергаард на переговоры опоздал.



Господин Локхед заявил: «В последние годы Исландия и Фарерские острова постоянно демонстрировали отсутствие желания идти на компромисс и достичь справедливых условий промысла скумбрии». По его мнению, это неприемлемо для любой страны – не идти на компромисс устойчивости общего промысла, установив чрезвычайно завышенные квоты. И если Исландия и Фареры будут продолжать настаивать на собственных интересах, то ЕС должен предпринять серьезные меры. «Вот почему мы должны настаивать в ЕС, чтобы они реализовали как можно скорее давно обещанные санкции», – отметил Р. Локхед.

В феврале прошлого года на затянувшихся переговорах не удалось добиться четырехстороннего соглашения на 2012 год, что делает этот год уже третьим подряд без согласования. Новые переговоры по квотированию скумбрии на 2013 год должны начаться в октябре.



В ответ на эту последнюю неудачу в затяжной серии переговоров достичь соглашения **исполнительный директор Ассоциации шотландских рыбаков пелагического лова (SPFA) Ян Гатт** также выразил разочарование в связи с отсутствием прорыва. «Если не удастся достичь соглашения на таком высоком уровне, то резонен вопрос, есть ли надежда на всех последующих раундах переговоров, запланированных на октябрь, решить что-либо. Сейчас важно более чем когда-нибудь, чтобы Европейский парламент ратифицировал санкции против Исландии и Фарерских островов в этом месяце и чтобы ЕС, не теряя времени, сразу же их реализовал», – добавил господин Гатт.

fis.com

## 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

info@scontinental.com

8 (800) 55–55–001

www.scontinental.com

(звонок по России бесплатный)



Выбор потребителей все чаще падает на рыбу. Благодаря высокому содержанию в ней белка, она способна заменить мясные продукты, которые вызывают у покупателей, заботящихся о правильном питании, все меньше доверия.

## Мировой рынок рыбы и морепродуктов

По прогнозам Международного исследовательского центра GIA (Global Industry Analysts), мировой рынок морепродуктов, который охватывает сегменты свежей, замороженной и консервированной продукции, в денежном выражении превысит 370 млрд долларов к 2015 году. Специалисты предполагают, что рынок будет стимулиро-

## Global Fish & Seafood Industry

The world seafood market, which encompasses fresh, canned and frozen seafood products, is expected to exceed \$370 billion by 2015, according to Global Industry Analysts. It is predicted the market will be fuelled by a rising global population, increased discretionary incomes, and technological advances such as packaging and improved transportation. Demand will be particularly strong in developing regions including Latin America and Asia-Pacific. The overall market for aquaculture and fisheries is predicted to exceed 135 million tons by 2015, reports Global Industry Analysts.

Подготовила:

**Елена Максимова,**  
по материалам  
информационно-  
аналитического портала  
[www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com)

Prepared:

**Elena Maximova,**  
with using the materials  
of research portal  
[www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com)





## Мы рады пригласить Вас на ежегодную выставку Агропродмаш в Москве!

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!**



**Представительство в России:**

**ООО «Райх»**

192019 Санкт-Петербург, ул. Седова, 10

Тел.: +7 (812) 380 42 14

E-mail: [vponomarenko@reich-germany.com](mailto:vponomarenko@reich-germany.com)

Офис в Москве: +7 (905) 752 6128

E-mail в Москве:

[acherkasov@reich-germany.com](mailto:acherkasov@reich-germany.com)

Отдел сервиса: +7 (812) 412 36 95

E-mail: [pzakharchenko@reich-germany.com](mailto:pzakharchenko@reich-germany.com)





meet me in moscow

# CHILLVENTA ROSSIJA 2013

chillventa-rossija.ru



МОСКВА,  
КРОКУС ЭКСПО  
5 – 7.2.2013

МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ  
ВЫСТАВКА ХОЛОДИЛЬНОГО  
ОБОРУДОВАНИЯ, КЛИМАТИЧЕСКОЙ  
ТЕХНИКИ И ТЕПЛОВЫХ НАСОСОВ  
ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ,  
ТОРГОВЛИ И СТРОИТЕЛЬСТВА

## Встретимся в Москве!

- **Больше:** Холодильное оборудование, Климатическая техника и Тепловые насосы!
- **Лучше:** Ведущие международные и российские компании!
- **Интересней:** 3-х дневная программа научно-технической конференции!
- **Особенней:** Специализированный павильон тепловых насосов!

Подробная информация обо мне:

Тел. +7 (0) 49 5. 96 70 4-64

ld@owc-rus.ru

реклама

NÜRNBERG MESSE

вать такие факторы, как увеличение численности населения, возрастающие доходы потребителей и технологические инновации, в том числе в упаковочной и транспортной отраслях. Особенно высок спрос на дары моря будет в развивающихся регионах, в числе которых страны Латинской Америки и Азиатско-Тихоокеанского региона. В целом реализуемый объем продукции естественного вылова и выращенной на предприятиях аквакультуры, по прогнозам GIA, к 2015 году превысит 135 млн тонн.

На положительную динамику рынка влияют и другие факторы. Один из них – растущий интерес российских людей к здоровому питанию. Выбор потребителей все чаще падает на рыбу. Благодаря высокому содержанию в ней белка, она способна заменить мясные продукты, которые вызывают у покупателей, заботящихся о правильном питании, все меньше доверия. Возможно, поэтому растет количество специализированных рыбных магазинов и ресторанов, а на исследования и развитие отрасли, как и на информирование населения о пользе потребления рыбы, в том числе красной, тратится значительное количество средств. При этом развитие отрасли не сколько тормозится катаклизмами, экологическими проблемами и биологическими рисками.

Хотя отрасль начинает восстанавливаться после финансового кризиса, его последствия не остались незамеченными, так как многие потребители урезали расходы на премиальную продукцию, в том числе за счет дорогих сортов рыб и морепродуктов. Особенно упали продажи креветок и устриц.

### Ключевые сегменты

Карп, креветка и лосось сегодня являются главными объектами аквакультуры. Производство тунца сконцентрировано в руках нескольких крупных концернов, которые продают эту рыбу по всему миру. Объемы производства лосося, выращенного в искусственных водоемах, росли до 2008 года, но затем начали падать, по большей части из-за уменьшения количества атлантического лосося, падение которого из-за инфекционной анемии наблюдалось в Чили. К слову, Чили и Норвегия – главные игроки на мировом рынке лосося. По подсчетам эти государства охватывают около 65% рынка, за ними следуют Канада и Шотландия. Что касается потребления, главные рынки сбыта свежих и замороженных морепродуктов – страны Евросоюза и Япония, в сегменте свежей, мороженной, консервированной и другой рыбной продукции – США. Отрасль аквакультуры страны в основном сосредоточена на моллюсках, ракообразных и некоторых других нерыбных морепродуктах.

### Региональные рынки

Азиатско-Тихоокеанский регион является ведущим на мировом рыбном рынке и продолжает расширяться благодаря развитию экономи-



Карп, лосось и креветка сегодня являются главными объектами аквакультуры.

Other factors driving the market include a growing trend towards healthy eating. Thanks to the high protein content of fish, it is becoming an ever-more popular choice for health conscious consumers wishing to avoid the health drawbacks of meat. The number of specialty fish stores and restaurants are on the rise, and there is greater spending on research and development, which has also been boosting overall salmon consumption. The industry is hampered somewhat by environmental hazards and biological risks

Though the industry is beginning to recover following the financial crisis, it has not been left unscathed, as many consumers cutting back on luxury expenses steered away from fish during the crisis. Species particularly affected included shrimp and oyster varieties.

### Key Segments

Carp, shrimp and salmon are the main fish species in today's production of organic aquaculture. Tuna production is concentrated, with few companies trading the fish at a global level. Farmed salmon production was rising up to 2008, but began to fall thereafter, largely due to declining quantities of Atlantic salmon, which fell in Chile because of the disease Infectious Salmon Anemia. Chile and Norway are leading players on the global salmon market, accounting for around 65% of the market, followed by Canada and Scotland. In terms of consumption, the main markets are the EU and Japan for fresh and frozen seafood; and the US for fresh, frozen, canned, and other categories. Mollusks, finfish and crustaceans dominate aquaculture production.

### Regional Markets

Asia-Pacific is the leading region on the global fish market, expanding thanks to economic growth, higher income levels and better spending power

*Carp, shrimp and salmon are the main fish species in today's production of organic aquaculture.*

*Other factors driving the market include a growing trend towards healthy eating. Thanks to the high protein content of fish, it is becoming an ever-more popular choice for health conscious consumers wishing to avoid the health drawbacks of meat.*

ки региона, повышению уровня доходов населения и улучшению покупательской способности потребителей в развивающихся регионах, таких как Индия и Китай. Основными сегментами являются свежая, мороженая и охлажденная рыба, продолжает демонстрировать активный рост и сегмент моллюсков.

Главными производителями рыбной продукции являются развивающиеся нации, они представляют 93% мирового объема рыбы, выращенной человеком. Китай является мировым лидером по переработке, производству, экспорту и импорту продукции, разводимой предприятиями аквакультуры. Наблюдаемая рыночная экспансия связана с улучшением уровня жизни населения, увеличением потребления морепродуктов, укреплением экспортных позиций страны и с тем, что китайское законодательство содействует развитию рыночной инфраструктуры и стимулирует жителей государства заниматься бизнесом путем налоговых льгот.

### Лидеры отрасли

В список ведущих игроков международного рынка рыбы и морепродуктов входит индийское представительство корпорации Amalgam Enterprises, Faroe Seafood, Dongwon, Lyons Seafoods, Stolt Sea Farm, The Seafood Company, Tri Marine International, Fishery Products International, Princes, Trebon, Sajo Industries & Surapon Foods. По производству лосося лидируют Cermaq, Marine Harvest, Salmar, Leroy Seafood, Marine Harvest. Отметим, что в норвежской корпорации Marine Harvest работают около 5000 человек. При этом предприятие имеет представительства в 20 государствах и продает свою продукцию в 70 стран мира.

### Перспектива рынка

В целом прогноз международного рынка рыбы и морепродуктов, как естественного вылова, так и выращенных на предприятиях аквакультуры, благоприятный. Однако сбыт, а поэтому и производство, будет осуществляться через несколько ключевых регионов.

Водные биоресурсы с каждым годом сокращаются, ввиду того что методы естественного вылова вредят окружающей среде. Поэтому спрос на рыбу и морепродукты, выращенные в условиях предприятий аквакультуры, вырастет. Объемы промышленного разведения рыбы за последние 25 лет увеличились более чем на 900% и продолжают расти.

Появляющиеся знания и технологии позволят предприятиям аквакультуры увеличить прибыль и стать более жизнеспособными, чтобы удовлетворять потребности населения. Естественный рыбный промысел будет сдерживаться различными организациями по охране окружающей среды, которые будут влиять на законодательство с целью защитить видовое разнообразие дикой рыбы. **РБ**

Chile and Norway are leading players on the global salmon market, accounting for around 65% of the market.

in developing regions like India and China. Fresh, frozen and chilled fish comprise the main market segment, with shellfish continuing to exhibit the most rapid growth.

The main producers on the fish market are emerging nations, representing almost 93% of the overall culture harvest. China is the world's number-one processor, producer, exporter and importer of aquaculture goods. Market expansion is driven by higher living standards, greater seafood consumption, a strong export industry and Chinese State legislation facilitating market infrastructure and encouraging new businesses by way of tax benefits.

### Industry Leaders

The leading players on the global fish and seafood market include India's Amalgam Enterprises, Faroe Seafood, Dongwon, Lyons Seafoods, Stolt Sea Farm, The Seafood Company, Tri Marine International, Fishery Products International, Princes, Trebon, Sajo Industries and Surapon Foods. Salmon production is dominated by Cermaq, Marine Harvest, Salmar, and Leroy Seafood, with Marine Harvest leading the four. Norway-based Marine Harvest employs close to 5,000 people, has facilities in more than 20 countries, and serves over 70 markets worldwide.

### Market Outlook

The overall market forecast for the global aquaculture and fisheries market is favorable, with a degree of recovery in trade, and therefore production, across several major markets. Demand for organic aquaculture will grow due to increasing awareness concerning fishing techniques that harm the environment and deplete fish stocks. The organic aquaculture industry has already seen growth in excess of 900% over 25 years, and is set to continue expanding.

