

молочная сфера



Экология в картонной упаковке

В начале 50-х годов прошлого века Рубэн Раусинг выступил с идеей создания упаковки для молока на картонной основе. В основу идеи легла мысль о том, что упаковка должна экономить больше, чем она стоит. Так появился знаменитый молочный тетрапак Tetra Classic.

54

В зоне риска

Рейдеров часто называют «санитарами леса». В это определение вложен жесткий и реалистичный смысл. Те, кто богаче и умнее, захватывают остальных, это закон бизнеса.

60



В кругу первом Валентин Денисов:

«Нонсенс состоит в том, что только представители торговли не заинтересованы, чтобы появился закон, регулирующий их деятельность».

26



Стратегические приоритеты компании «Юнимилк»

Запуск второй очереди завода «Петмол» позволил «Юнимилку» выпускать новые категории продуктов. А покупка прав на использование последней разработки Valio – пробиотика LGG – продвигать линейку функциональных продуктов под брендом «Био Баланс».

44

ЭКО продукты: миф или реальность?

В России рынок экологически безопасной продукции только формируется. Многие производители не имеют точного представления о том, что считать экологическим продуктом, каким стандартам он должен соответствовать, а главное – сколько преимуществ может дать бизнесу /стр. 6.



ПРОИЗВОДСТВО И
ПОСТАВКА
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖИРОВ ДЛЯ МОЛОЧНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Официальный дистрибьютор -
ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»

тел./факс: +7 47234 44959
www.efko.ru



Sigep

31-ый Международный Салон



Gelato, кондитерские изделия и
хлебопечение не промышленного
производства

23-27 января 2010

Римини Италия

*Professional
only!*



Одновременно с:

Sigift
Салон бомбоньерки,
Драже для бомбоньерок, Декора и Подарков



www.sigep.it

Организаторы:



RIMINI FIERA SpA
Via Emilia, 155 · 47921 RIMINI – Тел. +39 0541 744111 · Факс +39 0541 744772
Посетители: mrkgestero@riminifiera.it – Участники выставки: l.tentoni@riminifiera.it



АГРОПРОДМАШ



АГРО ПРОД МАШ

2009
12-16 ОКТЯБРЯ

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

www.agroprod mash-expo.ru / www.expocentr.ru

При содействии:
Министерства сельского
хозяйства РФ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ
СПОНСОР:

ПРОДУКЦИЯ

ИНФОРМАЦИОННЫЙ
СПОНСОР:



 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

50
ЛЕТ

Организатор выставки:
ЗАО «Экспоцентр»
123100, Россия, Москва,
Краснопресненская наб., 14

Тел.: (499) 795-37-35
(499) 795-27-96
Факс: (495) 609-41-68
E-mail: apm@expocentr.ru

содержание

отрасль	16
«Замороженный» тренд	24
крупным планом	

В круге первом 26



В Европе сегодня более 120 тыс. фермерских хозяйств, занимающихся органическим земледелием и животноводством. В Дании на долю «био» приходится четверть объема продаж молока. Объем розничного товарооборота органик продукции в США вырос с 1 млрд долл. в 1990 году до 7,8 млрд долл. в 2000-м. В настоящее время в США покупатели тратят на биопродукцию около 22 млрд долл. в год.

6

тема номера	ЭКО продукты: миф или реальность?	6	отрасль /крупным планом	В круге первом	26
	Экологически чистый продуктовый самообман	12		Безумству храбрых поем мы песню	30
отрасль /события и факты	Новости отрасли	16	/страхование	Грипп у птиц, чума у свиней. Что грозит КРС?	32
	Без права на ошибку	20	компании /события и факты	Новости компаний	34
/исследование	США и страны Евросоюза заменят Австралия и Новая Зеландия	21	/стратегия	Экомаркировка как решение маркетинговых задач	40
/тенденции	«Замороженный» тренд	24	/крупным планом	Стратегические приоритеты компании «Юнимилк»	44

содержание

производство	48	
Функциональные молочные продукты для питания детей	56	
управление		В зоне риска 60

Около года назад старт рисайклингу был дан в России. Появились первые предприниматели, которые разглядели в этом вторичном ресурсе серьезный потенциал. С помощью оборудования, уже имеющегося на вооружении бумажных комбинатов, работающих с макулатурой, они получают целлюлозное волокно, которое снова идет на производство вторичных бумаг и картонов высокого качества.

54



64

У нашего предприятия на балансе числится здание, которое было приобретено в собственность на вторичном рынке у другого предприятия, приватизировавшего его ранее. Срок выкупа собственником здания у государства и земельного участка истекает 1 января 2010 года. Имеет ли право наша компания выкупить участок по льготной цене?

производство /оборудование	Экологизация молочного производства	48	производство /ингредиенты	Функциональные молочные продукты для питания детей	56
	Реализация экологических технологий	49		Применение пектина при производстве молочно-соковых напитков	58
	Выйти из кризиса победителем	50	консалтинг /управление	В зоне риска	60
	Автоматические весовые этикетировщики BIZERBA	52	/it-технологии	Объединение традиций с современными технологиями	62
/упаковка	Экология в картонной упаковке	54	/вопрос-ответ	Вы спрашивали – мы отвечаем	64

молочная сфера

№3-4 (29-30) 2009

Информационно-аналитический журнал для специалистов молочной, масложировой промышленности

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство о регистрации ПИ № 77-18553 от 15 октября 2004 года

Адрес редакции:
Россия, 190005, Санкт-Петербург,
3-я Красноармейская, 10 лит. А,
помещение 1-Н,
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,
www.sferamagazine.ru

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Руководитель коммерческого
департамента:
Ольга Паленова
palenova@sferamagazine.ru

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
milk@sferamagazine.ru

Реклама:
Виктория Паленова
v-palen@sferamagazine.ru

Дизайн и верстка:
Дмитрий Зорин
d.zorin@sferamagazine.ru

Корректор,
литературный редактор:
Вероника Ганчурина
korrektor@sferamagazine.ru

Обложка:
Марьяна Успенская
Журнал распространяется
на территории России
и стран СНГ.
Периодичность – 6 раз в год.

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

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.

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

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «Акцент-принт».
Подписано в печать: 30.09.09.
Тираж: 5000 экз.



BOSSFOR
group of companies



Речь вождя Сиэтла

Когда человек плюет на землю, он плюет в самого себя

Когда Великий Вождь из Вашингтона говорит, что хочет купить у нас землю, он требует от нас слишком многого, ибо для нас эта земля – священна. Эта сверкающая вода, текущая в ручьях и реках, – не просто вода, а кровь наших предков. Если мы продадим вам землю, вы должны помнить, что она священна. Вы должны учить своих детей тому, что она священна и любой призрачный отблеск в чистых водах озер повествует о делах жизни и памяти моего народа.

Краснокожий всегда отступал перед идущим вперед бледнолицым, как горный туман отступает перед утренним солнцем. Но прах наших отцов свят. Их могилы – священные места, и потому эти холмы, деревья и участки земли стали для нас святынями. Мы знаем, что бледнолицый не принимает наших мыслей. Для него один участок земли ничем не отличается от другого, ибо он чужак, который приходит ночью и берет от земли все, что захочет. Для него земля не брат, а враг, и он идет вперед, покоряя ее. Он оставляет могилы отцов позади, но это его не заботит. Он похищает землю у своих детей, но это его не заботит. Он забывает о могилах отцов и о правах своих детей. Он относится к своей матери-земле и к своему брату-небу как к вещам, которые можно купить, ограбить и продать, как овцу или яркие бусы. Его жадность пожирает землю и оставляет за собой пустыню. Зрелище ваших городов – боль для взора краснокожего. В городах бледнолицего нет тишины. В них нет такого места, где можно послушать, как весной распускаются почки, как шелестят крылья насекомых. Возможно, что я просто

Затертое «защита окружающей среды» у меня ассоциируется с фанатичными акциями «зеленых», нелепыми призывами не пользоваться Интернетом вообще и Googl-ом в частности, поменьше рожать, чтобы почем зря не расходовать кислород, с городом Сосновый Бор, где год назад жители впали в панику, увидев летящий с неба желтый снег, и еще – с умирающими в пятнах нефти тюленями. Но все это где-то там, очень далеко... Все это проходит мимо нас, сквозь нас, не задевая.

дикарь и многого не понимаю. Мне кажется, что шум только оскорбляет слух. Индейцы предпочитают мягкое звучание ветра над водами пруда, запах этого ветра, омытого полуденным дождем и пропитанного ароматом сосновой смолы.

Для краснокожего воздух – сокровище, ибо одним им дышит все живое: и зверь, и дерево, и человек дышат одним дыханием. Бледнолицый не замечает воздуха, которым дышит. Он не ощущает зловония, как человек, который умирает уже много дней. Но если мы продадим вам свою землю, вы должны помнить, что для нас воздух – сокровище, что воздух делится своим духом со всем живым. Тот ветер, который вдохнул дыхание в наших дедов, принимает их последний вздох. И этому ветру предстоит наполнить духом жизни наших детей.

Мы обдумаем ваше предложение купить нашу землю. Если мы решим принять его, я поставлю одно условие: бледнолицый должен относиться к животным этой земли как к своим братьям. Я видел тысячи мертвых бизонов в прериях – их оставил бледнолицый, стрелявший из проходившего мимо поезда. Я – дикарь, и я не могу понять, как дымящийся железный конь может быть важнее бизона, которого мы убиваем. Что будет с человеком, если не станет зверей? Если все звери погибнут, люди умрут от полного одиночества духа. Что бы ни случилось с животными, это случается и с человеком. Все взаимосвязано.

Вы должны учить своих детей тому, что земля у их ног – прах наших предков. Тогда они будут почитать эту землю и рассказывать своим детям, что в земле кроются жизни нашего рода. Учитесь своих детей тому, чему учим своих детей мы, а мы говорим им, что земля – наша мать. Что бы ни случилось с землей, это случается и с ее детьми. Когда человек плюет на землю, он плюет в самого себя.

Вот что мы знаем: не земля принадлежит человеку, а человек принадлежит

земле. Вот что мы знаем: все в мире взаимосвязано, как кровь, которая объединяет целый род. Не человек плетет паутину жизни – он лишь одна нить в ней. Если он делает что-то с паутиной, то делает это и с самим собой.

Даже бледнолицый, чей Бог идет рядом и говорит с ним как друг, не может избежать всеобщей судьбы. В конце концов, быть может, мы еще станем братьями – посмотрим. Но мы знаем нечто такое, что бледнолицему предстоит когда-нибудь узнать: у нас с вами один Бог. Сейчас вы считаете, что владеете своим Богом точно так же, как хотите овладеть нашей землей, но это не так. Он – Бог всех людей и равно сострадает и краснокожим и бледнолицым. Для Него эта земля – сокровище, и причинять вред этой земле означает поднимать руку на ее Творца.

Бледнолицые тоже уйдут, хотя, быть может, позже, чем остальные племена. Продолжайте пачкать свое ложе, и однажды ночью вы задохнетесь в собственных отбросах. Но в своей гибели вы будете ярко пылать, объятые пламенем мощи Бога, который привел вас на эти земли и по некоей причине наделил вас господством над этой землей и над краснокожими.

Где заросли? Их нет. Где орел? Его нет. Почему нужно прощаться с быстрым пони и охотой? Это конец жизни и начало выживания.

Если мы продадим вам эту землю, любите ее так, как любили ее мы. Заботьтесь о ней так, как заботились о ней мы. Сохраните в своей памяти вид этой земли, какой она была, когда вы забрали ее. И всеми своими силами, всеми своими мыслями, всем сердцем любите ее и сберегите для своих детей.

Виктория Загоровская,
редактор журнала «Молочная сфера»,
milk@sferamagazine.ru

Авторы:



Наталья Галечьян,
директор по связям
с общественностью



Юлия Гусева,
эксперт

Компания:

**Санкт-Петербургский
Экологический союз**

Эко- и органик-продукты – весьма популярные темы, как для поклонников здорового образа жизни, так и для производителей пищевой продукции. Возникло данное направление относительно недавно, в середине прошлого века в Западной Европе.



ЭКО продукты: миф или реальность?

Органичный органик

Это был период внедрения передовых технологий в сельское хозяйство и животноводство. Химические удобрения, средства защиты и прочие изобретения техногенной цивилизации использовались все активнее и приносили свои плоды – небывалые урожаи.

На фоне повального увлечения «химией» появились сторонники альтернативного земледелия, основанного

на использовании органических удобрений и севообороте. Существовала целая идеология органического образа жизни, отвергающая урбанизацию и индустриализацию. Молодые люди уходили из городов, создавали коммуны, в которых пытались жить в гармонии с природой и друг с другом. Частью этой идеологии было органическое земледелие, выращенные овощи и фрукты продавались в местных магазинчиках «здоровой еды».

Интерес к органик-продуктам постепенно распространился по всему миру. Во многих странах была разработана законодательная база, регулирующая права использования таких терминов как «натуральный продукт», запущены специальные государственные программы по органической продукции.

В Европе сегодня более 120 тыс. фермерских хозяйств, занимающихся органическим земледелием и животноводством. В Дании на долю «био»

приходится четверть объема продаж молока. Объем розничного товарооборота органик-продукции в США вырос с 1 млрд долл. в 1990 году до 7,8 млрд долл. в 2000-м. Площадь сертифицированных «органик»-земель увеличилась с 160 тыс. га в 1992 году до 550 тыс. га в 1999-м. В настоящее время в США покупатели тратят на биопродукцию около 22 млрд долл. в год.

Потенциал российского рынка экологически безопасных продуктов обусловлен прежде всего тем, что Россия является единственной страной, имеющей порядка 40% не тронутых техногенной деятельностью территорий. Из-за критической ситуации в 1990-е годы большие площади полей перестали обрабатываться и ушли под «пар». Такие земли легко могут быть переориентированы на производство органик-продукции.

В некоторых областях так и делается, да только не нашими соотечественниками. Часть иностранных компаний освоила сырьевой продовольственный рынок России. Закупаемые здесь ягоды, крупы, морепродукты сертифицируются и переправляются на запад, где происходит их переработка и упаковка. Ввозимая в Россию полноценная органик-продукция после таких операций сильно вырастает в цене и становится практически недоступной для потребителя.

Если Россия начнет массово производить органические продукты, то их цена на внутреннем рынке, по оценкам импортеров, будет всего на 20% превышать стоимость обычных. Для сравнения: зарубежные продукты с отметкой «BIO» или «organic» дороже остальных в 3-4 раза.

Экознаки

Существуют два основных направления, связанных с подтверждением экологичности и натуральности товаров. Это «органик» (в различных переводах, в зависимости от страны, можно встретить ЭКО или БИО, что по сути означает соответствие одним и тем же стандартам «органик») и экологически безопасная продукция, на упаковке которой можно найти экомаркировку. Оба этих направления подразумевают проведение добровольной сертификации и последующий контроль производства и качества продукта.

Какими же свойствами обладает БИО/ЭКО/ОРГАНИК продукция сегодня? При ее производстве запрещено

применение пищевой химии – искусственных красителей, ароматизаторов, консервантов, антиокислителей, загустителей. Такие продукты выращивают без применения сельскохозяйственной химии – ядохимикатов. В органик-животноводстве запрещено применение стимуляторов роста, химических методов переработки, в частности рафинирование и гидрогенизация жиров, ограничено использование антибиотиков. Продукты питания «органик» не содержат генетически модифицированных ингредиентов (ГМИ). Производитель обязан иметь сертификат, подтверждающий ее соответствие международным критериям, регламентированным в государствен-

ных директивах стран Европейского союза, США или Японии: EU 834/07 (Директива Европейского союза); JAS (Японские стандарты для сельского хозяйства); USDA/NOP (Американская национальная органическая программа). Для решения вопросов, связанных с регулированием органик-сертификации, существует международная ассоциация органического сельского хозяйства IFOAM.

В российском законодательстве долгое время не было ни слова про «органик-продукцию». Только в 2008 году **главный государственный санитарный врач России Геннадий Онищенко** издал постановление, касающееся санитарно-эпидемиологических требований к ор-

ДЫРЫ В ЗАКОНЕ ОБЕЩАЮТ ЗАЛАТАТЬ

В августе на совещании в Иркутске премьер Владимир Путин пообещал ужесточить штрафы для предприятий, загрязняющих окружающую среду.

«Практически дармовое пользование окружающей средой развращает экономику и участников бизнеса, консервирует отсталые «грязные» технологии и расточительные производства. Нам необходимо внедрять современные механизмы экологического контроля вместо тех, что сложились еще в Советском Союзе», - подчеркнул премьер.

Сегодня существуют три метода экономического воздействия на производителей для защиты окружающей среды. Все они несовершенны. Действуют административные штрафы, которые обязаны платить предприятия, допустившие экологические нарушения. Помимо них они возмещают ущерб, нанесенный окружающей среде. Взимается плата за вредные выбросы.

Собранные средства раньше направлялись в Экологический фонд на природоохранные мероприятия, а после его ликвидации стали поступать в бюджеты всех уровней. Получилось, что региональным бюджетам выгодны экологические загрязнения.

Другой недостаток системы в том, что на практике плата взимается только за выброс вредных веществ в атмосферу, в водные объекты и размещение отходов. За загрязнение недр и почв, шума и вибрации санкции не предусмотрены.

Еще одна дыра в законе – отсутствие среди плательщиков индивидуальных предпринимателей. Кроме того, плата обычно вносится на основании нормативов, которые могут не совпадать с фактическим ущербом от деятельности компании.

Правительство согласно с тем, что экологическое законодательство нуждается в совершенствовании. Попытки изменить ситуацию предпринимались неоднократно, последняя – в июле этого года. Минприроды представило на заключение в Минюст поправки, направленные на усиление ответственности за нарушения в области охраны окружающей среды. Предлагается увеличить штрафы за загрязнение воздуха и за несоблюдение нормативов воздействия на водные объекты для руководителей предприятий в 10 раз (до 20 тыс. рублей), для предпринимателей – в 15 раз (до 30 тыс. рублей), для компаний – в 5 раз (до 100 тыс. рублей).

Представители бизнеса готовы обсудить экологические проблемы и признают необходимость программы законодательных мер, направленных на сокращение выбросов. Они подчеркивают, что сегодня компаниям приходится инвестировать в экологию не благодаря, а вопреки действующему законодательству.

К сожалению, последний законопроект все еще находится на согласовании в Минюсте.

*По материалам
информационных агентств*

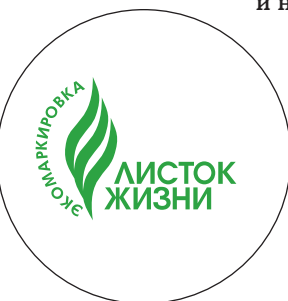
ганическим продуктам. По сути они являются переводом западных стандартов на русский язык. При этом не были разработаны нормативные документы, регламентирующие непосредственно процедуру сертификации, а также меры контроля. До появления отечественной системы сертификации по требованиям официальных российских стандартов, настоящей органик-продукцией может считаться только та, которая имеет международный сертификат.

Опыт «Голубого ангела»

Для обозначения второго направления разработана система экологической маркировки. За рубежом к группе экологически чистых товаров относится преимущественно пищевая продукция: от матрасов и компьютеров до железных дорог и гостиниц. Критерии оценки экологической безопасности для каждой группы продукции разрабатываются на основе национальных и международных стандартов, не только с учетом безопасности и качества самого продукта, но и минимизации негативного влияния на окружающую среду на всех стадиях его жизненного цикла. Предъявляются определенные требования к процессу добычи сырья, производству, транспортировке товара, утилизации упаковки и отходов.

Первая система добровольной экологической сертификации «Голубой ангел» была разработана в Германии по инициативе Федерального министерства внутренних дел. Со временем этим опытом воспользовались другие страны, создав свои программы экологической маркировки. В 1994 году произошло объединение различных систем сертификации в международную ассоциацию The Global Ecolabelling Network (GEN) – Глобальная сеть экомаркировки. Сегодня в GEN входит более 30 стран мира, в том числе все страны Европейского союза.

С 2007 года Россия тоже входит в состав GEN. Нашу страну в ассоциации представляет экологическая экомаркировка «Листок жизни». Она разработана Санкт-Петербургским Экологическим союзом на основе требований российского законодательства и международного стандарта ISO 14024 и подходит как для пищевой, так и для непищевой про-



дукции. Таким образом, Экологический союз стал первым в России органом по сертификации продукции, работ и услуг, имеющим право на выдачу экологического сертификата международного образца.

Самодекларирование как маркетинговая уловка

Интерес российских потребителей к экологичным и натуральным товарам постоянно растет. И некоторые производители стали прибегать к маркетинговым уловкам, называя свои товары «эко», «био», «органик», не имея на то оснований. Надписи на их упаковках являются самодекларацией и не гарантируют экологической безопасности.

Такая ситуация стала возможной из-за пробелов в российском законодательстве, которое не содержит четких рекомендаций производителям относительно использования надписей на упаковке. Единственное существующее ограничение – это запрет на применение термина «экологически чистый» по отношению к пищевым товарам. Такая информация, как «Выращенный с использованием только органических удобрений», «Выращенный без применения пестицидов», «Выращенный без применения минеральных удобрений», «Витаминизированный», «Без консервантов» может быть указана на упаковке только при наличии у изготовителя подтверждающих ее документов.

«Наименование продукта, сформированное в соответствии с вышеизложенными требованиями, может быть дополнено фирменным названием, в том числе написанным буквами латинского алфавита, фантазийным наименованием, наименованием по месту изготовления, по названию изготовителя продукта и другими, нанесением фирменной марки (знака)» – сообщает ГОСТ Р 51074-2003, «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования», п. 3.5.1.5, 3.5.1.6.

Иными словами, любая информация об экологичности товара должна быть подтверждена, но не указано, кем именно. А фантазийное название предоставляет производителю возможность назвать товар по своему усмотрению, в том числе с использованием терминов «эко» и «био».

В России рынок экологически безопасной продукции только формируется. В числе основных причин отставания от Запада – отсутствие единого понимания сути экологической безопасности, размытость позиции государства, недостаток мероприятий по повышению экологической культуры населения. Недостаточно осведомлены не только потребители: многие производители не имеют точного представления о том, что считать экологическим продуктом, как правильно его называть и каким стандартам он должен соответствовать.



Рис. 2. Наиболее распространенные экомаркировки



Рис. 1. Наиболее распространенные знаки органик-продукции

КОГДА ЦЕЛОЕ БОЛЬШЕ СУММЫ СВОИХ ЧАСТЕЙ

Греческое слово «oikos», означающее «дом», является корнем слов «экономика» и «экология». Со временем оно стало означать не сам дом, а тех, кто живет в нем. Экономика, более старшая из этих двух концепций, изучает то, как общество управляет своим трудом, временем и материальными ресурсами.

Термин «oecologie» был придуман германским дарвинистом Эрнстом Геккелем в 1866 году. Современное звучание он получил в 1890-х, когда были написаны первые экологические монографии европейских ботаников. К этому времени экология стала означать науку о том, как организмы (любого рода) взаимодействуют друг с другом и со своей средой.

С самого начала экология касается сообществ, систем, целого. Немало научных аргументов, заставляющих верить в то, что вся жизнь имеет общие корни, предложил Дарвин, но каким образом она взаимосвязана, он не исследовал. Когда экологи занялись практикой, посмотрели на природу как на целое, то заявили, что она функционирует как сообщество благодаря тесной взаимосвязанности всего сущего. Например, в прериях Небраски Фредерик Клементс изучал то, что он называл «преемственностью» растений. Клементс говорил, что живые существа, «функционируя в едином ключе», напоминают одно существо. Подобно тому как сердце, голова и легкие могут действовать лишь сообща, растения, зависящие от климата, почвы и т. д., существуют лишь во взаимосвязанности со всем окружающим миром. Целое, которым Клементс начинал восхищаться, было нечто большим, чем сумма частей.

В 1914 году шотландский биолог А. Томпсон впервые описал это фразой «структура жизни».

На следующий год в Итаке (штат Нью-Йорк) садовод Корнельского университета Либерти Хайд Бэйли опубликовал книгу «Святая Земля», подведя итог тридцатилетнего, как он высказался, «биоцентристского» подхода к теме. Он пошел проторенным интеллектуальным путем, утверждая, что злоупотребление Землей является морально неправильным, так как она – Божье творенье. Бэйли предлагал от-

казаться от «космического эгоизма» и развить вместо этого «земную праведность».

В силу холистических ориентаций своей дисциплины, экологи часто перескакивали с науки к моральной философии. В 1930-х годах Ф. Клементс в соавторстве с В. Шелфордом написал «Био-экологию». Желая обозначить все жизненные формы в окружающей среде, Клементс и Шелфорд придумали фразу «биосообщность», или «биома». Границы стали расширяться. Тем временем, в 1927 году Чарльз Элтон придумал термин «пищевая цепочка». Результаты его экологических исследований указывали на взаимозависимость абсолютно всего в мире, начиная с солнца, дающего тепло растениям, которых поедают травоядные животные и которых, в свою очередь, поедают плотоядные. Элтон также применил метафору с пирамидой: простейшие организмы с наиболее короткими пищевыми цепочками являются самыми многочисленными и в качестве основы структуры наиболее важными. Если исчезнет кто-либо из верхушки пирамиды, например ястреб или человек, то система вряд ли окажется нарушенной. Если же исчезнет что-то, составляющее ее основу, скажем, бактерии или растительная жизнь, пирамида развалится. В определенном смысле идея о пищевой цепочке покончила с уверенностью, что низшие природные структуры существуют для высших.

Некоторые из первых экологов не одобряли, что природу называют сообществом. Артуру Тэнсли, например, не нравились антропоморфические оттенки термина. Он обратился к жесткой физической науке, свел природу к веществу и энергии и описал как это трансформируется в живых существах, согласно законам физики. Вместо «сообщности» Тэнсли в 1935 году предложил термин «экосистема», который был быстро подхвачен. В 1940 году О. Леопольд придумал метафору «полная река» для обозначения естественного потока. «Более недавние» экологи, такие как Д. Гэйтс и Е. Одум понимали взаимозависимость в контексте преобразования энергии.

Как бы ни называлось то, что описывал Тэнсли, оно является взаимозависимостью живых существ, их среды и солнечной энергии. Исходя из этого, нетрудно понять законы, лежащие в основе жизни на Земле.

По материалам сайта www.society.polbu.ru

Выявление лидеров отрасли

Для развития данного направления необходимо разработать единые российские стандарты и гармонизировать их с зарубежными, установить правовое ограничение самодеклараций производителей (в том числе обеспечить основания для обращения покупателя в суд в случаях незаконного самодекларирования свойств «экологичности» продукции), создать государственную систему органов по сертификации.

Пока количество продуктов с эконазначениями увеличивается. Но приводит это зачастую совсем не к тем результатам, на которые рассчитывали производители. Например, надписи «био» или «эко» вызывают негативную реакцию, когда появляются на хорошо известных и ничуть не изменившихся продуктах.

По результатам нашего социологического опроса, 72% респондентов готовы доверять экознаку, только если он поставлен известным органом по сертификации. Поэтому производителю следует не дожидаться активных действий правительства, а обратиться за профессиональной оценкой и получить подтверждение качества продукции у независимых органов по сертификации.

Добавлю, что международные стандарты «органик» ориентированы в основном на представителей малого и среднего бизнеса. Крупным производителям и переработчикам достаточно сложно им соответствовать. Для них оптимальным вариантом будет сертификация на основе стандарта ИСО 14024, который основан на четких критериях экологической безопасности продукта, направлен на постоян-

ное улучшение экологичности производства и выявление лидеров отрасли.

Good will

Как уже говорилось, для каждого вида товара существуют свои критерии экологической безопасности. Но есть и общие параметры: безопасность продукции для здоровья человека, отсутствие нарушений природоохранного законодательства, повышенные требования к экологической безопасности на всех жизненных циклах товара – от получения сырья до утилизации упаковки. Среди специализированных требований к молоку и молочной продукции: натуральность состава (ограничение количества в составе продукта консервантов, ароматизаторов, других искусственных добавок), ряд требований к производству, в том числе молоч-

ным фермам (условия содержания животных, используемые корма), и к упаковке (возможности для утилизации, использование вторичного сырья).

Основные параметры, по которым проверяются претенденты на получение экомаркировки:

- концентрация содержания экологических загрязнителей в объектах сертификации;
- уровень экологической безопасности для здоровья человека;
- вторичное использование компонентов;
- рациональное использование природных ресурсов в процессе производства;
- использование возобновляемых ресурсов;
- использование возобновляемых источников энергии;
- уровни сбросов и выбросов;
- экологические показатели транспортировки;
- экологические показатели утилизации отходов;
- использование наилучших доступных технологий.

Какие технологии нужно внедрять на предприятии для того, чтобы быть экопроизводством? Наиболее популярными сегодня являются технологии, решающие проблему органических отходов, например компостирование и производство биогаза. Они же позволяют при небольших первоначальных затратах получать как полезные для здоровья продукты, так и дополнительный доход.

Советую отказаться от многокомпонентной упаковки и выбирать ту, которая может быть использована многократ-

К сожалению, реальный уровень обеспечения экологической безопасности в сфере производства продукции часто оказывается ниже уровня требований международной системы экомаркировки. Для того чтобы данная услуга была более доступна, в 2005 году в Петербурге создана двухуровневая система экологической сертификации. В нее вошли три экосigna: экомаркировка «Листок жизни», «Эко-Тест-плюс» (разработана АНО «Тест – С.-Петербург») и «Экологический сертификат Санкт-Петербурга» (разработчик СПбГУ «Центр контроля качества товаров (продукции), работ и услуг»).

На первом этапе проводятся лабораторные испытания самого продукта. Необходимо, чтобы уровень содержания вредных веществ соответствовал стандартам экологической безопасности данной группы продукции. Причем проверяется не только содержание тех веществ, применение которых регламентировано обязательными Санитарными требованиями РФ, но также и тех, которые регулируются международными нормами.

Следующим шагом после проверки качества готового продукта является оценка вредного воздействия процесса производства на окружающую среду. В том случае если предприятие производит экологичную продукцию, но при этом сбрасывает в реки вредные вещества, а за соседним забором устроена свалка из отходов, ни о какой экологической безопасности не может быть и речи!

Российских производителей, прошедших сертификацию и получивших право наносить на упаковку своей продукции экологическую маркировку, едва ли наберется больше пятидесяти. В их число входит ООО «Валио» (молоко, масло, творог, сметана), ЗАО «Волоконовский МКК» (молочные консервы), ООО «Птицефабрика Роскар» (яйца куриные).

но, или утилизирована с наименьшим воздействием на окружающую среду (стекло, бумага, дерево, пластик).

Критерием эффективности внедрения является многократное снижение количества потребляемых ресурсов, выбрасываемых или сбрасываемых органических отходов, применение продуктов переработки для своих нужд или их продажа, предоставление услуг по сбору отходов других организаций.

Предприятие получает при этом ряд преимуществ:

- за счет снижения потребления энергии, воды, сырья и материалов и отказа от использования невозобновляемого сырья и материалов уменьшаются производственные издержки;
- в связи с переориентированием производственных процессов на малоотходные технологии снижается количество отходов;
- после детальной проработки логистических схем с позиции подходов экологического менеджмента сокращаются транспортные расходы;
- за счет предупреждения внештатных аварийных ситуаций и уменьшения экологических рисков достигается экономия на затратах;
- приобретается право на получение льгот, предусмотренных законодательством для экологически активных предприятий;
- становится возможным участие в международных и внутригосударственных программах поддержки и развития экологического менеджмента и охраны окружающей среды.

Кроме того, банки охотнее инвестируют средства в предприятия с хорошо функционирующей системой экологического менеджмента. В ряде случаев экологизация производства позволяет выйти на новые рынки, в том числе получить признание на международной арене.

Внедряя экологический менеджмент, компания создает новые продукты и услуги, например энерго- и ресурсосберегающие технологии, которые также могут быть объектом продажи и источником дополнительной прибыли.