Emerging techniques and education that will see producers in the aquaculture industry rake in higher profits and become more sustainable, to better meet aquaculture demand. The main threat to the industry remains that of environmental groups seeking to have regulations approved to protect species of wild fish. **РБ**



Чили и Норвегия – главные игроки на мировом рынке лосося. По подсчетам эти государства охватывают около 65% рынка.



[www.pir.ru](http://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»



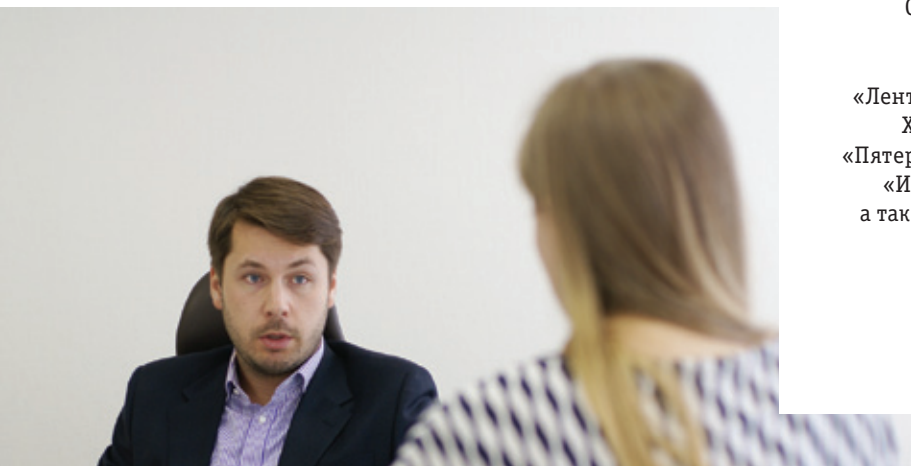
Генеральный  
информационный партнер



Генеральный  
интернет-партнер



Официальный  
интернет-партнер



ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ



### Борис Швиндерман:

«Из существующих сетей мы находимся в «Семье», «Дикси», «Магните» – возим продукцию на все 14 распределительных центров, наша продукция представлена во всех магазинах X5-retail».

Название:

**«Каменя-Альфа»**

Профиль:

Рыбоперерабатывающее предприятие  
в Северо-Западном регионе

Год основания:

1995 г.

Продукция:

Пресервы рыбные

Деликатесная рыба и икра

Салаты рыбо-овощные

Салаты из морской капусты

Копчение горячее и холодное

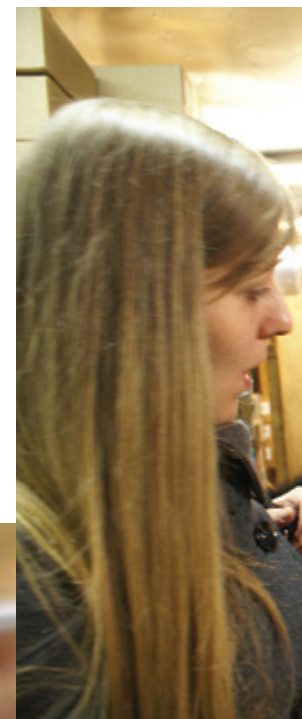
Сырье и весовая продукция

Продукция представлена в:

«Лента», «О'кей», «Магнит», «Дикси»,  
X5 Retail Group («Карусель»,  
«Пятерочка», «Перекресток»), «Метро»,  
«Интерторг» («Семья», «Идея»),  
а также в крупнейших универсамах

Новый бренд:

**«Кетус»**



фотографии: Татьяна Путинцева





Гость:

**Борис Швиндерман,**  
генеральный директор  
ООО «Камея-Альфа»



Беседовала:

**Елена Максимова**

## Бизнес – это большая ответственность

*Именно так считает генеральный директор компании «Камея-Альфа», производящей рыбную продукцию под брендом «Кетус», Борис Швиндерман. Мы побеседовали с ним об особенностях предпринимательства в России, перспективах вступления в ВТО и, конечно, о его предприятии.*

---

**Борис, расскажите об истории Вашей компании.**

Компания была создана в 1995 году. Нашей целью было осуществлять прямые продажи через предприятия розничной торговли. До 2005 года компания работала только с мелкорозничными магазинами Санкт-Петербурга и ближайших регионов, а в 2005 году мы начали развивать сетевые продажи. К данному моменту продукция «Кетуса» присутствует во всех существующих федеральных сетях, кроме «Ашана», и то только по причине того, что мы развиваемся планомерно. С каждым клиентом ведем серьезные переговоры, обсуждаем объемы поставок, ассортимент. Анализируем, каким образом лучше удовлетворить требования клиента, справятся ли наши мощности с запрашиваемым объемом, начинаем поставки, и только после того, как работа отлажена, начинаем переговоры со следующим заказчиком. Из существующих сетей мы находимся в «Семье», «Дикси», «Магните» – возим продукцию на все 14 распределительных центров, наша продукция представлена во всех магази-

---



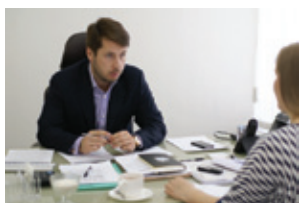




нах X5-retail: «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель», гипермаркеты «О'кей» и «Лента».

### Каков Ваш ассортимент?

В ассортимент компании «Кетус» входят более 200 наименований изделий. Основные группы – деликатесная продукция: красная рыба, палтус, масляная рыба. Также пресервная группа: пресервы из филе сельди, скумбрии, продукция горячего и холодного копчения, салаты из морской капусты, кстати, они несколько лет номинировались на разных выставках и выигрывали премии. И последняя группа –



«Всем известно, что в любую федеральную сеть очень сложно попасть: на полках, как правило, лежит продукция от 4-5 поставщиков, которые являются основными игроками рынка».

рыбно-овощные салаты: «Сельдь под шубой», «Рыцарский» и другие.

### Расскажите про особенности Вашего производства.

Долгое время у нас на производстве в основном использовался ручной труд. Наш работник сам разделывал и нарезал селедку, укладывал ее в банки, ставил на конвейерную ленту, где дозировалась заправка и специи и закрывалась упаковка, которая вручную протиралась и ставилась в коробку. Автоматизирован был только процесс дефростации.

В июне этого года мы автоматизировали предприятие: закупили в основном западные линии. К сожалению, российские производители оборудования для рыбоперерабатывающей промышленности пока не готовы предложить достаточно качественные линии.

Однако даже после автоматизации производства филе пресервов наши работники продолжают укладывать вручную. Наша продукция выкладывается в тару шахматкой. Если посмотреть на банку сбоку, она выглядит как шахматная доска. Такую укладку можно выполнить только вручную.

### Какова на данный момент география Ваших поставок?

Мы поставляем свои изделия в любую точку России – через дистрибьютеров или сети.

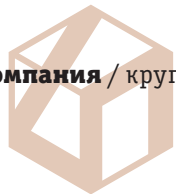
### Кстати, как обстоят Ваши отношения с сетями?

Мы работаем по трем направлениям продаж: поставки в мелкорозничные магазины Санкт-Петербурга (нами охвачены около 700 таких розничных точек города и Ленобласти), реализация по регионам через дистрибьюторов и продажи через сети. И самые сложные клиенты, безусловно, – ритейлеры.

Всем известно, что в любую федеральную сеть очень сложно попасть: на полках, как правило, лежит продукция от 4-5 поставщиков, которые являются основными игроками рынка. И даже если ты делаешь более качественный продукт, чем твои конкуренты, но работаешь на рынке меньше, а твой бренд менее узнаваемый – на полку возьмут их. Поэтому такой компании, как наша, которая только встала на путь развития, очень сложно пробиваться в сети, конкурировать ценой с крупными компаниями. Кроме того, ритейлеры дают бонусами, которые съедают практически всю прибыль.

Тем не менее для производителя реализовывать продукцию через федеральные сети выгодно, так как





«Мы не думаем, что через собственную розницу будут реализовываться большие объемы продукции: покупатели крайне редко ходят в магазин, чтобы купить только рыбу».



его начинают узнавать. В Санкт-Петербурге через сетевую розницу реализуется 80% товаров, остальные торговые предприятия продают всего 20% продуктов.

**Сегодня изготовители рыбной продукции все чаще создают собственную розничную сеть. У «Кетуса» есть такие планы?**

Да, сейчас мы запускаем проект по созданию собственной розницы: в ближайшее время на нескольких остановках города появятся брендированные автолавки, которые будут торговать нашей продукцией.

**А какие ставки Вы делаете на собственную розницу: это, скорее, реклама бренда или все же получение прибыли?**

Мы не думаем, что через собственную розницу будут реали-

зовываться большие объемы продукции: покупатели крайне редко ходят в магазин, чтобы купить только рыбу. Даже если наши автолавки будут расположены в местах с высокой проходимостью, на серьезную прибыль мы не рассчитываем.

Собственная розница нужна скорее для рекламы, для создания узнаваемости. К тому же мы хотим донести до потребителя свежую продукцию. В наши точки продаж она будет привозиться ежедневно, тогда как в сетях и магазинах могут быть не настолько свежие товары, а цена при этом в нашей собственной рознице будет ниже магазинной.

**Аналитики утверждают, что спрос на рыбную продукцию в России медленно, но верно растет. Каким образом данный тренд отражается на объемах продаж Вашей компании?**





По себе мы видим, что сегодня вырос спрос на деликатесную красную рыбу, так как стоимость семги в 2012 году снизилась с 300 до 200-220 рублей за килограмм.

А вот продажи изделий из филе сельди упали, так как за этот год сырье для их производства подорожало вдвое. Если в прошлом году килограмм филе сельди стоил 50 рублей, теперь он стоит 100 рублей. Селедка же стала менее доступна для обывателя: пенсионеры, которые раньше могли ее покупать, теперь не могут себе этого позволить.

**Так как мы заговорили о сырье, расскажите о своих поставщиках. Вы закупаете сырье в России или за рубежом?**

По сырию мы на 80% работаем с Норвегией. Из этой страны мы получаем охлажденную красную рыбу, сельдь, скумбрию. Российское сырье мы закупает крайне редко.

Мы покупаем его в Питере у партнеров, которые занимаются оптовыми поставками сырья, а также напрямую работаем с предприятием, у которого есть собственные суда.

**Как организована Ваша логистика?**

Для развозки продукции по городу у нас есть собственный автопарк плюс наемные водители, которые находятся у нас в штате. Они ежедневно получают от нас заказы. Для поставок в регионы мы привлекаем транспортные компании, которые в фурах развозят наш товар в точки доставки.

**Повезло ли Вам с дистрибьюторами и транспортными компаниями?**

Транспортные компании периодически меняются в связи с «недо-



ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ

**Борис  
Швиндерман:**

«В ближайшие наши планы входит строительство собственного завода, и в течение года-двух, когда мы переедем на новые площади, мы получим официальные сертификаты HACCP и ISO».



возами» и проблемами с оплатами с их стороны. Хотя с последней логистической компанией работаем уже года полтора. Дистрибьюторы же не меняются, а только добавляются. Конечно, есть те, которые отсекаются по причине неплатежеспособности, но их процент очень мал.

**Каким образом и на каких этапах у Вас происходит контроль качества продукции?**

На предприятии внедрена система менеджмента качества наподобие HACCP и ISO, только для внутреннего контроля. На сегодняшний день у нас не получены эти сертификаты, хотя наш начальник производства проходил обучение по этим системам менеджмента качества и ввел их аналоги на предприятии.

В ближайшие наши планы входит строительство собственного завода, и в течение года-двух, когда мы переедем на новые площади, мы получим официальные сертификаты HACCP и ISO.

**Насколько, на Ваш взгляд, важно предприятиям современной России внедрять европейские системы менеджмента качества?**

Скоро, в связи со вступлением России в ВТО, предприятия, не аттестованные соответствующим образом и не имеющие единых европейских сертификатов качества, просто не смогут работать на рынке.

К тому же многие из наших партнеров, например Metro, проводят собственный аудит производства, чтобы понять, можно работать с компанией или нет. И для них очень важно, чтобы на предприятии были внедрены HACCP и ISO. И если качество продукции не соответствует международным требованиям, производителей просто выкидывают из сети.

**А что Вы можете сказать в целом по поводу вступления в ВТО? Как изменится после работа производителей рыбной продукции в связи с данным событием?**

Для крупных игроков изменится в лучшую сторону. Скорее всего, с рынка уйдут мелкие производители, которые не уделяют должного внимания качеству. Они мешают ра-



«Мы не думаем, что через собственную розницу будут реализовываться большие объемы продукции: покупатели крайне редко ходят в магазин, чтобы купить только рыбу».





ботать, демпингуя и давая цены, которые мы не можем дать. В том, что продукция станет более качественной, я уверен.

**Как Вы продвигаете свою продукцию?**

В данный момент мы запустили рекламу в вагонах метрополите-

на, участвуем в ярмарках, таких как «Вкусноград», делаем баннерную рекламу в сетях и проводим дегустации.

**Что Вас отличает от конкурентов?**

Управление компанией мне передал отец. Для меня семейный бизнес – это большая ответственность, хочется делать свою работу как можно лучше.

Мы относимся к продукту очень серьезно и хотим, чтобы он был безупречным не только на вкус, но и внешне. Все салаты делаются из натуральных ингредиентов вручную. В салате «Камчатский», например, мы используем мясо натурального кальмара, а не сурими, как это делают многие.

Мы делаем акцент на качестве, так как нам очень важно заработать имя. Дело в том, что, хотя компания существует достаточно давно, раньше она была известна потребителю под брендом «Камея-Альфа».

Никто не уделял внимания развитию бренда. Но после того, как мы серьезно занялись продажами – вышли на сети и регионы, необходимо было основательно подойти и к вопросу развития бренда и его узнаваемости. Мы поменяли торговую марку на «Кетус», а на логотипе изобразили кита. Теперь работаем под этим брендом.

Сейчас мы планируем предложить потребителю принципиально новый для российского рынка продукт: пресервы сельди не из филе, а из цельной рыбы.

**Каково Ваше кредо?**

Наше кредо, которое является одновременно слоганом, – донести до потребителя вкус природы. У нас четыре основных принципа работы:

- философия долгосрочной перспективы;
- правильный процесс дает правильные результаты;
- добавляй ценность организации, развивая своих сотрудников и партнеров;
- постоянное решение фундаментальных проблем стимулирует непрерывное обучение персонала. **РС**



1. Из таких листов сворачиваются крабовые палочки.

2. Нарезка крабовых палочек



3, 4. Финальная стадия производства крабовых палочек – их упаковка. Сначала каждая палочка отдельно упаковывается в барьерную пленку, а затем – в потребительскую, как правило, вакуумную, упаковку.

Подготовила: **Светлана Карельская**

# Производство крабовых палочек

*Крабовые палочки являются одним из самых популярных рыбных продуктов. Их используют как для приготовления салатов, так и для самостоятельных перекусов. Для того чтобы крабовые палочки получались вкусными и держали форму, для их изготовителя необходимо использовать качественное оборудование.*

Процесс изготовления крабовых палочек можно разделить условно на четыре стадии: первичная подготовка сырья, смешивание ингредиентов, формование и упаковка.

## Измельчение

Первая стадия производства крабовых палочек – получение рыбного фарша сурими из филе рыбы, которая, как правило, поступает на производство

в виде замороженных блоков. Для их измельчения предназначены блокорежки. Они обеспечивают образование стружки, предварительно разрушая волокна мяса.

Существует несколько видов блокорежек. В машинах для измельчения замороженных блоков гильотинного типа блок укладывается на грузочное устройство – платформу или опрокидывающийся лоток, и отправляется в рабо-

чую зону, где толкающий поршень начинает продвигать замороженный блок через окно режущей головки под установленным на ней же гильотинным ножом. Блокорежки барабанного (роторного) типа также применяются при подготовке сырья для производства крабовых палочек. Блок замороженного мяса подается в горизонтальной плоскости на режущий барабан с прямолезвийными ножами – скобами. Прижимающее устройство с равномерным усилием подводит блок к режущему барабану. Барабан изготавливается из нержавеющей стали. На общий вал напизаны на некотором расстоянии друг от друга диски, формирующие наружный диаметр режущего барабана. Несколько скобообразных ножей крепятся к разным дискам вдоль оси барабана. Для увеличения жесткости режущей системы диски скрепляются силовыми стяжками, которые препятствуют изгибам опорных дисков под воздействием противодавления разрезаемых блоков. Такая ножевая система позволяет получать отрезки замороженной рыбы в виде тонких стружек, максимальная толщина которых может составлять от 3 до 45 мм в зависимости от параметров ножа.

Далее измельченная масса подвергается куттированию. Куттеры служат для тонкого измельчения филе или фарша и выполняют важную задачу в процессе приготовления сурими. При производ-



стве крабовых палочек требуется очень высокая степень измельчения, которая обеспечивает однородность структуры и равномерное перемешивание. Продолжительность куттирования зависит от степени предварительного измельчения мышечных волокон.

### Замешивание

После измельчения сурими промывается и поступает в вымешиватель, где масса перемешивается с водой и другими ингредиентами.

Вода способствует появлению более нежной консистенции готового изделия и устранению жесткости, связанной с внесением поваренной соли. Также вода важна для набухания вносимых в фарш стабилизирующих углеводов – муки, крахмала, и уменьшения влияния жира на структурно-механические показатели.

Добавление углеводов в сурими позволяет смягчить ощущение солёности и повысить пластичность фарша, способствующую его формуемости. Низкомолекулярные углеводы, такие как сахар, глюкоза, сорбит, значительно смягчают денатурационные изменения бел-

### Справка

Крабовые палочки производятся из сильно измельченного мяса белой рыбы. По форме и цвету они напоминают мясо клешни краба. В основном используются в салатах.

ковых веществ. Высокомолекулярные углеводы (крахмал, мука) также способствуют улучшению структурно-механических свойств фарша.

### Формование

После смешивания тесто поступает в порционно-формовочную машину, где происходит его порционирование. В таком виде полуфабрикаты отправляются на пресс-формирователь пласта, после чего подвергаются термической обработке. Затем лист остывает и поступает на установку для тонкой нарезки и сворачивания. Перед сворачиванием на одну из сторон полотна наносится краситель.

### Упаковка

Финальная стадия производства крабовых палочек – их упаковка. Сначала каждая палочка отдельно упаков-

ывается в барьерную пленку, а затем – в потребительскую, как правило, вакуумную, упаковку.

Вакуумная упаковка крабовых палочек осуществляется на настольных или напольных вакуумных упаковщиках, а также вакуум-термоформовочных упаковочных линиях. Для вакуумной упаковки крабовых палочек используются либо трехшовные трехслойные пакеты ПА/ПЕ (полиамид с полиэтиленом) либо вакуумные термоформуемые пленки.

Крабовые палочки закладываются в пакет, после чего укладываются в камеру вакуумного упаковщика открытой стороной на сваривающую планку. После закрытия крышки упаковщика включается вакуумный насос, и начинается откачка воздуха из камеры. После откачки воздуха происходит запайка пакета (вакуумная упаковка).

В заключение отметим, что с недавнего времени изготовители крабовых палочек из сурими обязаны указывать на упаковке, что данный продукт является имитацией мяса краба. Будьте честными с потребителем – и он к вам потянется. **РС**

## 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](http://www.kometos.ru)



AGROPROD MASH

**Ждем Вас:**  
**Павильон 2, зал 1,**  
**стенд 21D50**







Компания:

«Мультивак»

тел.: +7 (499) 940-02-55

e-mail: [anna.lebedeva@ru.multivac.com](mailto:anna.lebedeva@ru.multivac.com)

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

# Лорды плохого не посоветуют!

## Британская компания Sealord Caistor выбирает трейсилеры MULTIVAC

Предприятие Sealord Caistor, главный офис которого расположен в Линкольншире (Великобритания), является частью Sealord – крупной новозеландской компании, принадлежащей в равных долях народу маори и японской компании Nippon Suisso. Sealord (дословно с английского – «морской лорд») – один из основных поставщиков рыбы для сети супермаркетов Waitrose в Великобритании. Она занимается переработкой широкого ассортимента рыб и морепродуктов, включая камбалу, норвежского омара, гребешки и пикшу. В частности, Sealord специализируется на производстве таких панированных рыбных продуктов премиум-класса под маркой Waitrose, как норвежский омар, филе пикши, кусочки трески, рыбные палочки, пикша, филе хека и любимое британцами блюдо – рыба с жареным картофелем.

Перед тем как начать работать с MULTIVAC, компания Sealord упаковывала свою продукцию в предварительно изготовленные лотки, которые затем заворачивались в пленку. Перед рыбоперера-



Sealord занимается переработкой широкого ассортимента рыб и морепродуктов, включая камбалу, норвежского омара, гребешки и пикшу, а также специализируется на производстве панированных рыбных продуктов премиум-класса под маркой Waitrose.

ботчиками остро стоял вопрос снижения затрат на упаковку, а также повышения привлекательности продуктов под маркой Waitrose в глазах потребителя. В итоге специалисты предприятия пришли к выводу, что идеальным решением для получения экономичной и привлекательной упаковки будут трейсилеры.

В поисках наилучшего партнера компанией были сформулированы несколько критериев идеальной упаковки, которые в конечном итоге привели ее к специалистам фирмы MULTIVAC.

Главная проблема, которую необходимо было решить, состояла в перемещении панированных продуктов внутри лотка при упаковке. С этой точки зрения, наилучшим решением оказалось использование электронных систем от MULTIVAC для плавного и полностью регулируемого перемещения упаковки и иных контролируемых сервоприводом элементов.

Другими важными факторами были гигиеничность и возможность

внутренней нарезки для большей привлекательности упаковки. И наконец, одним из наиболее весомых доводов в пользу MULTIVAC стало предлагаемое компанией надежное послепродажное обслуживание и техническая поддержка. В частности, отделения MULTIVAC в Вели-

кобритании и в России предлагают помощь через телефонную справочную службу. Помимо этого, сервисные инженеры компании готовы по просьбе клиентов выехать им на помощь в любую точку Великобритании и России.

*Одним из наиболее весомых доводов в пользу MULTIVAC стало предлагаемое компанией надежное послепродажное обслуживание и техническая поддержка.*

Первый этап проекта предусматривал поставку двух трейсилеров T 700. Успешная установка и запуск

«Компания MULTIVAC с трейсилерами T 700 существенно помогла нам в успешном расширении нашего бизнеса и поддерживала нас на всем протяжении совместной работы.

Теперь мы полностью оснащены для непрерывного дальнейшего коммерческого роста», – отмечает **Катарина Пякок, технический руководитель Sealord Caistor.** ■



## Передовые решения в области упаковки рыбной продукции

Хотите ли вы упаковывать небольшие порции или целые куски рыбы – MULTIVAC предлагает широкий выбор упаковочных решений для рыбы любых видов и размеров, а также морепродуктов. Когда вы узнаете о наших преимуществах, вы откроете для себя новые возможности! Давайте начнем работать вместе прямо сейчас!

- ✓ Вакуумная упаковка в пакеты
- ✓ Термоформируемая упаковка
- ✓ Упаковка в готовые лотки
- ✓ Маркировка и этикетировка
- ✓ Автоматизированные упаковочные системы
- ✓ Проверка качества



AGROPRODASH

Ждем Вас:  
Павильон 8,  
Зал 3, Стенд 83С10

ООО «Мультивак Рус»  
тел. + 7 (495) 604 4902  
тел./факс +7 (495) 604 4903  
office@ru.multivac.com

ООО «Мультивак Рус», СПб  
тел. +7 (812) 318 0050  
факс +7 (812) 318 0051  
www.multivac.com



**MULTIVAC**  
BETTER PACKAGING



Компания: **ООО «Фиш50.ру»**  
г. Подольск, Московская область,  
ул. Железнодорожная, д. 22, корп. 6, оф. 107  
e-mail: info@fish50.ru  
www.fish50.ru  
аккаунт на YouTube: Fish ru

Автор: **Евгений Болгов,**  
коммерческий директор  
тел. +7 (495) 540-55-82



# Новое корейское слово в рыбопереработке

**Господин Чонг,**

**президент компании Chamso (Южная Корея):**

*«Чтобы соответствовать текущим условиям бизнеса по переработке морепродуктов, нужно построить систему максимальной автоматизации в перерабатывающих линиях с устройством очистки. Только так мы сможем предложить потребителю высокогигиеничный продукт отличного качества и сократить затраты производителя».*

Руководствуясь именно этим принципом, компания Chamso ведет свой бизнес уже более 17 лет. Экспортирует машины по всей Юго-Восточной Азии, осуществляет поставки в Америку, Австралию и Россию. Фирма производит машины и линии по переработке морепродуктов, которые соответствуют самым высоким требованиям. Хотя ассортимент машин завода Chamso огромен, попробуем вкратце рассказать о продукции предприятия, которая позволит многим компаниям выйти на новый уровень переработки рыбы и морепродуктов.