Экологизируя производство, компания создает невидимый капитал – good will, то есть «проявление доброй воли», что способствует установлению доверительных отношений не только с общественными и государственными контролирующими органами, но и с партнерами по бизнесу, потребителями и населением в целом. **МС**



УПАКОВКА/ УПАК ИТАЛИЯ 2010

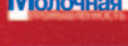
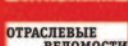
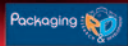
18-я международная специализированная выставка
Машины и оборудование для производства упаковки.
Упаковочные машины. Машины для производства и упаковки
кондитерских изделий. Упаковочные материалы, тара,
вспомогательные упаковочные средства. Логистика

26 – 29 января 2010

Москва, ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне

www.upakowka.ru

Информационная поддержка:



В сотрудничестве:



При поддержке:



Подкомитета по развитию
индустрии упаковки ТПП РФ



Ассоциации производителей
упаковочного
и перерабатывающего
оборудования «ПАКМАШ»



Национальной
конфедерации упаковщиков



Правительства Москвы

При содействии:



Messe Düsseldorf GmbH
P.O. Box 10 10 06
D-40001 Düsseldorf
Germany
Phone: +49/211/45 60-01
Fax: +49/211/45 60-40
www.messe-duesseldorf.de

000 «Мессе Дюссельдорф Москва»
123100 Москва
Краснопресненская наб., 14
Тел.: +7 (499) 795 2964
(495) 605 1100
Факс: +7 (499) 795 2940
(495) 605-7207
E-mail: KleymanS@messedi.ru
www.messe-duesseldorf.ru



Автор:



Владимир Новиков,
технический директор ООО НПК «Резонанс»

Экологически чистый продуктовый самообман

Разборка по экологическим понятиям

Российское общество в целом неуклонно стареет и начинает закономерно испытывать трудности с состоянием здоровья. Поэтому в неглупых головах наших соотечественников, начиная где-то лет с 30-ти, надолго свивает себе гнездо рациональная мысль: тратиться на хорошее питание (экологически чистое) в течение взрослой жизни выгоднее, чем на лекарства, выправляющие ситуацию после недоброкачественной пищи.

Грамотный рядовой потребитель, который ищет и порой приобретает так называемую экологически чистую молочную продукцию, произведенную в России (даже при наличии на упаковке знаков ВЮ, ЕСО или «Листок жизни»), обязательно поинтересуется следующим:

- ссылкой на конкретный ГОСТ;
- выходными данными продукта;
- данными о компании, производящей продукт.

Несмотря на всю его скрупулезность, вынуждены потребителя разочаровать: он находится в плену собственных иллюзий относительно словосочетания «экологически чистая продукция». В России на сегодняшний день нет государственного сертифицирующего органа, обладающего правом присваивать подобный статус никакой пищевой продукции. Совершенно нет и стандарта (ГОСТа), в отличие от такового в ЕЭС. Европейское сообщество руководствуется своим Постановлением №2092/91, озагла-

ленным «Об экологическом земледелии и соответствующей маркировке сельскохозяйственной продукции и продуктов питания». Заверения российских производителей об экологической чистоте их товара не имеют под собой никакой юридической основы и относятся к ряду базарных выкриков для привлечения внимания. Более того, ГОСТ 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» запрещает производителям использовать словосочетание «экологически чистый» в названиях своих товаров. А применять выражения «выращенный с использованием только органических удобрений», «выращенный без применения пестицидов, минеральных удобрений» можно только при обязательном подтверждении указанной информации.

Уточняющее Постановление главного санитарного врача РФ Геннадия Онищенко от 21 апреля 2008 года №26 «Об утверждении СанПиН 2.3.2.2354-08», содержит требования к так называемым органическим продуктам (natural organic по международной терминологии). В постановлении указывается, что при производстве подобных продуктов не разрешается использование химических (пестициды в их числе), генетически модифицированных компонентов, синтетических мине-

ральных удобрений, антибиотиков, стимуляторов роста, ветеринарных препаратов, гормональных и прочих веществ. Транспортировка, переработка и упаковка органических продуктов также осуществляется в соответствии с особыми тре-

бованиями. В частности, запрещается чрезмерная интенсификация производственных процессов, которой грешит часть научных работников и специалистов предприятий.

Большинство критериев, указывающих на экологичность продукции, совпадает с европейским законом. Однако в документе отсутствует главное – процедура сертификации. Ни слова не говорится о независимых органах вневедомственного контроля и применяемом контрольном оборудовании. А без этих ключевых элементов документ принципиально не работоспособен. Со стороны чиновников и властных структур в целом традиционно не отмечены следы каких-либо их усилий по продвижению экопроизводства.

С чего начинается экологически чистая Родина

Чем примечательна Россия для каждого из нас – это постоянным наличием каких-то позитивных процессов и намерений во всех слоях общества, наряду с этим сопровождающихся о-очень длительным отсутствием заметных положительных сдвигов. Знаем, рассуждаем, спорим, но почти ничего не делаем! Три года тому назад Госдума начала рассматривать проект Федерального закона – технического регламента об экологической безопасности. Когда его утвердят – неизвестно, поэтому полистаем хотя бы обсуждаемый проект. Так, в гл. II, ст.13 п.6.4 «В» указано, что молочные предприятия мощностью свыше 200 тонн в сутки по переработке сырья обязаны переходить на наилучшие существующие технологии в течение 7 лет с момента введения регламента в установленном подконтрольном порядке. Особенно забавно на фоне кризиса выглядит подобная обязанность при почти 20-летнем дефиците финансирования внедрения новых технологий внутри устаревших молокозаводов, как архаичных

«В России на сегодняшний день нет государственного сертифицирующего органа, обладающего правом присваивать статус “экологически чистая продукция”. Заверения российских производителей об экологической чистоте их товара не имеют под собой никакой юридической основы».

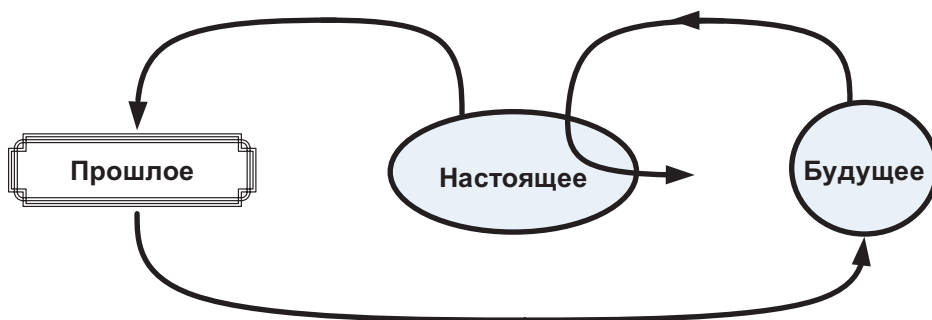
систем, половина из которых убыточна. Ст.14 п.9 даже предписывается хранение на предприятии в течение 10 лет документированных результатов производственного экологического контроля, причем критерии экологической безопасности подлежат документальному подтверждению согласно гл. III, ст.16 п.1. Как эффектно смотрится такое требование на фоне отсутствия самих организаций, полномочных выдавать соответствующие документы! Еще ниже по тексту Регламента ст.24 устанавливает наличие Государственной экологической экспертизы как формы надежного контроля внутри собственной страны. На сегодня и контролирурующие органы и процедуры обозначены на уровне протокола о намерениях начала движения вообще где-то на линии туманного горизонта.

Тем временем мир поступательно движется вперед. В октябре 2009 года в Токио состоится IX Международная выставка экологически чистой продукции «BioFach Japan», на которой Россия будет традиционно отсутствовать среди предлагаемых 23-х стран-экспонентов.

Нельзя сказать, что в нашем родном государстве совсем ничего не делается в определении экологического здоровья регионов. Подробные исследования на чистоту земли, воздуха, воды (с официальным подтверждением) проведены в следующих регионах.

Взгляните: считаются чистыми только 16 районов из имеющихся в стране 1866 (без внутригородских делений на районы), или менее 1% административных образований. Как считают читатели: это много? Количество же биодина-

Рис. 1. Схема бизнес-стратегии формирования условий будущей жизни



мических ферм, продукцию с которых можно с полным правом назвать экологически чистой, в России (по официальному подтверждению) всего 4: по одной в Московской, Тамбовской, Иркутской и Ленинградской областях. Это практически ноль для нашей страны, в которой более 59 тыс. коллективных сельхозпроизводителей и свыше 253 тыс. фермерских хозяйств. Запах их экологической чистоты – и тот диковинка для рядового потребителя.

Города, особенно крупные и сверхкрупные, изначально не могут гордиться хорошей сбалансированной экологией по определению. Например, с учетом наличия заводов разного профиля, работающих в городской черте, средний город-миллионник потребляет на каждого жителя в год 50 тонн кислорода, 450 тонн воды и т. д. О шуме, запыленности, электромагнитных излучениях разной силы, запахах и прочих видах загрязнений, обрушивающихся на горожан, можно специально не упоминать, эти факторы признаются по умолчанию объективно существующими, как облака, только с негативным воздействием. Потребление горожанином на таком дисбалансном фоне экологически чистой продукции в количестве нескольких килограммов в год, полезно больше для самоуспокоения нервной системы таких покупателей, чем с практической точки зрения.

Об экологических бизнес-стратегиях

То, что отсутствует сертифицированная должным образом экологически чистая продукция, можно бы и потерпеть ради светлого будущего, если зарево от будущего теплится на линии горизонта. Но нынче не прописаны даже бизнес-стратегии ее получения для желающих заниматься таким благородным бизнесом. На первый взгляд, мы живем в насыщенном информационном пространстве, только в процедурах обращения с информацией

нередко преобладают приемы каменного века. Наиболее настырные бизнесмены лезут на телевидение с информационными клипами, звучно бьют себя в грудь, улюлюкают аналогично Тарзану в джунглях, не делая ничего экологически существенного – и силой добиваются признания своей продукции чистой строго по пословице «на безрыбье и рак рыба». Хотя использовать природные механизмы чистоты в своих целях умели и наши предки.

Можно много и пафосно вещать о широте и богатстве русской души, но российское общество в целом на весах мирового человеческого сообщества выглядит отягощенным чрезмерной агрессией в отношении всего окружающего пространства. Так, глобальный индекс миролюбия, разработанный институтом экономики и мира для 144 стран, на первое место выводит Исландию. Россия занимает 136 придонное место, что объективно свидетельствует о нашем стремлении силой переделать все вокруг только для себя, притом с подчинением себе без возражений всей растительности, животного мира, соседей за ближайшими границами. Никак не осознается, что, будучи лишь частью природы, человек не вправе диктовать ей свои произвольные неэкологичные желания типа поворота рек вспять. Эти намерения и действия – тоже агрессия, что подтвердило бесславное перекрытие в 1980 году в нашей стране целого залива Кара-Богаз Гол на Каспии с необходимостью ликвидации дамбы уже через 4 года по силе ее катастрофического влияния! Нежелание гармонично вписаться в существующую объективную реальность понижает качество жизни граждан государства, идущего напролом. Такой индекс качества жизни, рассчитанный в столичном МГУ для 215 городов разных стран мира, ставит даже относительно обеспеченную Москву на 171 место, то есть почти в самый низ списка. Вот что мы представляем собой

Сертифицированные экологически чистые районы

Номер и обозначаемая им область (по общероссийской классификации территориальных образований)	Количество экологически чистых районов в области
34 – Волгоградская	2 природных парка
35 – Вологодская	1
37 – Ивановская	2
40 – Калужская	1
47 – Ленинградская	1
50 – Московская	2
52 – Нижегородская	4
59 – Пермский край	1
69 – Тверская	1
72 – Тюменская	1

на межгосударственных весах. Глобальные проблемы еще раз подтверждают: экология – категория в первую очередь нравственная, а уж затем технико-технологическая. Скажете, не так? В таком случае, приводим доходчивый пример.

В единственном городке на нашей планете, во Франции, городские очистные сооружения сточных вод расположены ВЫШЕ по течению реки, чем забор речной воды для обеспечения питьевых и гигиенических потребностей этих горожан. Если кто сбросил грязь в используемую и сброшенную воду, с которой не смогут справиться сооружения очистки стоков города, ВСЕ горожане (включая виновника загрязнения) будут вынуждены пользоваться недоброкачественной водой. Об этом жители городка осведомлены с детства, поэтому сознание тамошних граждан формируется с правильной экологической компонентой! Подобная простая логика поступила в виде вопроса зрителя на передачу «Что? Где? Когда?» и оказалась неразгаданной нашими знатоками элитарного интеллектуального клуба. Менталитет иной...

Если же представить использованную во французском городке бизнес-стратегию схематически, она будет такой как на рис. 1.

Вывод прост: коль скоро хотим достойно жить завтра, обязательно следует учиться и накопленный опыт в прошлом, и реалии нынешнего общества. А что сейчас выбрасываем в будущее, тем оно нас и встретит через некоторый промежуток времени.

Опасность раскачивания экологических качелей

Видя склонность людей доминировать над природой, нельзя в этом деле скатываться к другому полюсу – мизантропии и утверждать, что человек, как биологический вид, является опасным паразитом на теле Земли. Надо лишь осознать допустимость границ интенсивности человеческой деятельности исключительно

в пределах потенциала самовосстановления флоры, фауны и водостоков. Энергия человеческого общества, многократно усиленная машинами и сооружениями вплоть до АЭС, не должна инициировать вредоносных процессов, тем более некомпенсируемых, что подтвердила катастрофа в Чернобыле.

Если связать требования экологии с молочным производством, то на экологическую среду положительно воздействуют грамотно организованные молочно-товарные фермы до 400 голов дойного стада с общей численностью поголовья крупного рогатого скота (КРС) на ферме в пределах 1 тыс. голов, размещенные сетью на расстоянии 15 км и более друг от друга. И при этом, заметьте, фермы такого масштаба обеспечивают на практике рентабельность производства продукции до 40% и более. Тем не менее в последнее десятилетие на различных управленческих уровнях циркулирует бредовая идея коровьего мегаполиса типа Нью-Васюков из бессмертного произведения «12 стульев», с сосредоточением в одном месте 20-40 тыс. голов КРС. Идеологи-закоперики с горящими глазами, разумеется, не собираются сами-то жить и работать среди огромной массы животных (в том числе болеющих и умирающих), однако с необыкновенной легкостью теоретически расправляются на бумаге со всеми существующими и нерешенными до сих пор общеотраслевыми проблемами, начиная с кормления и заканчивая переработкой животноводческих отходов

в ежедневном размере до 45 кг/голову, а суммарно – до 1800 тонн в сутки! Геракл очистил конюшни элидского царя Авгия с существенно меньшим объемом навоза, выбросив загрязненные стоки в экологически чистое древнегреческое пространство – и то на тысячелетия прославился данным действием (не засчитанным в качестве подвига, так как выполнял очистку за обещанную плату). Остается только порадоваться, что гигантомания сопровождается непомерно высокими денежными запросами, которые на ближайшие 3-5 лет никто просто не будет принимать к финансированию.

Тем не менее подобный явный бред не отсекается обществом от существующей информационной ауры, хотя в природе многие вопросы пропорционирования и взаимодействия решаются достаточно экономично. И чем больше мы внимлем в природные закономерности и будем им соответствовать, тем меньше на единицу продукции израсходуем материалов, тепла, электроэнергии, трудозатрат.

К примеру, в ходе реконструкции одного молочного завода был выполнен подробный анализ технологических процессов и существенно сокращено удельное потребление промышленного холода с хладоносителем – ледяной водой. Разницу в холодильной мощности завода сравнительно легко увидеть, сопоставив величину старой и новой градирен холодильной компрессорной прежде (справа) и теперь – слева (см. фото). Как видим, резервы есть, и немалые!



Новая и старая градирни

* СПРАВКА:

Градирня (от нем. Gradieren – процесс добычи соли выпариванием) – сооружение, испаряющее часть воды с отводом избыточного тепла в атмосферу и охлаждением оставшейся.

Экологическая грамотность – средство от иллюзий

Ознакомление каждого из нас с какими-либо положениями любой науки малоценно, пока мы не поставлены перед необходимостью применения знаний на практике, то есть пока не научились наилучшим образом решать практические задачи. Для самотестирования автор настоящей статьи открыл свежее изданный в 2009 году экземпляр «Задачи по экологии и методика их решения» (автор В. М. Басов), где на 160 страницах размещены более 500 задач с ответами, хотя на обложке упоминается на 100 задач меньше. Стал читать задания и попробовал поразмышлять над правильными ответами, используя в качестве базы данных преимущественно жизненный опыт и здравый смысл.

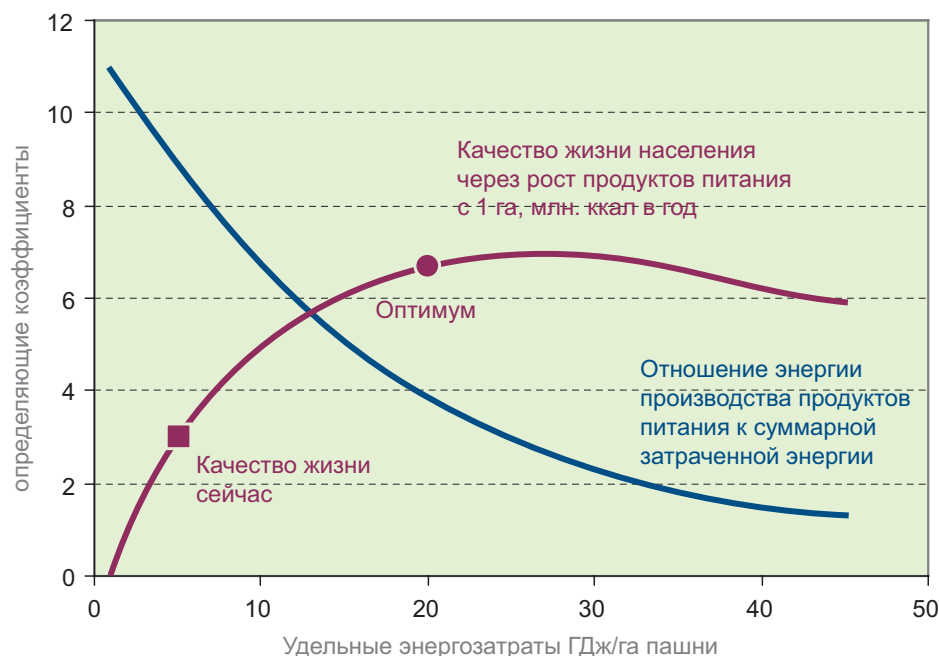
Неприятно было ощущать себя почти профаном при ответе на сравнительно простые на первый взгляд вопросы, например: «Исчезнет ли с луга птица коростель, если там начать выпас КРС?» Что уж говорить о более сложных многоступенчатых задачах...

При осуществлении хозяйственной деятельности, затрагивающей природу, полезно отдавать себе отчет о границах целесообразности наших стремлений в части производства продуктов питания. На графике (рис. 2) наглядно видно, что чем интенсивнее обрабатывать пашню, особенно после достижения показателей 20-25 ГДж/га, тем меньше отдача от вложенных усилий (синяя линия) и сомнительнее итоговый результат по качеству жизни населения (красная линия).

Конечно, нынешнее состояние, обозначенное красным квадратиком в начале графика, нельзя признать благополучным. Народонаселение России за последние годы стало ниже ростом в среднем на 1,5 см, что свидетельствует об ухудшении питания и среды обитания. Мельчаем-с...

График также наглядно показывает, что нельзя беспрестанно наращивать нагрузку на растительный и животный мир с целью добывания человеком пропитания. Оптимальная, то есть наилучшим образом сбалансированная, величина сравнительно легко достижима, а за ней идет зона бесцельности расходуемых усилий. Раз уж природа отвела нам определенный диапазон существования, требуется уметь в нем жить, а не надеяться наивно на поголовное пере-

Рис. 2. Связь энергозатрат в с. х. с качеством жизни населения



селение в необъятные просторы вселенной, когда окончательно замусорим планету Земля.

Примерный алгоритм формирования экологически чистой продукции

Суммируя сказанное выше, попробуем сформулировать несложную цепь действий по получению экологически чистой продукции (точнее, органической). Для этого требуется:

- внутреннее осознание частью населения свойств и необходимости потребления чистой продукции (экологическая грамотность);
- формирование адекватной законодательной базы;
- наличие ответственных организаций, имеющих право сертифицирования данной категории продукции на определенный срок;
- учет комплекса условий (чистые воздух, вода, почва) с их мониторингом на земельной территории, производящей сырье для производства продуктов питания;
- наличие биодинамических ферм со здоровым поголовьем скота, продукция которых постоянно проверяется и соответствует экологическим требованиям;
- экологически чистое производство с щадящими режимами технологических процессов, осуществляющее строгий входной и выходной кон-

троль сырья, продукции, отходов, воды, воздуха;

- экологически чистая упаковка с возможностью повторной ее переработки.
- Чувствуете, какая гора проблем? До того времени пока не начнут действовать в связи друг с другом обозначенные компоненты (а это потребует десятилетий), мы будем окутывать друг друга и себя самообманом в отношении экологической чистоты потребляемой нами продукции. Разумеется, надо стремиться к чистоте без излишней торопливости с выдачей желаемого за действительное.

Самыми счастливыми в этой обстановке следует признать людей, искренне верящих в то, что их жизнь и здоровье будут намного лучше при потреблении какой-то части питания, обозначенной на упаковке соответствующими значками. А наиболее адекватно с позиций экологической чистоты действуют те, кто знает продолжение пословицы «если гора не идет к Магомету, то...» – и переселяются из крупных городов поближе к природе, где постоянно находятся в естественной природной среде. Наличие дачных участков у огромной части граждан – некое промежуточное решение, позволяющее периодически сливаться с природой в летние месяцы и не забывать натурального вкуса продуктов растениеводства. И такие действия представляют собой наибольшую ценность в противовес пассивным ожиданиям. **mc**

Рост закупочных цен на молоко составит 10-15%

Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник в рамках правительственного часа, прошедшего в Совете Федерации заявила, что в течение октября-ноября 2009 года вырастут закупочные цены на молоко. По прогнозам рост может составить 10-15%.



Помимо этого глава Минсельхоза отметила, что в следующем году на продовольственном рынке будет распространена практика так называемых закупочных интервенций на твердые сыры, сливочное масло и ультрапастеризованное молоко – молочный продукт, производимый только из натурального (невосстановленного) коровьего молока. Для этого на различные региональные программы будет выделено около 3,5 млрд руб.

Стоит отметить, что подобная практика вряд ли сможет полностью избавить отрасль от проблем. Как заметила министр сельского хозяйства, в 2009 году закупочные цены на молоко упали на 20%, а рост цен в последние 2 месяца осени составит 10-15%. За счет чего компенсировать разницу в 5-10%, правительство пока не решило.

rg.ru

Привкус молочного популизма



Член комитета Госдумы по аграрным вопросам Виктор Таранин («Единая Россия») считает популистскими планы Минсельхоза повысить закупочные цены на молоко и тем самым поддержать отечественного производителя.

Такое мнение он высказал 22 сентября, комментируя заявление главы Минсельхоза Елены

Скрынник о намерении ведомства повысить в октябре-ноябре закупочные цены на сырое молоко на 10-15% относительно летних цен.

«Это заявление можно рассматривать лишь как благое пожелание помочь нашим производителям», – заявил Таранин, отметив, что предложения Минсельхоза носят «популистский» характер.

Аргументируя свою позицию, депутат сказал, что непонятно, каким способом будет достигаться заявленная цель. «Механизмов исполнения этого плана я не вижу, потому что Минсельхоз не сможет реально повлиять на перекупщиков и обязать их покупать у производителей молоко по более высоким закупочным ценам, чем были раньше».

По мнению парламентария, в этой ситуации более эффективной мерой могло бы стать решение правительства предоставить производителям молочной продукции дотации из федерального бюджета. «Кроме того, необходимо предоставить правительству право ограничивать наценки торговых сетей с тем, чтобы не допустить роста розничных цен на молоко и молочную продукцию», – убежден Таранин.

По его словам, ранее Минсельхоз заявлял о намерении предоставить дотации производителям на сумму 2 руб. на каждый литр молока. Но в целях оптимизации бюджетных расходов это обещание так и осталось на словах.

www.rosbalt.ru

Дырка от сыра

С 25 сентября в России вводятся повышенные пошлины на импорт сыров. Согласно Постановлению Правительства РФ от 20 августа пошлина на сыры устанавливается в размере 15%, но не менее 0,5 евро за 1 кг. Она будет действовать в течение 6 месяцев.

Пошлины повышены по инициативе Минсельхоза, которое считает, что эта мера позволит поддержать российских сыроделов и будет способствовать укреплению продовольственной безопасности страны.

Однако, по мнению многих участников рынка, это приведет лишь к росту цен на сыр – сначала импортный, а потом и отечественный. Розничные цены могут вырасти на 7-10%.



Импорт сыра и творога в первом полугодии 2009 года составил 131 тыс. тонн, что на 0,3% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Производство же сыра в России, по данным Росстата, за тот же период выросло на 6,1%, до 221 тыс. тонн.

По мнению **исполнительного директора Молочного союза Владимира Лабинова**, Россия повышает импортные пошлины на сыр в ответ на восстановление Евросоюзом с начала 2009 года экспортных субсидий на молочные продукты, отмененных в 2007 году. Повышение пошлин в большей степени затронет именно европейскую продукцию, но не коснется поставок из Белоруссии и Украины, отмечает г-н Лабинов.

www.rbcdaily.ru



Введение техрегламента на производство российских сыров

Специалисты Ростехрегулирования разработали специальный регламент по производству традиционных марок полутвердых российских сыров.

Это такие сыры как «Российский», «Костромской», «Пошехонский», «Советский», «Голландский», «Швейцарский», «Угличский». Нововведение должно вступить в силу с 1 января 2010 года.

Согласно документу, наиболее популярные сорта сыра, производимые отечественными сыроделами, будут иметь неизменный состав, форму, цвет, вкус и запах. «Возраст» сыра также строго регламентирован. Например, выдержка «Швейцарского» и «Советского» сыров должна быть не менее 180 суток, «Эстонского» – 30 дней.

Согласно новому регламенту основным сырьем для производства сыра должно являться натуральное молоко высшего или первого качества. Из красителей при производстве разрешается использовать только бета-каротин и экстракт аннато. Рекомендуемый новый регламентом срок годности сыров – 30 суток.

«На российском рынке представлено огромное количество различных видов сыров, однако до сих пор не существует единой классификации, поскольку в разных странах, в том числе и странах ближнего зарубежья, выпускают сыры с одинаковыми названиями, но по разным технологиям. Эта разница

влияет как на стоимость продукта, так и на его качество. Появление “сырного” техрегламента обеспечит необходимое качество традиционным российским сырным маркам и даст новый толчок к развитию отечественных сыроделов. У них появляется шанс увеличить производство за счет ухода с рынка дешевой привозной продукции», – говорит **президент Союза пищевых предприятий Санкт-Петербурга Григорий Забровский**.

По материалам пресс-релиза
Союза пищевых предприятий
Санкт-Петербурга

Хуже некуда

Большое количество производителей молочной продукции прекратят свою деятельность, если за 2-3 месяца ситуация в отрасли кардинально не изменится, сообщил 22 сентября в прямом эфире радиостанции «Русская служба новостей» **председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко**.



По словам А. Даниленко, основной причиной столь сложного положения в отрасли являются «критически низкие закупочные цены на сырое молоко». «Сложилась серьезнейшая ситуация с очень низким спросом на молоко и молочную продукцию, что привело к низким ценам», – отметил он. – Сегодня есть риск того, что целая отрасль может попасть в тяжелейшие условия, если она будет долгое время работать в убыток».

«Именно сейчас нужно ставить вопрос о том, что если мы находимся в условиях кризиса, на социально значимые продукты нужно устанавливать какие-то конкретные ценовые коридоры», – отметил А. Даниленко. – И есть мировая практика, подтверждающая полезность таких подходов», – пояснил он. – Если бы мы заняли более жесткую позицию по поводу импорта и более жесткую позицию по поводу внутреннего потребления молочной продукции, то мы считаем, что ситуация для российских производителей могла быть лучше, чем она является на сегодняшний день».

rusnovosti.ru



Объединение в кооперативы

Производители молока готовы создавать собственные перерабатывающие предприятия, чтобы не зависеть от монопольно низких закупочных цен крупных переработчиков, заявил исполнительный директор Ассоциации сельхозпроизводителей Липецкой области Михаил Нанушьян на встрече «Возможности и перспективы кооперативного движения на молочном рынке России», которая прошла 22 сентября в Москве.

По его словам, 99% молочных хозяйств работают в убыток, в то время как прибыли Вимм-Билль-Данн возросли на 40%. Именно крупные переработчики – «ВБД», «Данон», «Эрман» и Юнимилк, продукция которых занимает 80% магазинных полок в стране, способствуют поддержанию низких закупочных цен, уверена коммерческий директор агрофирмы «Трио» Евгения Уваркина.

Первые молочные кооперативы уже появляются. Предприятия «Молоко Черноземья» в Липецкой области создано агрофирмами «Трио», «Виноградов» и Колхозом им. Ленина на базе областной Ассоциации производителей, объявили вчера его участники. По словам Нанушьяна, членами кооператива могут стать только крупные агрофирмы, производящие не менее 200 тонн молока в день. «Молоко Черноземья» планирует перерабатывать до 500 тонн в сутки, то есть, порядка 180 тыс. тонн в год. Для строительства завода фермеры брали кредиты у Россельхозбанка и Сбербанк, всего им понадобилось инвестиций на общую сумму более 600 млн руб., рассказывал Нанушьян.

По прогнозам Минсельхоза производство молока в России требуется увеличить с нынешних 32 млн тонн до 37 млн тонн к 2012 году. «Этот рост и могли бы обеспечить производственные кооперативы», – считает Нанушьян.

«Сейчас в России создание молочно-производственных кооперативов должно субсидироваться государством», – добавляет он. Ассоциация планирует обратиться в Минсельхоз с просьбой о субсидиях на строительство крупных молокоперерабатывающих заводов.

www.vedomosti.ru

Россия и Беларусь договорились

Прогнозный баланс спроса и предложения Союзного государства России и Беларуси на молоко и молокопродукты, сахар, мясо и мясопродукты на 2010 году останется на уровне этого года с возможностью увеличения, если в этом будет необходимость.

Об этом сообщила министр сельского хозяйства России Елена Скрынник по итогам совместного заседания коллегии Минсельхоза России и Минсельхозпрода Белоруссии, состоявшегося 22 сентября в Москве.



В соответствии с разработанными балансами в 2010 году объем поставок молока и молокопродуктов из России в Белоруссию составит 60 тыс. тонн, из Белоруссии в Россию – 2,8 млн тонн, мяса и мясопродуктов – 3 тыс. тонн и 145 тыс. тонн соответственно. Кроме того, Россия планирует импортировать 150 тыс. тонн белорусского сахара-песка.

«Наша основная стратегия с белорусской стороны заключается в том, что по поручению руководителей мы вырабатываем концепцию синхронизации аграрной политики, для того чтобы наш потребитель имел качественную продукцию по справедливой цене», – отметила Елена Скрынник. Кроме того, она рассказала, что «коллегия работала над тем, чтобы у нас были общие стандарты производства качественной продукции».

dairynews.ru

Господдержка не решает проблем фермеров

На 3-м Российском агропродовольственном форуме участники рынка обсудили перспективы развития АПК в России и мире.



Председатель Комитета Государственной думы по аграрным вопросам Валентин Денисов отметил: «Российскому АПК необходимо вернуться к развитию племенного животноводства. Мы

скупали весь скот, какой только возможно, за рубежом».

Председатель правления РСПМО Владимир Лабинов высказал мнение, что «2009 год был беспрецедентным в истории молочной отрасли России. На ее развитие было выделено порядка 50 млрд руб., при том что весь объем рынка сырого молока составляет около 160 млрд руб.». Кроме того, по его мнению, в отрасли продолжается процесс технической модернизации. «При этом примеров строительства новых площадок пока нет». Несмотря на это, эксперт отметил положительные изменения потребительского спроса на молочную продукцию.