Открывает широкий ассортимент машин линейка водяных дефростеров вме-

стимостью от 400 до 3000 кг. Оборудование может быть с ручной или автоматической выгрузкой, в передвижную емкость или на конвейер. Время дефростации партии морепродуктов – в пределах часа. Дефростеры с автоматической выгрузкой можно встраивать в автоматические линии по размораживанию. Такие решения наиболее популярны на рыбоперерабатывающих предприятиях в Корее.

Далее следуют моечные машины для рыбных полуфабрикатов и тары. Автоматические моечные машины серии CHCW интересны тем, что имеют регулировку по ширине тары, которая осуществляется одним круглым штурвалом. Оператор

одним движением руки сводит боковые направляющие, регулирующие ширину, машину и блок боковых форсунок, что существенно увеличивает эффективность мойки всей тары, уменьшает расход воды и моющих средств. Под заказ можно делать машины, у которых меняется и высота мойки (подвижный блок форсунок по высоте). Машины для мойки рыбы форсуночного типа можно использовать и как машины глазирования морепродуктов с тонкой системой настройки и регулировкой толщины глазури на продукте.

Продолжает ассортимент ряд машин для снятия чешуи – от ручных до автоматических линий с настройкой скорости прохождения рыбы по транспортеру, силы и направления струи воды. В России уже имеется положительный опыт очистки от чешуи карпа и толстолобика. Машины характеризуются большой производительностью и степенью автоматизации.

Переработка красной рыбы представлена большим количеством машин для отрезания голов (прямой и V-образный рез), филетирования, нарезания стейков, машинами и линиями для нобинга, удаления мелких костей. Система дисковых ножей с многоступенчатой тонкой регулировкой позволяет получать максимально возможный выход продукции, практически как при ручной работе.



Практически чистый  
костяк лосося, все мясо  
осталось в продукте.

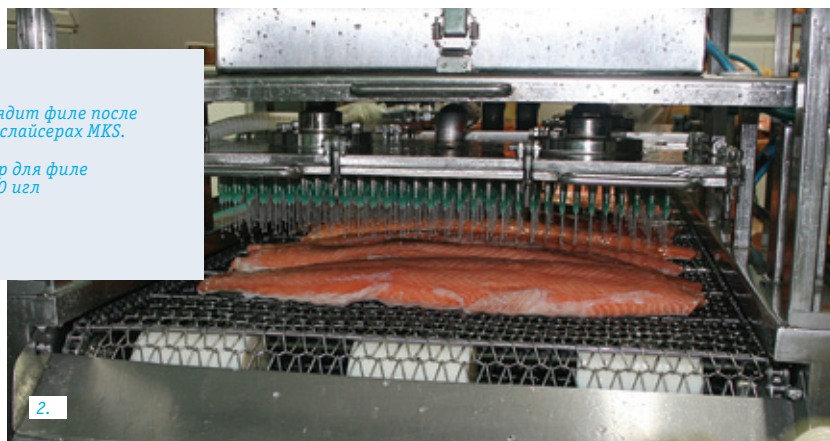


Дефростер CHDF-3000.  
Выгрузка на транспортер



1. Так выглядит филе после нарезки на слайсерах MKS.

2. Инъектор для филе рыбы на 500 игл



Замыкает ряд машин для переработки красной рыбы универсальный инъектор для рыбного филе с двумя типоразмерами – 250 и 500 игл. Для рыбопереработчиков эти машины интересны тем, что имеют диаметр иглы 1 мм. Шаг между иглами составляет 10 мм. При высокой плотности насыщения рассолом филе рыбы практически не видны места проколов.

В разряде машин для переработки средней и мелкой рыбы насчитывается более 20 разнообразных устройств для отрезания головы, хвоста, филетирования сельди, скумбрии, макрели и многих других пород, оборудование для нобинга, нарезания на кусочки, вспарывания и выемки внутренностей, надрезания и раскрытия тушки рыбы (аналогично шанхайской рыбке). В этой же гамме машин находится большая группа оборудования для переработки кальмара: обесшкуривания, разделки на составные части (шупальцы, тушка и т. д.).

Наиболее интересную группу, по нашему мнению, представляет линейка слайсеров для нарезки. Сюда входит серия пил для замороженной продукции (блоков рыбы или мяса). Многоножевой слайсер серии MKS, который режет филе на кусочки толщиной от 4 мм до 10 мм – в нашем понимании будущий хит продаж. Особенности этих машин в том, что они практически не дают отходов при нарезке филе рыбы и не имеют аналогов в мире. Их производительность в 5-10 раз выше любого подобного европейского оборудования. За один цикл, который длится 2-3 секунды, можно порезать до 1,5-2 кг продукции – отличный вариант при производстве пресервов, позволяющий увеличить скорость нарезки в несколько раз. Конечный потребитель в Корее уже сделал свой выбор в пользу нарезанного филе, и теперь в стране продается только лосось, уже порезанный на тонкие ломтики

и упакованный. Эти модели слайсеров отлично справляются с любым мясом и салом без кости: окорок, буженину, бастурму и прочие деликатесы можно легко нарезать на ломтики.

Особое внимание хотим обратить на слайсеры для целой рыбы с головой или без, которые режут подмороженную, свежую или копченую рыбу под прямым или косым углом, с легкостью прорезая кости. Оборудование подходит для стейковой нарезки красной рыбы и для нарез-

звуковые устройства очистки прудов для выращивания рыбы и большая линейка установок для автоматической жарки продукции во фритюре.

Чамсо является инженеринговой и производственной компанией и обладает огромным потенциалом, вся мощь которого стоит на службе у клиента. В наличии предприятия есть готовые технические решения линий для глубокой переработки толстолобика, карпа, бычка с получением на выходе либо филе, либо



Порезанная на кусочки рыба на машине CHFC-300

ки готовой, например копченой, продукции – сельди, скумбрии, макрели и т. д. Эти же машины с легкостью режут и вяленую рыбу. Как вариант использования этих машин – делать стейки толщиной 15-20 мм из вяленой обесшкуренной воibly. На выходе получится полностью готовый к употреблению продукт – открыл и ешь. Отличная идея для тех, кто продает вяленую рыбу в торговые сети.

Ко всему вышеупомянутому добавим, что корейская компания также предлагает своим клиентам огромную гамму шкурорезных машин (от настольных ручных до автоматических напольных), слайсеров для вяленой рыбы и кальмаров, тендеризаторов, машин для продольного нарезания мяса или филе рыбы, оборудование для порционной нарезки замороженной рыбы или филе, слайсеров для нарезки продукции соломкой с толщиной от 5 мм. В ассортименте также есть ультра-

стейков под заморозку или консервирование. И при этом корейские машины гораздо дешевле европейских, хотя уровень производства в Южной Корее не уступает немецкому, а некоторые технические решения превосходят европейские аналоги. Недаром потребление рыбы в странах Юго-Восточной Азии существенно выше, чем в той же Европе.

В следующем номере мы расскажем о вялочной камере нашего производства, которая максимум за 3,5 суток вялит си-нец, чехонь, воблю и другие рыбы, затрачивая всего 0,8 кВт электроэнергии на 1 кг готовой рыбной продукции. Также вы узнаете про коптильные камеры, которые позволяют делать скумбрию холодного копчения за максимум 6 часов с тепловыми потерями не более 6-7%.

Р. С. Компания «Фиш50.ру» совместно с корейским заводом сделали акцию – 2 года гарантии на оборудование «Чамко». ■





Компания: **ОАО «Линде Газ Рус»**,  
тел.: +7 (496) 777-70-47  
www.linde-group.ru

Автор: **Саида Рашитова**,  
инженер направления  
«пищевая промышленность»  
ОАО «Линде Газ Рус»

# Криогенное охлаждение и заморозка рыбы и морепродуктов

При заморозке рыбы и морепродуктов крайне важно сохранить потребительские и вкусовые качества. Инновационные криогенные технологии Linde Gas позволяют решить данную задачу наилучшим образом.

В Европе метод криогенного охлаждения и заморозки используется в промышленных масштабах уже более 40 лет и зарекомендовал себя как наиболее оптимальный.

Одна из ключевых целей производителей рыбы и морепродуктов – это эффективное управление микробиологической активностью. Криогенная

генного метода гораздо выше, чем при использовании традиционных технологий. Вследствие этого образующиеся кристаллы льда имеют значительно меньшие размеры, поэтому структурные и ферментативные изменения в продукте минимальны. В нем также остаются все питательные вещества за счет уменьшения потерь влаги при испарении. Уменьшение массы рыбы из-за потери жидкости по сравнению с механическим способом заморозки меньше в 5-10 раз. Значительное улучшение качества замороженной продукции, а также увеличение скоро-

Выбор фризера и режимов его работы зависит от размеров и температуры продукта, содержания в нем влаги, производительности предприятия и желаемой температуры изделий на выходе. Для рыбы и морепродуктов чаще всего используются туннельные и спиральные фризеры. Применение данного оборудования хорошо тем, что позволяет организовать покрытие глазури продукции в непрерывном цикле «заморозка – глазирование».

## Технология криогенной заморозки

В основе криогенной технологии использован принцип непосредственного воздействия хладагента на продукт. Хладагенты – азот или двуокись углерода – имеют сверхнизкие температуры ( $\text{CO}_2$  –  $-78^\circ\text{C}$ ,  $\text{N}_2$  –  $-196^\circ\text{C}$ ). Испаряясь, хладагент забирает тепло из окружающей среды. Дополнительно продукт охлаждается за счет циркуляции холодного газа с помощью системы вентиляторов.

Расход азота зависит от нескольких факторов: температура, габаритные размеры продукта, плотность, влажность, содержание жиров, наличие упаковки и т. д. В среднем для заморозки 1 кг рыбы, морепродуктов или полуфабрикатов потребуется от 0,5 до 1,3 кг жидкого азота. Чем габаритнее и неоднороднее продукт, тем больше времени и азота требуется для его заморозки.

Например, для заморозки креветок до  $-20^\circ\text{C}$  при производительности 500 кг/час потребуется 8,5 мин., а для заморозки филе трески до  $-20^\circ\text{C}$  при производительности 400 кг/час – около 15 мин. ■



заморозка и охлаждение существенно снижают риск роста и развития микрофлоры за счет понижения температуры продукта ниже точки замерзания, когда уменьшается активность свободной воды в тканях. Замороженная криогенным методом рыба дольше остается свежей даже после размораживания, так как сохраняется клеточная структура продукта. Скорость заморозки при использовании крио-

сти ее обработки положительно влияют на производительность и прибыль предприятия.

## Оборудование

Компания «Линде Газ Рус» имеет в своем распоряжении широкий модельный ряд морозильного оборудования, которое отличается компактностью, мобильностью и простотой в обращении.

## В Москве выпустят сушеную рыбу под ТМ «Митинговая» и «Болотная»

На фоне протестов в Москве предприниматели ищут необычные маркетинговые ходы. Компания ООО «Сиаленд», производитель снеков, подала заявки на регистрацию торговых знаков «Митинговая» и «Болотная». Регистрация брендов займет целый год.



Компания ООО «Сиаленд» появилась на свет десять лет назад. Она производит закуску к пиву: орешки «Тусовщики», копченый сыр «Сырчики», рыбные чипсы «Рыбсы» и др. В ближайшее время ряд товаров должен пополниться снеками под названиями «Митинговая» и «Болотная». Однако сами предприниматели еще не решили, какие именно продукты будут выпускаться под этими товарными знаками. 29-й класс Международной классификации товаров и услуг, по которому подана заявка, дает предпринимателям большой выбор: можно выпускать рыбу, икру, простоквашу и другие молочные продукты, а также сыры.