По словам председателя правления «Союзмолоко» Андрея Даниленко, в 2009 году был получен рекордный объем региональной поддержки, в общей сложности более 50 регионов получили около 3,5 млрд руб. По мнению эксперта, данная сумма несоизмерима с убытками, которые понесли сельхозпроизводители в связи с падением закупочных цен в летний период. «Мы находимся в ситуации, когда государственная поддержка не решает проблем фермеров. Инвестиционная привлекательность отрасли нулевая. В связи с этим новые проекты производители молока начинать не в состоянии. Это возможно только в том случае, если у них есть другой вид деятельности, кроме молочного животноводства», – отметил он.

dairynews.ru



Французские фермеры бастуют

Владельцы молочных ферм во Франции раздали 22 тыс. литров молока на площади Республики в центре Парижа с целью привлечь внимание к недавней забастовке.

В ходе акции протеста владельцы французских сельскохозяйственных ферм заявили, что отказываются поставлять молоко по слишком низким ценам.

«Мы решили устроить раздачу молока, чтобы объяснить людям, с какими проблемами мы столкнулись и почему производители вынуждены выливать молоко на поля», – сказал фермер с северо-запада Франции Ив Саваж.

Французские фермеры вылили миллионы литров молока с момента начала своей забастовки 10 сентября в попытке заставить Евросоюз пересмотреть нормы ре-

гулирования рынка в сторону повышения закупочных цен.

При поддержке Европейского молочного союза в забастовке приняли участие и фермеры из некоторых других стран ЕС. Самыми активными из них были бельгийские и швейцарские производители.



Бастующих аграриев порадовало заявление министра сельского хозяйства Франции Бруно Ле Мера, что банки выделят 250 млн евро на специальные кредиты для фермеров. Выплаты по займам будут отсрочены до 2011 года, а ставка ограничена 3%.

Но протесты, обещали фермеры, все равно продолжатся – до тех пор пока ЕС не поменяет свое отношение к регулированию рынка молочной продукции.

Производители недовольны тем, что ЕС увеличил квоты на молоко в преддверие их полной отмены в 2015 году, что привело к падению цен. Еврокомиссия отрицает упреки и говорит, что меры рассчитаны на то, чтобы поддержать молочную промышленность. В пользу ЕС говорят статистические данные об улучшении ситуации в этой отрасли.

slon.ru

Росстат сообщает

По данным Росстата, производство молока за 6 месяцев текущего года уменьшилось на 0,5% и составило 15 млн 963 тыс. тонн, в том числе в сельхозпредприятиях – на 0,1%, хозяйствах населения – на 1,3%. При этом в крестьянских (фермерских) хозяйствах производство молока увеличилось на 4,5%.



В целом по России производство молока за первое полугодие текущего года увеличилось в 40 регионах.

Что касается поголовья коров в России, то на 1 июля 2009 года, по сравнению с 1 января 2009 года, оно увеличилось на 68 тыс. (с 9 млн 120 тыс.

до 9 млн 188 тыс.). Однако по сравнению с соответствующим периодом 2008 года поголовье сократилось на 2,4%.

Рост поголовья крупного рогатого скота по сравнению с 1 января 2009 года составил 1 млн 176 тыс. (21 млн 22 тыс. до 22 млн 198 тыс.). К соответствующему периоду 2008 года численность КРС сократилась на 2,3%.

Ученые изобрели таблетку верблюжьего молока



Шымкентские ученые стали обладателями патента на изготовление казахского национального напитка шубат в сухом виде. Теперь его аналог может выпускаться в виде таблеток и порошковых смесей.

Автор идеи, кандидат сельскохозяйственных наук Мусатилла Тоханов, говорит, что методом сублимации, то есть выведением из продукта влаги, можно получить сухую смесь, которая имеет максимальные сроки хранения.

«Если натуральный шубат можно хранить только одну неделю, то наши продукты хранятся более полугодом. В целом мы бы хотели поставлять наши изделия на экспорт и тем самым сделать их



брендовым продуктом Казахстана. Но пока у нас на это нет средств».

Как отмечают ученые, из каждой таблетки можно получить 100 г молока и, самое главное, их можно перевозить куда угодно и на любом транспорте.

По мнению авторов проекта, в будущем можно производить молочные быстрорастворимые порошковые изделия в маленьких пакетиках, которые будут продаваться по доступным ценам в аптечных киосках.

www.dairynews.ru

Селекционеры вывели породу коров-рекордсменов

Красноярские селекционеры вывели породу коров-рекордсменов. Племенные бычки живут почти как олимпийские чемпионы – по строгому графику.

Ежедневно двухчасовые прогулки вокруг механической карусели. Это процедура принудительного активного моциона – чтобы сохранить здоровье и воспроизводительные способности быков. На выгуле две породы – уже известная животноводам красноярская черно-пестрая и абсолютно новая – енисейская красно-пестрая. Главное качество – большие удои у коров: больше 6 тыс. литров молока в год. Обычные красно-пестрые дают его вдвое меньше. У новой породы молоко еще и высокой жирности.



Селекционеры говорят: теперь в крае есть собственный патентованный бренд скота. Животноводы, которые захотят иметь высокопроизводительных коров, могут сделать это без проблем. Один бычок за сезон искусственного осеменения в среднем дает больше ста доз семенного материала.

Енисейская порода скота, если станет популярной у сельхозпроизводителей, поможет увеличить надой по краю. Семенной материал будут также отправлять и в другие регионы. А это уже может в целом повлиять на развитие сельского хозяйства Сибири и Дальнего Востока.

krasnoyarsk.rfn.ru

На Кубани выращивают высокопродуктивных коров

В станице Темижбекской Кавказского района на предприятии «Восток» построили необычную лабораторию, где производят эмбрионы высокопродуктивных коров.

Подобных лабораторий по всей России единицы, на Кубани такие эмбрионы получать и трансплантировать научились впервые. Благодаря технологии от одной породистой матери можно получить сразу 10-14 эмбрионов будущих телят. Животные, выращенные здесь, будут давать в 2 раза



больше молока, чем обычные коровы.

По словам **и. о. главы Кавказского района Виталия Очкаласова**, новый проект позволит сделать молочное животноводство рентабельным. Новая технология позволит улучшить не только поголовье районного стада: эмбрионы можно замораживать и продавать другим хозяйствам. Выносить такого теленка может любая корова.

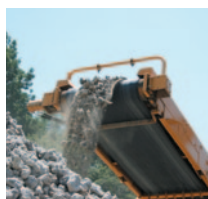
Сотрудники лаборатории уже вырастили 19 эмбрионов, 11 из которых удалось заморозить. Сейчас готовят коров, которые будут вынашивать опытную группу телят. Пополнения стада ждут в следующем году.

www.yuga.ru

В Ленобласти создана УК по обращению с отходами

В Ленинградской области создана управляющая компания по обращению с отходами. Основные направления ее работы при утилизации отходов крупного промышленного строительства определены в ходе рабочего совещания в областном комитете по природным ресурсам и охране окружающей среды.

Как сообщил **председатель Областного комитета по природным ресурсам и охране окружающей среды Александр Степченко**, в Ленинградской области подготовлен перечень объектов для складирования подобных отходов, и прежде всего грунтов. «Это нуждающиеся в рекультивации старые карьеры. По оценкам специалистов они могут принять до 1,5-2 млн куб. м грунтов. Работы по их рекультивации, то есть прием грунтов с таких масштабных строек, как порт Усть-Луга или Ленинградская атомная электростанция, где продолжается создание замещающих мощностей, можно начать в самое ближайшее время после оформления соответствующих документов», – подчеркнул Александр Степченко. Он также отметил, что стройки испытывают сегодня острую потребность в размещении грунтов.



Приоритетной сферой деятельности новой управляющей компании, созданной в виде акционерного общества со стопроцентным государственным капиталом, является полный цикл работ со всеми видами отходов на территории Ленинградской области. И если на первом этапе речь идет о передаче в ведение управляющей компании полигонов бытовых отходов и создании перечня карьеров для их рекультивации, то в будущем компания должна освоить такие направления деятельности, как утилизация и переработка отходов.

«Мы должны уходить от «серых» схем транспортировки мусора, когда он безнаказанно сбрасывается за ближайшим поворотом. Каждый мусоровоз должен быть подотчетен, а его передвижение строго контролироваться. Это делает «мусорный» бизнес Ленинградской области чистым и прозрачным», – сказал Александр Степченко.

Департамент информации
Правительства Ленинградской области

Смените упаковку!

Финансовые трудности вынудили московских чиновников повременить со строительством мусорожигательных заводов, которые могут ухудшить экологическую ситуацию в городе.

Однако проблема утилизации отходов никуда не делась – большинство полигонов перегружено, сортировка мусора не налажена. Облегчить ситуацию призвана новая для Москвы идея – в ближайшие три года заменить полиэтиленовую упаковку бумажной или биоразлагаемой.

По данным департамента природопользования на столичные полигоны ежегодно вывозится 500 тысяч тонн пластиковых пакетов, это 20% общего количества отходов. Плотному, упругому, устойчивому материалу для разложения требуется около ста лет.

Для начала властям предстоит убедить магазины не раздавать пакеты бесплатно, а продавать за деньги. А часть вырученных средств переводить на благотворительные нужды. «Надо сделать выгодным для магазинов замену полиэтиленовых пакетов на бумажные или биоразлагающиеся», – размышляют в департаменте. – Правда, пока не ясно, какие из них лучше. Биопакеты быстро разлагаются, но, по мнению некоторых экспертов, содержат вредные частицы, которые потом превращаются в пыль и, попадая в воздух, загрязняют его. С другой стороны, для производства бумажного пакета воды требуется на 97% больше, для их перевозки тратится больше топлива».

Финансовые известия

17 - 19 ноября 2009 года

Санкт-Петербург, Ленэкспо

XVIII Международная продовольственная выставка



**Крупнейшая продовольственная выставка
на Северо-Западе**

- ✓ **Центр Закупок Сетей**
- ✓ **“Тендер - 2010” на поставки в розничные сети**
- ✓ **Контракты по Частным Сетевым Маркам**
- ✓ **Ассамблея и Фуршет Директоров**

Запись на сайте www.peterfood.ru

т. (812) 327 4918

Без права на ошибку

Как региональной продовольственной компании выйти на рынок Санкт-Петербурга при минимальном бюджете? Наверное, лучше, чем директор компании, которой это уже удалось, на этот вопрос никто не ответит. Мы обратились к директору «Сибирского деликатеса» Руслану Жолтаеву, чтобы он поделился историей своего успеха.

— Еще в 2004 году мы были неизвестной компанией из Омска. У нас не было рекламного бюджета, который позволил бы обклеить город плакатами или запустить ролики на телевидении и радио. У нас было всего 3 тыс. долл., качественный продукт и цель — выйти на рынок Москвы и Петербурга. Задача сложная, казалось бы невыполнимая. Без баснословных денег, когда о Вас никто не знает, в Москве делать нечего.

Мы решили начать с рынка Петербурга, как нам казалось, более лояльного к «новичкам», и использовать в качестве стартовой площадки международную продовольственную выставку «Петерфуд».

Почему именно «Петерфуд»? У меня были только 3 тыс. долл. и не было права на ошибку. Тогда я изучил все мероприятия, проводимые в сфере продовольственной торговли в Северо-Западном регионе. Мне нужно было выбрать только одну выставку, которая дала бы возможность познакомиться с закупщи-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



Руслан Жолтаев:

«Мой рецепт выхода на рынок оказался очень прост. Я заплатил за стенд на выставке «Петерфуд», где предоставил для дегустации свою продукцию; пошел на Торговый форум в рамках выставки, где принял участие в «Центре закупок сетей», который и стал отправной точкой моего успеха».

ками сетей лично. Организатор «Петерфуда» компания «Империya» предложила принять участие в работе Центра закупок сетей, который проходит в рамках Торгового форума, включенного в деловую программу выставки, и дает возможность предложить свою продукцию напрямую руководителям по закупкам ведущих розничных сетей. Это было именно то, что нужно! За три года работы на выставках «Петерфуд» и «ПродЭкспо» мы смогли наладить работу не только с сетями Петербурга, но и Москвы.

Участие в этих мероприятиях — один из самых эффективных способов для производителей из регионов России выйти на рынок Севера-Запада, тем более в кризис, лишивший многих возможности тратить деньги на дорогостоящие рекламные кампании. ■

* 18-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ПЕТЕРФУД-2009» пройдет в выставочном комплексе «Ленэкспо» с 17 по 19 ноября.

Выставка представит мясные и молочные продукты, кондитерские изделия, бакалею, алкогольные и безалкогольные напитки, морепродукты, консервы, масло-жировую группу продуктов, замороженные полуфабрикаты и др.

Продовольственный форум «Торговля большого города», центральное событие деловой программы выставки, соберет более 400 производителей и дистрибьюторов продуктов питания, руководителей крупных розничных сетей Северо-Западного региона и России, крупнейших мировых консалтинговых и исследовательских компаний, а также представителей Правительства Санкт-Петербурга.

Возможности увеличения продаж на изменившемся рынке — основная тема форума в этом году. Поскольку в планах розничных сетей в 4-6 раз увеличить объем товаров под собственной торговой маркой, в ходе форума эксперты расскажут, как выиграть тендеры на поставки в сети. Также участники узнают, что изменилось на рынке за первый год кризиса, чего ждать в следующем году и какие шаги предпринимать производителям и продавцам, чтобы обеспечить рост компаний.

Центр закупок сетей предоставит возможность провести прямые переговоры с закупщиками 60 федеральных, региональных и локальных розничных сетей

Северо-Запада и России. В этом году он будет проходить в течение двух дней.

В рамках 3-й Ассамблеи директоров состоится прямой диалог первых лиц, в ходе которого поговорят о проблемах и решениях розничной торговли Петербурга в условиях кризиса и консолидации розничных сетей.

Кроме того, в рамках деловой программы состоится дегустационный конкурс «Наша марка», конкурсы «Народный продукт» и «Инновационный продукт».

В прошлом году в выставке «Петерфуд» приняли участие около 200 компаний из 8 стран мира, в том числе из Финляндии, Нидерландов, Франции, Украины, Беларуси, Прибалтики. География российских компаний-участников охватила все федеральные округа, от Северо-Западного до Дальневосточного.

Несмотря на то что в целом на мировых рынках не будет ощущаться недостатка в молоке, в группе ведущих производителей ожидаются изменения: сократится производство в ЕС и США. Успех пророчат Белоруссии – эта страна постепенно превращается в крупнейшего регионального экспортера. Россия сохранит позиции основного импортера молочной продукции в мире.

США и страны Евросоюза заменяет Австралия и Новая Зеландия

Такие выводы сделали специалисты Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных наций (ФАО ООН) в полугодовом обзоре молочной отрасли и состояния мировой торговли.

По оценкам ФАО, в 2009 году в мире будет произведено 699 млн тонн молочной продукции, что чуть выше уровня прошлого года. Рост будет меньшим, чем в среднем за последнее десятилетие. При этом прирост производства придется на развивающиеся страны. В итоге их доля в мировом производстве молока достигнет 48%. Десять лет назад этот показатель находился на уровне 40%.

ФАО не исключает падения производства в Европе и Северной Америке из-за высокой стоимости кормов. В Австралии и Новой Зеландии молока будет получено больше.

Крупные производители сохраняют свой уровень производства, а в странах Азии ожидается рост на 3,5%. Там молока произведут 256 млн тонн.

Необходимо отдельно сказать о Китае. Из-за так называемого «меламинового» кризиса в стране усилен контроль качества продовольствия вообще и за молочной продукцией в частности. В итоге в 2009 году ожидается рост производства примерно на 9%.

Менее 3% составит прирост в Индии. В связи с экономическими трудностями спрос на молоко несколько упал. А вот в Пакистане ситуация иная. Прирост в отрасли ожидается на уровне 6% в связи с увеличивающимся внутренним спросом.

Также высокими темпами будет расти производство молока в странах

Южной Америки – на 3,5%, получено будет 58 млн тонн.

Около 30 млн тонн произведет Бразилия, и это позволит ей стать вторым по значению экспортером в регионе. Невысокий прирост ожидается в Колумбии и Уругвае.

В Африке будет произведено немного – 36 млн тонн молока, причем темпы роста в отрасли будут в два раза ниже, чем прирост населения. Ведущие производители континента – ЮАР, Египет, Алжир лишь в незначительных объемах увеличат производство.

В США после семи лет роста намечается спад отрасли уже в нынешнем году. Низкая прибыльность и прочие факторы содействуют процессу ликвидации молочного стада.

Невысокий спрос отмечается и в Канаде, производство в целом останется на прежнем уровне – 8,3 млн тонн.

В Евросоюзе производство молока начало сокращаться в конце прошлого года. По мнению ФАО, в 2009 году молока в странах ЕС будет получено примерно 150,9 млн тонн, несмотря на увеличение квот. Главная причина – значительное падение цен, что порождает неуверенность компаний. Производители требуют дополнительных субсидий. Вместе с тем сокращение производства поможет снизить экспортные излишки. По оценкам, за год они сократятся примерно на 1 млн тонн.

В России возможно увеличение производства на 1%. Не исключено, что это еще более негативно отразится на рын-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Деннис Йонссон,

президент и исполнительный директор «Тетра Пак»:

«На уровень потребления молока в мире оказывают влияние две основные тенденции: продолжающийся рост потребления на развивающихся рынках и увеличение спроса на упакованное молоко».

Предполагается, что молока в стране произведут примерно 85,5 млн тонн.

В последние годы из-за падения курса доллара и высоких цен на продукцию американцам удалось значительно расширить свои позиции на мировом рынке. В 2008-2009 годах спрос сократился, снизились цены.

ке молочной продукции с учетом слабого спроса, связанного с масштабным падением экономики.

На Украине спад по сравнению с прошлым годом в молочной отрасли составит 6% и 20% – по сравнению с пиковыми показателями 2002 года. Это отражает наличие проблем, связанных с обеспе-

чением экспортных поставок в Россию, которая является крупнейшим рынком сбыта для Украины.

Иное дело – ситуация в Белоруссии. Рост составит около 5% по сравнению с прошлым годом. Белоруссия, как считают в ФАО, становится крупнейшим региональным экспортером.

В Австралии и Новой Зеландии в 2008-2009 годах рост объема производства в молочной отрасли ожидается в пределах 1,9% и 6% соответственно. Австралия получит 9,4 млн тонн молока, что на четверть меньше пиковых показателей 2001-2002 годов. Новая Зеландия может произвести около 16,2 млн тонн, что укрепит ее позиции крупнейшего экспортера. Однако по мере увеличения экспорта отмечается снижение цен на мировых рынках. Появились сообщения о росте складских запасов в отрасли. Скорее всего доходы производителей упадут по сравнению с двумя последними годами, когда они достигли исторического максимума.

Экспорт молочной продукции в 2009 году несколько сократится и составит 39,4 млн тонн. ФАО считает, что снижение поставок объясняется положением ведущих экспортеров – США и стран ЕС. Их экспорт в каждом случае упадет на 800 тыс. тонн. Что касается Евросоюза, то в результате его доля в мировом экспорте снизится до рекордных 22% – это более чем в два раза ниже показателя 2000 года.

Предполагается, что падение экспорта США и стран – членов Евросоюза будет компенсировано ростом экспорта Австралии и Новой Зеландии. Может нарастить свой экспортный потенциал и Бразилия, а также другие страны Латинской Америки. А вот рост поставок из стран Азии вряд ли возможен. К тому же они ориентированы на другие страны континента.

Важный вопрос, касающийся мировой торговли, это воздействие кризиса и спада в экономике. Ключевой фактор финансового кризиса – доступность кредитов, которые получить крайне трудно. ФАО считает, что еще рано рассуждать относительно негативного влияния ситуации с кредитами, однако предполагает, что в мировом масштабе инвестиции в отрасль, которые играют важную роль в ее формировании, снизятся.

В связи с падением экспорта следует отметить такой важный фактор, влияющий на мировую торговлю, как замедление экономического роста в странах-импортерах, потому что спрос на молочную продукцию зависит от по-

купательной способности населения, особенно спрос на дорогие виды изделий, например сыр. Так, по оценке Всемирного банка, ВВП России, крупнейшего импортера молочной продукции в мире, в этом году сократится примерно на 6%. Поэтому и российский импорт может оказаться ниже предполагаемого.

Снизится рост импорта молочной продукции и в странах Азии, хотя там в экономике все еще сохраняется некоторый рост. В целом ожидается снижение цен, поскольку производство молока – сложный и длительный процесс и не может быстро пойти вниз. Если только с рынка не исчезнут запасы, цены на молочную продукцию могут значительно упасть.

Теперь о структуре мировой торговли. Экспорт масла несколько снизится по

сравнению с прошлым годом и по прогнозам составит 798 тыс. тонн. Страны Евросоюза поставят всего 150 тыс. тонн. Это самый низкий показатель за несколько десятилетий. Зато прогнозируется рост экспорта Новой Зеландии – всего эта страна продаст 338 тыс. тонн. Правда, многое будет зависеть от состояния запасов с учетом нынешних низких цен и неопределенности по поводу дальнейшего развития событий.

Ожидается рост белорусского экспорта и расширение доли Белоруссии на российском рынке молока. Однако не все ясно относительно масштабов российского рынка в свете складывающихся экономических условий. При этом Россия остается крупнейшим в мире импортером молочной продукции.

* СПРАВКА:

Согласно результатам исследования компании «Тетра Пак», ежегодный рост мирового потребления молока и других жидких молочных продуктов в ближайшие три года составит 2,2%.

В 2008 году мировое потребление жидких молочных продуктов, исключая соевые напитки и заменители молока, достигло рекордного показателя – 258 млрд литров. Это означает мировой рост в размере 1,6% по сравнению с 2007 годом, то есть дополнительные 4 млрд литров. За последние четыре года темпы годового роста потребления молока в мире составили 2,4%, несмотря на резкое увеличение цен в течение последних двух лет.

Лидерами по темпам роста являются развивающиеся рынки, в том числе Индия, Пакистан, Китай и Ближний Восток: 95,8% за последние четыре года. С 2005 по 2008 годы рост потребления жидких молочных продуктов в Китае составил 13,4% в год, а уровень потребления в 2008 году достиг рекордного показателя – 27 млрд литров. Если учитывать соевые напитки и заменители молока (напитки на основе риса, орехов, зерна и семян), эта цифра составит 39,4 млрд литров.

Важным фактором, влияющим на рост потребления прежде всего на развивающихся рынках, является радикальное изменение в подходе к упаковке. В период с 2005 по 2008 годы доля неупакованного молока на мировом рынке снизилась

на 1,8%, а доля рынка ультрапастеризованного выросла на 3,2%.

По прогнозам «Тетра Пак», в период до 2012 года ежегодный рост мирового потребления ультрапастеризованного молока составит 5,2%, а ежегодное потребление такого молока в мире в 2012 году превысит 70 млрд литров.

Ожидается, что к 2012 году доля упакованного молока будет составлять 72% от объемов мирового потребления.

Согласно недавнему исследованию, проведенному компанией GfK Roper Consulting, более 31% потребителей обеспокоены, хватит ли им средств на повседневную жизнь и оплату текущих расходов. Поэтому они все чаще отдают предпочтение недорогим брендам или частным торговым маркам. Так, в настоящее время в Западной Европе на долю частных торговых марок приходится почти 36% общего объема продаж молока.

«Принимая во внимание нынешнее состояние экономики, мы предполагаем, что многие потребители вернутся к базовым продуктам, – говорит президент и исполнительный директор «Тетра Пак» Деннис Йонссон. – Например, они могут выбрать белое молоко вместо более дорогих продуктов с добавленной стоимостью, таких как напитки на основе йогурта. Или отказаться от премиальных брендов и перейти на менее дорогие. И все же мы ожидаем, что мировой рынок молочных продуктов продолжит уверенный рост».

Ожидается некоторое падение экспорта обезжиренного сухого молока – до 1186 тыс. тонн. Главная причина – значительное снижение американского экспорта (до уровня 350 тыс. тонн). В США стало меньше излишков. Это будет первое падение американского экспорта данной продукции за шесть лет. Практически все будет компенсировано увеличением поставок со стороны Австралии и Новой Зеландии.

Экспорт ЕС останется стабильным – на уровне 180 тыс. тонн.

ФАО ожидает роста импорта в азиатских странах в связи с низкими мировыми ценами. Скорее всего продолжатся масштабные закупки Мексикой обезжиренного сухого молока из США, поскольку в стране осуществляются несколько социальных программ.

Поставки цельного сухого молока ожидаются на уровне 1826 тыс. тонн. Это практически в рамках показателей прошлого года, но экспорт ЕС снизится значительно – на 100 тыс. тонн. Данный вид продукции является основной статьей экспорта молочных товаров в развивающиеся страны. Основным поставщиком является Новая Зеландия – ее доля составляет 38%. В 2009 году Новая Зеландия должна поставить рекордное количество – 686 тыс. тонн. Австралийский экспорт останется на прежнем уровне, зато снизятся показатели Аргентины – третьего экспортера.

Экспорт сыра также будет расти, но медленно. С точки зрения цены это важнейшая статья экспорта молочной продукции. Ожидается, что в 2009 году поставки составят 1766 тыс. тонн. Основным производителем сыра является Евросоюз, отмечает ФАО, и его экспорт в нынешнем году может оказаться на уровне 536 тыс. тонн. Предполагается, что сократятся поставки из США, так как экспортные доходы от продажи американского сыра упали.

Основными импортерами были страны Азии, а также Россия. Поэтому и динамика торговли сыром будет зависеть от действий этих стран в сложившихся экономических условиях.

Цены опустились до минимального уровня за последние несколько лет. По сравнению с пиковыми значениями 2007 года падение составило почти 60%. Во многом это результат нынешней мировой конъюнктуры. Не исключено, тем не менее, что в предстоящие месяцы цены возрастут. **ис**

Прогноз производства молочной продукции в мире, (млн тонн)

	2007	2008	2009	Рост % за год
Молочной продукции всего	676,1	687,7	699,0	1,6
Обезжиренное сухое молоко	24,1	24,6	25,0	1,6
Цельное сухое молоко	30,8	31,6	32,1	1,6
Масло	60,3	62,3	64,0	2,7
Сыр	85,9	87,9	89,8	2,2
Другие продукты	475,1	481,3	488,0	1,4
Торговля всего	39,4	39,7	39,4	-0,8

Экспорт (тыс. тонн). Основные экспортеры

Цельное сухое молоко			
Всего в мире	1757	1849	1826
Новая Зеландия	680	607	686
Евросоюз	366	484	386
Аргентина	115	120	107
Австралия	116	107	109
Обезжиренное сухое молоко			
Всего в мире	1145	1201	1186
США	255	400	350
Новая Зеландия	281	242	278
Евросоюз	201	179	180
Австралия	134	112	115
Масло			
Всего в мире	852	809	798
Новая Зеландия	361	325	338
Евросоюз	210	150	150
Австралия	66	56	58
Белоруссия	50	55	60
Сыр			
Всего в мире	1818	1751	1776
Евросоюз	594	546	536
Новая Зеландия	309	247	284
Австралия	218	211	215
Белоруссия	92	101	110

Автор:



Мария Сташенко,
управляющий партнер
ORGANICA design consultancy

«Замороженный» тренд

Зарубежные производители ингредиентов и мороженого предпочитают строить новые брендинговые стратегии на основе функциональных преимуществ продукта. Пробыться на развитый рынок за счет только эмоции – малоэффективно. Бренд это не только красивая упаковка, но и ценность для потребителя.

Обогащенное мороженое

Здоровье нации – одна из основных программ американского Минздрава, которая активно воплощается в кампаниях по поддержке употребления молока. Зарубежные диетологи уже несколько десятилетий бьют тревогу, так как потребление молока и молочных продуктов неуклонно снижается. Они просто непопулярны в рационе современной семьи. Однако достойных по качеству питания заменителей нет. Пресловутые гамбургеры и кола только вредят здоровью. Ожирение, слабость мышечной и костной системы – основные симптомы недостатка кальция в организме. Его ключевым источником является молоко. В чистом виде молоко не так популярно, а это значит, что молочные продукты, содержащие кальций и его производные – ценный источник для ежедневной диеты.

Риджина Ван дер Хи, руководитель Института исследований в области питания и здоровья компании Unilever, уверена, что «недостаточное количество кальция грозит развитием остеопороза и низкой костной массы начиная с самого детства. Необходимо потреблять больше молочных и молочносодержащих продуктов».

Следуя такой стратегии, британский бренд детского мороженого MiniMilk

от компании Unilever включил в свой ассортимент позиции, обогащенные кальцием и пробиотиками.

Только натуральные ингредиенты

В трудные времена так хочется побаловать себя вкусным, а деликатесное мороженое как раз тот продукт, рынок которого подрос в период кризиса. Бренд Häagen-Dazs Five представил новинку, приготовленную только из 5 натуральных компонентов, что делает продукт практически уникальным на своем рынке.

Американский производитель разработал бренд и дизайн упаковки, которые призваны сообщать о совершенной натуральности продукта. Häagen-Dazs Five использует популярный органик-тренд в продукт- и бренд-стратегии, представляя all-natural решение. Мороженое приготовлено из сухого

молока, сливок, сахара, яичных желтков и натурального вкусового наполнителя.

Помимо наиболее популярных вкусов ванили, кофе или пассифлоры, есть деликатесные позиции, такие как «джандуйя» (gianduiotto – итальянский сорт шоколада с орехами). За баночку такого мороженого придется заплатить 7 долларов, однако переоценить наслаждение классическим «домашним» вкусом вряд ли удастся.

Органик-тренд

С каждым годом потребители все больше озабочены экологической безопасностью и вопросами своего здоровья. Несмотря на кризис, подавляющее большинство предпочитает покупать наиболее качественное из доступного на рынке, выбирая более «натуральные» и «природные» продукты.

Что значит органик? Традиционно к органик-решениям относят продукты с натуральным составом, когда при производстве используются только ингредиенты, созданные в соответствии с экологическим законодательством. Присутствие только органических, «природных» компонентов в рецептуре позволяет создать органик-продукт.

С точки зрения потребителя «органик» значит больше, чем только состав. Многие покупатели, замечая в линиях известных брендов упаковки в «органичном», «зеленом» или «природном» стиле, относят этот продукт к более натуральному, а значит и более «действительному», чем продукты конкурентов. Потребители с традиционными ценностями считают, что натуральное – всегда полезнее и эффективнее. В брендинговой стратегии органик-тренд уже давно стал важным инструментом коммуникации с потребителем.

Американский бренд мороженого Breyers представляет продукцию, изготовленную в соответствии с органическим законодательством, – составляющие рецепта проходят контроль от молочной фермы вплоть до качества упаковки и соблюдения экологических норм на производстве.

«Электронное» мороженое

Использовать не только функциональные ценности, но и эмоции, особенно в мороженом, – ценная составляющая новой брендинговой стратегии. На рынке все чаще появляются продукты, которые строят свою стратегию на трендовых новинках

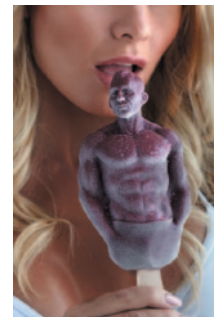
Обращение к детским ассоциациям с этим лакомством, а также к семейным ценностям – наиболее часто используемая «брендинговая тема».



Многие покупатели, замечая в линиях известных брендов упаковки в «органичном», «зеленом» или «природном» стиле, относят этот продукт к более натуральным, а значит и более «действенным», чем продукты конкурентов.



Использовать не только функциональные ценности, но и эмоции, особенно в мороженом – ценная составляющая новой брендинговой стратегии. На рынке все чаще появляются продукты, которые строят свою стратегию на трендовых новинках и увлечениях.



и увлечениях. Популярность новых дизайнерских гаджетов Apple затронула и рынок мороженого. Норвежский производитель Hennig Olsen весной 2009 года представил новинку – бренд IcePod, выполненную в форме «глазированного» iPod от Apple. Имидж новой марки поддержан промоакцией – вместе с покупкой каждой упаковки потребитель получает возможность бесплатно скачать песню норвежского исполнителя. Оригинальная идея, однако, может иметь не совсем приятные последствия для производителя мороженого, паразитирующего на раскрученном имидже электронного прототипа.

Традиции, традиции...

Помимо инновационных стратегий производители мороженого все больше возвращаются к истокам, выбирая «традиционную» брендинговую стратегию и имидж «того самого мороженого». Обращение к детским ассоциациям с этим лакомством, а также к семейным ценностям – наиболее часто используемая брендинговая тема. Однако вместо банальных сервировочных картинок с изображением эскимо или аппетитных сливочных

шариков, зарубежные производители подходят к традициям совсем не традиционным способом.

Британский производитель мороженого Rocombe Organic представил дизайнерское решение упаковки, которое передает традиционность и качество, однако в очень инновационной форме. Дизайн каждой упаковки выполнен в форме женского или мужского бюста в богатой традиционной английской одежде, с изящными графическими ювелирными украшениями. Брендинговая стратегия марки предполагает премиальное позиционирование по цене и качеству, в то же время передавая традиционные ценности.

К традициям хорошего вкуса и изысканных десертов обращается американский производитель мороженого Mercer's Dairy, который начал выпускать новую брендированную линию с вином разных марок. Белое и красное, мерло и каберне создали основу для «винной» линии Mercer's. Производить «винное» мороженое владелец компании г-н Херльберт решил после того, как наблюдал за подачей десертов в ресторане. Он обратил внимание, что некоторые посетители

добавляют вино в десерт из мороженого, который им подали. Такое необычное сочетание натолкнуло его на мысль сделать новый продукт в промышленном формате. Упаковка продукта выполнена в легком графическом французском стиле, который подчеркивает тонкий, десертный характер продукта.

Приятные ассоциации с вечером в ресторане, отпуском на южном курорте или культовым фильмом – все может стать основой для разработки нового продукта и бренда на рынке мороженого. Главное – была бы идея. Летом 2009 года британская компания Del Monte Superfruit Smoothies выпустила ограниченную серию замороженного сока в форме торса Дэниэля Крейга, последнего героя знаменитой бондианы. По заявлению представителей компании, над проектом работали известные британские художники, однако к продвижению этой новинки компания-производитель не имеет отношения. Вполне возможно, что использование знаменитостей не только в торговой марке, но и в форме самого мороженого станет модным трендом этого и будущего сезона. **МС**

Беседовала:



Виктория Загоровская

Гость:



Валентин Денисов,

Председатель Комитета Государственной Думы
по аграрным вопросам

Госдума приняла в первом чтении законопроект «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Очень многие аналитики предрекали крах этого документа: дескать, не смогут договориться правительство и депутаты, поэтому в обозримом будущем этот документ в Думу не попадет.

В круге первом

Должно быть, мы ходим по кругу:
мы все время на повороте.

«Пшечурай»



Между тем закон, разработка которого растянулась на пять лет, должен стать базой комплексных мер, в том числе по обеспечению продовольственной безопасности страны.

«Знаете, в чем состоит нонсенс? Сельхозпроизводители боролись за появление закона о сельском хозяйстве десять лет, промышленники настаивают на принятии закона о промышленной политике и только представители торговли не заинтересованы в том, чтобы появился закон, регулирующий их деятельность», – заявил с трибуны **председатель Комитета Государственной думы по аграрным вопросам Валентин Денисов.**

Мы обратились к нему за разъяснениями.

– Валентин Петрович, откуда исходят противоречия между производственной и торговой сферами и кого закон, в нынешней его редакции, защищает больше: производителей, поставщиков или сетевиков?

– Нынешняя ситуация в агропромышленном комплексе России говорит о том, что взаимодействие ее представителей с торговлей должно строиться только на основе закона. Почему? По всей цепочке: производство-переработка-реализация того или иного аграрного продукта постоянно возникает проблема справедливого распределения конечной прибыли между ее участниками. Смеею заметить, что в проигрыше всегда остаются представители АПК. Именно этот факт и является источником противоречия.

На первый взгляд, сетевики и поставщики вроде бы имеют одинаковые права и обязан-

ности, а в действительности больше прав получает торговля. У сельхозтоваропроизводителей товар специфический, скоропортящийся, а торговые сети под разными предложениями могут взять или не взять продукт, снизить цену, отложить его приемку.

В проекте закона предусматривается перечень недопустимых действий работников торговли и поставщиков товаров, однако пока не определены меры ответственности. Конечно, это должно найти отражение при доработке законопроекта.

– А что же предлагается для защиты отечественного сельхозтоваропроизводителя?

– В адрес торговых сетей в последнее время направлялось немало нареканий за взимание различных дополнительных плат с поставщиков товаров, так называемых «входных бонусов», а также за чрезмерное «накручивание» цен.

В проекте закона антимонопольным мерам посвящено три статьи. Ограничивается создание дискриминационных условий к поставщикам продовольствия, торговые сети не могут нарушать порядок ценообразования, а также предъявлять ряд

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Валентин Денисов:

«Необходимо в ближайшее время установить четкие правила игры на торговом рынке и справедливого распределения прибыли между сельхозпроизводителями, переработчиками продукции, транспортными системами и торговыми сетями. Ведь речь идет о спасении большей части сельскохозяйственной отрасли».

невыгодных для сельхозтоваропроизводителя условий.

В частности, законопроектом регламентируется навязывать поставщикам плату за доступ к торговым объектам, входящим в торговую сеть, и за изменение ассортимента товаров, а розничным сетям также запрещается требовать с поставщиков возмещения убытков при повреждении или утрате товара, произошедших после перехода прав на него. Вот вы, когда покупаете товар в магазине, то сразу же становитесь его собственником, но такая ситуация не рассматривается с поставщиками продукции. Поэтому требуется

уточнить момент перехода права собственности на товары от сельхозтоваропроизводителя к торговым сетям, чтобы исключить двойственную трактовку, в случае если товар будет похищен или испорчен.

На совещании, состоявшемся в Госдуме 23 сентября, вызвала бурную дискуссию норма, которая регламентирует антимонопольные меры регулирования рынка, а точнее запрет на приобретение торговыми сетями новых торговых площадей при достижении им 25%-ной доли на территории муниципального образования. Высказано предложение депутатов до-

*** СПРАВКА:**

Примером успешного объединения усилий всех участников производственной цепочки может служить открытие кооперативной торговой сети в Ульяновской области.

29 сентября Центросоюз РФ запустил новый масштабный проект Федеральной кооперативной торговой сети. В районных центрах Ульяновской области одновременно начинают работать 16 современных магазинов, в которых представлена промышленная и продовольственная продукция отечественных производителей, в том числе предприятий потребительской кооперации Ульяновской области.

Федеральная кооперативная торговая сеть Центросоюза России объединяет магазины, обеспечивающие население сельской местности и малых городов товарами первой необходимости по низким ценам. В среднем стоимость социально значимых продуктов питания в сети под брендом «КООП» на 20-30% ниже, чем в других магазинах Ульяновской области. Ассортиментный перечень продукции, а это 1100 наименований, на 98% обеспечен российскими производителями. Это прямой результат торговой политики Центросоюза России. Отечественные производители получили беспрепятственный доступ в новую сеть при условии высокого качества и конкурентной цены товара. Импортная продукция представле-

на только по тем позициям, которые не имеют отечественных аналогов.

Пилотный проект Федеральной кооперативной торговой сети одобрен Правительством РФ, осуществлен при поддержке Правительства Ульяновской области. Это практическая реализация приоритетов, обозначенных Президентом РФ Дмитрием Медведевым, о повышении доступности современных социальных услуг для сельских жителей, роста их доходов, улучшения условий труда и быта. Важно, что в магазинах Центросоюза России селянам предложат компетентное решение вопросов, связанных не только со сферой торговли, но и сферой услуг. Для населения созданы централизованные сети бытового обслуживания населения, организованы пункты по переводу коммунальных и других платежей.

Магазины Федеральной кооперативной торговой сети Центросоюза России будут открыты в крупнейших регионах страны. Создатели проекта убеждены, что его реализация будет иметь как серьезный экономический, так и социальный эффект. На базе потребительской кооперации России будет создана единая система закупок, переработки и гарантированного сбыта сельскохозяйственной продукции. Создание Федеральной кооперативной торговой сети – важный шаг для развития всего агропромышленного комплекса страны и повышения качества жизни сельских жителей.

бавить в законопроект, что запрет будет распространяться лишь при расширении сети на территории, где был превышен порог в 25%.

– Поясните, почему был снят с рассмотрения Госдумы законопроект, подготовленный рядом депутатов, Вами в том числе, и членами Совета Федерации? И как дальше будет корректироваться принятый в первом чтении законопроект?

– Принимая решение о снятии депутатского законопроекта, мы исходили из того, что «плохой мир лучше хорошей войны». И то, что депутаты в первом чтении приняли законопроект, я считаю маленькой победой, потому что парламентаризм это политика, умение сторон договариваться.

В то же время депутаты будут настаивать, чтобы ко второму чтению были включены принципиальные вопросы, касающиеся защиты сельхозтоваропроизводителей и отечественных поставщиков.

Закон необходимо принять в течение осенней сессии, так как речь идет об установлении четких правил игры на торговом рынке и справедливом распределении прибыли между сельхозпроизводителем, переработчиками продукции, транспортными системами и торговыми сетями.

– На каких положениях ко второму чтению законопроекта будут настаивать депутаты?

– Один из важных аспектов это введение более четкой формы сроков возврата платежей постав-

* ВАЖНЫЕ ЦИФРЫ!

Цены на товары магазинов под брендом «КООП» в среднем на 20-30% ниже, чем в розничной торговой сети Ульяновской области.

В магазинах Федеральной кооперативной торговой сети Центросоюза России 98% товаров отечественного производства.

16 магазинов Федеральной кооперативной торговой сети в Ульяновской области смогут обеспечить продукцией российских предприятий 13 населенных пунктов, в том числе город Ульяновск, потенциальные покупатели около 150 тыс. человек.

Основные поставщики продукции – 16 предприятий Ульяновской области, в том числе потребительские кооперативы.

Ассортиментный перечень магазина «КООП-торг» – 1100 наименований товаров.

Открытие магазинов Центросоюза России в Ульяновской области только на первом этапе позволило создать 120 новых рабочих мест. В создание Федеральной кооперативной торговой сети в Ульяновской области инвестировано более 100 млн руб.

* ВАЖНЫЕ ФАКТЫ!

Каждый третий житель России сегодня проживает в селе.

Повышение качества жизни сельских жителей – национальный приоритет.

Создание Федеральной кооперативной торговой сети обеспечит гарантированный сбыт сельскохозяйственной продукции, позволит увеличить сельхозтоваропроизводителям объемы производства.

В магазинах «КООПторг» будет создана централизованная сеть бытового обслуживания населения (по заявкам жителей на дом смогут выезжать лучшие мастера по ремонту жилья, пошиву одежды и обуви и т. д.). Центросоюз Российской Федерации будет открывать магазины Федеральной кооперативной торговой сети в других регионах России и странах СНГ.

щикам за поставленную продукцию в зависимости от срока их реализации: 3 дня для товаров, срок реализации которых составляет менее 72 часов, и 10 дней для всех иных продовольственных товаров. Сейчас торговые сети расплачиваются за такие товары в течение 30-60 дней. Получается парадоксальная ситуация, производители и поставщики беспроцентно кредитуют торговлю.

В законе следует четко прописать меру ответственности за нарушение норм регулирования наценок на отдельные виды продуктов питания.

Учитывая особенности розничной торговли, важно предусмотреть возможность регулирования порядка и срока поставки товара, а также сроков отсрочки платежей за поставленный товар.

Еще один принципиальный момент – это регулирование предельных цен на товар, в первую очередь мы говорим о товарах первой необходимости, таких как хлеб, молоко, яйца и другие продукты, которые обязательны для питания каждого человека.

При доработке законопроекта следует более четко прописать общие принципы организации торговой деятельности на потребительском рынке, определены участники отношений на этом рынке, а также все основные понятия в сфере торговли, ввести дополнительно такие понятия, как «услуги торговли» и «комиссионная торговля».

Например, если отсутствуют очевидные различия между понятиями «розничная торговля», «оптовая торговля» и «торговая деятельность», то все они предполагают последующую перепродажу.

Кроме того, требуется определить порядок проведения конкурсов и аукционов на право размещения нестационарных торговых объектов на земельных участках, находящихся в государственной или муниципальной собственности.

Мы понимаем, что компромисса достигнуть нелегко, но необходимо совместными усилиями принять такой документ, который бы устраивал всех участников процесса: от производителей до потребителей готовой продукции.

Сначала закон, а потом его четкое исполнение – только так мы сможем навести порядок, в том числе по ценам на хлеб и на другие виды продовольствия. **МС**



VIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ МОЛОЧНАЯ ИНДУСТРИЯ

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

Оборудование и технологии молочного животноводства
Оборудование и технологии для производства
молочной / молкосодержащей продукции
Оборудование и технологии упаковки
Пищевые ингредиенты, добавки и специи. Технологии применения
Охлаждающие и нагревающие технологии и оборудование
Готовая молочная продукция
Оборудование и технологии для производства
безопасной продукции. Контроль качества
Инжиниринг
Торговое оборудование, HoReCa
Отраслевые союзы и Ассоциации

СЪЕЗД МОЛОЧНОГО СОЮЗА РОССИИ

Научно-практические конференции
Панельные дискуссии
Семинары
Мастер-классы
Технические экскурсии
Конкурсная программа

ПРАЗДНОВАНИЕ 10-ЛЕТНЕГО ЮБИЛЕЯ МОЛОЧНОГО СОЮЗА РОССИИ

II МЕЖДУНАРОДНЫЙ САЛОН СЫРА

Участники Салона: посольства, профильные
международные ассоциации, производители сыров
и вин, ингредиентов, оборудования, торговые
организации, рестораны

3 ТЕМАТИЧЕСКИХ ДНЯ

Специальная экспозиция
Презентации
Доклады представителей производств
Выступления экспертов – анализ рынка
Дискуссии, мастер-классы, дегустации

16-19 марта 2010

Москва, Всероссийский Выставочный Центр,
Новый павильон №75

ООО ГЛОБАЛ ЭКСПО:

129223, Москва, проспект Мира 119, ВВЦ стр. №51, Тел.: +7 (495) 980 21 84, +7 (495) 987 39 57

Факс: +7 (495) 981 82 21 e-mail: info@dairy-industry.ru

www.dairy-industry.ru



Автор:

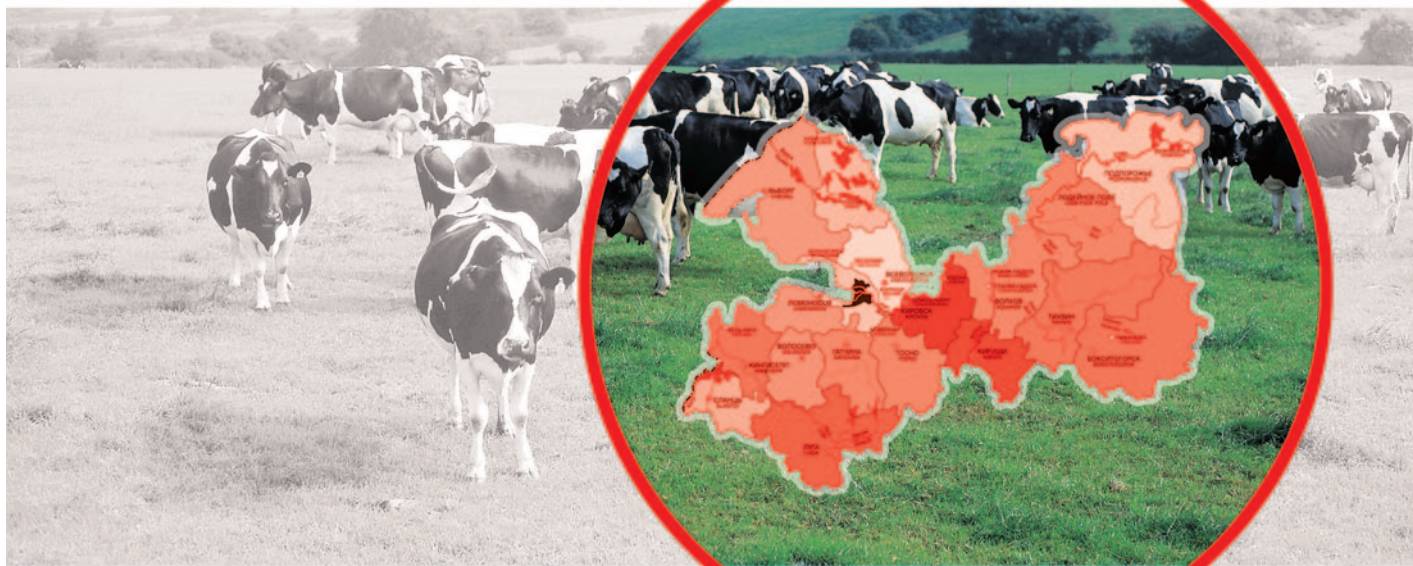


Виктория Загорская

Источники:

Сообщения пресс-службы Министерства сельского хозяйства РФ, Департамента информационной политики Правительства Ленинградской области

Безумству храбрых поем мы песню



Кризис привел к тому, что в России все реже решаются на открытие собственного дела. В первом полугодии в стране создано 115,6 тыс. новых коммерческих организаций, что на 45% меньше, чем за соответствующий период 2008 года. Число прекративших свою деятельность предприятий в январе-июне этого года серьезно превышает количество новых бизнесов.

Однако, несмотря на общее снижение количества открываемых бизнесов, количество новых фермерских хозяйств российского АПК активно растет: в первом полугодии 2009 года оно увеличилось на 42,3% по сравнению с данными аналогичного периода прошлого года.

В зените славы

Промышленность Ленинградской области чувствует себя увереннее петербургской. Уже несколько лет подряд Ленобласть остается привлекательным регионом для инвестиций: за последние пять лет отмечено трехкратное увеличение объема вложений в основной капитал. Сегодня Ленобласть занимает десятое место по сумме привлеченных инвестиций среди регионов России, а по объему на душу населения – второе. В прошлом году их размер составил 161 млрд руб.

Стимулом для прихода инвесторов стал запущенный в 2006 году национальный проект, а затем одноименная федеральная программа. Они позволили областному АПК справиться с разрухой 90-х годов и совершить гигантский рывок.

В прошлом году эксперты отмечали успешное развитие районов в целом, например Волосовского, и отдельных предприятий: племенное хозяйство «Лебяжье» Ломоносовского района, Гатчинский молочный завод компании «Галактика», РАПТИ Лужского района, хозяйство «Приневское» Всеволожского района. Среди крупных объектов, запущенных в 2008-2009 годах, – Кингисеппский молочный комбинат, первая очередь мясоперерабатывающего завода «Атрия групп», племенной завод «Рабитицы» Волосовского района, завершивший строительство животноводческого комплекса на тысячу голов. Планируют развивать производство Синявинская птицефабрика, птицефабрики «Северная», «Роскар», «Ленптицепром», «Лебяжье», предприятия СПК «Нива». Всего в этом году предполагается ввести в строй 16 новых объектов на общую сумму 10 млрд руб.

Сельхозпроизводителями Ленинградской области за январь-июль 2009 года произведено на 5,2% больше продукции по сравнению с тем же периодом прошлого года. Общий объем производства составил 23,4 млрд руб. Налоговые поступления в бюджет региона за этот период на 24% превзошли плановые показатели и составили 683 млн руб.

За первое полугодие объем привлеченных средств в основной капитал областного АПК составил 1,2 млрд руб., в первую очередь за счет развития новых видов деятельности – цветоводства, козоводства, тепличных хозяйств.

За семь месяцев года из бюджета области на поддержку сельского хозяйства и рыболовства было направлено более 1,5 млрд руб., что в 1,6 раза больше, чем за соответствующий период предыдущего года.

Фаворит властей

Когда в этом году приток новых инвесторов в область сократился на 20%, правительство предложило индивидуально подходить к проблемам каждого предпринимателя, желающего вложить деньги в экономику региона, и продемонстрировало готовность участвовать в решении самой серьезной для инвесторов проблемы – с инфраструктурой. Подключение к инженерным источникам в области занимает до 30% стоимости проекта, что значительно снижает рентабельность, в два раза увеличивая срок его окупаемости. Уже в начале 2009 года заговорили о введении отсрочки платежа за подключение к электроэнергетике для инвесторов до момента запуска производства.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ с 2001 года регионы получили право самостоятельно формировать реестр предприятий, получающих электроэнергию по тарифам, отличающимся от установленных для промышленных производств. Данный вопрос находится в ведении областного комитета по тарифам и ценовой политике. В 2009 году «промышленный тариф» дважды пересматривался в сторону увеличения: в январе и июле.

В сентябре Комитет по агропромышленному комплексу Ленинградской области выступил с предложением о включении в реестр сельхозтоваропроизводителей региона, оплачивающих электроэнергию по льготным тарифам, комбикормовых заводов, а также предприятий, перерабатывающих молоко и мясо.

Ранее в реестр уже были включены животноводческие и растениеводческие хозяйства, предприятия, занимающиеся племенным делом, семеноводством, звероводством и рыбоводством, тепличные комбинаты и птицефабрики. В настоящее время речь идет о расширении списка на 42 организации. Всего в Ленинградской области работает 21 предприятие мясопереработки, 6 комбикормовых заводов и 15 заводов, перерабатывающих молоко.

В этом году представлен проект Федерального закона «О внесении изме-

в Министерстве сельского хозяйства России будут дополнительно просубсидированы из федерального бюджета. Региону дополнительно будет перечислено 62 млн руб.: 11 млн на развитие производства мяса крупного рогатого скота и 51 млн руб. на молочное животноводство.

Отчасти эти средства пойдут на реализацию пилотного проекта Министерства сельского хозяйства России, предусматривающего строительство восьми семейных молочных ферм, рассчитанных на 100 голов крупного рогатого скота.

За прошедшие десять лет местным властям удалось создать благоприятный инвестиционный климат, благодаря которому по размеру инвестиций на душу населения Ленинградская область входит в российскую тройку лидеров.

нений в некоторые законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования оборота и использования земель сельскохозяйственного назначения». Он, в частности, предусматривает установление критериев ненадлежащего использования земельных участков, конкретизацию понятия особо ценных угодий, ужесточение перевода земель сельхозназначения в другие категории, упрощение процедуры формирования земельных участков в счет долей в праве общей собственности на земельный участок, уточнение порядка обращения невостребованных земельных долей в государственную и муниципальную собственность.

Кроме того, Комитет по управлению государственным имуществом занимается формированием земельных участков, которые находятся в собственности региона, но не используются, для передачи в аренду под сельскохозяйственное производство.

В этом году региональные программы Ленинградской области по развитию мясного и молочного животноводства в результате конкурсного отбора

Министр сельского хозяйства России Елена Скрынник предложила создать единый реестр крестьянских (фермерских) хозяйств. Соответствующее поручение дано **президенту Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР) Владимиру Плотнокову**. Реестр позволит получать актуальные данные о количестве хозяйств, их формах собственности, площадях используемых земель, объемах производства сельхозпродукции и др.

Как Министерство сельского хозяйства, так и Правительство Ленинградской области заинтересованы в развитии малых форм хозяйствования в сельских районах, так как фермеры вносят существенный вклад в деятельность агропромышленного комплекса.

Российские фермеры все активнее участвуют в Государственной программе развития сельского хозяйства: пользуются всеми видами господдержки, принимают участие в реализации экономически значимых региональных проектов. **МС**

Беседовала:



Виктория Загоровская

Гость:



Светлана Бучина,

руководитель проекта Управления страхования аграрных и природных рисков компании РОСНО

Сейчас у всех на слуху птичий грипп и африканская чума свиней. Но и у КРС имеется много опасных болячек, которые могут привести к уничтожению стада или большим потерям. Об особенностях страхования КРС мы поговорили с руководителем проекта Управления страхования аграрных и природных рисков РОСНО Светланой Бучиной.

Грипп у птиц, чума у свиней. Что грозит КРС?

– Расскажите, какие заболевания угрожают сегодня крупному рогатому скоту и насколько велика опасность их распространения?

– Смертельно опасное для животных заболевание, вызывающее серьезную озабоченность в последнее время, это блютанг (катаральная лихорадка) КРС, недавно получившее широкое распространение в странах Европы. В 2008 году вспышки блютанга были зарегистрированы в Германии, Франции и Голландии, странах – поставщиках племенного поголовья скота в Россию. Смертность КРС достигала 60-70%. В 2009 году заболевание распространилось дальше на север и было обнаружено в Австрии, Италии, Норвегии, Швеции.

В России вспышки блютанга давно не регистрировались, поэтому сейчас стоит задача не допустить дальнейшего проникновения заболевания на нашу территорию. С этой целью проводятся превентивные мероприятия, например, в декабре прошлого года в Калининградской области началась экстренная вакцинация КРС. У привозных животных во время карантина в стране-экспортере и на нашей территории несколько раз исследуется кровь на это опасное заболевание, завозятся животные только из благополучных хозяйств.

Но в странах Европы, несмотря на вакцинацию, распространение заболевания продолжается, даже по вакцинированному поголовью. При этом импорт скота по несколько десятков тысяч голов в год

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



Светлана Бучина:

«Страховщики в зарубежных компаниях обычно не открывают информацию по тарифам для крупных клиентов. Кроме того, перечень рисков бывает разным – не везде покрываются опасные инфекционные заболевания. Часто ущерб от них компенсирует государство».

из этих стран не прекращается. Поэтому полностью исключить вероятность вспышек этого заболевания в России нельзя.

Широко распространены у нас и «традиционные» болячки КРС. По данным информационно-аналитического центра Россельхознадзора, в 2008 году сдано на убой 4715 голов, больных туберкулезом, 7329 голов – бруцеллезом, 44 100 голов – зараженных вирусом лейкоза КРС.

Остается напряженной обстановка по ящуру. Злокачественная форма ящура вызывает гибель 20-50% крупного рогатого скота. По прогнозу МЧС в 2009 году существует опасность заноса ящура на южные территории России со стороны Китая, Монголии, Пакистана.

Неблагополучная ситуация и с сибирской язвой – на территории России суще-

ствует более 50 тыс. сибироязвенных скотомогильников.

Учитывая непростую ситуацию, РОСНО перед принятием на страхование изучает ветеринарные справки хозяйства (наличие прививок, проведенные исследования, благополучие по острым и хроническим инфекционным заболеваниям, причины выбытия скота), осматривает стадо, изучает данные об эпизоотической обстановке на территории страхования.

– Какие варианты страхования КРС существуют и как можно оценить спрос на данную услугу? Можно ли застраховаться от проблем, связанных с транспортировкой животных? И существует ли разница в условиях страхования за-

везенного из-за границы скота и выращенного на территории страны?

– Сейчас спрос на страхование КРС в основном обусловлен тем, что стадо выступает средством залога в банках и сельхозпредприятие вынуждено его страховать для получения кредита.

Но такое страхование нельзя назвать добровольным, оно встречается гораздо реже из-за недостатка средств сельхозпроизводителей.

Владельцы сельскохозяйственных предприятий могут, во-первых, застраховать животных как «имущество» от всех классических рисков (пожар, ПДТЛ и т.д.), во-вторых, от специфических рисков, присущих животным (заболевание или несчастный случай). И наконец, дополнительно застраховать снижение стоимости животного вследствие несчастного случая или заболевания, потерю или снижение прибыли животноводческого предприятия в результате сокращения объемов производства или перерыва в производственной деятельности.

На страхование принимаются быки-производители, коровы, нетели, телки, телята, бычки, приплод, эмбрионы. Существует своя специфика при страховании основного стада, молодняка на откорме, приплода, животных во время транспортировки. Самки животных могут быть застрахованы на случай гибели в результате беременности и родов, приплод животных – на случай гибели в результате досрочных, аномальных родов, выкидышей или внематочной беременности, рождение мертвого плода или гибель уже родившегося животного в результате связанного с родами заболевания, эмбрионы животных – на случай гибели при трансплантации (извлечении и пересадке); при хранении и/или перевозке в специальных контейнерах в результате утечки питательной среды или испарения газа.

Животных можно застраховать как по конкретному перечню рисков, так и от гибели по любой причине.

При выплате страхового возмещения компенсируются расходы, произведенные в целях сокращения убытка, в качестве дополнительных возможностей могут оплачиваться расходы на проведение мероприятий по ликвидации по-

следствий инфекционных заболеваний. Условия страхования подбираются индивидуально для каждого сельхозпредприятия.

При перевозке животные могут быть защищены, начиная с момента погрузки на транспортное средство до момента доставки в пункт назначения, во время пребывания в карантине. Страховая сумма на животных может быть увеличена на расходы на перевозку и таможенное оформление.

«Основными причинами высокой гибели привозных коров являются изменение рациона питания, неподготовленность персонала, приводящая к нарушению технологии ухода, неприспособленность иммунной системы к новой микрофлоре».

Племенной скот, привозимый из-за границы, особенно подвержен рискам. Повышенная гибель таких животных возникает не только потому, что животным приходится адаптироваться к местному климату, переживать стресс, связанный с пере-

возкой и скученностью, но из-за несоблюдения условий содержания.

Основными причинами высокой гибели привозных коров является изменение рациона питания, неподготовленность персонала, приводящая к нарушению технологии ухода, неприспособленность иммунной системы к новой микрофлоре. Кроме того, не всегда правильно осуществляется отбор животных (завоз выбраковки). При содержании в одном помещении привезенных животных с животными местных пород они взаимно обмениваются незнакомыми для них вирусами, заражают друг друга инфекционными заболеваниями.

В привезенных стадах у КРС происходит нарушение обмена веществ. При этом патология животных обычно диагностируется после окончания карантинных сроков, после отела заболеваемость возрастает.

РОСНО принимает на страхование импортированный в Россию скот, но при этом внимательно изучает все документы на ввезенных животных (экспортный сертификат, договор на поставку, ветеринарные документы). Изучаются данные о проведенных прививках и сроках их действия, собирается информация о наличии сопровождения специалистами консультационных фирм, наличие сертификатов на корма.

РОСНО проводит предстраховой осмотр стада, при необходимости привлекая ветеринаров.

Средняя стоимость страховки составляет от 0,5 до 1,5% в год. Тариф зависит от места рождения животных (в России или за рубежом), возраста, цели использования (дойное стадо, молодняк на откорме и т. п.), статистики убытков сельхозпредприятия.

Тариф по привозным животным, естественно, выше, чем по рожденным на территории России.

– Какова процедура получения страховых выплат и каким был их максимальный размер в практике РОСНО?

При наступлении страхового случая сельхозпредприятие заполняет заявление на выплату, прикладывает к нему документы, подтверждающие страховой случай. Например, если животное погибло – необходим протокол вскрытия; акт (заключение) о гибели, вынужденном убое или уничтожении животного с указанием причин гибели, вынужденного убоя.

Предоставляются также справки из компетентных органов (МВД, МЧС и т.п.), если они привлекаются к расследованию.

Страховое возмещение по договору страхования животных в размере 742 073 руб. РОСНО выплатило сельскохозяйственному предприятию Городецкого района Нижегородской области. По договору страховой защитой были обеспечены 150 коров голштинской породы, привезенных в Россию из Нидерландов, и их приплод. Племенные животные были застрахованы от гибели и вынужденного убоя в результате заболеваний, несчастных случаев, пожара, удара молнии, взрыва, противоправных действий третьих лиц, беременности и родов, утраты в результате кражи.

Коровы стали погибать одна за другой после отела в результате наступивших осложнений, и РОСНО возместило ущерб хозяйству по факту падежа 11 голов крупного рогатого скота.

В Ростовской области РОСНО выплатило 838 377,75 руб. за гибель коров швицкой породы, привезенных из Германии.