«Мы еще не решили, что конкретно это будет. Ближе к делу посмотрим, что лучше выпускать под этими марками. Было бы логично, если бы это была продукция «женского рода», — рассказывает генеральный директор компании «Сиаленд» Александр Молчанов. — Возможно, через год, когда нам зарегистрируют их, эти слова перестанут быть такими актуальными. Но мы решили попробовать, ведь это не несет существенных затрат. На защиту одного торгового знака уходит около 20 тыс. рублей».

Как пояснил Молчанов, снековая отрасль сейчас переживает не лучшие времена: «Сейчас покупатели стали меньше тратить на продукты, а с учетом того, что из-за нового законодательства уменьшаются продажи пива, то страдают и закуски к нему. Так что у нас застой. Особенность отрасли в том, что бренды здесь не играют большой роли для потребителя. Он выбирает, что дешевле».

«Сейчас в торговые точки поставляется сырье, небрендованные продукт, которые покупают на вес. Потребитель все чаще выбирает не пакетик определенного производителя, а просто полкило сушеной рыбы. Мы думаем, что это отнимает у нас до 50%

продаж», — заключил г-н Молчанов. По его словам, доля компании «Сиаленд» на рынке снеков в России составляет около 5-7%. По данным базы СПАРК, выручка компании в 2010 году составила 95,7 млн рублей.

«У производителя есть право начать выпуск продукции под торговым знаком, не дожидаясь завершения его оформления. Заявка на товарный знак уже может служить основанием для выпуска новой продукции. При этом у компании почти нет дополнительных затрат, только упаковку надо поменять», — объясняет управляющий партнер маркетингового агентства BrandLab Александр Еременко. — Но не думаю, что эти бренды принесут компании деньги. У адептов протестного движения определенные и специфические ценности. Они не относятся к протесту как к шутке. А эта продукция как раз настраивает на шутливое настроение. Так что лучше бы компании использовать другие символы, связанные, к примеру, с дружбой или отпуском».

Известия

## Крупные игроки рыбного рынка Украины открывают магазины

В июне этого года состоялось открытие рыбного маркета «Дон Маре» в Николаеве. Это уже пятый фирменный рыбный магазин франчайзинговой сети «Дон Маре» (компания ООО СП «УВРК») и первый — в Николаеве.



Рыбный супермаркет «Дон Маре» в Николаеве отражает единую концепцию франчайзинговой сети. Напомним, что магазины «Дон Маре» открываются на условиях франчайзинга в двух форматах: рыбный гастроном площадью 50-70 м² с инвестициями от 50 тыс. долларов и супермаркет самообслуживания 200-400 м² с инвестициями от 125 тыс. долларов. Также 19 мая 2012 года компания «Скандинавия» открыла в Днепропетровске рыбный супермаркет «Рыбный мир «Океания».

Торговая точка предлагает широкий ассортимент охлажденной и мороженой рыбы, морепродуктов, рыбной продукции, сопутствующих товаров и насчитывает до 3000 наименований.

В магазинах по заказу покупателей в течение 30-45 минут могут быть приготовлены суши и рыба на гриле.

fishindustry.net

### 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

## Шпроты и килька разочаровали

Испытательная лаборатория ОАО «Гипрорыбфлот» проверила 11 образцов рыбных консервов, купленных в торговых сетях Санкт-Петербурга организацией «Общественный контроль». Впрочем, позитива у проверяющих они не вызвали.



Оба образца шпрот оказались неудовариваемыми. Кашеобразную продукцию от ООО «Балт-Фиш плюс» (Псков) эксперты даже пробовать не стали, а рыба от ОАО «Новоладжская рыбная компания» оказалась с горчинкой, посторонним запахом и прочими дефектами. Рекомендовать такие шпроты к употреблению специалисты не рискуют. Налицо использование задержанного сырья, то есть с признаками порчи, и нарушение технологии приготовления консервов.

Не соответствующей нормативам экспертами «Общественного контроля» была признана сардинелла натуральная с добавле-

нием масла производства «Полеского рыбоконсервного завода» из Калининградской области. Килька черноморская неразделанная обжаренная в томатном соусе также произвела грустное впечатление на специалистов испытательной лаборатории. Рыба от «Истока» (Одесса) даже не была обжарена. Расстроил и образец кильки, произведенной калининградской фирмой с громким названием «За Родину».

Зато специалистов порадовала килька, выпущенная ООО «Барс». По общему мнению дегустаторов, это была классическая килька, есть которую одно удовольствие. Не было замечаний и к образцу кильки из Краснодарского края производства ООО «Омега».



По словам Всеволода Вишневецкого, председателя СПБ ООП «Общественный контроль», по одному замечанию получили образцы консервов производства ООО «Балт-Ост» (Рязань), ООО «Рыбпромпродукт» (Московская обл.) и ООО «Тройной морской дом» (Орловская обл.).

metronews.ru



Подготовила: **Светлана Карельская**

# Совершенство полуфабрикаты



На сегодняшний день российский рынок рыбных продуктов находится в начальной стадии развития и далек от насыщения, что является благоприятным фактором для развития бизнеса рыбопереработчиков. Статистическими исследованиями выявлено, что среднестатистический объем потребления рыбных продуктов превышает потребление мяса птицы, свинины, говядины в отдельности. Прогнозируется, что спрос на продукты на основе рыбного фарша останется стабильно высоким в течение ближайших пяти лет.

Рыбные замороженные полуфабрикаты – прекрасный способ разнообразить меню россиян морепродуктами. Технология их изготовления такова, что полуфабрикаты сохраняют свои полезные свойства в течение длительного времени. Поэтому произво-



*В панировочных смесях все специи и пряности перемалываются непосредственно перед процедурой фасовки.*

дители замороженных полуфабрикатов активно расширяют свой ассортимент продуктами на основе рыбного фарша.

## Сохранение формы

Для того чтобы рыбные полуфабрикаты максимально долго сохраняли свежесть и свои вкусовые качества, их изготовители используют различные термостабильные добавки.

Производители ингредиентов предлагают рыбопереработчикам сухие белковые смеси, которые могут ис-

пользоваться для изготовления рубленых рыбных полуфабрикатов. В итоге на стол конечного потребителя попадает сочный и вкусный продукт.

## Разнообразие вкусов

Современный потребитель постоянно ищет новые вкусы. Для того чтобы производители рыбных полуфабрикатов могли расширить ассортимент своей продукции, изготовители ингредиентов предлагают им различные термостабильные вкусоароматические добавки.

Существует множество ароматизаторов, которые добавляются при замесе фарша: горчичные, сливочные, грибные, сырные, а также придающие вкус благородной рыбы, например лосося, или имитирующие аромат копчения. Также производители ингредиентов предлагают изготовителям полуфабрикатов различные перечные смеси, которые делают конечный продукт более пикантным и ароматным. Изделия с такими смесями, при условии что в процессе изготовления полуфабрикатов не используются другие ароматизаторы или добавки, можно позиционировать как «натуральные».

## То, что на поверхности

Большинство полуфабрикатов из рубленого или цельного рыбного филе подвергаются панировке. Она придает ему более привлекательный внешний вид и делает изделие хрустящим после обжарки.

Различают несколько видов панировки: жидкую, сухую, одинарную, двойную, а также крупно-, средне- и мелкофракционную. Она может отличаться по цвету: традиционная, колорированная, цветная. Жидкую панировку обычно именуют термином кляр, он представляет

собой жидкое тесто. Состав его в рецептах может варьироваться, но основа остается неизменной – мука и яйца. Мука может быть как традиционной пшеничной, ржаной, так и более экзотической – рисовой, кукурузной.

Сухая панировка производится из сухарей, ее качество напрямую зависит от исходного продукта. Цель такой панировки – образование сверху готовящегося изделия хрустящей корочки. Она позволяет сохранить гастрономические качества блюда: сочность и насыщенный вкус.



Классические панировочные сухари готовятся из муки высшего сорта.



В процессе их производства не используются добавки, красители.

Колорированные сухари производятся из муки высшего сорта и отличаются от натуральных панировочных сухарей своим цветом.



Смеси составляют из панировочных сухарей различных цветов и фракций с добавлением измельченных овощей, различных специй, прочих пищевых ингредиентов.



Для сухой панировки изготовители рыбных полуфабрикатов используют панировочные сухари – готовый продукт, позволяющий значительно ускорить процесс приготовления пищи. Готовые, расфасованные в красочные упаковки сухари смотрятся весьма привлекательно. Но неправильно выбранные ингредиенты для панировки в процессе приготовления могут придать блюду неприятный привкус. Также некачественные панировочные сухари могут способствовать тому, что поверхность кулинарного изделия по-

сле термической обработки потеряет форму, растрескается. Причина такого эффекта – низкое качество исходного сырья, используемого для производства сухарей. Безусловно, продукция из муки высшего сорта будет несколько дороже, чем изделия из муки более низких сортов, но зато она будет гораздо качественнее.

### Экструзия для панировки

Некоторые изготовители ингредиентов предлагают рыбопереработчикам экструдированные сухари. Они

с заданными свойствами из различных видов сырья с минимальными потерями ценных термолабильных веществ. Экструдированные сухари, благодаря такой обработке, обладают превосходной способностью впитывать влагу (в несколько раз больше, чем стандартные панировочные сухари) и идеально подходят для закладки в рыбные полуфабрикаты.

### Панировочные смеси

Для того чтобы расширить ассортимент рыбных полуфабрикатов, некоторые производители используют панировочные смеси. Изготовители ингредиентов составляют их из панировочных сухарей различных цветов и фракций с применением измельченных овощей, специй и прочих добавок. Панировочные смеси придают готовому изделию дополнительные вкусовые оттенки и делают его внешний вид привлекательным.

### Максимум пользы

В последнее время из-за многочисленных сообщений в СМИ о том, насколько вредны различные продукты питания, потребители идут в магазины за продуктами с достаточно скептическим настроением. Они внимательно читают этикетку, изучают упаковку, особенно если собираются покупать рыбные или мясные полуфабрикаты. Ведь об их ненатуральности не говорят только ленивые журналисты.

Для того чтобы повысить имидж своей продукции, некоторые изготовители полуфабрикатов добавляют в свои изделия натуральные пищевые волокна, о чем гордо сообщают на упаковке, обеспечивая себе рост продаж. Пищевые волокна представляют собой ингредиенты, получаемые в процессе обезжиривания растительного сырья. Они содержат клеточные оболочки и другие волокнистые структуры растений и при добавлении в состав пищевых продуктов благотворно действуют на пищеварение. А влагоудерживающая способность пищевых волокон способствует тому, что изделия с их добавлением после термической обработки остаются сочными. Простота приготовления замороженных полуфабрикатов делает их продуктами высокого спроса. А если данные изделия будут полезными, натуральными, оригинальными и к тому же привлекательными внешне, их станут покупать еще чаще. **РС**



Автор:



Елена Максимова

# Кушать упаковано!



Цель лотков и контейнеров для суши – сохранять в первозданном виде хрупкий продукт и привлекать внимание потребителя на витринах.



При упаковке суши из контейнера удаляется атмосферный воздух и вместо него закачивается специальная смесь, состоящая из кислорода, азота и углекислого газа, после чего контейнер герметично запаивается специальной скин-пленкой.

*В современном мире все большую популярность приобретают продукты, требующие минимум времени для приготовления. И все чаще на прилавках магазинов различного формата появляются уже готовые порционные блюда, например рыбная котлета или филе с гарниром, которые необходимо только разогреть в микроволновке, а некоторые из них, например суши или рыбные салаты, и вовсе не требуют никакой дготовки: распаковали – и можно есть.*

Изготовление таких блюд является достаточно трудоемким процессом, однако данная продукция имеет высокую маржинальность, поэтому производство готовых рыбных блюд может стать достаточно прибыльным бизнесом. Только вот один нюанс: рыбная продукция имеет в принципе достаточно короткий срок хранения, а в сочетании с другими ингредиентами он еще больше сокращается. Поэтому готовые рыбные блюда как никакие другие нуждаются в качественной упаковке.