В практике выплат РОСНО часто встречается гибель КРС в результате заболеваний, несчастных случаев. За прошедшее лето причинами гибели коров были в основном отравления, травматический ретикулит, тимпания, что связано с выпасом животных. Происходят и более экзотические вещи – например, в Мордовии коровы погибли в результате покусываний бешеной лисицей. **мс**

«Бодрая корова» нашла инвестора

Основной владелец птице-холодильного ЗАО «Приосколье» Геннадий Бобрицкий приобрел 26,67% акций ОАО «Белгородский хладокомбинат», крупнейшего производителя мороженого в Центральном Черноземье (основной бренд «Бодрая корова»).



По словам бизнесмена, ему интересны складские помещения завода под хранение птицы, а также возможность использования логистических наработок предприятия, которое на рефрижераторах возит мороженое более чем в 40 регионов России.

«Мы планируем задействовать часть складских помещений комбината под хранение птицы, — пояснил Геннадий Бобрицкий. — Кроме того, у хладокомбината хорошо отлажена логистика: он занимается поставками мороженого на рефрижераторах по 20 тонн по всей России (в базе завода 46 городов, среди которых Нальчик, Новосибирск, Магадан). Такой дистрибуторский ресурс мы также планируем использовать в своих целях».

Аналитики считают, что актив может быть привлекателен для господина Бобрицкого и как отдельный бизнес. Производство мороженого гарантированно дает прибыль начиная с годовой мощности в 6-8 тыс. тонн, поэтому Геннадий Бобрицкий, даже если не учитывать возможности использования хладокомбината в интересах «Приосколья», получил блокпакет довольно привлекательного актива.

www.meatmarket.ru



Selver экспортирует молоко в Латвию

Selver вывел на рынок новую серию молочной продукции Selver Pluss, которая продается в одинаковой упаковке как в Эстонии, так и в Латвии.

Этикетки с логотипом Selver, специально произведенные Valio по заказу Selver молока, кефира, сметаны и йогурта, содержат инфор-

мацию на двух языках — эстонском и латышском.

«Продукция под логотипом Selver, как правило, предлагается по более выгодным ценам», — сообщила исполнительный директор A-Selver AS Ийви Саар. «Серия продукции "Selver Pluss" продается во всех 40 магазинах Selver в Эстонии и Латвии. Отличительной чертой Selver в Эстонии является то, что мы отдаем особое предпочтение товарам отечественного производства. По тому же принципу мы действуем и в Латвии, делая ставку, в том числе, на товары, отличающиеся от продукции латвийских конкурентов — этого от нас и ждут клиенты», — сказала Ийви Саар.

«В ассортименте молочной продукции, входящей в группу товаров private label, представлены все основные группы продуктов: молоко, сметана, кефир и новые йогурты. Поскольку при нынешней рыночной ситуации, особенно в Латвии, помимо высокого качества крайне важным торговым аргументом является низкая стоимость, льготные цены товаров private label — серьезное конкурентное преимущество новой серии продукции», — сообщил директор по закупкам и производству A-Selver AS Андреас Хейнвер.

dairynews.ru



Sanofi-Aventis готова выкупить 50% Merck

Один из лидеров мирового фармацевтического рынка Sanofi-Aventis SA решил купить долю Merck & Co в компании — производителе медикаментов для животных Merck. Стоимость покупки пока не разглашается. По оценкам экспертов, речь может идти о сумме в 2 млрд евро (2,8 млрд долл.).

«Здоровье животных представляет собой очень интересный бизнес и, если есть такая возможность, мы будем участвовать в нем более интенсивно», — заявил исполнительный директор Sanofi-Aventis Крис Виебахер.

Некоторые мировые фармацевтические компании обращаются к бизнесу по охране здоровья животных для диверсификации своей деятельности. В то время как продажи медикаментов для людей выросли в 2008 году лишь на 1,3% до 291 млрд долл., оборот рынка лекарственных препаратов для животных увеличился на 7,2% до 19,2 млрд долл.

В настоящее время Sanofi-Aventis и Merck контролируют по 50% акций Merck, продажи которой в прошлом году вырос-

ли до 2,6 млрд долл. Продукция компании включает в себя препарат от паразитов Ivomec, вакцины против болезней скота и корм для животных.

Продажи таких компаний будут увеличиваться и дальше, что объясняется растущим спросом на мясо, молоко и яйца, который, по оценкам специалистов, увеличится на 50% к 2020 году, по мере роста численности населения Земли.

www.k2kapital.com

Основатель «Черкизово» построит 10 молокозаводов

Бабаев планирует построить 10 молокозаводов в России до 2012 года, а затем потратить еще два года на вывод производств на полную мощность.



Первыми в сентябре 2009 года введены в эксплуатацию заводы в Тамбове и Липецке, каждый из которых стоит по 1 млрд руб. Позже аналогичные предприятия будут созданы в Вологодской, Самарской, Ульяновской, Пензенской, Саратовской, Оренбургской и других областях России. Каждый такой завод сможет перерабатывать 40-45 тонн молока в сутки.

Продукция молокозаводов будет реализовываться под маркой «Семейные фермы». По словам Игоря Бабаева, его компания будет использовать простую упаковку в виде пластиковых бутылок, напоминая стандартные стеклянные молочные бутылки.

www.dairynews.ru

Dannon заплатит 35 млн долл. за урегулирование судебного процесса

Представитель Dannon Company Inc. американского подразделения Danone Group объявил о том, что громкий судебный процесс о несправедливой рекламе йогуртов Activia и DanActive, начавшийся в январе 2008 года, будет урегулирован «мирным» путем.

Для этого будет создан специальный фонд — 35 млн долл., из которого будут выплачиваться



компенсации «недовольным потребителям».

Dannon также внесет некоторые изменения в оформление этикеток этих продуктов, маркетинговую программу и рекламную кампанию, которой управляет агентство Young & Rubicam, Нью-Йорк.

Сумма соглашения об урегулировании исков о несправедливой рекламе продуктов питания, которую обнародовали в Dannon, на сегодняшний день является наиболее значительной за всю историю подобных судебных разбирательств.

Тем не менее представитель объяснил подобный шаг компании так: «Мы урегулировали этот судебный иск, чтобы избежать неясности в ситуации и дальнейших затрат на судебные издержки. При этом мы отрицаем ложную суть рекламы наших ведущих брендов Activia и DanActive».

foodretail.ru

Valio удвоит мощ- ности подмосков- ного завода

Финский молочный концерн Valio планирует в 2010 году начать работу по удвоению мощности завода по производству сыра в Подмоскowie, максимальная производительность которого сегодня составляет 2 тыс. тонн в год, сообщил генеральный директор подразделения Valio в России Мика Коскинен.



Инвестиции в удвоение производственных мощностей завода составят около 10 млн евро. Завод был запущен в начале сентября, а инвестиции в него составили 50 млн евро.

Также Коскинен сказал, что Valio рассматривает возможность создания совместного предприятия (СП) в области молочной переработки с российской компанией. Пока финский концерн изучает рынок и не называет конкретных претендентов на создание СП. При этом компания ищет регион, где будет достаточное количество поставщиков сырого молока высокого качества, а также невысокая стоимость ресурсов для создания предприятия, уточнил Коскинен.

Продажи компании в России за первые шесть месяцев этого года составили 29 696 тонн.

В I-м квартале показатели российского представительства Valio соответствовали запланированным на 100% (при этом продажи в 2009 году на 6% превысили продажи за аналогичный период 2008 года). Во втором удалось превысить заложенные в бюджет планы на 5%, что показало 14%-ный рост относительно второго квартала прошлого года. Реализованные компанией 6167 тонн продукции в июне – это самый высокий месячный показатель за всю историю работы концерна в России.

Anchor запускает производство сыра в России

Крупнейшая новозеландская молочная компания Fonterra, представленная в России только маслом Anchor, выводит на рынок сыр под тем же брендом.

Компания заключила лицензионное соглашение с петербургской компанией «Фудлайн» на его производство на российской площадке. Это позволит Fonterra сократить расходы на логистику и таможенные пошлины на сыр, и снизить стоимость продукта, считают эксперты.

Сырье для производства на первоначальном этапе будет поставляться из Новой Зеландии.

В дальнейшем, возможно, оно будет закупаться и в России.



Компания Fonterra, созданная в 2001 году в результате слияния новозеландских кооперативов New Zealand dairy cooperatives и New Zealand Dairy Board, является одним из крупнейших производителей молочной продукции в мире. Она реализует продукцию в 40 странах под торговыми марками Anchor, Mainland, Fresh' n' Fruity, Anlene, Anmum, Fernleaf, Tip Top и др.

Несмотря на кризис и снижение потребления и производства многих молочных продуктов в России, потребление сыра продолжает расти как за счет внутреннего производства, так и за счет импорта, рассказывает аналитик Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР) Татьяна Рыбалова. «Понятно, что российский рынок более привлекателен, чем, к примеру, европейские рынки, которые уже не показывают такого роста», – отмечает она. По данным ИКАР, объем внутреннего производства за первое полугодие 2009 года вырос на 6% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года, до 221 тыс. тонн, импорт сыров в Рос-

сии сохранился на уровне прошлого года – 144 тыс. тонн.

RBC Daily

«Эссен продакшн АГ» запустит производство молока

ЗАО «Эссен продакшн АГ» (Самарская область) планирует инвестировать 2-3 млн евро в молочное производство в Кировской области, сообщил генеральный директор компании Леонид Барышев 25 сентября.



По его словам, средства будут направлены как на создание мощностей по переработке молока, так и на поддержку молочных ферм, «чтобы молоко соответствовало необходимому качеству». На будущем предприятии предполагается перерабатывать до 100 тонн молока в сутки.

Леонид Барышев также заявил о планах компании перевести в Ки-

ровскую область производство соусов. В настоящее время компания производит 2 тыс. тонн соусов в месяц в Елабуге (Татарстан). Перевод мощностей в другой регион позволит расширить производство майонеза на мощностях в Елабуге.

investorkirov.ru

Молоко Valio появилось в США

Финская Valio начала поставки в США безлактозного молока Valio Real Goodness, которое появилось в сентябре в 3200 магазинах страны.

По оценкам компании, только на восточном побережье США проживает 12 млн человек с непереносимостью лактозы. Перед американским отделением компании поставлена задача – превысить рыночную долю в 20% в своем сегменте за первый год. В долгосрочной перспективе Valio планирует охватить все население страны с непереносимостью лактозы, а это 60 млн потребителей.

Молоко будет выпускаться на собственной ферме компании в США по запатентованной технологии Valio. Появившаяся в 2001 году в Финляндии инновационная разработка теперь представлена в 12 странах.

dairynews.ru

РОСНАБ



Y1-ОРП-1
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ –
до 3000 ПАКЕТОВ/ЧАС



Y1-АПК-1
АВТОМАТ ДЛЯ ПРИКЛЕИВАНИЯ
КРЫШКИ НА ПАКЕТ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ –
3200 ПАК/ЧАС

АВТОМАТЫ для разлива и упаковки

жидких пищевых продуктов
в пакеты ПЮР-ПАК и ТЕТРА-РЕКС

- Гарантийное и сервисное обслуживание
- Обучение персонала
- Поставка запасных частей и комплектующих

Автоматы оснащены аппликатором
установки крышки на пакет



ООО «ВИЯ»

624001 Свердловская обл.,
г. Арамиль, ул. Клубная, 7
http://via.e-burg.ru, e-mail: via@ural.ru
тел.: (343) 216-01-57, 216-02-51, 216-02-52
факс (343) 344-09-90



Итоги «Петербургской технологической конференции»

В конференц-зале петербургского машиностроительного завода «Таврас-Феникс» 9 июля состоялась технологическая конференция для представителей молочных производств из разных регионов России.

Директора, начальники производств и главные технологи смогли прослушать ряд докладов. В рамках первой части семинара слушателей ознакомили с тенденциями и перспективами развития упаковочного оборудования для молочной продукции, системами сертификации и безопасности пищевых продуктов, требованиями к специальным жирам для молочной промышленности.

Во второй половине дня была проведена экскурсия по машиностроительному заводу «Таврас-Феникс», в ходе которой участникам конференции были продемонстрированы образцы выпускаемого на заводе оборудования: роторные и многорядные автоматы для фасовки и упаковки молочной продукции в пластиковую тару, ли-

нии розлива в бутылки и картонные пакеты «пюр-пак», горизонтальные автоматы для упаковки изделий во «флор-пак», вертикальные автоматы для розлива в полиэтиленовые пакеты-«подушки», автоматические линии для создания групповой транспортной упаковки.

После экскурсии продолжили работу заявленные секции. Наибольший интерес вызвали презентации по тактике ведения переговоров, ситуации на рынке труда в пищевой промышленности, составу потребительской корзины молочных продуктов.

По завершении семинара участники разделились: часть из них отправилась в деловую поездку на молочную ферму в Финляндию, остальные – на экскурсию по рекам и каналам Санкт-Петербурга. ■

Соса-Кола выпустит газированное молоко

Американская компания Соса-Кола в ближайшее время намерена выпустить на европейский рынок газированное молоко, испытания которого сейчас полным ходом идут в Нью-Йорке.

Сообщается, что напиток будет продаваться в алюминиевых банках и первоначально иметь пять вкусов: «кофе», «цитрус», «манго», «персик» и «тропический коктейль».

Отношение к базовому напитку даже на его родине далеко не однозначно. Британские ученые выяснили, что чрезмерное употребление напитка «Соса-Кола» может стать причиной самых разных проблем со здоровьем, начиная с легкого недомогания и заканчивая полным мышечным параличом.

Губернатор Нью-Йорка Дэвид Паттерсон предложил ввести специальный налог на напитки «Соса-Кола» и другие питьевые продукты, содержащие сахар, поскольку по статистике один из четырех жителей штата Нью-Йорк в возрасте до 18 лет страдает ожирением.

У компании Соса-Кола были трудности и с администрацией по контролю над пищевыми продуктами и лекарственными препаратами в США. Это ведомство предписало исправить некорректные данные о наличии полезных веществ, которые были указаны в этикетке одного из видов прохладительных напитков. Эксперты установили, что в этой жидкости недостаточно питательных веществ, чтобы соответствовать размещенной на упаковке характеристике «содержит витамины и минералы».

www.moloko.cc

Росагролизинг в СЗФО

Общий объем заключенных договоров Росагролизинга с аграриями Северо-Западного федерального округа на поставку племенного скота, сельскохозяйственной техники и оборудования превышает 2 млрд руб.



Большую часть поставок составила сельхозтехника и оборудование. Среди активных получателей комбайнов и тракторов – аграрии Ленинградской и Вологодской областей.

Приобретение племенного скота на условиях федерального лизинга позволяет сельхозтоваропроизводителям на доступных и выгодных условиях расширять свои хозяйства, увеличивая численность стада и создавая новые животноводческие площадки. За весь период сотрудничества сельхозпредприятия СЗФО приобрели через Росагролизинг более 6200 голов племенного производства.

Росагролизинг также осуществляет поставки технологического оборудования. Всего в регионах Северо-Запада было создано и модернизировано более 67 тыс. скотомест.

ИА DairyNews

Исследование состава мороженого обернулось скандалом

Независимое исследование о составе мороженого «Инмарко» и «Сибхолод», проведенное лабораторией Сибирского федерального центра оздоровительного питания по инициативе общественного деятеля Владимира Кириллова, вызвало бурную реакцию со стороны Союза мороженщиков России.



Исследование, результаты которого были обнародованы 20 июля, показало, что не нарушая закона, производители добавляют в состав продуктов сравнительно дешевые и возможно вредные для здоровья ингредиенты. Мороженое «Сан-Крем», «Магнат Мадагаскар» и «Экзо Черника-Ежевика» произ-

водства «Инмарко» сделано, главным образом, из кокосового масла и только на 1 % из молочного жира (массовая доля жира – 10%). В рожке со вкусом киви от компании «Сибхолод» молочного жира оказалось всего 0,7% (массовая доля жира 8%).

Гендиректор Союза мороженщиков России Валерий Елов признался, что молока во многих марках действительно мало, но категорически не согласился с мнением исследователей, что кокосовый заменитель вреден для здоровья.

«С появлением технологий, которые позволяют использовать богатый перечень наполнителей, на рынке появилась новая продукция, при изготовлении которой просто необходимо использовать жиры растительного происхождения», – отметил он.



«Никто не говорит, что они нарушают закон, однако из этого не следует, что их продукция полезна, – прокомментировал реакцию мороженщиков директор Сибирского федерального центра оздоровительного питания Яков Новоселов. – Ведь у производителей цель одна – получить максимальную прибыль, и именно ради нее они закладывают в продукт дешевое кокосовое масло, по полезности значительно уступающее сливочному».

news.ngs.ru



«Нутритек»: как выбраться из долгов

Совет директоров «Нутринвестхолдинга» (является головной компанией «Нутритека») 7 сентября принял решение о дополнительном выпуске акций в количестве 100 млн шт. Номинальная стоимость бумаг – 0,01 руб. за шт. Средства, привлеченные в ходе доэмиссии, будут направлены на погашение задолженностей компании.

В июле «Нутритек» допустил дефолт по погашению дебитного выпуска облигаций на 1,2 млрд руб. В конце июля компания представила кредиторам план реструктуризации долгов. Владелец бондов предлагается обменять данные



prodosfera.com
ИНФОРМАЦИОННЫЙ
ПОРТАЛ

бумаги на бумаги нового выпуска. Срок обращения облигаций второй серии должен составить 5 лет, объемом выпуска – 1,32 млрд руб. Как сообщается на сайте «Нутритек», большинство кредиторов согласны с условиями реструктуризации. Однако в «Уралсиб Капитал» их посчитали неприемлемыми. Крупнейший держатель облигаций и организатор размещения подал иск на 50 млн руб. «Уралсиб» – далеко не единственный, кто обратился в суд с иском к «Нутритеку». В арбитраже Москвы находится еще 11 заявлений. Общая сумма исков – 177,24 млн руб. На компании также «висят» три крупных кредита, которые «Нутритек» должен был оплатить 1,5 года назад: HSBC – 375 млн руб., Юникредитбанк – 598 млн руб. и Россельхозбанк – 214 млн руб. В марте этого года «Нутринвестхолдинг» также допустил технический дефолт. Компания не выплатила держателям облигаций первой серии купон на сумму 32,904 млн руб. В декабре 2008 года «Нутринвестхолдинг» не смог рассчитаться по выпускам

еврооблигаций на общую сумму 105 млн долл. 11 марта на внеочередном собрании акционеров было принято решение о дополнительном выпуске 100 млн акций. Затем в СМИ появилась информация, что миноритарные акционеры «Нутринвестхолдинга» обратились в Федеральную службу по финансовым рынкам (ФСФР) с просьбой отказать компании в регистрации дополнительной эмиссии.

fincake.ru

Молочная выручка «Вимм-Билль-Данн» упала на треть

Полугодовые результаты одного из ведущих производителей молочной и соковой продукции компании

«Вимм-Билль-Данн» (ВБД) превзошли прогнозы аналитиков. Так, согласно отчетности компании по US GAAP, выручка за полгода снизилась по сравнению с показателем за аналогичный период



2008 года на 28,2%, до 1,97 млрд долл. Чистая прибыль в долларах хотя и продемонстрировала отрицательную динамику в сравнении с прошлым годом, но на 14% превысила ожидания аналитиков, достигнув 64,9 млн долл. В рублях чистая прибыль стабильно росла: так, второй квартал 2009 года превзошел предыдущий почти вдвое, полугодие – на 12,3%.

Снижение долларовых показателей в компании объясняют девальвацией рубля, которая была «частично компенсирована позитивными изменениями в ассортименте». Особенно чувствительно для ВБД стало снижение спроса на молочную продукцию: в результате выручка именно в сегменте «молоко» снизилась сильнее всего – на 32,5%, до 746,7 млн долл.

Как сообщил председатель правления «ВБД Продукты питания» Тони Майер, ВБД сохраняет прогноз по инвестициям до конца года на уровне 150 млн долл., хотя предполагается, что по итогам года вложения будут ниже. За первое полугодие компания уже успела инвестировать 45,9 млн долл., тогда как за тот же период 2008 года затраты составили 112,1 млн долл.

www.rbcdaily.ru



«Севзапмолоко»: до банкротства недалеко

В отношении крупного производителя молочной продукции в Ленинградской области – ОАО «Севзапмолоко» инициирована процедура банкротства.

Иск в Арбитражный суд подал один из кредиторов компании – областное хозяйство «Нива-1». Поводом для этого послужила задолженность за поставки комбикормов, впрочем, возможно, обострили ситуацию и возникшие проблемы со сбытом продукции «Севзапмолока» и их многочисленные долги перед поставщиками. На сложную экономическую ситуацию на молочном предприятии повлияли и обострившиеся отношения с крупными торговыми сетями.

Стоит отметить, что летом 2008 года «Севзапмолоко» неоднократно «атаковали» пиар-акциями. На одной из них группа молодых людей устроила некий «Блевоотный пикет», якобы отравившись продукцией «Севзапмолока». Во второй раз перед офисом компании пикетировали люди в костюмах борщевика, намекая на то, что на предприятиях «Севзапмолока» в корма животным добавляют борщевик, в связи с чем их продукция становится опасной для потребителей. Президент компании Игорь Подлипенцев заявлял, что акции были заказаны несколькими бизнесменами, которые желали заполучить принадлежащую предприятию землю в Ленобласти.

www.47news.ru

На «Волховский плюс» пришел новый собственник

Молокоперерабатывающий завод «Волховский плюс» сменил собственника – его новым владельцем стал Никита Мельников, основной акционер крупнейшей в Ленинградской области фабрики по производству яиц «Синявинская». В ближайших планах акционеров – увеличить мощность предприятия, производящего продукцию под маркой «Старая Ладога», минимум на четверть.

Эксперты предполагают, что стоимость активов предприятия, построенного около 6 лет назад, составляет несколько сотен миллионов рублей, но основную сумму выплат за «Волховский плюс» составили долги. Однако господин Мельников заверил, что основной долг предприятия около 36 млн руб. – кредит перед Сбербанком и при месячном обороте в 27 млн руб. он не является обременительным.

По словам Никиты Мельникова, в августе завод переработал 1,45 тыс. тонн молока (около 1,5% от общего объема переработки молока в Санкт-Петербурге и Ленинградской области) и в ближайшие месяцы его мощность будет увеличена на четверть. Дальнейшее развитие завода будет зависеть от решений в сфере госрегулирования молочной отрасли.

Приобретение завода – не первая попытка расширения сферы деятельности «Леноблтицепрома». В сентябре прошлого года холдинговая компания «Парнас» объявила о продаже контрольных пакетов акций предприятий холдинга ООО «Леноблтицепром». Однако через два месяца сделка была аннулирована, как утверждают в «Леноблтицепроме», из-за обнаруженной высокой задолженности компаний «Парнаса».

КоммерсантЪ

Морозильные лари DANCAR

Морозильные лари относятся к разряду оборудования, которому всегда и везде найдется место. Компактность, возможность легкого передвижения, множество дополнительных опций делает его доступным практически для всех видов торговли: уличной, контейнерной, палаточной и магазинной.

Лари можно увидеть и на улице, и в большом торговом зале, и в очень маленькой палатке, и у кассы в супермаркете.

В этом сезоне завод-производитель «Италхолод» (Великие Луки, Псковская обл.) предлагает автономные мобильные морозильные лари DANCAR 12V, которые разработаны специально для уличной торговли и торговли в местах, где недоступно подключение к электросети.

Морозильный ларь DANCAR 12V тропического климатического класса исполнения до 12 часов поддерживает температурный режим –18° –24° С без подключения к электросети при температуре окружающего воздуха до +38° С.



Ларь получает питание от внутренней аккумуляторной батареи и после разовой зарядки может работать в течение всего рабочего дня, даже если крышка морозильника часто открывается. DANCAR 12V представлены в трех модификациях: с глухой, стеклянной прямой и гнутой крышками в двух объемах: 120 и 270 л. Модели идеально подходят для уличной торговли и делают ее максимально комфортной.

Укомплектовать аккумуляторные лари DANCAR 12V можно на любой вкус. Дополнительное оборудование облегчает размещение товара и помогает продлить срок его эксплуатации. Эффективным средством рекламы является брендированный морозильный ларь – яркий морозильник стимулирует интерес даже самого пассивного покупателя, а производитель делает легко узнаваемым. Защищает оборудование и продавца от солнечных лучей и осадков, сделав торговую точку максимально заметной. Транспортные тележки с укрытием с нанесенным на него фирменным знаком производителя. **Р**

ДВАДЦАТЬ ВТОРАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА (КОНКУРС)



ВСЕРОССИЙСКАЯ МАРКА (III ТЫСЯЧЕЛЕТИЕ). ЗНАК КАЧЕСТВА XXI ВЕКА

15-18 декабря 2009 г.
Москва, ВВЦ, павильон № 69

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
И ПОСТАВЩИКОВ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК
ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ

ОРГАНИЗАТОРЫ:

РОСТЕСТ-Москва
АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ

Фонд социально-экономических и интеллектуальных программ
Фонд «Национальная Слава»

Исполнительная дирекция:

ООО «АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ»
129223, Москва, Проспект Мира,
ВВЦ, павильон № 69
www.rosmarka.ru



тел.: (499) 760-33-86, 760-36-57,
(495) 234-50-42
тел./факс: (499) 760-33-56
E-mail: expo@amscort.ru

Автор:



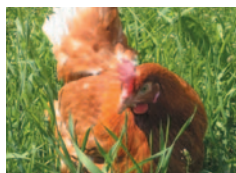
Виктория Загоровская

Компания: Роскар

Экомаркировка как решение маркетинговых задач



Елена Кудрявцева: «Чтобы обеспечить всей нашей продукции серьезное конкурентное преимущество, нами была выбрана ниша экологически безопасных продуктов. Мы считаем, что с каждым годом потребитель будет уделять этому аспекту все больше внимания, и строим на этом нашу маркетинговую стратегию»



В марте 2009 года куриные яйца и мясо цыплят-бройлеров, произведенные на птицефабрике «Роскар», прошли экологическую сертификацию в АНО «ТЕСТ Санкт-Петербург», и предприятие получило право использовать маркировку «ЭКО-ТЕСТ ПЛЮС».

Говорить о качестве не рекламными слоганами

Экологическая маркировка, отличающая экопродукцию, – знак, который можно найти на упаковках российских и зарубежных товаров. Его может получить только та компания, которая прошла многоуровневую экспертизу и доказала экологическую безопасность и высокое качество продукции. Цель экологической маркировки – предоставление потребителям доступной информации, позволяющей сделать выбор в пользу качественного продукта, учитывая также минимальное негативное воздействие на окружающую среду в процессе его производства.

Если до кризиса предприятия экономили на экологических аспектах, логично было бы предположить, что теперь они вообще забудут об экологической безопасности. Однако руководство компании уверено, что как раз кризис – неудачное время для экономии на качестве продукции и соответственно на экологических аспектах. «Оказавшись в условиях ограничения потребления, можно предположить, что потребитель будет закрывать глаза на качество продукта и выбирать исключительно по цене. Но, к счастью, не так, – убеждена **руководитель отдела маркетинга Елена Кудрявцева**. – Россия в ментальности потребления догоняет Европу “семимильными шагами”. Лозунг “Чем дешевле – тем лучше” благополучно уходит в небытие, потребитель осмысленно выбирает продукты питания, заботясь в первую очередь о своем здоровье и здоровье близких. Вне зависимости от кризиса потребители должны получать основные продукты питания, такие как куриные яйца

и мясо птицы, самого высокого качества. А предприятия, которые считают, что могут экономить на качестве, обречены погибнуть в ближайшем будущем все в зависимости от экономической ситуации в России и в мире».

Кроме того, по ее словам, исторически сложилось, что продукция «Роскар» – одна из самых дорогих на рынке в своей группе, и получение экомаркировки послужило дополнительным обоснованием ее стоимости, ведь качество дешевым не бывает.

Исследования подтверждают, что декларирование полезности для здоровья повышает интерес к давно присутствующим на рынке брендам и обеспечивает добавленную ценность. «Куриные яйца – традиционный продукт ежедневного потребления, но у нас нет простых инструментов, чтобы идентифицировать наш продукт, как, допустим, у производителей молочных продуктов: добавка бифидобактерий уже позволяет позиционировать продукт в нише полезных для здоровья, – рассказывает Елена Кудрявцева. – У нас тоже есть яйца с содержанием полезных элементов: каротиноиды, йод, селен, но это менее очевидно, чем бифидобактерии. И к сожалению, эта ниша не так велика, но мы там удерживаем лидерские позиции. Однако чтобы обеспечить всей нашей продукции серьезное конкурентное преимущество, нами была выбрана ниша экологически безопасных продуктов. Мы считаем, что с каждым годом потребитель будет уделять этому аспекту все больше внимания, и строим на этом нашу маркетинговую стратегию. В высокой заинтересованности потребителей и их готовности платить за экопродукты более высокую цену мы видим тренд современного рынка».

История с продолжением...

История «Птицефабрики «Роскар»» насчитывает уже более 36 лет. Первая очередь птицефабрики была запущена в декабре 1972 года. В честь юбилейной даты образования СССР предприятию тогда было присвоено название «Птицефабрика им. 50-летия СССР». Проектная мощность составляла 260 тыс. кур-несушек, производство яйца – 58,9 млн шт. в год, производство мяса – 592 тонны в год.

Постоянная реконструкция помещений с заменой оборудования для содержания птицы позволила довести к 2007 году поголовье кур-несушек до 1 млн 830 тыс., а общее поголовье птицы яичных пород – до 2 млн 610 тыс. голов. Объем производства яйца в 2008 году составил 635 млн шт. в год.

В 1985 году построен цех сушки яйца, где был налажен выпуск сухого меланжа. Его мощность на тот момент составляла 120 тонн в год.

В 1992 году после приватизации (учредителями стали все работники хозяйства) птицефабрика, расположенная на Карельском перешейке, получила свое нынешнее название – «Роскар», что значит «Российская Карелия».

В 1994 году с целью повышения качества кормов и снижения производственных издержек на птицефабрике был обра-

зован собственный комбикормовый завод. Объем производства комбикорма в 2007 году составил 100 тыс. тонн.

В 1997 году было принято решение разводить мясные кроссы птицы, для чего была приобретена занимавшаяся производством племенного яйца бройлерной птицы птицефабрика «Коробицыно» и обанкротившийся мясоперерабатывающий завод рядом с «Роскаром».

В 1999 году на «Роскаре» введен в эксплуатацию первый в России завод по глубокой переработке яиц. Сегодня его мощность составляет до 1,2 млн шт. яйца в сутки. Здесь производят жидкие охлажденные и замороженные яйцепродукты – меланж, желток, белок, а также сухие продукты переработки яйца.

В 2003 году на предприятии внедрена система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов ХААСП (Hazard Analysis and Critical Control Point). «Роскар» – первая российская птицефабрика, получившая сертификат данной системы.

В 2006 году птицефабрика вошла в национальный проект «Развитие АПК». В его рамках на отделении «Коробицыно» проведено техническое перевооружение племенного стада бройлеров с увеличением поголовья до 50 тыс. голов, модернизирован и расширен убойный цех в отделении Первомайское, закуплен комплект голландского оборудования для убойного цеха. Целью модернизации стало увеличение производства мяса птицы до 10 тыс. тонн в живом весе в год. Ре-

конструкция 4-этажного птичника кур-несушек в 2007 году позволила дополнительно производить 46,9 млн шт. яйца.

В 2006 году запущен завод по переработке помета, способный производить 2 тонны гранулированного органического удобрения в час. Запуск нового производства позволил приблизиться к решению актуальной для всех птицефабрик проблемы утилизации куриного помета. Удобрение выпускается под торговой маркой «Урожай без забот».

В 2007 году проведена реконструкция цеха сортировки и упаковки яйца с монтажом мощного яйцесортировально-упаковочного комплекса «МОВА» производительностью 180 тыс. шт. яиц в час.

В 2008 году введено в эксплуатацию оборудование по производству готовых омлетов.

Проведена масштабная реконструкция комбикормового завода со строительством зернохранилищ на 12 тыс. тонн, модернизирован пункт разгрузки зерна.

Продолжена реконструкция птичников, что позволит произвести в 2009 году свыше 700 млн яиц.

Модернизирована линия по производству полуфабрикатов из цыплят бройлеров и произведено расширение холодильников убойного цеха. Сегодня производительность цеха разделки и упаковки составляет более 200 тонн в месяц.

Введена в эксплуатацию новая, более производительная линия по варке яиц.

Основой маркетинговой стратегии «Роскара» является поддержание стабильного качества продукта, улучшение его характеристик и увеличение лояльности потребителей к производителю. «Мы не говорим о качестве нашей продукции ничем не значащими рекламными слоганами, которым давно не верят, мы позволяем подтвердить его сторонним независимым организациям и стараемся донести это до потенциальных покупателей. И это является основой наших коммуникаций с потребителем», – подчеркивает **генеральный директор «Птицефабрики «Роскар»» Валерий Горячев.**

По мнению руководства птицефабрики, уровень экологической активности компании определяет ее социальную ориентацию, уровень заботы о безопасности и здоровье покупателей. Эти факторы формируют имидж предприятия, степень лояльности потребителей

к ней. А положительный имидж компании, как известно, является нематериальным активом, и он значительно увеличивает ее рыночную капитализацию как в России, так и за рубежом.

«У предприятия не возникло сложностей с прохождением экологической сертификации, потому что качество продукта всегда было нашим конкурентным преимуществом, – говорит Елена Кудрявцева. – С 2003 года наше производство сертифицировано по Международной системе контроля качества пищевых продуктов ХАССП, ведется строжайший санитарно-ветеринарный контроль, который осуществляется квалифицированными ветеринарами и микробиологами с использованием современного оборудования. Мы активно внедряем и будем внедрять комплексные проекты по переработке промышленных отходов. Например, проект переработки кури-

ного помета путем его сжигания для получения тепла и энергии. Работает оборудование по сушке и гранулированию помета с целью производства натурального органического удобрения (2 тонны в час). В данный момент разрабатывается проект по увеличению мощности оборудования и поиски рынков сбыта».

Производственные возможности

Сегодня «Птицефабрика «Роскар»» – это современный птицеводческий комплекс с замкнутыми технологическими процессами от производства яиц до их глубокой переработки и от выращивания бройлеров до переработки мяса птицы. Он включает в себя цеха родительского стада, цеха выращивания молодняка кур-несушек и цеха выращивания бройлеров, цех инкубации, цеха промышленного стада, комбикор-

мовый завод, цех сортировки и упаковки яиц, цех по переработке яиц, цех убоя птицы и переработки мяса, систему складов для хранения продукции.

На предприятии используются одни из самых продуктивных кроссов – яичный Lohmann и мясной Ross. Родительские формы для кур-несушек завозятся из Германии, а для бройлеров – из Финляндии. Родительские стада содержатся на отдельных площадках. Птичники оборудованы автоматическими кормушками, поилками и системой вентиляции, обеспечивающей оптимальную температуру и влажность, комбинированной напольной системой

цен на зерно и комбикорм держат птицеводов в постоянном напряжении. Поэтому при первой возможности руководство птицефабрики приняло решение о строительстве собственного комбикормового завода. И в 1994 году с целью повышения качества кормов и снижения производственных издержек был введен в эксплуатацию завод, на котором уже в 2007 году объем производства комбикорма составил 100 тыс. тонн.

Завод выпускает 16 видов комбикорма для всех половозрастных групп яичной и мясной птицы. Сбалансированное кормление с применением

мойке, отбору яиц с насечкой, как видимой, так и скрытой, сортировки по весовым категориям, упаковки в различную тару. Для качественной сортировки и упаковки яиц установлены современные яйцесортировальные комплексы МОБА производительностью 180 тыс. и 120 тыс. яиц в час, «Даймонд» – 140 тыс. яиц в час. Применение системы автоматической укладки обеспечивает снижение процента битых яиц.

Переработка яиц происходит на заводе, построенном в 1999 году и обновленном с увеличением мощности на 70% в 2004 году. Современное оборудование и гибкие технологические процессы позволяют разделить яйцо на белок и желток и производить яичные продукты в сухом, жидком охлажденном и замороженном видах.

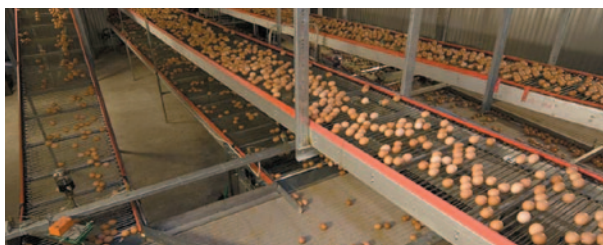
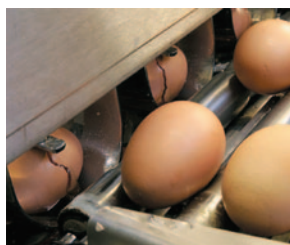
На «Птицефабрике "Роскар"» линия розбива яиц мощностью до 80 тыс. яиц в час. Линия полностью автоматизирована и позволяет контролировать процесс розбива, сведя к минимуму человеческий фактор при производстве продукции, и тем самым исключить попадание инородных предметов и обеспечить высокое качество. Эта технология является передовой в Европе, где ее наличие – обязательное требование к производству продуктов переработки яйца.

Собственная лаборатория, оснащенная современным оборудованием, гарантирует быстрое и эффективное выполнение всех необходимых анализов для обеспечения высокого качества и безопасности продукции.

При выращивании цыплят-бройлеров используется голландское оборудование, которое позволяет поддерживать необходимый режим освещения, температуры, раздачи кормов и воды.

Забой птицы осуществляется на голландской конвейерной линии высокой производительности (6 тыс. бройлеров или 4 тыс. кур-несушек в час). Мясо перерабатывается на различном оборудовании, что дает возможность получить большой ассортимент продукции. В 2002 году была введена новая линия по глубокой переработке мяса птицы, которая позволила производить полуфабрикаты и готовые продукты, соответствующие европейским стандартам.

На территории предприятия имеются холодильные мощности на 1 тыс. тонн и помещения с постоянно поддерживаемой температурой для хранения яиц.



С 1998 года на фабрике развивается направление производства обогащенных яиц с повышенным содержанием полезных для организма человека элементов

содержания на сетчатых полах и глубокой подстилке, автоматическими гнездами для кур. Племенное яйцо поступает на инкубатор, где инкубируется в современных машинах фирм Hatch Tech и Jamesway. Основной особенностью промышленного птицеводства является выращивание чистопородной птицы в условиях максимального приближения к потребностям ее организма с исключением любого вредного влияния внешней среды, образно говоря, в «тепличных» условиях. Акцент работы с птицей в сторону повышения ее продуктивности и снижения затрат корма, создание оптимальных условий выращивания и кормления птицы позволило компании достигнуть значительных экономических показателей. В настоящее время общее поголовье птицы составляет свыше 2,6 млн.

В структуре себестоимости птицеводческой продукции комбикорма занимают до 70%, а зависимость от импорта белковых добавок практически 100%-ная. Нестабильный рынок и рост

витаминого комплекса позволяет производить яйцо с прочной скорлупой, повышенным содержанием витаминов, ярким желтком и отличным вкусом.

На фабрике проводится постоянная реконструкция цехов содержания птицы, при которой идет замена клеточного оборудования, что позволяет вдвое увеличить посадочное поголовье, снизить расходы на транспорт, электроэнергию и затраты труда. В данный момент на птичниках ведется компьютерный учет продуктивности, расхода кормов, воды, воздухообмена. Применение в системе содержания птицы новейших технологий позволило довести производство яиц до 700 млн шт. в год (план производства на 2009 год).

Весь процесс производства яйца автоматизирован. Из птичников яйца поступают в цех сортировки и упаковки по утепленным галереям системы яйцесбора. Яйцесортировальный комплекс управляется с помощью компьютера и выполняет операции по

Склады, расположенные во всех региональных представительствах, обеспечивают быструю и своевременную доставку товара клиентам и оптимизируют систему заказов.

Отвечая современным тенденциям рынка

Цыплята-бройлеры, выращенные на птицефабрике, отличаются тонкой жировой прослойкой и большим объемом белого мяса. Нежный вкус и высокие диетические свойства мяса цыплят-бройлеров приобретает именно благодаря подбору рецептуры кормов, производимых на комбикормовом заводе птицефабрики, отсутствию гормонов и стимуляторов роста, а также современной системе содержания птицы. Автоматизированные линии обеспечивают точное потребление цыплятами нормы корма в день для наилучшего соотношения мяса и жира.

Сегодня в числе продуктов «Роскар» – охлажденная и замороженная продукция из мяса кур и цыплят-бройлеров: целые тушки птицы, разделка, охлажденные субпродукты, натуральные и рубленые полуфабрикаты, мясо птицы, подготовленное к кулинарной обработке, готовые изделия.

С 1998 года на фабрике развивается направление производства обогащенных яиц с повышенным содержанием полезных для организма человека элементов. Первым было выведено яйцо под торговой маркой «ЭКСТРА», ярко-оранжевый цвет желтка которого обеспечивает введение в корм кур-несушек веществ, богатых каротиноидами, способными снижать концентрацию холестерина в крови человека и полезными для зрения.

В 2002 году ассортимент пополнился яйцом «Омега-3 Актив», содержащим полиненасыщенные жирные кислоты (ПНЖК) Омега-3.

Обычно куры-несушки на птицефабриках находятся в клетках в течение всего периода жизни. Конечно, подобные условия являются для них определенным стрессом. «Счастливые» несушки на «Роскаре» таких стрессов не испытывают – нет клеток, среда обитания приближена к естественным условиям сельского подворья. Курицы свободно передвигаются и гнездятся. Кроме того, несушки получают высококачественные сбалансированные корма, каких не увидишь даже в деревне, в том числе натуральные корма из ржи, ячменя и семян подсолнечника.

В результате в яйце сохраняется максимум всех витаминов и минеральных веществ. С 2002 года «Роскар» производит яйца «Счастливая курица» от несушек, содержащихся по уникальной для России бесклеточной системе.

В 2006 году появилась еще две новинки: яйцо «Активита» с повышенным содержанием йода и селена и особо крупное яйцо «Мега» массой свыше 75 г (категория СВ).

В 2007 году фабрика начала выпуск яиц под торговой маркой «Пользики» с необычным кремовым цветом скорлупы и повышенным содержанием йода. Яркий дизайн упаковки с игровыми



Птичники оборудованы автоматическими кормушками, поилками и системой вентиляции, обеспечивающей оптимальную температуру и влажность

элементами не имеет аналогов на рынке куриного яйца и призван привлечь в первую очередь внимание детской аудитории. Аргументом в пользу покупки нового яйца для взрослых становится наличие йода. Потребление йода детским и взрослым населением России составляет в среднем 40-80 мкг в день, что ниже нормы в 2-3 раза. Основная причина йододефицита – его низкое содержание в почве и воде, особенно в больших городах. Недостаток йода способствует нарушению функции щитовидной железы, снижает уровень иммунитета, чрезвычайно негативно отражается на состоянии организма в целом.

В сентябре 2008 года птицефабрика вывела на рынок новый продукт – куриное яйцо «Добрая птичница». Сочетание качества продукции «Роскара» и экономичного ценового позиционирования делает яйца доступными для всех слоев населения.

Птицефабрика «Роскар» является крупнейшим производителем про-

дуктов яичной переработки в России – белка, желтка и меланжа. Современное оборудование и гибкие технологические процессы позволяют разделить яйцо на белок и желток и производить яичные продукты в сухом, жидком охлажденном и замороженном видах.

На уникальном в нашей стране яичцеварочном комплексе (номинальная мощность до 14 тыс. шт./ч) производятся вареные яйца, расфасованные в пластиковые ведра по 75 или 150 шт. В конце прошлого года была запущена автоматизированная линия по производству замороженных омлетов, готовых к употреблению. Аналогов подобного оборудованию в России также пока нет. Кроме классического омлета выпускаются его вариации с различными добавками: сыр, ветчина, зелень. С целью большего охвата рынка начиная с 2009 года на «Роскаре» некоторые продукты переработки яйца, а именно сухой яичный белок, яичный меланж, жидкий яичный желток, производятся с увеличенным сроком хранения.

На сегодняшний день продукты переработки яйца от «Птицефабрики «Роскар»» представлены по всей России, яйцо – в большинстве крупнейших городов на европейской части России, мясо и продукты его переработки – в основном на северо-западе страны.

Основная стратегическая цель предприятия – лидерство в области качества и постоянные инновации в применяемых технологиях. Основой социальной миссии компания видит формирование культуры потребления куриных яиц и мяса птицы и популяризацию функциональных продуктов питания.

Вместе с тем, используя в производстве только экологически чистые материалы и современные безотходные технологии, «Роскар» ставит себе целью обеспечение максимальной защиты окружающей среды. Именно поэтому получение экомаркировки стало еще одним шагом на пути глобальной стратегии компании.

«Наша продукция, в отличие от продукции конкурентов, прошла экологическую сертификацию в независимой организации, и мы заявляем ее экологическую безопасность, основываясь на экспертных заключениях. Это не рекламный ход, а продуманная долгосрочная стратегия», – подтверждает руководитель отдела маркетинга Елена Кудрявцева. **МС**

Автор:



Виктория Загоровская

Компания:

«Юнимилк»

Стратегические приоритеты компании «Юнимилк»

Компания «Юнимилк» 9 сентября открыла вторую очередь завода «Петмол» в Санкт-Петербурге. Запуск второй очереди позволит выпускать новые для компании категории продуктов – творожные десерты и густые йогурты. Кроме того, весной «Юнимилк» и Valio заключили лицензионное соглашение об использовании «Юнимилком» запатентованного Valio пробиотика LGG. Финский концерн первый раз предоставил свою разработку другой компании, оперирующей на рынках России и Балтийского региона. Соглашение позволило «Юнимилку» запустить линию продукции, обогащенную LGG, – «Био Баланс».

Европейские инновации – российскому потребителю

«Юнимилк» – относительно молодая для молочного рынка компания. Нам всего семь лет, в то время как, например, ВБД – вдвое больше. Но у нас уже полностью сформирован определенный портфель брендов, в основе которого – бренд «Простоквашино», нацеленный на семейную аудиторию. По показателю доли рынка в объеме и стоимостном выражении он занимает первое место в СНГ в сегменте молочных продуктов», – рассказывает **директор по корпоративным коммуникациям компании Павел Исаев**.

В ближайших планах доработка портфеля теми продуктами, которых у нас не хватает, – это функциональные, инновационные продукты, формирующие отношение к молочной категории



В церемонии открытия приняли участие вице-губернатор Санкт-Петербурга Михаил Осеевский, генеральный директор компании «Юнимилк» Андрей Бесхмельницкий, а также руководители компаний – финансовых, технологических и коммерческих партнеров компании

не просто как к еде, а как к элементу определенного, активного и здорового, образа жизни, и нацеленные на индивидуальное потребление.

Именно поэтому мы вывели на рынок линейку функциональных продуктов под брендом «Био Баланс». Для его продвижения были куплены права на использование последней разработки Valio – пробиотика LGG.

Сегодня уникальный пробиотик LGG, способствующий улучшению пищеварения и укреплению организма, используется в продукции «Био Баланс» на эксклюзивных правах. Если в странах Европы бактерии LGG успешно применяются в течение свыше двух

десятилетий, то в Россию они пришли лишь сейчас.

Бренд «Био Баланс» является одним из фокусных для компании «Юнимилк». На протяжении последних месяцев он претерпел как внутренние, так и внешние изменения.

С 1 июля марка функциональных молочных продуктов «Био Баланс» изменила свой имидж. В поддержку марки стартовала ее первая телевизионная рекламная кампания: 20- и 30-секундные ролики транслировались на Первом канале, телеканалах Россия, СТС, Домашний, ДТВ, НТВ и ТНТ. Рекламная кампания создавалась на основе нового позиционирования: «Био Баланс» вос-

становливают жизненные силы организма естественным путем.

«Био Баланс» ориентирован на современных людей, которые понимают важность здорового образа жизни, ценят высокое качество и натуральность молочных продуктов.

Изначально целевой аудиторией бренда были замужние женщины 35-50 лет со средним уровнем дохода, имеющие детей. В связи новым позиционированием и переориентацией на более молодую аудиторию, обновленный визуальный образ бренда должен был приобрести современный характер и обеспечить более сильную дифференциацию различных вкусов в линейке.

Задача придания дизайн-концепции более современного характера была решена за счет усовершенствования логотипа и детальной проработки продуктовой зоны. Реалистичное изображение ингредиентов, а также цвет фона способствуют дифференциации вкусовой палитры «Био Баланса» – теперь потребитель легко различит йогурты из солнечной кураги и душистых лесных ягод, пикантного черносливка и освежающего зеленого чая с лимоном. Несмотря на то что форма бутылки осталась прежней, дизайн упаковки продуктов, выпускаемых под брендом «Био Баланс», также полностью изменился: стал более стильным и современным, отвечающим тенденции минимализма в упаковке.

* СПРАВКА:

Основанная в 2002 году компания «Юнимилк» специализируется на производстве молочной продукции и детского питания. Стратегия компании нацелена на развитие дистрибуции на рынках России, Украины, Беларуси и Казахстана, модернизацию и специализацию производственных мощностей, построение сильных брендов.

В настоящее время «Юнимилк» объединяет 32 предприятия в России и на Украине. Среди крупнейших предприятий холдинга – ОАО «Петмол» (Санкт-Петербург), ОАО «Милко» (Красноярск), ОАО «Самаралакто» и ОАО «Липецк-молоко».

Слоган «Ежедневный вклад в ваше здоровье» доносит до потребителей позиционирование бренда, что позволяет сохранить имеющихся покупателей и привлечь новых.

Решать рыночные задачи, не отступая от стратегии

«Строительство и поддержка брендов является для компании приоритетом. Она превращается в маркетингово ориентированную и дистрибуционную, – говорит директор по корпоративным коммуникациям Павел Исаев. – Если раньше компания была больше производственной, то теперь мы нацелены на решение рыночных задач. При этом мы не корректируем стратегию развития, а адаптируем ее к имеющимся условиям. Поэтому на кризис среагировали только ростом».

В августе «Юнимилк» начал выпуск широкой линейки молочных продуктов под торговой маркой «Для всей семьи» в экономичном ценовом сегменте. В продуктовую линейку вошли пастеризованное молоко различной жирности, топленое молоко, кефир, ряженка, бифидок, снежок, питьевые йогурты. Цена пастеризованного молока «на полке» составляет порядка 22 руб., кефира – 23 руб.

Впоследствии ассортимент новой торговой марки планируется пополнить сметаной, густыми йогуртами, творогом.

Выпуск продукции под ТМ «Для всей семьи» начат на заводах компании в Шадринске, Томске, Казани, Орле, Смоленске и Владимире. В ближайшее время количество производственных площадок будет увеличено до 15. В августе объемы производства составили около 600-700 тонн готовой продукции, а через полгода планируется выйти на ежемесячный объем продаж не менее 3 тыс. тонн.

«К созданию этого бренда мы также подошли инновационно – продукция вышла в совершенно новой, нетрадиционной для российского рынка упаковке эколин и эколин slim, отличающейся удобством в использовании и экологичностью, поскольку в значительной степени состоит из природного мела. Мы сотрудничаем с ведущими дизайнерскими агентствами независимо от того, на какой сегмент рассчитан продукт», – отмечает Павел Исаев.

В большей степени продукция рассчитана на тех потребителей, кото-



Запуск второй очереди позволит выпускать новые для компании категории продуктов – творожные десерты и густые йогурты в объеме до 70 тонн/сутки

рые прежде делали выбор в пользу молочных продуктов, расфасованных в пленку. Запуск новой линейки продуктов позволит увеличить долю компании на потребительском рынке, поскольку предложение вводит новые стандарты соотношения цена/качество в этом ценовом сегменте. У нового бренда есть несколько конкурентных преимуществ: необычная для россиян удобная в использовании упаковка, яркий, заметный дизайн, широкая ассортимента, приемлемая цена и качество продукции.

Новые площадки – новые возможности

Одним из наиболее значительных для «Юнимилка» событий этого года стал запуск второй очереди завода «Петмол». В церемонии открытия приняли участие вице-губернатор Санкт-Петербурга Михаил Осеевский, генеральный директор компании «Юнимилк» Андрей Бесмельницкий, а также руководители компаний – финансовых, технологических и коммерческих партнеров компании.

На новой производственной площадке будет выпускаться детское питание (до 100 тонн/сутки): обогащенное молоко, детские кефиры и йогурты, творог и творожные пасты, детские соки.

Кроме того, запуск второй очереди позволит выпускать новые для компании категории продуктов – творожные десерты и густые йогурты в объеме до 70 тонн/сутки. Детское питание и продукция десертно-йогуртной группы, произведенные на «Петмол», будут продаваться на всей европейской части России и экспортироваться в сопредельные государства.

Ожидается, что объем переработки сырья вырастет с 400 до 600 тонн



в сутки. Инвестиции в строительство второй очереди предприятия составили 600 млн руб. Технологическим оборудованием, поставленным по системе коммерческого лизинга, завод оснастила государственная компания «Росагролизинг». Осенью прошлого года «Росагролизинг» также выступил главным финансовым партнером запуска первой очереди завода «Петмол». Государственная компания обеспечила финансирование проекта объемом 33,8 млн евро на условиях коммерческого лизинга за счет кредитных ресурсов, привлеченных от иностранных банков.

Первая очередь новой производственной площадки молочного комбината «Петмол», ориентированная на выпуск цельно- и кисломолочных продуктов, была введена в эксплуатацию 12 сентября 2008 года. Строительство завода в промзоне «Парнас» позволило освободить от промышленного использования ценные для города исторические площади в центре и значительно сократить транспортную нагрузку на городскую инфраструктуру. А самой компании «Юнимилк» – увеличить долю на рынке города до 26,3%. Объем производства в течение года вырос в 1,4 раза до 11 400 тонн в месяц. Суммарные инве-

стиции «Юнимилка» в проект превысили 2,8 млрд руб.

Генеральный директор компании Андрей Бесхмельницкий на открытии сообщил, что «Юнимилк» в ближайшие три года планирует построить

Бактерии LGG являются наиболее изученным пробиотиком: их полезные свойства доказали 435 научных исследований во всем мире. Для сравнения: бактерии, входящие в «Активиа», подтвердили эффект всего в 12 экспериментах (по данным PubMed). Продукты «БиоБаланс» получили официальное одобрение НИИ питания РАМН и рекомендованы Национальной ассоциацией диетологов и нутрициологов

новый молочный завод. Еще в сентябре прошлого года он говорил о том, что в ближайшие пять лет «Юнимилк» построит 4-5 молочных заводов стоимостью 100 млн долл. каждый. Среди возможных территорий для строительства гендиректор называл Ростова-Дону, Екатеринбург и Новосибирск. Но в декабре прошлого года в связи

с кризисом «Юнимилк» ограничил инвестиционный портфель проектами, разработка которых уже велась, и заморозил планы по строительству пяти молокозаводов.

На открытии Андрей Бесхмельницкий не уточнил, в каком регионе холдинг построит завод, но отметил, что производство будет создано с нуля.

В июле этого года вице-губернатор Новосибирской области Виктор Гергерт говорил, что «Юнимилк» уже ведет проектирование молокоперерабатывающего завода вблизи рабочего поселка Колывань (около 50 км от Новосибирска). Проект оценивался в 1,4 млрд руб., мощность предприятия планировалась на уровне 800 тонн молока в сутки. Здесь должна выпускаться вся линейка кисломолочных продуктов, включая детское питание и йогурты. Сообщалось также, что «Юнимилк» в конце июля начал строительство завода по производству молока в Новоалександровской промышленной зоне (Азовский район, Ростовская область). Планируется, что после строительства комбинат будет перерабатывать 200-600 тонн молока в сутки. Основным рынком сбыта определена Ростовская область, в перспективе предполагается выход в другие регионы России.



Не нужен нам берег турецкий

В августе этого года компания «Юнимилк» объединилась с белорусским Шкловским маслодельным заводом (ШМЗ). Совместное предприятие получило название «Юнимилк Шклов», в нем российскому производителю принадлежит 51%. В будущем «Юнимилк» может довести свою долю до 80%. Объем инвестиций российской компании в СП на первом этапе составит 1 млн долл. Основным рынком сбыта завода станет Россия, куда будет экспортироваться 90% производимой продукции.

Про интерес «Юнимилка» к белорусскому молочному рынку стало известно в июне 2008 года, когда некоторые источники сообщили, что швейцарский банк Credit Suisse собирается выделить российской компании средства для работы на белорусском рынке, которые пойдут на развитие сырьевой базы, строительство новых молокоперерабатывающих предприятий, а также на приобретение действующих предприятий.

«Юнимилк» станет первой российской молочной компанией, имеющей собственное производство в Белоруссии. Другие отечественные

игроки тоже находят интересным белорусский рынок, конечно, если у них будут такие же условия работы, что и у местных производителей.

Отвечая на вопрос, собирается ли «Юнимилк» выходить на зарубежный рынок, руководство компании удивленно спрашивает: «А зачем?»

«Основными для “Юнимилка” являются рынки России, Украины, Белоруссии и Казахстана. Мы видим себя как ведущую молочную компанию на постсоветском пространстве», — поясняет Павел Исаев. — Российский рынок будет расти быстрее, чем западные. Несмотря на то что молочная категория продуктов дешевеет, рост рынка в стране составляет около 2,5-3%.

Большинством российских потребителей молоко все еще воспринимается исключительно как традиционный продукт, низка доля потребления молочных десертов и прочих “изысков”. Вместе с тем потребители уже хотят получать продукты в удобной упаковке, с определенным функционалом, узнаваемым брендом, которому они доверяют. Уверен, в ближайшее время рынок будет активно развиваться и в итоге станет брендованным. Так что нам есть, куда расти!». **МС**

* СПРАВКА:

Компания «Юнимилк» решила объединиться с белорусским Шкловским маслодельным заводом (ШМЗ) спустя три месяца после «молочной войны» с Белоруссией. Недавно отношения между Россией и Белоруссией в молочной сфере были весьма напряженными. В июне Роспотребнадзор ввел запрет на импорт практически всей молочной продукции белорусского производства: в перечне запрещенных товаров было 1,5 тыс. наименований. Поводом для санкций стало то, что белорусские молочники не переоформили разрешительную документацию в соответствии с новым техрегламентом, действующим в России. Белоруссия ответила на это установлением частичного таможенного контроля на границе с Россией. «Молочная война» была остановлена после того, как правительства двух стран согласовали технические вопросы и объемы ввоза молочных продуктов в Россию.

Компания: Информационное агентство
«Индустрия питания»
www.iaip.ru

Экологизация молочного производства

Вопросы создания экологически чистых производств и модернизации уже существующих являются одними из важнейших, которые необходимо решить для сохранения природы, а также повышения эффективности работы предприятий.

Выброс вредных веществ на предприятиях переработки молока связан с двумя основными факторами: большое количество водопотребления и водоотведения и повышенное выделение углекислого газа, получаемого в результате производства. Отведенная вода предприятий переработки молока содержит большое количество физико-химических, а также биологических загрязнителей, которые требуют проведения очистных мероприятий. В связи с различной структурой и технологией переработки молока выработка единого решения по очистке вод является весьма затруднительной.

Существуют три направления разработки мероприятий по экологизации молочного производства:

- создание рациональных, ресурсосберегающих технологий с глубокой, полной и комплексной переработкой основного и побочного сырья;
- сбор и переработка отходов – вторсырья на пищевые и кормовые цели;
- очистка и обезвреживание неиспользуемых отходов согласно природоохранным требованиям.

В последнее время несколькими научными организациями совместно с предприятиями переработки молока проведен ряд работ в данном направлении.

Одним из решений проблемы стала разработка рекомендаций по сбору и переработке отходов производства с использованием их на кормовые цели, обеспечивающие снижение загрязненности сточных вод на 25-30%. Данная схема сбора отходов была внедрена в проекты ряда предприятий. Дополнительно созданы рациональные системы водного хозяйства предприятий с высоким уровнем (до 95%) использования оборотно-повторных

систем водоснабжения и очистки мало-загрязненных сточных вод.

Разработаны системы экологических нормативов с использованием компьютерных технологий, которые позволяют наилучшим образом отследить степень загрязнения и очистки вод, внедренные в проекты на действующих предприятиях.

Теоретически обоснованы и изучены в промышленных условиях перспективные типы очистных сооружений для полной биологической очистки с продленной аэрацией, учитывающие особенности молочного производства – сезонный характер, колебания объемов стоков, уровни их загрязненности. В составе сооружений для доочистки используются биологические пруды, которые уже применялись в различных отраслях пищевой и легкой промышленности.

Научно была обоснована возможность использования природных экологических систем для полной биологической очистки сточных вод молочного производства с целью дальнейшего внедрения в переработку.

Одним из удачных решений утилизации сточных вод является использование их в оросительных системах, что позволяет сочетать эффективную их очистку с повышением урожайности сельскохозяйственных культур и предотвращает загрязнение водоемов. Данная система была внедрена на маслодельно-сыродельном заводе в пос. Щета (Литва).

Помимо этого для решения экологических проблем молочного производства разрабатываются различные машины для очистки вод. Например, новые компактные сооружения для физико-химической очистки, совмещающие процессы усреднения, расхода и состава и одновременной очистки сточных вод с выделением взвешенных веществ и жиров, которые можно использовать на предприятиях различной производительности. В состав сооружений для предварительной очистки (с использованием коагулянтов) вхо-

дит узел переработки отходов анаэробными методами. Стабилизированные осадки могут выступать в качестве органического удобрения в сельском хозяйстве. Рекомендации по предпочтительности сточных вод с использованием коагулянтов ОХА были внедрены в проект очистных сооружений Ухтохманского молочного завода.

Особенно актуальной является проблема создания отраслевой системы контроля основных экологических показателей: водопотребления, водоотведения, загрязненности сточных вод, уровня отходов производства. Сейчас на большинстве предприятий отрасли отсутствует такая система. Промышленность платит большие штрафы за превышение экологических нормативов, что является в настоящий момент более дешевым способом «соблюдения» экологии. Но контроль экологических показателей самими предприятиями позволил бы не только избежать необоснованных штрафов, но и осуществлять рациональное использование сырьевых ресурсов, энергии, воды и др., а также оценивать экологическую безопасность производства.

Кроме сточных вод, большой урон экологии приносит выделение углекислого газа, но данная проблема в большей степени пока рассматривается в странах Запада. При производстве одного литра молока выделяется около 1 кг углекислого газа (CO₂), до 85% парниковых газов производят фермы. Производство одного литра молока обходится экологии выбросом 940 г эквивалента CO₂, а из выделяемых на фермах парниковых газов 59% приходится на метан, 24% на нитраты и 17% – на тот же углекислый газ.

К вопросам решения экологических проблем, в том числе и в молочной промышленности, необходимо подходить комплексно и с использованием возможностей смежных отраслей, что позволит добиться максимально-го эффекта не только для одного вида предприятий. **mc**

AQUA
industrial watertreatment

E-mail: h.stel@mps-aqua.nl
www.mps-aqua.nl

Компания: **AQUA**
Albert Schweitzerstraat 33
7131 PG Lichtenvoorde
P.O. Box 160
7130 AD Lichtenvoorde
The Netherlands

Контактное лицо:
Хенк Стел (Henk Stel),
специалист по очистке воды
Моб: +31 653 674785
Моб: +7 985 1719443

Представительство в России:

ООО «МПС Рус»
117405, Россия, г. Москва
Варшавское шоссе 141,
строение 80, офис 401
офис: +7 (495) 775-15-31

Контактное лицо:
Кодинцев Алексей,
специалист по очистке воды
Моб: +7 (985) 237-86-70
E-mail: a.kodintsev@mps-group.nl

Реализация экологических технологий

Грамотно организованная утилизация отходов важна для успешного ведения бизнеса и конкурентоспособности компании, кроме того, эта сфера находится под пристальным государственным контролем.