Тогда как в России готовые рыбные блюда начали появляться на прилавках магазинов сравнительно недавно, в Европе они пользуются устойчивым спросом уже более 15 лет, причем для их приготовления применя-

Для упаковки готовых рыбных блюд используются реторт-пакеты. Они позволяют производить их обработку при температурах свыше 100 °С. А также их очень удобно открывать и закрывать.



ются достаточно сложные рецептуры. Привередливые европейцы хотят, чтобы еда из супермаркета была не только по-домашнему вкусной, но и полезной. Например, рис с лососем и шпинатом в горчичном соусе или картофельная запеканка с белой рыбой, которые хранятся в замороженном виде. Для того чтобы получить полноценный обед или ужин, потребителю нужно поместить на 9 минут запечатанный замороженный пакетик в микроволновку на максимальную мощность, после чего отрезать специальную верхушку упаковки и выложить содержимое на тарелку.

Для упаковки готовых замороженных блюд, например рыбного филе с гарниром, также используются специализированные контейнеры из ламинированного картона под запайку. Они подходят для глубокой заморозки до -40 °С, использования в микроволновых печах при температуре +130 °С, разогрева в обычных конвекционных печах при температуре до +220 °С.

На прилавках российских магазинов можно увидеть готовые рыбные супы

или кусочки рыбного филе в различных видах соусов, которые хранятся в охлажденном виде. Для упаковки таких блюд используются реторт-пакеты типа дой-пак из многослойных пленок. Они обеспечивают изоляцию продуктов в указанной упаковке от внешней среды и позволяют производить их обработку при температурах свыше 100 °С. Кроме того, их очень удобно открывать и закрывать (при необходимости).

Можно отметить не только потребительские, но и технологические достоинства реторт-пакетов, которые прежде всего важны производителю продуктов питания. В первую очередь, это уменьшение времени производственного процесса благодаря высокой производительности фасовочного оборудования (до 250 пакетов/мин.) и быстрой термической стерилизации. Вследствие большой площади поверхности соприкосновения с содержимым пакета, скорость передачи тепла во время термической стерилизации приблизительно в 3 раза выше, чем в жестяной или стеклянной таре. Кроме то-

го, снижается потребление энергии в производственном процессе, в результате чего сокращается время стерилизации. Так, при изготовлении салата потребление энергии для фасовки продукта в реторт-пакет приблизительно в 1,5 раза меньше, чем при упаковке в баночную тару. Также важно отметить совместимость реторт-упаковки с любыми технологическими процессами пищева-



*Чтобы получить полноценный обед, потребителю нужно поместить на 9 минут запечатанный замороженный пакет в микроволновку, после чего отрезать верхушку упаковки и выложить содержимое на тарелку.*

го производства: заполнение в горячем состоянии, замораживание, приготовление в СВЧ-печах.

Говоря о готовых рыбных блюдах, нельзя не упомянуть суши. Это

японское блюдо в России пользуется устойчивым спросом уже несколько лет.

Для упаковки суши используются различные виды лотков и контейнеров. Их цель не только сохранять в первозданном виде хрупкие суши и роллы при транспортировке, но и привлекать внимание потребителя на витринах супермаркетов. В ассортимент поставщиков упаковки для суши обычно входят лотки для небольших порций формата легкой закуски, модульные системы среднего размера, ланч-боксы, рассчитанные на формат дружеской вечеринки или ужина на всю семью. Для изготовления данных контейнеров, как правило, используется экологичный пластик.

Производя готовые рыбные блюда из качественных продуктов, предприниматели не только экономят время потребителей, но еще и заботятся об их здоровье, ведь рыба обладает множеством полезных свойств. Однако свою пользу она сохраняет только в том случае, если правильно приготовлена и упакована. **РС**



**XXI МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ  
ВЫСТАВКА**



Санкт-Петербург, ВК ЛенЭкспо

**13-15  
НОЯБРЯ 2012**

**www.peterfood.ru**

Тел./факс: (812) 327 49 18 (многоканальный)  
E-mail: imperia@imperiaforum.ru  
www.peterfood.ru

**ЗАКУПЩИКИ  
50 СЕТЕЙ**

**на Вашем стенде**

Организатор: Конгрессно-Выставочная Компания «Империя»





Подготовила: **Светлана Карельская**

# Упаковочный барьер

*Рыбная продукция – одна из наиболее скоропортящихся, поэтому для продления ее свежести необходима эффективная упаковка, способная предотвратить разрушение продукта и продлить срок его хранения. Таким образом, главное преимущество упаковки – ее барьерные свойства.*



## Что такое «барьерная упаковка»

Барьерная упаковка всегда будет вызывать интерес со стороны ученых, изготовителей упаковочных материалов и производителей продуктов питания. И чем активнее первые и вторые совместно будут заниматься ее постоянным усовершенствованием и изготовлением, тем больше возможностей получат третьи в плане предоставления потребителю качественной продукции с долгим сроком хранения.

Термин «барьерная» подразумевает сразу же несколько аспектов, ведь

срок годности упакованных продуктов определяется не только особенностями упаковочного материала, но и целостностью пакета, свойствами самого упакованного продукта и условиями, в которых он хранится. При этом главная особенность барьерной упаковки – это «быть как следует закрытой»: первый барьер должен служить для защиты от плесени и бактерий. Без надежного закрытия упаковки остальные барьерные свойства не имеют смысла.

При выборе упаковки для того или иного изделия необходимо стремиться к золотой середине: из-

быточная упаковка может рассматриваться как расточительное использование материалов, а недостаточная – приводить к потерям пищевых продуктов. Сначала технолог должен ответить на вопрос: «Каков необходимый барьер для требуемого срока годности продукта?» – его легко задать, но сложно на него ответить.

Решение данного вопроса заключается в знании причин, вследствие которых продукт, который надо упаковать, приходит в негодность. Эта информация является ключевым фактором, необходимым для

технического проектирования эффективной защитной упаковки.

### Важные факторы

Когда говорят о барьерных свойствах упаковки, чаще всего имеют в виду защиту от влажности и попадания кислорода, иногда речь идет о барьере для света, запаха и вкуса. И действительно, эти четыре барьерных свойства (защита от света, влаги, кислорода и химических веществ) являются предметом новых разработок в проектировании упаковочных материалов.

По мнению некоторых экспертов, барьерные свойства по отношению к свету следует рассматривать в первую очередь. Значит, производитель должен задаться вопросом, какой уровень барьера по отношению к свету требуется для того, чтобы максимально сохранить продукт: 96%-я светопроницае-

мость (прозрачная пленка), 50%-я светопроницаемость (тонированная пленка), 30%-я светопроницаемость (непрозрачные или пигментированные пленки) или 1-2%-я светопроницаемость (металлизированные пленки).

### Материалы и технологии

Сегодня для упаковки рыбной продукции широко используется модифицированная газовая среда (МГС). Для упаковки в модифицированную атмосферу (МА) подходят изделия горячего и холодного

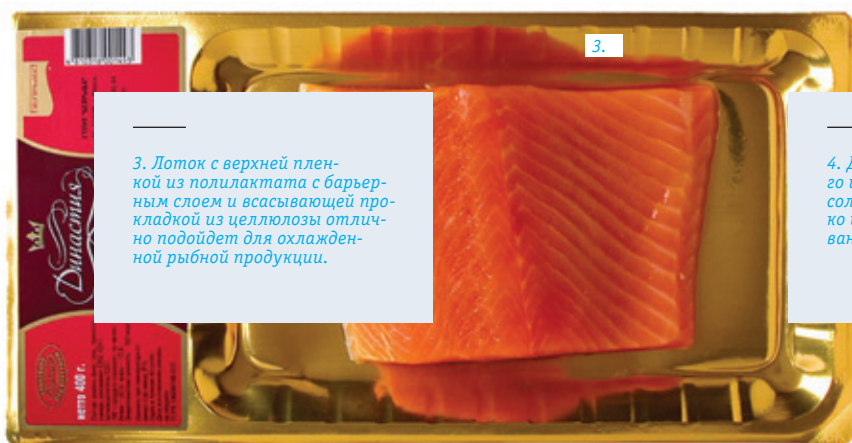
копчения, слабосоленое филе или нарезка. Снековая рыбная продукция может упаковываться в пакеты дой-пак с барьерным слоем. Для удобства потребителя они могут быть снабжены системой zip-lock, которая позволяет многократно закрывать и открывать упаковку. Данные барьерные пакеты рекомендованы также для замороженных и охлажденных продуктов.

Для упаковки замороженной рыбной продукции в модифицированную атмосферу учеными разработаны и произведены по технологии AquaFrost многослойные пленки, объединяющие механические, усадочные, барьерные и оптические свойства. Они могут применяться при упаковке пищевых продуктов с температурой -90 °С.

Для фасовки рыбных блюд также может использоваться skin-

версальными барьерными свойствами. Некоторые изготовители упаковки предлагают своим клиентам комбинированные пленки, в состав которых также входят полиэтилен и полипропилен. Этот многослойный материал обладает очень хорошей гибкостью и барьерными свойствами, для повышения которых в состав пленок иногда добавляют этилен-виниловый спирт, а также вещества, способствующие адгезии.

Многие изготовители упаковки для получения конкурентного преимущества сегодня говорят о том, что их продукция безвредна для окружающей среды и предлагают производителям продуктов питания барьерную упаковку на основе биополимеров. Например, лоток с верхней пленкой из полилактата с барьерным слоем и всасывающей прокладкой из целлюлозы отлично



3. Лоток с верхней пленкой из полилактата с барьерным слоем и всасывающей прокладкой из целлюлозы отлично подойдет для охлажденной рыбной продукции.



4. Для упаковки изделий горячего и холодного копчения, слабосоленого филе или нарезки широко используется модифицированная газовая среда (МГС).

упаковка. Она является альтернативой блистерной упаковке. Ее особенность заключается в том, что пластиковая оболочка плотно облепает товар подобно коже (skin в переводе с английского – «кожа»). Производится такая упаковка методом вакуумной обтяжки. Воздух из упаковываемого пространства между пленкой и подложкой откачивается. Такая упаковка компактна, эстетична, защищает товар от механических повреждений.

Современные производители благодаря комбинации различных материалов получают упаковку с уни-

подойдет для охлажденной рыбной продукции.

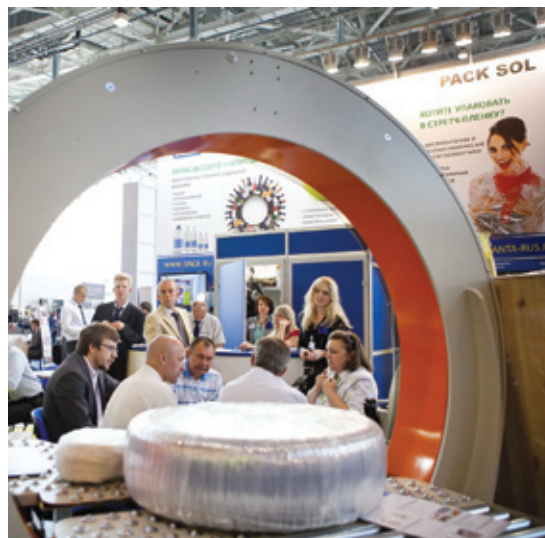
Также на рынке упаковки существуют различные варианты усадочных пленок, в состав которых не входит хлор или полимеры.

И конечно, очень важно, чтобы упаковочный материал обладал не только барьерными свойствами, но и давал производителю возможность продвигать свой продукт. Для этого он должен иметь хороший оптический эффект и устойчивость к запотеванию, высокую степень гибкости, хорошо «переносить» нанесение рисунка. **РР**





С 18 по 22 июня 2012 года в Москве в 75-м павильоне ВВЦ состоялась главная упаковочная выставка Восточной Европы RosUpack, которая в этом году выступила коммуникационной платформой для 18 178 уникальных посетителей из 48 стран мира и 78 регионов России.



Информация подготовлена  
Международной выставочной компанией MVK

# RosUpack-2012: новая площадка – динамичное развитие

Большинство визитеров – россияне (92,6%), посетившие выставку с профессиональным интересом (91,8%). Организатором мероприятия стала Международная выставочная компания MVK в составе Группы компаний ITE.

На общей площади 25 тыс. м<sup>2</sup> свои новинки представили 687 компаний

из 31 страны мира: Австрии, Болгарии, Германии, Италии, Испании, Кореи, Латвии, Франции, Финляндии, Турции, США и др. В числе экспонентов: BEGARAT, MATIMEX, «Мультивак Рус», «Русская Трапеза», OMAG, «Бестром», ГК «Золотой шар», «Мерпаса», «Таурас-Феникс», «Петромаш-Сервис», «Гофро-

технологии», «Виндмёллер&Хельшер», ГП «ГОТЭК», «Союзпак», «Маури-Принт», «Комус-Упаковка» и другие фирмы.

Выставка RosUpack продемонстрировала все сегменты отрасли: сырье, упаковочные машины и технологии, готовую тару и упаковку для всех отраслей промышленности, этикетировочное оборудование, складской комплекс.

«Впервые в этом году для удобства посетителей и более структурированного представления экспозиции мы сегментировали выставку на пять секций: «Сырье и расходные материалы», «Оборудование», «Этикетка», «Логистика и склад», «Готовая упаковка». Секторизация – это общепринятая мировая практика. Такие масштабные проекты, как RosUpack, нужны в сегментации для более целе-

вого просмотра экспозиции», – прокомментировала **руководитель дирекции отраслевых выставок Вероника Ганина**. По данным статистического отчета RosUpack, наиболее популярными у посетителей оказались тематические разделы: «Готовая упаковка» (70,8%) и «Оборудование» (62,1%).

Сразу два новых масштабных мероприятия были включены в деловую программу RosUpack в этом году: «Международный бизнес-форум», организатором которого выступила компания B2B Conference Group при поддержке MVK и Национальной конфедерации упаковщиков, а также конференция «Полимерные добавки – 2012», организатор – компания CREON.

Более 70 участников рынка обсудили главные вопросы индустрии, представили цифры и исследования, а также разработали совместные стратегии развития на бизнес-форуме RosUpack 19 июня. «Якорной» темой круглого стола «Будущее отрасли и наша социальная миссия» стал вопрос утилизации отходов. Проект нового закона об упаковке и упаковочных отходах находится на обсуждении в Государственной Думе РФ. «Важно, чтобы законодательство было направлено на пользу отрасли, а не ограничивало ее, как это, к сожалению, происходит сейчас», – отметил **председатель подкомитета по развитию упаковочной индустрии ТПП РФ Александр Бойко**.

Около 40 специалистов приняло участие в конференции «Полимерные добавки – 2012» 20 июня. Целью мероприятия стало представление существующего на российском рынке спектра добавок для переработки полимеров.

Впервые в рамках RosUpack совместно с медиапроектом What the pack? состоялся конкурс на лучшую упаковку: PART. Packaging: Art, Research, Technology («Упаковка: Искусство, Исследования, Технологии»). Победители определялись по трем основным номинациям: «Производитель года», «Дизайн года», «Студенческий концепт года». Более 100 образцов продукции были представлены на рассмотрение конкурсной комиссии. По мнению Вероники Ганиной, именно новый формат и современный подход позволят повысить планку конкурса выставки RosUpack и сделать PART Awards престижным международным событием. Всего в деловую программу RosUpack-2012 было включено более 20 специализированных меропри-

ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ



### **Владимир Чуйков, председатель совета директоров Группы предприятий «ГОТЭК»:**

*Несмотря на то, что успех выставки не всегда зависит от места ее проведения, нельзя не отметить очевидные преимущества новой выставочной площадки RosUpack – в современном функциональном павильоне №75 ВВЦ. В первую очередь, это, конечно, расположение павильона практически в центре Москвы, куда участникам и посетителям выставки удобно добираться из любой точки столицы. Крайне важно и то, что такое расположение позволяет продолжить начатые на выставке переговоры за пределами выставочной площадки. К услугам участников и посетителей предлагается развитая инфраструктура: метро, гостиницы, кафе, магазины и прочее. С удовлетворением скажу о прогрессе RosUpack в части деловой программы: бизнес-форум, конференция «Полимерные добавки – 2012», круглые столы. RosUpack показала, что коммуникационная функция выставки становится ведущей, и это особенно актуально в ситуации невысоких темпов развития аналитических и статистических институтов в России. Для принимающих стратегические решения в развитии бизнеса людей чрезвычайно важно понимать тенденции рынка упаковки сегодня. Информация необходима для того, чтобы можно было адекватно прогнозировать перспективы развития отрасли. RosUpack предлагает возможности фиксировать сигналы рынка, анализ которых позволяет определить его состояние и зарождающиеся тренды. Кроме того, RosUpack – ценная возможность установить большое количество личных контактов в бизнес-сообществе.*



### **Геннадий Павлов, генеральный директор Группы компаний «Золотой шар»:**

*Несмотря на смену площадки RosUpack в этом году, число клиентов у нас выросло на 20-25%. Важным преимуществом новой площадки является территориальное расположение 75-го павильона – в центре Москвы. Здесь удобная инфраструктура как для работы, так и для отдыха: множество ресторанов и кафе, замечательный парк. Нам с клиентами никуда не надо ехать: мы можем проводить встречи и переговоры прямо здесь. Кстати, цены в этих заведениях доступные. В целом меня устраивает эта площадка, и я готов участвовать в том же объеме и на том же месте в будущем году.*



### **Константин Корнаков, директор по рекламе и связям с общественностью компании Eximpack-Rotoprint:**

*Прежде всего, скажу, что участие в RosUpack для нас событие имиджевое. А имидж дорогого стоит. Выставке 17 лет. Мы с ней с самого начала и будем продолжать в ней участвовать. Кстати сказать, мы уже оставили дирекции выставки заявку об участии в будущем году. Что касается смены площадки RosUpack, то мы отметили безусловное удобство расположения 75-го павильона ВВЦ. Если уж говорить откровенно, то новая площадка очень близко расположена к нашему московскому офису. В шаговой доступности находится гостиница «Космос». В этом году нас порадовал объем и качество экспозиции. Пришли все, кого ожидали. Никого не испугала смена площадки. Инфраструктура ВВЦ вполне удовлетворяет нашим запросам. Уверен, что в будущем году выставка будет еще интереснее, потому что здесь она состоится во второй раз.*

ятий по актуальным вопросам рынка упаковки.

Впервые в этом году RosUpack получила официальную поддержку Департамента лесной и легкой промышленности Министерства промышленности и торговли РФ, Департамента торговли и услуг и Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы. Традиционно выставка прошла под па-

тронатом Торгово-промышленной палаты РФ и Московской торгово-промышленной палаты, а также при поддержке многолетних партнеров MVK: Национальной Конфедерации упаковщиков (НКПак) и отраслевой Ассоциации «Пакмаш».

18-я Международная выставка упаковочной индустрии RosUpack состоится 18-21 июня 2013 года в 75-м павильоне ВВЦ. **РБ**



Гости:



**Анатолий  
Воронцов,**  
совладелец  
крестьянского  
фермерского  
хозяйства  
Римы Петровой



**Сергей  
Кузнецов,**  
директор компании  
«Петр Сомов»

Беседовала:



**Елена  
Максимова**



# Клариус от «Петра Сомова»

*Разведение рыбы уже несколько лет является одним из привычных видов российского бизнеса. Как правило, в нашей стране, особенно в ее северных регионах, разводят лососевые породы рыб. А что, если попробовать выращивать рыбу, не знакомую ни российским рыбоводам, ни потребителям? Много ли времени уйдет на то, чтобы начать бизнес с нуля, освоить технологии разведения, найти каналы сбыта?*



*Летние выездные рестораны – не только способ заявить о себе. Они также дают возможность понять, какие изделия покупаются лучше, а что пользуется меньшим спросом. Мы ставим на улице шатер, где каждый желающий может попробовать блюда из нашего клариуса: шашлыки, долму, уху, люля-кебаб.*

Об этом и многом другом мы побеседовали с **представителями рыбного хозяйства Римы Петровой Анатолием Воронцовым и Сергеем Кузнецовым**, которые уже почти шесть лет занимаются разведением африканского клариевого сома в Волосовском районе Ленинградской области.

– **Расскажите, как все начиналось?**

– **А. В.:** Ко мне шесть лет назад обратился мой приятель, бывший полицейский, а ныне пенсионер из Германии Петер Валлер с просьбой помочь ему организовать бизнес в России. К тому моменту он уже несколько лет проживал в Санкт-Петербурге и даже болел за «Зенит». Он вырос на ферме, где его родители занимались разведением форели и карпа, и, видимо, поэтому мечтал заняться на склоне лет именно рыбоводством. В качестве объекта разведения господин Валлер выбрал африканского клариевого сома (клариуса), так как в Герма-

нии в начале 2000-х годов фермеры начинали осваивать разведение данной рыбы, считая это прибыльным и перспективным направлением бизнеса. В селе Беседа Волосовского района находилось овощеводческое фермерское хозяйство моей давней знакомой – Римы Петровой. Я предложил ей переделать ее овощехранилище в ферму для разведения рыбы, и она согласилась принять активное участие в нашем бизнес-проекте, полностью взяв на себя менеджмент.

– **Был ли у Вас до этого опыт реализации подобных проектов?**

– **А. В.:** Конечно, я и до этого имел опыт реализации различных сельскохозяйственных проектов. Однако разведение клариевого сома было совершенно новым направлением бизнеса не только для России и СНГ, но и для всего мира. Соответственно, в этом деле я, как и другие совладельцы бизнеса, был новичком.



*На выставке «Агрорусь» мы ежегодно находим себе новых клиентов, в чем очень помогает наш летний ресторан, который мы открываем на период мероприятия.*



– И при этом Вы не боялись выращивать африканского сома в условиях нашего сурового климата?

– А. В.: Дело в том, что клариус – очень благодатная для разведения рыба. Он позволяет иметь очень большую плотность посадки – до 600 кг на кубометр воды. Для сравнения: осетр имеет плотность 70 кг, форель – 65 кг на кубометр. У него уникальная иммунная система, которая защищает его от всех болезней, что также является экономически выгодным для разведения.

Изучая вопрос выращивания клариуса, мы выяснили, что ему нужна постоянная температура воды +28 °С, а такую температуру можно обеспечить только в закрытых водоемах при использовании специального оборудования – установок замкнутого водоснабжения (УЗВ). На момент начала реализации нашего проекта данные установки чуть более 10 лет использовались на



*Clarias fariatus называют африканским сомом из-за того, что родина его в Африке, клариевым – потому, что у него есть орган для дыхания атмосферным кислородом – кларии. Благодаря пятнистому окрасу этого сома также называют мраморным или пятнистым.*

немецких и голландских аквакультурах. Мы посетили рыбоводческие предприятия Голландии и Германии и посмотрели, как работают данные установки. Немецкий вариант УЗВ подошел нам больше, и мы купили необходимые чертежи. Наши акционеры – талантливые российские инженеры – сделали для нас такую УЗВ.

– А мальков Вы закупаете или выращиваете сами?

– А. В.: Сами. И могу с гордостью сказать, что за шесть лет существования рыбоводческого хозяйства нам удалось вывести новую породу клариевого сома. В Европе пользовался популярностью клариевый сом с белым мясом. В ходе разведения мы заметили, что некоторые рыбы имеют более интенсивный розовый цвет, чем другие. И стали использо-

вать именно особи с более розовым мясом для скрещивания. Так мы получили клариуса розового.

Я отыскал и перевел необходимую литературу с немецкого и голландского языков, мы консультировались с сотрудниками нашего океанариума и университета, но они были теоретиками, а не практиками в этом вопросе, и нам пришлось продвигаться вперед методом проб и ошибок. Дважды мы приглашали для консультаций специалистов из Германии к нам на ферму, и наконец, после трех лет упорного труда дело пошло на лад.

– Существуют ли на российском рынке корма, подходящие для клариуса? Или их необходимо закупать за рубежом?

– А. В.: Для нас корма производит один из крупнейших комбикормовых заводов России по купленной нами в Европе рецептуре. Наши корма и дешевле, и лучше европейских. Дело в том, что в Европе главной их составляющей является генномодифицированная соя, а поскольку идея нашего проекта – обеспечение потребителя экологически чистой, натуральной и полезной рыбой, то сою мы заменили отечественным горохом.