О современных системах очистки сточных вод для предприятий молочной отрасли мы поговорили с **генеральным директором компании AQUA Робом ван Сонном**.

– Насколько важно сегодня иметь качественную систему очистки сточных вод и от чего должен зависеть ее выбор?

– Для нормального функционирования бизнеса и контроля эксплуатационных расходов необходимо выбрать крайне надежную современную технологию очистки сточных вод. А поскольку большинство компаний серьезно ориентированы на собственный рост, им необходимо иметь системы, которые могут быть расширены без значительных капитальных вложений.

Каждый тип системы очистки воды имеет собственные уникальные характеристики – в зависимости от определенных свойств сточных вод. Существует непосредственная связь между загрязнением среды и типом продуктов, производимых на предприятии. Например, при производстве масла и сметаны выделяется вода с высоким содержанием жира, который удаляется путем сепарации в комбинации с некоторыми добавками. Сточные воды, выделяемые на производстве сыра, содержат в себе сыворотку и створоженные элементы. При таком типе загрязнения только часть твердых отходов можно удалить путем предварительной системы очистки.

Важно учитывать степень сокращения эксплуатационных расходов при внедрении системы, а также окончательное место слива очищенной воды. Чем более строгие требования предъ-

являются к сбросу сточных вод, тем выше должна быть надежность системы. В целом решения с наиболее низкими инвестициями характеризуются наиболее высокими эксплуатационными расходами.

– Какова специфика работы систем очистки на молокоперерабатывающих предприятиях?

– Сегодня на рынке работают множество поставщиков и все они предлагают однотипные системы. При использовании на предприятиях молочной промышленности многое зависит от их правильной конструкции.



Чем более строгие требования предъявляются к сбросу сточных вод, тем выше должна быть надежность системы

Помимо решений в отношении конструкции труб основного потока, становится все более важно разрабатывать вопрос конструкции боковых потоков, то есть создания добавленной стоимости побочных продуктов. Современные нанотехнологии предлагают новые решения вопроса об использовании побочных продуктов.

На начальном этапе важно интегрировать решения, связанные с боковыми потоками. Удачно разработанная конструкция оборудования будет способствовать сокращению твердых отходов. Онлайн-мониторинг потоков сточных вод позволит уменьшить потери продукта и снизить перегрузку системы очистки.

– Много ли у вас конкурентов и чем вы от них отличаетесь?

– Конечно же, у нас масса конкурентов, как в России, так и в других стра-

нах мира, но мало кто из них специализируется на системах очистки для предприятий молочной промышленности.

Будучи ранее частью Stork, AQUA накопила значительный опыт работы, поэтому может создать дополнительную добавленную стоимость для клиентов. Наши знания оказываются особенно важными при реализации проектов с нуля, когда у клиента нет опыта работы со стоками.

AQUA является поставщиком комплектующих изделий и может предложить предприятиям отрасли экономные решения, а также целый ряд технологиче-



ских вариантов и оборудования: физико-химические и физические системы предварительной очистки, анаэробные/аэробные биологические системы, ряд систем для обезвоживания отстоя в резервуарах и многое др.

AQUA работает с такими ведущими производителями пищевой и молочной промышленности, как Nestle, Friesland Campina, Hochtland, Bell и др.

Пищевая промышленность в целом и конкретные производители в частности сталкиваются с возрастающей необходимостью очистки стоков и ужесточением требований в области промышленной экологии. AQUA отслеживает все происходящие на рынке изменения и предлагает современные системы очистки сточных вод, позволяющие решить проблемы предприятий молочной промышленности. **МС**



Компания: **ЗАО «Торговый Дом «МАШПРОМСНАБ»**
127083, г. Москва, ул. 8-го Марта, дом 10/5,
тел.: +7 (495) 740-99-26,
тел./факс: +7 (495) 926-23-03,

e-mail:
mashprom.07@mail.ru
mashpromsnab@list.ru
7409926@mail.ru

www.mashpromsnab.ru

Компания «МАШПРОМСНАБ» одной из первых увидела новые возможности, которые открыл мировой финансово-экономический кризис, и стала использовать этот период для активного развития. В прошлом году главным событием для компании стало открытие собственной площадки по производству молочного оборудования, в частности центробежной разделительной техники.

Выйти из кризиса победителем

О том, как выйти из кризиса победителем, мы поговорили с **директором по производству «ТД «МАШПРОМСНАБ» Русланом Алиевым**.

– Неужели не было страшно запустить новый проект во время всеобщей паники?

– На протяжении ряда лет, выступая поставщиками и дилерами на рынке отечественного молочного оборудования, а именно центробежных сепараторов, мы постоянно сталкивались с парадоксальным явлением: при существующем высоком спросе на недорогое отечественное оборудование уровень сбыта оставался низким относительно аналогичного импортного. Проведенный анализ показал, что дальнейшее завоевание рынка возможно лишь при повышении качества техники и уровня сервисного обслуживания. На практике же воплощать новые идеи, модернизировать оборудование, учитывая все замечания и пожелания клиентов, контролировать качество, можно было, лишь основываясь на собственном производстве.

Мы знали, что запуск производства центробежного оборудования – крайне науко-, энерго-, материалоемкий и дорогостоящий процесс, и были готовы к сложностям.

«В современных рыночных условиях предприятия должны направить все силы на переоснащение и модернизацию, дабы путем расширения линейки продукции и повышения ее качества поддерживать собственную конкурентоспособность».

Кризис даже дал новый толчок нашему развитию. Во-первых, с его наступлением возросло количество предприятий, которые не могут себе позволить приобрести дорогостоящее импортное оборудование, а значит количество потенциальных клиентов «Машпромснаба» выросло в разы. Во-вторых, учитывая, что предпочтения потребителей неуклонно менялись в сторону более дешевой техники, мы начали осваивать вторичный рынок. И в-третьих, у нас появилось больше возможностей по продвижению отечественного оборудования на мировой рынок, в страны ближнего зарубежья, Китай, Индию, Африку, Латинскую Америку.

– Какие возможности открывает перед молокоперерабатывающими предприятиями использование вашего оборудования? И за счет чего удастся отстаивать позиции отечественной техники по сравнению с западными марками?

– В России техническое оснащение большинства предприятий отрасли, к сожалению, оставляет желать лучшего. За последние несколько лет активные основные фонды фактически не обновлялись. Изношенное и морально устаревшее оборудование в основ-

ном только ремонтировалось: отсюда и низкие финансово-экономические показатели молокозаводов. Необходим системный подход к переоснащению производства, хотя порой и замена отдельных единиц техники способна решить эту проблему.

Сегодня сепараторы находят применение во всех областях переработки молока: это и очистка, и нормализация, и сепарация теплого/холодного молока, сыворотки, пахты, а также удаление бактерий из молока и молочных продуктов. Например, использование сепараторов для холодной очистки молока позволяет не только снизить производственные издержки за счет уменьшения расходов на энергию, но и повысить качество продукта. Ведь высокое качество молока, очищенного без применения режима тепловой обработки, дает преимущество в конкурентной борьбе. Некоторые способы переработки творога, сыра, жидкой фракции молочного жира и многого другого вовсе невозможно представить без специализированных сепараторов.

Цена – основной аргумент в пользу отечественной техники. Ведь приобрести дорогостоящий импорт зачастую могут только крупнейшие предприятия отрасли, а вот для подавляющего большинства производителей отечественное оборудование может стать оптимальным вариантом. Мы же со своей стороны гарантируем качество поставляемого нами оборудования, подтверждая это длительным гарантийным сроком обслуживания.

Мы производим все виды запасных частей к центробежным сепараторам

и активно практикуем производство нестандартного центробежного оборудования, ориентированного непосредственно на заказчика.

Наблюдая тенденции роста и развития рынка, мы внедряем инновационные решения. Сейчас на завершающей стадии находятся несколько инновационных проектов по созданию оборудования. Думаю, уже в ближайшее время мы представим наши разработки.

Также в последние годы ощутима поддержка, оказываемая Министерством сельского хозяйства России, «Россельхозбанком», Департаментом поддержки и развития малого и среднего предпринимательства Москвы и других структур в рамках различных государственных программ.

– Наверняка оснащение производства даже относительно недорогим оборудованием не только не приоритетно для большинства предприятий отрасли, но зачастую просто невозможно из-за дефицита финансовых ресурсов?

– Как раз сейчас молокоперерабатывающие предприятия должны напра-

вить все усилия на переоснащение и модернизацию, дабы путем расширения линейки продукции и повышения ее качества поддержать конкурентоспособность компании. Отказаться в целях экономии от модернизации при современных рыночных условиях не может себе позволить никто!

При недостатке средств неплохим вариантом может стать приобретение оборудования на вторичном рынке. Только здесь надо действовать осторожно. Несмотря на кажущуюся дешевизну и заманчивость предложений, не стоит приобретать подержанное оборудование с консервации. При отсутствии всяких обязательств со стороны продавца проблемы, которые будут возникать с машинами, придется решать самостоятельно.

Обратите внимание, что емкостное оборудование легче всего ремонтируется, значит можно смело покупать бывшие в употреблении агрегаты, выполненные из нержавеющей стали, – будут работать еще долгие годы. А вот оборудование, состоящее из множества движущихся деталей (сепараторы, насосы, гомогенизаторы и др.), является наи-

более трудоемким для восстановления и может выйти из строя до истечения гарантийного срока. Специфика жидкостных центробежных разделителей такова, что качественный ремонт можно произвести только на технически оснащенном специализированном производстве квалифицированными людьми.

Таким образом, вторичное оборудование может рассматриваться покупателем как альтернативный вариант, только если компания-продавец обеспечивает комплексный пакет услуг: от проектирования до гарантийного, послегарантийного ремонта и технологического сопровождения.

В пакет стандартных услуг по сервисному обслуживанию клиентов «Машпромснаб» включены консультации специалистов, помощь в выборе оборудования, монтажные и пуско-наладочные работы, обучение персонала основам эксплуатации техники, капитальный и текущий ремонт, поставка запасных частей.

Помните, что в любой ситуации можно найти новые пути для развития, а каждая проходящая минута – это еще одна возможность все изменить. **Р**





ТАУРАС•ФЕНИКС

МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД



8200 уп./час

Пастпак 4Л



4000 пак./час

Пастпак ТХ



Гигиенический розлив

- Обработка упаковочного материала перекисью водорода
- Подача обеззараженного воздуха в закрытую камеру
- Подключение к CIP и SIP мойке

www.taurasfenix.com

Санкт-Петербург, Торфяная дорога, 9 Тел.: +7 (812) 329-49-10, Факс: +7 (812) 329-49-11(12), e-mail: tplant@taurasfenix.com



ООО «ШАЛЛЕР-МОСКВА»,
РФ, 129110, Москва,
пр. Мира, д. 33, корп. 1,
тел.: +7 (495) 797-63-33,
факс: +7 (495) 797-63-44,
e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

NORBERT SCHALLER GESMBH
Ares-Tower, Donau-City-Strasse 11
1220 Wien, Austria,
tel.: +43-1-368-65-05,
fax: +43-1-368-66-36,
e-mail: office@schalleraustria.com
www.schalleraustria.com

Автоматические весовые этикетировщики BIZERBA

Для решения задач взвешивания и этикетировки весовой продукции на пищевом производстве важна каждая минута, работать нужно быстро и точно. Компания Bizerba, отвечая на требования рынка, представила новую серию автоматических приборов GLM-I.

Серия GLM-I (Graphic Labeling Machine – Industry) в различных исполнениях отвечает многообразным требованиям пищевого сегмента промышленности – в упаковке творога и сыра, а также в мясо-, птице- и рыбопереработке.

Идет ли речь о продукции варьируемого или фиксируемого веса, серия GLM-I является идеальной системой маркировки, особенно в высокопроизводительной области промышленного взвешивания и этикетирования, ведь максимальная скорость может достигать до 150 акций взвешивания и этикетирования в минуту.

Упаковки подаются, центрируются и взвешиваются автоматически, даже если работа идет с разными типами упаковок, а на этикетке будут отображены все необходимые данные о продукте (включая различные типы штрих-кодов и графическую информацию).

Возможность свободной конфигурации, оснащения и дооснащения этикетировщиков Bizerba заметно отличает их от имеющихся на рынке аналогов. Благодаря принципу модульного построения GLM-I может быть дополнен разнообразными компонентами, что позволяет создать индивидуальную конфигурацию.

Этикетку можно наносить с любой нужной стороны: сбоку, сверху или снизу. При необходимости нанесения несколь-

ких этикеток на одну и ту же упаковку есть возможность оснастить прибор несколькими этикетирующими модулями.

Подающие и выравнивающие шины, контролирующее позиционирование упаковок во время транспортировки по конвейерам, могут быть оптимально подобраны под форму продукта.

Также в зависимости от формы продукта прибор можно оснастить сплошными или разделенными конвейерными лентами, а также дополнить опцией – специальной поворотной и выравнивающей станцией.

Кроме того, возможно подсоединение субсистем, таких как дополнительные конвейеры, стол для сбора групповых упаковок, суммарный принтер, металлодетектор, дополнительные аппликаторы этикеток, системы отбраковки продукции, а также разнообразные ин-

терфейсы для работы в сети и карты памяти. Коммуникация с удаленным компьютером осуществляется при помощи стандартного драйвера BCT (Bizerba Communications Tool), позволяющего преобразовывать данные из этикетировщика в текстовый файл и использовать их в имеющихся на предприятии учетных системах.

Даже при максимальном расширении системы различными дополнительными приспособлениями и модулями достаточно один терминал для централизованного управления всеми подключенными приборами: GT-12C. Терминал управления оснащен высококачественным цветным сенсорным экраном в надежном корпусе из нержавеющей стали. Помимо этого GT-12C с интерфейсом управления GT-softControl имеет некоторые привлекательные дополнения: для

программируемых клавиш, таких как основная цена, тара и дата, могут быть заложены пиктограммы, а посредством так называемых быстрых клавиш (Quick Buttons) могут быть созданы индивидуальные элементы управления. Исходя из этого разрабатывается и конфигурация экрана: от цветового фона до фирменного логотипа.

Вне зависимости от того, с какой стороны требуется наклеивать этикетку, сверху, снизу или сбоку, можно выбрать метод печати – прямая термо- или термотрансферная печать и выбрать подходящий метод аппликации – сжатым воздухом, ротационный или штемпельный. Применяемые принтерные механизмы позволяют печатать со скоростью 250 мм/сек. при разрешении печати 8 или 12 точек/мм.

Особое внимание Bizerba уделяет дизайну приборов, который добавляет их конструкции функциональность и удобство в использовании.

Конструкция привода и система быстрой замены транспортерных лент позволяют производить сервисные работы и чистку быстро и эффективно. Также значительно экономят силы и время на сервисное обслуживание и чистку прибора не требующие ухода двигатели и открытые несущие конструкции, упрощающие работу с транспортерными лентами.

Для индивидуального оформления этикетки служит программа BLD (Bizerba Label Designer).

Неслучайно уже в течение многих лет автоматические этикетировщики Bizerba применяются на ведущих российских предприятиях пищевой промышленности. Они стали синонимом надежности, скорости, точности и удобства.

Оборудование компании Bizerba эксклюзивно представляет на российском рынке компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® (SLT). **P**

Автоматические этикетировщики Bizerba применяются на ведущих российских предприятиях пищевой промышленности. Они стали синонимом надежности, скорости, точности и удобства.

Sigep

31-ый Международный Салон



Gelato, кондитерские изделия и
хлебопечение непрямошленного
производства

23-27 января 2010

Римини Италия

*Professional
only!*



реклама

Особое событие:



Всемирный кубок джелато
Gelato World Cup 2010 4-ый Выпуск

www.sigep.it

Организаторы:



RIMINI FIERA SpA
Via Emilia, 155 - 47921 RIMINI - Тел. +39 0541 744111 - Факс +39 0541 744772
Посетители: mrkgestero@riminifiera.it - Участники выставки: l.tentoni@riminifiera.it

Автор:



Александр Барсуков,
вице-президент по охране окружающей среды
компания «Тетра Пак»

Тема «упаковка и экология» нередко возникает лишь, когда, выполнив основные функции, упаковка завершает свой жизненный путь – к сожалению, пока еще часто на свалке. Но такой односторонний взгляд никак не отражает стратегического подхода к экологии как неотъемлемой и важной составляющей передового устойчивого бизнеса. Компания «Тетра Пак» своей деятельностью демонстрирует стремление сочетать прибыльный бизнес с экологической ответственностью.

Экология в картонной упаковке

Еще в начале 50-х годов прошлого века доктор Рубэн Раусинг, основатель компании «Тетра Пак», выступил с идеей создания оригинальной упаковки для молока на картонной основе. В основу идеи легла мысль о том, что упаковка должна экономить больше, чем она стоит. Так появился знаменитый молочный тетраэдр Tetra Classic, а с 1961 года – его асептическая разновидность. Эта многослойная упаковка стала настолько же революционной с точки зрения своей производственной, экономической и потребительской эффективности, насколько революционными были ее «природность» и экологичность, определившие стойкую тенденцию мирового спроса на десятки лет вперед.

Уникальный возобновляемый ресурс

Экологичность упаковки «Тетра Пак» и сегодня остается краеугольным камнем в бизнес-стратегии компании. В ее основе – уникальность картона как сырья, производимого из возобновляемого природного ресурса, каковым является древесина. В современной асептической упаковке «Тетра Пак» на картон приходится около 75% ее состава. Остальные 25% составляют защитные слои полиэтилена и тончайшая алюминиевая фольга. При этом вес упаковки составляет в среднем всего 3% от общей массы пакета, остальное весит сам продукт.

С середины 90-х годов прошлого века с возникновением таких международных структур в области устойчивого лесопользования и поставок лесопроductции, как Лесной попечительский совет (FSC), был сделан важный шаг в развитии экологического потенциала картонной упаковки. Был создан инструментарий, позволяющий отслеживать происхождение древесины и ее легальность.

Сегодня компания «Тетра Пак» является одним из крупнейших мировых покупателей картон-основы для своих упаковок, производимой из FSC-сертифицированной древесины. Год от года эти объемы растут, приближая компанию к одной из главных экологических целей – добиться того, чтобы 100% используемой для производства упаковочного материала бумаги было сертифицировано в соответствии со стандартами лесопользования FSC.

Картонная упаковка и климат

Глобальная задача сохранения климата становится сегодня все более очевидной и насущной. «Тетра Пак» ставит своей главной целью в области предотвращения нежелательных климатических изменений сокращение выбросов углекислого газа на 10% к 2010 году в сравнении с объемами выбросов в 2005 году в абсолютных показателях. Эти обязательства взяты компанией в рамках Программы по сохране-

нию климата Всемирного фонда дикой природы (WWF). Уже в 2008 году выбросы углекислого газа на предприятиях «Тетра Пак» были уменьшены на 12% по сравнению с 2005 годом. При этом объемы производства упаковочного материала значительно возросли.

В 2007 году компания «Тетра Пак» построила в России фабрику по производству упаковочного материала, которая стала одним из крупнейших и высокооснащенных в Европе предприятий такого рода. Здесь нашли применение самые современные технологические решения, сберегающие ресурсы и минимизирующие воздействие на окружающую среду, – от наиболее энергоемких участков производства, например таких как ламинирование, до систем жизнеобеспечения предприятия, таких как система вентиляции или система технического водоснабжения, где задействована даже накапливаемая дождевая вода. Все «подстраивается» под загруженность производственных мощностей и гибко реагирует на изменение погодных условий.

Экологические достоинства упаковочного материала компании проявляются также на этапе дистрибуции. Всего один грузовик с упаковкой «Тетра Пак» перевозит такое же количество упаковочного материала, как 25 грузовиков с пустыми стеклянными бутылками. Для транспортировки рулонов, из которых можно изготовить 1 млн пакетов для



молока или соков, требуется менее двух грузовиков. А скажем, в машине, развозящей порционно упакованное молоко в школы, 95% объема приходится на сам продукт и только 5% на упаковку.

Преимущества легкой и компактной картонной упаковки сохраняются и при доставке упакованного продукта в торговые сети. Например, всем известный «кирпич» – упаковка Tetra Brik Aseptic – позволяет использовать объем транспортного средства максимально эффективно. Чем меньше единиц транспорта требуется для перевозки одного и того же объема упакованного продукта, тем меньше их суммарный выхлоп или расход электроэнергии. Плюс при доставке продукта в асептической упаковке на сверхдальние расстояния он не требует охлаждения в пути, что также экономит энергию и исключает эмиссию летучих соединений, используемых в холодильных установках, в атмосферу.

Важнейшим фактором снижения негативного воздействия на окружающую среду является утилизация потребительских отходов картонной упаковки. В результате промышленной переработки уменьшается общая нагрузка на полигоны и свалки, сокращается загрязнение почвы и воздуха и снижается эмиссия парниковых газов в местах накопления отходов.

Все вместе эти меры приводят к сокращению так называемого «углеродного следа», то есть выбросов в атмосферу газов, создающих парниковый эффект, в результате которого происходит глобальное изменение климата в сторону потепления.

Отходы картонной упаковки как ценное сырье

После того как упаковка сослужила свою службу, ее жизненный цикл совсем не обязательно должен завершиться на свалке. Альтернатива – ее вторичная переработка (рисайклинг). Первые шаги в области переработки потребительских отходов картонной упаковки «Тетра Пак» для напитков в промышленных масштабах стали появляться еще пару десятков лет назад. А сегодня более 100 предприятий рисайклеров работают по всей Скандинавии, в Бразилии и Германии, в Китае и Польше, в Словакии, Турции, Испании, Голландии, США, Канаде, Мексике... Не стоят в стороне Россия и Украина. На очереди Казахстан. В 2008 году в мире было переработано

более 25 млрд использованных упаковок «Тетра Пак». Ежегодный прирост количества потребительских отходов картонной упаковки, направленных на переработку, превышает 1 млрд шт.

«Тетра Пак» активно поддерживает мероприятия, способствующие рисайклингу, и сотрудничает в этой области с переработчиками, промышленными предприятиями, властями и неправительственными организациями, а также помогает работе с населением. Около года назад старт рисайклингу был дан и в России. Появились первые предприниматели, которые разглядели в этом вторичном ресурсе серьезный потенциал. С помощью оборудования, уже имеющегося на вооружении бумажных комбинатов, работающих с макулатурой, они получают целлюлозное волокно, которое снова идет на производство вторичных бумаг и картонов высокого качества. Такой подход снижает зависимость производства от первичного, как правило более дорого-



В современной асептической упаковке «Тетра Пак» на картон приходится около 75% ее состава. Остальные 25% составляют защитные слои полиэтилена и тончайшая алюминиевая фольга. При этом вес упаковки составляет в среднем всего 3% от общей массы пакета, остальное весит сам продукт

го, сырья и позволяет добиться существенной экономии.

Извлечение бумажного волокна на гидроразбивателях – установках для переработки макулатуры, пожалуй, самый традиционный способ вторичной переработки использованных картонных упаковок. Полученное таким образом волокно обычно направляется на производство картонных коробок и гофротары, бумажных пакетов и мешков, канцелярской бумаги. Кроме того, из них изготавливают туалетную бумагу, бумажные полотенца и салфетки.

Однако в случае с упаковкой «Тетра Пак» выгода может стать еще более

ощутимой. Ведь помимо целлюлозы в результате переработки образуется также так называемая полиалюминевая смесь – смесь присутствующих в упаковке слоев тончайшей алюминиевой фольги и полиэтилена (примерно 25% общего объема), либо даже разделенные полиэтилен и чистый алюминий (если позволяет оборудование и технология). Эти «остаточные» компоненты также можно переработать различными способами.

Например, в Финляндии перерабатывают все элементы картонных упаковок: на шнековом гидроразбивателе производят размол бумажного материала, а на газификационной установке восстанавливают алюминий и попутно получают энергию. При этом энергоемкость восстановления алюминия значительно ниже, чем при получении чистого металла из бокситов. Полиэтилен используется для выработки энергии, идущей на производство пара для самого целлюлозно-бумажного предприятия, а также энергии, потребляемой соседним населенным пунктом.

Сочетание характеристик полимеров и алюминия позволяет производить высококачественные полиалюминевые гранулы, которые служат прекрасным материалом, например, для литья под давлением или формования конечных продуктов методом экструзии.

Конечно, переработка сложного многослойного композитного материала не так проста и привычна, как макулатуры. К тому же она требует дополнительных знаний, подбора специального оборудования, разработки технологии и детальной отладки порой нестандартных процессов. Но в результате затраченных усилий при налаженной технологии и выгода от продажи всех трех востребованных на рынке вторичного сырья компонентов или готовых изделий гораздо больше. Сегодня из отходов асептической упаковки «Тетра Пак» изготавливаются десятки наименований продукции: ведра, швабры, штакетник, транспортные поддоны и тара, школьная и офисная мебель, кровельная черепица и стеновые панели для недорогого жилья и пр.

В России действуют несколько предприятий по переработке потребительских отходов картонной упаковки «Тетра Пак». Для кого-то этот бизнес уже стал устойчивым, а кто-то делает в нем только первые шаги. Но перспектива и потенциал очевидны уже многим. **МС**

Авторы:



Сергей Симоненко,
директор



Татьяна Антипова,
заместитель директора

Государственное научное учреждение
«Научно-исследовательский институт
детского питания РАСХН»

Функциональные молочные продукты для питания детей

Использование фторированного молока находит широкое применение. В настоящее время в различных регионах России его потребляют более 35 тыс. детей; во всем мире — более 700 тыс. Объясняется это прежде всего тем, что молоко, обогащенное фторидами, является одним из самых действенных методов профилактики кариеса зубов у детей.

Фтор укрепляет структуру эмали зубов, обеспечивая ее минеральное питание, восстанавливает содержание извести, сниженное воздействием кислот бактерий. Во время закладки постоянных зубов фтор влияет на строение коронковой части зуба, защищая ее от разрушения.

Фторированное молоко необходимо принимать детям, начиная с трехлетнего возраста. Оно может выпускаться различных видов: пастеризованное, стерилизованное, сухое. Тепловая обработка не оказывает существенного влияния на профилактические свойства молока. Для фторирования молока используются различные препараты: фторид натрия, фторид кальция, монофторфосфат бинатрия, силикофторид бинатрия. Из всех перечисленных соединений фторида чаще применяется фторид натрия (в России, Болгарии, Великобритании, Таиланде), реже — монофторфосфат бинатрия (только в Чили). Добавление этих компонентов не изменяет органолептические свойства молока, а фтор остается в активной форме, обуславливающей его профилактическое воздействие на кристаллическую структуру эмали и окружающую среду полости рта.

Количество фторида, которое следует добавить к молоку должно учитывать возраст ребенка и поступление фторида

из других продуктов и воды. Так, исходя из рекомендаций Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), для детей с 3 до 7 лет суточное поступление фторида составляет 0,87-1,75 мг. Для детей этого возраста концентрация фторида в молоке, равная 2,5 мг/л, является оптимальной, так как обеспечивает ежедневное суммарное поступление 1,0-1,15 мг фторида в сутки.

НИИ детского питания РАСХН разработана нормативная документация на молоко питьевое пастеризованное фторированное (с массовой долей жира 3,2%), предназначенное для питания детей старше трех лет в организованных детских коллективах в регионах, где имеется дефицит фтора. Рекомендуемая суточная доза потребления продукта не более 200 мл. Массовая доля фторида в готовом продукте — 2,2-2,8 мг/кг. Упаковка осуществляется в пакеты из полиэтиленовой пленки (500 и 1000 куб. см) или пакеты из комбинированного упаковочного ма-

териала для пищевых продуктов (200, 500, 1000 куб. см). Срок годности пастеризованного молока составляет 72 часа. Фторид натрия вносится в виде водного раствора в подготовленное нормализованное молоко. Технология фторирования молока проста и не требует переоснащения производства.

Содержание фторида в молоке определяется потенциометрическим методом с помощью ионоселективного электрода. Методика применима для определения фторидов в сухих молочных продуктах для детского питания в диапазоне концентраций 8-50 мг/кг и в жидких молочных продуктах в диапазоне 2-20 мг/кг.

В ряде регионов России действуют специальные программы, направленные на профилактику стоматологических заболеваний среди детей. Внедрение проек-

тов по фторированию молока в нашей стране начато с 1994 года в Воронеже, Майкопе, Смоленске в рамках международной программы ВОЗ и несколько позже в Волгограде и Республике Татарстан (Нижнекамск, Зеленодольск и Набережные Челны).

Так, например, с 2001 году в Республике Татарстан проведена подготовка к внедрению в Нижнекамске метода фторирования молока, а уже с сентября 2002 года налажено производство фторированного молока и его поставка в детские сады города. В настоящее время 11 тыс. детей Нижнекамска пьют фторированное молоко. С июля 2004 года молочный комбинат Зеленодольска начал производство фторированного молока, его поставку в детские сады города и розничную сеть. Мощности Зеленодольского молочного комбината позволяют расширить пилотный проект, реализуемый в Нижнекамске и Зеленодольске, на другие регионы Республики Татарстан. Таким образом, благодаря реализации утвержденной Республиканской целевой программы «Профилактики стоматологических заболеваний в Республике Татарстан на 2006-2008 годы» удалось в рекордно короткие сроки (5-6 месяцев) внедрить проект фторирования молока.

Вместе с тем широкого охвата детей профилактическими мероприятиями, в том числе и обеспечения их фторированным молоком, до настоящего времени не достигнуто.

Основными причинами, препятствующими расширению его потребления, является дефицит финансовых средств для обеспечения детей полноценным питанием в детских садах и школах; недостаточная координация деятельности руководителей различных служб, участвующих в обслуживании детского населения; низкая мотивация руководителей молокоперерабатывающих предприятий (особенно приватизированных); недостаточная информация о наличии документации для производства фторированного молока. **МС**

Внедрение проектов по фторированию молока в нашей стране начато с 1994 года в Воронеже, Майкопе, Смоленске в рамках международной программы ВОЗ и несколько позже в Волгограде и Республике Татарстан

24 – 27 ноября 2009 • Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

ufi
Approved
Event

ingredients

RUSSIA • 2009

12-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ, ДОБАВКИ И ПРЯНОСТИ



technofood

MOSCOW • 2009

4-я МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

**ОБОРУДОВАНИЯ, УПАКОВКИ И ТЕХНОЛОГИЙ
ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Организатор:



ITE LLC Moscow
Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
ingredients@ite-expo.ru

ITE Group Plc
Тел.: +44 207 596 5188
Факс: +44 207 596 5113
melanie.somers@ite-exhibitions.com

Официальный
информационный
спонсор:



При поддержке:



Получите электронный билет
на выставку



www.ingred.ru
www.techno-food.ru



СОЮЗОПТОРГ
ИНТЕЛЛЕКТ И ВДОХНОВЕНИЕ

Автор: **Ирина Берегова,**
технолог

Компания: **СОЮЗОПТОРГ,**
197198, Санкт-Петербург,
ул. Большая Пушкарская, д. 3, оф. 6,
тел.: +7 (812) 327-43-52 (многокан.),
факс: +7 (812) 327-44-72,
e-mail: office@soyuzoptorg.ru
www.soyuzoptorg.ru

СОЮЗОПТОРГ-МВЦ:
тел.: +7 (495) 739-90-77

СОЮЗОПТОРГ-УРАЛ:
тел.: +7 (343) 278-60-44

СОЮЗОПТОРГ-ОМСК:
тел.: +7 (3812) 30-27-80

СОЮЗОПТОРГ-СИБИРЬ:
тел.: +7 (383) 220-50-34

СОЮЗОПТОРГ-КАЗАНЬ:
тел.: +7 (843) 272-64-91

СОЮЗОПТОРГ-ЮГ:
тел.: +7 (861) 210-36-18

СОЮЗОПТОРГ-АЗИЯ:
тел.: +7 (727) 379-15-22

СОЮЗОПТОРГ-ПАВЛОДАР:
тел.: +7 (718) 232-28-44

Применение пектина при производстве молочно-соковых напитков

За последние несколько лет в мире четко обозначилась тенденция роста популярности здорового питания. Потребители все чаще останавливают свой выбор на продукции, основными характеристиками которой являются не только красивый внешний вид и приятный вкус, но и качество, натуральность и полезность. А ведь еще совсем недавно многие из нас не так тщательно изучали этикетку, не было столь живого интереса к составу продукта, наличию полезных микроорганизмов и функциональных добавок.