– Вы первые и пока единственные, кто начал выращивать клариевого сома в России. И понятно, что одно фермерское хозяйство не может обеспечить данной рыбой всю страну. Соответственно, ниша пока свободна. Кто-то из наших соотечественников-фермеров обращается к Вам с просьбой поделиться опытом?

– А. В.: Наш проект действительно вызывает большой интерес рыбоводов. К нам приезжают на экскурсии из различных регионов России и СНГ. Но повторить пока никто не решается, только смотрят, удивляются и задают вопросы.



*Мясо клариуса используется в приготовлении таких мясных блюд, как котлеты, купаты, шашлыки, чебуреки и пельмени.*



– Через какие каналы Вы реализуете Вашу продукцию?

– А. В.: Изначально мы реализовывали рыбу через элитные рестораны. Очень помогло то, что шеф-повара во многих дорогих ресторанах – иностранцы, которые знают клариевого сома и умеют его готовить. Также мы работаем с сетевыми магазинами – «Лента», «Ашан», X5-Group. А недавно заключили договор с сетью «О'кей». Мы постоянно участвуем в выставке «Агрорусь», отмечены многими дипломами и медалями. Кстати, на выставке «Агрорусь» мы ежегодно находим себе новых клиентов, в чем очень помогает наш летний ресторан, который мы открываем на период мероприятия.

Ставим на улице шатер, где каждый желающий может попробовать блюда из нашего клариуса: шашлыки, долму, уху, люля-кебаб. Такие выездные рестораны – не только способ заявить о себе. Они также дают возможность понять, какие изделия покупаются лучше, а что пользуется меньшим спросом.



Клариус имеет благородный розовый цвет, поэтому изделия из него будут привлекательными на вид, даже не придется использовать красителей. Мы позиционируем свою продукцию как экологически чистую, поэтому никаких искусственных добавок и ароматизаторов в нее добавлять не будем.

а покупатели не путали эти два вида, мы решили продавать свой продукт под названием «клариус розовый».

**– Вообще в каком виде Вы поставляете рыбу в розницу?**

**– А. В.:** Поначалу мы делали ставку на продажи живой рыбы. Нам казалось, что ее будут покупать очень хорошо, однако быстро поняли, что это не так. Первую неделю рыбу разбирали, но потом продажи падали. Дело в том, что в семьях в основном готовят женщины, а для них психологически сложно убить рыбу, отрезать голову и выпотрошить существо, которое недавно на их глазах плавало. Возможно, поэтому в Европе запрещено продавать живую рыбу в рознич-



На последней выставке «Агро-русь» три вида наших сосисок из мяса клариуса получили самые высокие оценки посетителей.

**– С. К.:** Еще один наш канал реализации – интернет-магазины экопродуктов. С некоторыми из них мы уже успешно сотрудничаем.

**– А рыбоперерабатывающим заводам Вы пробовали предлагать свою продукцию?**

**– А. В.:** Пробовали. И генеральные директора предприятий рыбопереработки даже были готовы закупать нашего сома, но, к сожалению, главные люди на производстве – технологи. А они очень консервативны и отказываются заниматься новой продукцией. Им привычнее пластовать семгу, а не заниматься разработкой новых рецептов.

**– Я заметила, что у Вашей рыбы очень много названий: царский розовый сом, клариус, африканский сом. Мы вообще об одной и той же рыбе говорим?**

**– А. В.:** Да, у рыбы действительно много названий. Латинское название – *clarias gariepinus*. Африканским сомом его называют из-за того, что родина его в Африке, клариевым – потому, что рыба является двоякодышащей и у нее

есть орган для дыхания атмосферным кислородом – кларии. Благодаря пятнистому окрасу этого сома также называют мраморным или пятнистым. Мы, начиная поставлять данную рыбу в розницу, назвали ее царский розовый сом.

**– С. К.:** Однако, начав реализовывать рыбу под таким названием, мы столкнулись с рядом проблем. Потребитель, видя нашу рыбу на полке под названием «царский розовый сом», не понимает, почему она в два раза дороже обычного европейского сома, ведь внешне неразделанные охлажденные тушки очень похожи. Да и продавцы зачастую подмешивали в нашу рыбу обычного дешевого сома, чтобы увеличить доход с продаж.

**– А. В.:** При этом, когда продавцам начинаешь объяснять, что они попросту обманывают покупателя, они спрашивают: «А Вы кто?» – и в ответ на, казалось бы, убедительное: «Мы – производители», – парируют: «Идите производить, не учите нас продавать!»

**– С. К.:** Чтобы продавцы не пытались выдать обычного сома за нашу рыбу,

нх магазинах. Тогда мы стали продавать цельные охлажденные тушки, однако и в таком виде реализовывать рыбу оказалось невыгодно. Кроме того, нашего клариуса путают с обычным сомом, есть еще ряд нюансов.

**– С. К.:** У рыбы нет чешуи, поэтому на ее поверхности очень быстро образуется слизь, которая выглядит крайне неаппетитно. Хотя мясо клариуса еще свежее, внешний вид его отпугивает покупателей. Вообще клариевый сом, охлажденный по европейским ГОСТам и лежащий на льду при температуре +2 °С, может храниться 27 дней, что для рыбы крайне много. Однако в магазинах зачастую не соблюдают условия хранения, что сильно бьет по нашему имиджу. Поэтому мы поняли, что оптимальным будет продавать потрошеную тушку без головы.

**– Кроме того, сейчас мы активно занимаемся разработкой различных рецептов продукции из клариуса.**

**– А. В.:** Специально для этого нами была создана компания «Петр Сомов». На данный момент в ее функции входит также реализация рыбы, выращенной



фермерским хозяйством Римы Петровой, в розницу.

**– Почему Сомов – понятно. Но почему Петр?**

– **А. В.:** Это дань уважения нашему немецкому партнеру – Петеру Валлеру. Кстати, waller в переводе с немецкого – «сом», ну а Петер по-нашему – Петр. Отсюда и «Петр Сомов».

**– И какую продукцию будет выпускать «Петр Сомов»?**

– **А. В.:** Клариус отлично подходит для изготовления совершенно разной продукции. Эта рыба имеет нейтральный запах, у нее мало костей, а мясо нежное и очень полезное. Ведь по содержанию омега-3 жирных кислот клариус в два раза превосходит лосося и форель. Всего 100 г нашей рыбы содержат суточную норму этих ценнейших витаминов, это диетический гипоаллергенный продукт. По вкусу же мясо клариуса больше похоже на мясо индейки или кролика. В Германии, например, из клариуса делают различные колбасные изделия, но когда мы запросили у немцев рецептуру, они захотели получить за нее 50 тысяч евро. Мы решили, что сами сможем разработать свои рецепты, и с гордостью могу сообщить, что на последней выставке «Агрорусь» три вида наших сосисок из мяса клариуса получили самые высокие оценки посетителей.

– **С. К.:** К тому же вкусы российских потребителей в некоторой степени отличаются от вкусов европейцев. Поэтому для разработки рецептов я при-



Наши корма и дешевые, и лучше европейских. В них генномодифицированная соя заменена отечественным горохом.

гласил человека с большим опытом работы технологом и шеф-поваром дорогих ресторанов. Попробовав что-то приготовить из клариуса, он решил полностью отказаться от рыбных рецептов и применять мясные. Сейчас он делает из клариуса котлеты, купаты, шашлы-

ки, чебуреки и пельмени. Причем в последние кладется не фарш, как в мясные пельмени, а цельный кусок филе. Мы надеемся, что такой необычный «мясной» вкус нашей рыбы увеличит продажи во время поста. Мы решили не добавлять в свои изделия ни красителей, ни добавок. У нас все природное – в этом наше главное преимущество.



Клариевый сом, охлажденный по европейским ГОСТам и лежащий на льду при температуре +2 °С, может храниться 27 дней, что для рыбы крайне много.

На сегодняшний день мы дорабатываем все наши рецептуры, используя в качестве фокус-групп мелкорозничных торговцев. Они дают свои оценки, на основании которых мы делаем выводы, что-то изменяем, совершенствуемся.

**– То есть пытаетесь угодить каждому?**

– **А. В.:** У каждого на поводу идти невозможно и совершенно не нужно, но какие-то выводы мы для себя делаем, что-то меняем. Мы хотим добиться идеального вкуса и уже работать по отшлифованной рецептуре, никуда от нее не отклоняясь.

**– Лично мне Вы угодили — котлеты, купаты и шашлыки из клариуса действительно выше всех похвал. А существуют ли в России, кроме Вас, рыбопереработчики, которые предлагают потребителю изделия из рыбы по мясным рецептурам?**

– **С. К.:** Одна крупная рыбоперерабатывающая компания пыталась делать рыбные колбасы, однако они были серого цвета и имели довольно неприятный запах лежалой рыбы, поэтому продукт не нашел своего потребителя. Клариус имеет благородный розовый цвет, поэтому изделия из него будут привлекательными на вид, даже не придется использовать красителей. Мы позиционируем свою продукцию как эколо-

гически чистую, поэтому никаких искусственных добавок и ароматизаторов в нее добавлять не будем.

**– Для любых рыбопереработчиков актуальна проблема рыбных отходов. Как Вы ее решаете?**

– **А. В.:** У клариуса ценным является не только мясо, но и субпродукты, например очень полезен бульон и заливное из хребтов и голов. Возможна их продажа как суповых наборов. Другие субпродукты мы продаем одной из фармацевтических компаний, которая использует их для производства косметики.

**– Что еще входит в Ваши планы?**

– **А. В.:** В ближайшем будущем мы планируем модернизировать нашу УЗВ, чтобы выращивать больше рыбы. Если сейчас мы можем отгружать 60 тонн в год, то после модернизации будем способны увеличить объемы в два раза. Кроме того, мы планируем открыть сеть недорогих кафе, где потребители смогут попробовать продукцию из клариуса по демократичной цене. Предположительно, сеть будет называться «Доктор Клариус»

**– Все-таки Ваше предприятие в какой-то степени совместный русско-германский проект. А российский менталитет несколько отличается от немецкого. Вы в ходе работы с Петером Валлером замечали эти различия?**

– **А. В.:** Отличия и правда есть. У немцев в основном развито рациональное начало, мы же больше слушаем свою интуицию. Признаюсь честно, наш немецкий совладелец по прошествии четырех лет хотел сдаться и закрыть ферму, так как она не приносила дохода, и наоборот, требовала вложений, но мы его отговорили. И вот уже год ферма на самокупаемости, даже приносит доход, пока, правда, небольшой, но мы уверены: вскоре господин Валлер поблагодарит нас за то, что мы уговорили его не бросать начатый бизнес.

**– Вообще насколько, на Ваш взгляд, в целом разведение рыбы является перспективным направлением бизнеса?**

– **А. В.:** Аквакультура, особенно с применением УЗВ, дает стабильность. Это по сути конвейер, с которого постоянно сходит нужное количество рыбы, при этом он не зависит от негативных природных факторов. Это так важно сегодня, когда ситуация с естественным выловом может стать катастрофической. Поэтому мы готовы делиться опытом, помогать предпринимателям строить рыбные фермы. **PS**

Получите Ваш Бэйдж на сайте  
[www.sialparis.com](http://www.sialparis.com)

# SIAL<sup>2012</sup>

The Global Food Marketplace



## CONNECTIONS

### World innovations

Париж. 21-25 октября 2012 года

Выставочный комплекс Paris Nord Villepinte - France

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

PHOTO

an event by  
**comexposium**  
The place to be

SIAL, a subsidiary of Comexposium Group

Промосалон  
Tel/Fax: +7 495 640 57 19  
[russia@promosalons.com](mailto:russia@promosalons.com)



By  
**SIAL**  
GROUP  
[www.sial-group.com](http://www.sial-group.com)

© Images by  [www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)





ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

*ПРОДУКТЫ. ПЕРЕРАБОТКА. СЫРЬЕ*

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОБЗОРЫ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ,  
ЭКСПЕРТНЫЕ МНЕНИЯ, ТЕНДЕНЦИИ, НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ОБОРУДОВАНИЕ И ПРОИЗВОДИТЕЛИ,  
ЗНАЧИМЫЕ СОБЫТИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.