Современный продукт — это продукт, содержащий натуральные компоненты, в удобной упаковке, с высокими органолептическими показателями и повышенным сроком годности. Выпуск такого продукта — непростая задача, особенно для молокоперерабатывающих предприятий, потому как его производство требует определенных затрат на модернизацию и освоение новых технологий. В свою очередь, новые технологии включают в себя грамотный подбор ингредиентного состава продукта и разработку технологической схемы производства, адаптированной к конкретным условиям предприятия. Для создания молочных продуктов компания «Союзоптторг» предлагает ряд ингредиентов, таких как пектины, каррагинаны, молочные белки, камеди, карбоксиметилцеллюлозу, ароматизаторы, красители и т. д.

Один из примеров современного продукта — молочно-соковые напитки, сырьем для которых являются молоко, кисломолочная основа или сыворотка. Основной принцип их производства заключается в обязательной стабилизации казеиновых частиц, которая препятствует их осаждению и предотвращению песчаного вкуса в продукте. Для данной группы напитков «Союзоптторг» предлагает специально разработанный тип пектина компании «Andre Pectin».

Клинические исследования показали способность пектина выводить токсины и тяжелые металлы, сни-

жать аллергическое воздействие, связанное с экологической ситуацией, регулировать обмен веществ и функции органов пищеварения. Комбинация кисломолочного продукта с пектином стимулирует рост и активизацию полезной микрофлоры кишечника человека. Благотворное влияние пектина на организм человека, а также широкие технологические возможности позволяют применять эту добавку при производстве молочных продуктов, в том числе детского питания.

В технологии производства молочно-соковых напитков пектин используется в качестве защитного гидроколлоида, обеспечивающего возможность смешения молочной основы и кислотного агента с последующим нагревом. Его рекомендуемая минимальная дозировка, обеспечивающая стабильность в течение всего срока хранения, зависит от вида и количества молочной основы. Увеличение дозы пектина способствует повышению вязкости и улучшению органолептических показателей, приданию напитку «тела». Так, например, при производстве напитков на основе молока в результате внесения кислоты или сока образуются разные по размеру частицы белка, как правило слишком крупные для стабилизации. Добавление

пектина AP («Andre Pectin») в молоко до внесения кислотного агента способствует стабильности системы и предотвращению седиментации.

Частицы белка при производстве кисломолочных напитков, например йогурта, имеют более мелкие размеры. Это связано с постепенным нарастанием кислотности в процессе сквашивания молока и образованием сгустка. Пектин, добавленный в кисломолочную основу до внесения кислотного агента, адсорбируется на поверхности казеиновых частиц, «фиксируя» их размер. Таким образом, гидроколлоид

препятствует соединению белковых частиц в крупные образования и предотвращает выпадение осадка и отделение сыворотки.

Использование йогурта в качестве кисломолочной основы при производстве молочно-соковых напитков является приоритетным в сравнении с базой, основой для которой является молоко.

В рецептурах напитков на основе сыворотки применение пектина AP дает возможность использовать как осветленную, так и неосветленную сыворотку. Свойства пектина позволяют сочетать неосветленную сыворотку с фруктовым пюре, что положительно влияет на вкусовое восприятие продукта. При производстве напитков на базе сухой сыворотки важную роль играет ее качество, а именно содержание нерастворимых частиц. Они могут достигать размеров, при которых трудно предотвратить осаждение частиц в процессе хранения. Необходимо учесть, что



пектин не растворяется в сыворотке, так как в ее составе имеются сывороточные белки и кальций.

По этой причине гидроколлоид предварительно растворяют в воде, полученный раствор пастеризуют и только после этого смешивают с раствором сывороточного концентрата.

Если в рецептуре напитков содержится поваренная соль, ее раствор предварительно фильтруют и пастеризуют. Вносят раствор в готовый продукт после термической обработки. Такой вариант внесения обеспечивает стойкость напитка при хранении.

Независимо от вида молочной основы пектин вносят в виде предварительно приготвленного и охлажденного раствора. Правильное растворение и внесение обеспечивает создание защитной пленки на поверхности молочного белка, что влияет на стабильность.

После добавления раствора пектина в молочную основу при включенной мешалке вносится концентрат сока или пюре. Затем для корректировки уровня pH медленно при включенной мешалке добавляется 50%-ный раствор лимонной кислоты. Величина pH готового молочно-сокового напитка должна быть в пределах 3,8-4,2.



Немаловажное значение для стабильности продукта имеет гомогенизация, которая осуществляется при рабочем давлении 150-200 бар. Гомогенизация обеспечивает равномерное распределение пектина на поверхности белка, а также раздробление частиц на более мелкие. Данная технологическая операция проводится как до, так и после термической обработки (пастеризации или стерилизации).

Для увеличения срока годности готового продукта допускается проведение тепловой обработки в процессе фасовки, например непрерывной стерилизации с последующим горячим розливом и фасовкой или холодным розливом в асептическую упаковку.

Благотворное влияние пектина на организм человека, а также его сочетание с молочными компонентами, фруктовым или овощным соком позволяет отнести эту группу напитков к продуктам здорового питания.

Благотворное влияние пектина на организм человека, а также его сочетание с молочными компонентами,

фруктовым или овощным соком позволяет отнести эту группу напитков к продуктам здорового питания. Использование пектинов производства компании Andre Pectin дает возможность молокоперерабатывающим предприятиям вырабатывать обогащенные молочно-соковые напитки с длительным сроком хранения (более 30 суток), что способствует расширению рынка сбыта молочной продукции. В России и Казахстане эксклюзивным дистрибьютором фирмы Andre Pectin является компания «Союзоптторг», которая не только осуществляет поставки выше указанных пектинов, но и оказывает технологическую поддержку по внедрению и разработке новых молочных продуктов с их применением. ■



СОЮЗОПТТОРГ
ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ

Компания «Союзоптторг» - эксклюзивный дистрибьютор «Andre Pectin» в РФ и СНГ



Компания «Andre Pectin» - новый производитель в мире пектина. Это самый крупный завод в Азии, владеющий собственной сырьевой базой. На предприятии работает команда профессионалов из Европы. «Andre Pectin» входит в Международную Ассоциацию производителей пектина.

В продукции «Andre Pectin» успешно сочетаются наиболее конкурентные цены на рынке пектина и мировые стандарты качества.

Компания «Союзоптторг» надежный и стабильный партнер более 4000 производителей продуктов питания в России и СНГ. 10 лет опыта работы в отрасли. Качество ингредиентов крупнейших мировых производителей. Широкие сервисные возможности. Технологическая поддержка. Уникальная по масштабу и охвату сеть филиалов в России и СНГ.

Также в ассортименте: каррагинаны, молочные белки, камеди, карбоксиметилцеллюлоза, ароматизаторы, красители и т.д.



С.-Петербург: (812) 327-43-52
Москва: (495) 739-90-77,
Краснодар: (861) 210-36-18,
Екатеринбург: (343) 278-60-44,
Омск: (3812) 30-27-80,
Новосибирск: (383) 220-50-34,
Казань: (843) 272-64-91,
Алматы: (727) 379-15-22,
Павлодар: (718) 232-28-44.
office@soyuzopttorg.ru

www.soyuzopttorg.ru

Автор:



Семен Эпштейн,
управляющий партнер юридического бюро
«Падва & Эпштейн»

В зоне риска

*Рейдер*ов часто называют «санитарами леса». В это определение вложен жесткий и реалистичный смысл. Те, кто богаче и умнее, захватывают остальных, это закон бизнеса.



Для России мировой кризис – это неплатежи, кредиторская задолженность даже добросовестных контрагентов и налогоплательщиков. Каждый день сообщают о том, что один концерн закрыл свое подразделение, другой приобрел акции конкурента. Растет число «черных» сделок, но о них мы сможем узнать только тогда, когда нарушители уже будут наказаны.

Кризисное обострение

Цель рейдерства – поглощение предприятия. В лучшем случае неудачное рейдерство превращается в гринмейл – корпоративный шантаж. В России недружественное поглощение означает приобретение компании-цели с использованием как законных, так и незаконных методов, но всегда против воли собственника.

В роли захватчика чаще всего выступает специальная команда, профессионально подготовленная команда. Другой вариант – банк или инвестор, который понимает, что не получит свои деньги, действуя по стандартному варианту. Наконец, третий – конкурент, который поглощает более слабого коллегу.

Зачастую должник считает, что его защитит собственная юридическая служба. Однако даже самые квалифицированные внутренние юристы не смогут защитить предприятие, так как их специализация – текущая работа по правовому сопровождению бизнеса. Они – отличные тыловики. Мы же говорим о войне. На этой войне действуют команды, «заточенные» на то, чтобы в кратчайшие сроки получить контроль над финансово ослабленными предприятиями. Противостоять им могут только юридические фирмы, специализированные на противодействии захватам.

В кризис идет активный передел собственности, а значит, более активно и рейдерство. В период

кризиса часто прибегают к банкротству как инструменту, позволяющему сменить руководство предприятия и продать активы.

В принципе нормальная работа кредитора и должника, при взаимном доверии и добросовестности партнеров, начинается с переговоров, с поиска возможностей реструктуризации задолженности (отступное, отсрочка, рассрочка платежа и т.д.).

Но надо понимать, что среди кредиторов, которые сегодня сетуют на невыполнение условий договоров, весьма высок процент тех, кто изначально настроен не на то, чтобы «просто» вернуть свое, а намерен войти в бизнес и получить над ним контроль. Для таких «инвесторов» сейчас сложилась максимально благоприятная ситуация! Причем совершенно понятно, что часто эти банки и инвестиционные компании не имеют амбиций становиться заметными игроками на новом для себя рынке. Если имеется некое третье лицо, которое заинтересовано в том или ином земельном активе (а таковое всегда найдется), для него этот актив и приобретается и в конечном счете перепродается. В этом случае кредитору нет никакого резона начинать переговоры с заемщиком о реструктуризации даже самого небольшого долга: проще сразу забрать этот актив под потенциального покупателя.

Рейдерские схемы: просто и эффективно

Сегодня рейдеры используют в основном две очень простые и эффективные схемы захвата волежденной собственности: банкротство через скупку долгов, а также залог и продажу имущества.

Первый начинается с изучения долговых обязательств компании-цели, приобретения кредиторской задолженности у контрагентов должника. Кстати, в кризис задолженность будет продана с хорошим дисконтом.

Затем создаются условия для применения санкций к должнику (например просрочка платежа) или предъявляется к оплате значительный долг, а может и просто много мелких сумм от нескольких кредиторов.

На этом этапе кредитору очень просто обратиться в суд с заявлением о признании предприятия-должника банкротом. Для этого нужно только просрочить на три месяца сумму в 100 тыс. руб., собрать минимум документов. Тот, кто первым обратился с заявлением в суд, имеет приоритет в назначении арбитражного управляющего.

Управляющий может реализовать активы подставным компаниям, может на годы сдать землю и оборудование в аренду – в любом случае должник работу закончил. Вторая схема, залог и продажа имущества, может быть эффективной, так как кредитор получает в залог крупный актив (в первую очередь земельные участки и здания), причем его залоговая стоимость ниже рыночной по соглашению сторон договора. Обычно

Даже самые квалифицированные внутренние юристы не смогут защитить предприятие.

деньги займы сельхозпредприятиям дают или банки, или крупные компании, специализирующиеся на приобретении земельных активов, пользуясь временными затруднениями или неграмотностью законного владельца. Неспециалисту не прочесть кредитный договор и договор залога так, чтобы сразу понять: где те условия, от которых лучше отказаться?

Кредитору нетрудно заставить заемщика нарушить условия договора. Например, по договору надо было немедленно известить о том, что поручитель может стать неплатежеспособным, а заемщик не известил. А кредитор уже знает об этом и тут же останавливает кредитную линию, идет в суд расторгать договор и обращать взыскание на предмет залога. Крупный актив переходит по заниженной цене сначала первому приобретателю, а потом тому, кому изначально предназначался.

Защищайтесь!

Для того чтобы не стать жертвой рейдеров, необходимо прежде всего обеспечить грамотное строение корпоративной структуры: холдинг, финансово-промышленная группа, взаимоотношения материнской и дочерних компаний, взаимное владение акциями и долями участия в бизнесе. Распределить бухгалтерские, юридические и аудитор-

ские функции между предприятиями, позволяющие сохранить их «на безопасной территории». Это определяет половину успешной защиты.

Залог вашей безопасности – правильно составленные внутренние документы, в первую очередь – о компетенции органов управления, которые принимают принципиальные для жизни предприятия решения. Если документы в порядке, необходимо проанализировать права на активы, чтобы знать, чем владеешь, а также сомнительные условия кредитных и лизинговых договоров, чтобы ревизовать все обеспечивающие обязательства (залог, поручительство, банковская гарантия, условия о неустойках и т. д.).

Обычно защита начинается, когда на предприятие уже напали, и времени критично мало. Если время есть, необходимо грамотно выстроить внутреннюю работу компании с кредиторской задолженностью, контролировать суды по взысканию денежных средств и нематериальные споры.

За поглощение компании с использованием незаконных методов предусмотрены меры административной и уголовной ответственности.

При отсутствии специального состава рейдерства совершаемые захватчиками действия квалифицируются согласно Уголовному кодексу РФ в зависимости от субъекта, участвующего в организованной преступной группе (ОПГ). Например, если им являются судьи, нотариусы, аудиторы, государственные и муниципальные служащие, то речь ведется о регистрации заведомо незаконных сделок с землей, злоупотреблении полномочиями или их превышении частными нотариусами и аудиторами, получением взятки, служебным подлогом, вынесением судьей заведомо неправоудного судебного акта.

Если субъектом выступает силовая поддержка ОПГ, уголовно наказуемы преступления против жизни и здоровья, умышленное (и по неосторожности) уничтожение или повреждение чужого имущества, злоупотребление должностными полномочиями или их превышение сотрудниками милиции и служащими частных охранных и детективных служб, привлечение заведомо невиновного к уголовной ответственности.

За преступления меньшей тяжести ответственность установлена Кодексом РФ об административных правонарушениях.

Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» неоднократно подвергался изменениям, и в текущем году в силу вступили поправки, которые демонстрируют явное намерение государства защитить предприятия от рейдерских захватов. В первую очередь, это субсидиарная ответственность по долгам компании контролирующих должника лиц, ужесточение требований к арбитражному управляющему при назначении судом и к его действиям, ограничение вознаграждения ему и таким привлеченным лицам, как юристы, бухгалтеры, аудиторы и др., сокращение круга платежей, погашаемых вне очереди.

Кроме того, теперь рассмотрение судом всей документации должника о работе за трехлетний период проводится до установления наблюдения на предприятии, срок конкурсного производства сократился до 6 месяцев, увеличились возможности по оспариванию сделок должника, в том числе «подозрительных сделок», расширился перечень сведений, публикуемых в ходе банкротства.

С 1 июля этого года существенно изменен Гражданский кодекс, Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» и Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

В числе принятых антирейдерских шагов – уточнение порядка увеличения и уменьшения уставного капитала общества, введение регистрации залога долей в уставном капитале общества в ЕГРЮЛ. Существенно осложнился порядок перехода доли участника общества (или ее части) в уставном капитале к другим членам общества и третьим лицам. В частности, теперь необходимо нотариальное удостоверение сделок, которые ранее заключались в простой письменной форме.

Закон «Об акционерных обществах» дополнен нормами, направленными на расширение прозрачности обществ, и в настоящее время продолжает меняться.

Федеральный закон «О внесении изменений в некоторые законодательные акты» затронул не только ряд федеральных законов, но и Арбитражный процессуальный кодекс, Налоговый, Трудовой кодекс, Кодекс об административных правонарушениях. В целом изменения связаны с вопросом о «корпоративных войнах» и вступают в силу в октябре этого года. **МС**



В ЗОНЕ РИСКА ПРЕДПРИЯТИЯ, КОТОРЫЕ:

- имеют непродуманную или устаревшую корпоративную структуру;
- в составе акционеров имеют много мелких миноритариев;
- не оформили права на ценные активы (предприятия, земли, здания, пакеты акций и т.д.) или владеют активами с «погрешностями» (нарушениями при вводе в оборот, приобретении, оформлении);
- имеют значительную кредиторскую задолженность, а обычно к этому приводит отсутствие элементарного внутреннего порядка работы с кредиторами (исполнения хозяйственных договоров).



Компания: **CSB-System в России:**
Автор: **Мартин Миллер**

197342, г. Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская, 22, офис 423,
тел.: +7 (812) 44-94-263,
факс: +7 (812) 44-94-264

127434, г. Москва,
ул. Немчинова, 1/25, вход 2, офис 1,
тел.: +7 (495) 97-79-491,
факс: +7 (495) 97-79-854

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

Объединение традиций с современными технологиями

Традиция производства сыров австрийского сыродельного предприятия Wörle берет свое начало со времен Иоганна Баптиста Вёрле, который еще в 80-х годах прошлого столетия занялся поиском оптимальных условий для производства эмментальского сыра, результатом чего стало основание в 1889 году в австрийском городе Флахгау первого производственного предприятия.

Из чего сделан успех?

На сегодняшний день успешная фирма, на которой заняты 245 сотрудников, предлагает более 300 различных наименований продуктов в упаковках нескольких размеров. Годовой оборот двух производящих предприятий составляет 100 млн евро. Клиентами предприятия являются преимущественно оптовые и розничные торговые сети Австрии. Около 30% продукции экспортируется в более чем 60 стран мира. С момента своего основания семейное предприятие Wörle является одной из самых крупных частных сыроварен в Австрии.

Уже в 11-й раз деликатесный продукт марки Wörle был отмечен наивысшим знаком качества «Käsekaiser» (в переводе с немецкого – «сырный король») на аграрном рынке Австрии. «В противоположность к массовому производству мы собираемся и в будущем концентрировать свое внимание на производстве натуральных высококачественных сырных деликатесов и тем самым соответствовать пожеланиям и нуждам наших потребителей», – подчеркивает **руководитель предприятия Герхард Вёрле**.

Успех компании подтверждает правильность выбранной стратегии. Одним из шагов по ее реализации в 2005 году стал поиск новой системы планирования ресурсов предприятия (ERP), которая бы отвечала высоким законодательным требованиям к прослеживаемости.

Тогда решение было принято в пользу известного поставщика информационных технологий – немецкой компании CSB-System. Важнейшим показателем, определившим выбор, явилась компетенция разработчика программного обеспечения для предприятий пищевой индустрии, а также отличные рекомендации клиентов CSB-System, среди которых – заводы широко известной молокоперерабатывающей группы Naabtaler Milchwerke в Баварии. Важной для Wörle, конечно, оказалась и интеграция всех модулей в еди-

ную систему, которая на основе единой базы данных позволяла отображать все процессы предприятия, от снабжения до сбыта.

Этапы реализации проекта на предприятии Wörle

Внедрение системы CSB началось в июле 2006 года и осуществлялось в два этапа. Первый охватывал области снабжения, склада и сбыта, в то время как вторым этапом были внедрены производство и лаборатория. Планирование снабжения реализуется посредством анализа диспозиционных данных. Заказы отдела снабжения отправляются по факсу напрямую поставщику упаковочных материалов, в результате чего поступают на производство в точно указанный день. Ежедневно принимается, заказывается в молочные цистерны и перерабатывается около 150 тонн молока-сырья из более чем 650 крестьянских молочных хозяйств региона. В рамках обеспечения прослеживаемости непосредственно на каждом молоковозе осуществляется детальное привязывание данных поставщика молока-сырья к соответствующему маршруту. Заказанное в резервуары для хранения молоко получает новый номер партии. Прежде чем молоко-сырье перекачивается из резервуаров для хранения в молочную цистерну, оно подвергается контролю качества. Отбор проб молока осуществляется при этом автоматически, а результаты проверки передаются в систему CSB. Здесь одновременно проводится и контроль предельных значений определенных показателей.

Эффективная комплектация заказов в режиме онлайн

Заказы клиентов ежедневно поступают посредством EDI и автоматически принимаются ERP-системой. Заказы для следующего дня распечатываются в виде транспортных накладных и упаковочных ли-



Операторская. Переда данных из резервуаров в CSB-System



Отгрузка товара. Проверка сканированием

стов и передаются на MDE-устройства (устройства для мобильной регистрации данных) в отдел комплектации заказов. Производство на предприятии Wörle осуществляется учетом складских остатков, а объемы производимой продукции рассчитаны на поддержание минимальных ее запасов на складе. Таким образом, наличие складских запасов и заказ клиента – основные влияющие показатели для планирования производства. Склад готовой продукции, рассчитанный на 1,5 тыс. мест хранения, оснащен транспортировочным устройством (Shuttle) для более быстрого перемещения товаров. Управление складом осуществляется по принципу FiFo (first in – first out, в переводе с английского «первым поставил – первым взял») с ориентированием на срок хранения продукции и номер партии.

Используя систему CSB, предприятие Wörle имеет возможность простым нажатием кнопки вызывать актуальные отчеты о состоянии складских запасов. Благодаря этому значительно сократилось время реагирования на складе. В некоторых случаях паллеты с товаром могут быть отгружены на хранение непосредственно транспортно-экспедиционной компании для экономии мощностей и быстрой доставки заказанных товаров клиентам.

Для комплектации заказов в режиме онлайн предприятие Wörle использует сканеры марки LXE. Три комплектовщицы собирают заказы в соответствии с назначенными им упаковочными листами и одновременно проверяют артикул, срок его хранения и номер партии. Все паллеты сразу маркируются этикеткой. Благодаря использованию IT-решений компании CSB-System была значительно повышена надежность

данных в комплектации заказов и реализована возможность непрерывного прослеживания по номерам партий. Частота совершаемых при комплектации заказов ошибок была практически сведена к нулю. Скомпонованные заказы забираются дважды в день транспортно-экспедиционными фирмами. При загрузке на транспортные средства каждая паллета сканируется для возможности проверки точности ее доставки клиенту.

Непрерывное прослеживание в системе CSB

Весь рабочий процесс на предприятии Wörle реализован в системе CSB таким образом, что путь товара от поставщика до сырых прилавков торговых точек и обратно может быть отслежен в самое короткое время. Процесс прослеживания начинается уже на этапе снабжения, где обеспечен непрерывный контроль товарного входа вплоть до контроля взаиморасчетов. Кроме этого существует прямая связь с партиями и заказами. В отделе производства в системе CSB регистрируются такие рабочие характеристики, как время хода процесса, необходимое сырье и его количество, а также выработка. При желании можно провести сравнение нормативных и фактических данных между заданными в рецептурах и действительно произведенными объемами.

Работа со скоропортящейся продукцией, а также растущие требования клиентов и конкурентная ситуация на рынке ведут к постоянному давлению времени на звено менеджмента. Потому год назад компания Wörle начала использовать модули бизнес-анализа CSB-System, которые обеспечивают руководству оперативный доступ к необходимой для принятия решений информации. Отчеты, наглядная динамика цен (чарты) и представление результатов могут быть индивидуально созданы в арифметической или графической форме простым нажатием кнопки. Кроме этого возможны предварительный поиск решений, прогнозы для отделов сбыта и производства, моделирование «что было бы если»-сценариев.

Подводя итог работе по автоматизации компании, Герхард Вёрле отметил: «Используя систему CSB, мы имеем в распоряжении специализированное отраслевое программное обеспечение для планирования ресурсов, которое существенно упрощает и облегчает рабочие будни молокоперерабатывающего предприятия». ■

Секрет успеха заложен в системе

IT-решение для всего
Вашего предприятия



Используйте Ваш шанс
и познакомьтесь с
IT-решением в
сфере бизнеса для
производственных и
торговых предприятий
молочной отрасли

Примите участие в нашем
международном
практическом семинаре
с посещением современных
молзаводов
9-10 ноября 2009, Вена-Австрия

CSB-System в России
127434 г. Москва
ул. Немчинова 1/25
вход 2, офис 1
Тел. +7 495 9779491
Факс +7 495 97798 54
info-rus@csb-system.com
www.csb-system.com



CSB-System
INTERNATIONAL

Компания: «САФИ консалтинг»

Не всегда можно быстро найти ответ на вопрос, касающийся конкретной ситуации, особенно если для этого приходится вчитываться в постановления и кодексы. Понимая это, редакция журнала собрала актуальные для бизнеса вопросы и попросила ответить на них специалистов «Сафи-консалтинг».

Вы спрашивали – мы отвечаем



Существуют ли способы сократить затраты компании в части информационных технологий без снижения качества работы?

ОТВЕЧАЕТ

Гуторов Кирилл, директор по ИТ

При попытке сократить затраты, в том числе по ИТ-статьям, важно не переусердствовать, ведь лишившись того или иного средства автоматизации или должной поддержки (что почти равнозначно), пользователь столкнется с большими трудностями в работе, нежели при внедрении этих самых средств. Поэтому к вопросу сокращения затрат на информационные технологии нужно подходить с пониманием, какие процессы в организации критически и коммерчески важны, а какие необязательны.

Для начала необходимо разобраться с внутренней ИТ-службой: какова ее численность и какие задачи она выполняет? Если в компании есть команда программистов, которые занимались доработкой информационной системы

со времен ее внедрения, стоит проанализировать рентабельность их содержания по сравнению с обслуживанием у одной из аутсорсинговых компаний, предлагающих услуги по поддержке и сопровождению информационных систем. В этом варианте есть как преимущества, так и недостатки.

В средних и крупных компаниях расходы на связь составляют немалую долю затрат на ИТ. Как правило, выбрав поставщика услуг, мало кто анализирует предложения на рынке связи в дальнейшем. Поэтому на практике нередко бывает, что предприятие платит, например, за Интернет, цену выше, чем средняя цена в регионе. Необходимо постоянно анализировать все предложения, подходящие компании по качеству. Рынок не стоит на месте, и провайдеры меняют и расширяют тарифную сетку, при этом нередко оставляя уже подключенные компании на старых, невыгодных для них тарифах.

Также необходимо проанализировать трафик телефонных переговоров и передачи данных в Интернет. Как показывает практика, не менее 40% трафика – личные звонки или трафик в Интернет, не связанный с работой. Следовательно, если это еще не сделано в компании, необходимо лимитировать доступ к коммуникациям исходя из служебных потребностей департаментов компании.

Целесообразно пересмотреть порядок закупок и выбор поставщиков услуг и оборудования. Производить закупки следует на тендерной основе, выбирая таким образом наилучшее по ряду заранее определенных критериев, в том числе по цене предложения. Стоит проанализировать затраты на содержание оборудования и поддержку программных средств. На практике нередко бывают случаи, когда только после детального анализа расходов на эту статью выясняется, что, например, один и тот же принтер ломается каждый месяц и на ремонт тратится 50% его стоимости ежемесячно. Следовательно, в данном случае целесообразней купить новый принтер, вероятность поломки которого будет в несколько раз ниже.

При сокращении затрат на ИТ необходимо подходить к каждой статье внимательно и принимать решения только после детального анализа. Также не стоит забывать, что внедряя новые средства автоматизации, можно сэкономить на затратах в других департаментах, повысить контролируемость и управляемость бизнеса.



У нашего предприятия на балансе числится здание, которое было приобретено в собственность на вторичном рынке у другого предприятия, приватизировавшего его ранее. Срок выкупа собственником здания у государства и земельного участка, на котором оно расположено, в соответствии с Земельным кодексом РФ истекает 1 января 2010 года. Имеет ли право наша компания выкупить участок по льготной цене?

ОТВЕЧАЕТ

Аристов Олег,
директор юридического департамента

Согласно части 1 ст. 36 Земельного кодекса РФ граждане и юридические лица, имеющие в собственности здания, строения, сооружения, расположенные на земельных участках, находящихся в государственной или муниципальной собственности, имеют исключительное право на приватизацию таких земельных участков. Данный вопрос особенно актуален сейчас, так как срок выкупа земельных участков по льготным ценам истекает 1 января 2010 года (ст. 2 Федерального закона от 25.10.2001 №137-ФЗ, далее – Вводный закон).

В свое время Пленум ВАС РФ в п. 9 Постановления от 24.03.2005 №11 разъяснил порядок определения цены земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности и приобретаемого по договору купли-продажи, заключаемому в соответствии со ст. 36 Земельного кодекса РФ. Как указал Пленум, в этом случае нужно руководствоваться Вводным законом, который содержит императивную норму о конкретных условиях определения стоимости земельного участка. Напомним, что он устанавливает два отдельных порядка определения цены для двух категорий собственников.

Первый порядок (п. 1 ст. 2 Вводного закона) предусматривает льготные расценки на выкуп земли и распространяется на следующих собственников:

- которые приобрели на таких землях собственность, отчужденную из государственной или муниципальной собственности;
- возвели новую собственность вместо ранее снесенной;
- у которых право собственности на объекты возникло до вступления в силу Земельного кодекса.

Для остальных собственников установлен иной порядок определения цены без льготной составляющей (п. 2 ст. 2 Вводного закона).

В Вашей ситуации, когда объект недвижимости, расположенный на участке земли, был изначально приватизирован организацией, которая затем продала этот объект обществу, достаточно часто возникают споры с Управлением земельных ресурсов муниципального образования (далее – Управление) о цене выкупаемого участка земли.

При этом, как правило, Управление отказывает предприятию в праве на выкуп земельного участка по льготной цене, мотивируя тем, что общество нельзя отнести к льготной категории собственников, поскольку объект недвижимости приобретен не в результате приватизации государственной или муниципальной собственности, а по договору купли-продажи на вторичном рынке.

До настоящего времени судебная практика по данному вопросу складывалась противоречиво: часть судов отказывала вторичным собственникам недвижимости в принятии решения в их пользу, часть решений принималась в их пользу.

Но совсем недавно в споре с чиновниками Управления ВАС РФ поставил жирную точку.

Так, Президиум ВАС РФ в Постановлении от 09.04.2009 №14649/08 принял сторону общества и счел уважительными следующие аргументы, которые могут быть необходимы вашему предприятию в случае возникновения спора с чиновниками Управления.

Право собственника на льготу обусловлено отчуждением недвижимого имущества в процессе приватизации государственных (муниципальных) предприятий.

При этом не важно, приобретена недвижимость непосредственно при приватизации или на вторичном рынке. Основопологающим является тот факт, что первоначально она была выкуплена у государственного (муниципального) образования.

Следовательно, собственник недвижимости имеет право на получение земли, расположенной под ней, по льготной цене независимо от того, признается он первоначальным собственником или приобрел ее на вторичном рынке. Необходимым условием для этого является факт выкупа недвижимости, в том числе третьим лицом, у государственного (муниципального) образования.

Таким образом, принятое в пользу вторичного собственника Постановление Президиума ВАС РФ должно стать основополагающим для судов в спорах о льготной цене на землю.





Наш работник был направлен руководством в командировку на четыре дня. Авиабилет был приобретен на воскресенье – выходной день. Прошу разъяснить, как правильно оформить и учесть такую командировку.

ОТВЕЧАЕТ

Григорьев Сергей,
начальник отдела аудита

Давайте разобьем ответ на две части: общие требования к оформлению командировок и специфические вопросы, возникающие в Вашей ситуации.

В первой части напомним, что служебная командировка это поездка работника по распоряжению работодателя на определенный срок для выполнения служебного поручения вне места постоянной работы (ст. 166 ТК РФ). Она начинается с оформления командировочных документов (мы не рассматриваем случай с командировкой менее суток), к которым относятся:

- служебное задание для направления в командировку и отчет о его выполнении;
- приказ (распоряжение) о направлении работника в командировку;
- командировочное удостоверение.

Таким образом, перед направлением сотрудника в командировку необходимо оформить эти документы (исключение – командировочное удостоверение, если командировка

осуществляется за пределы территории Российской Федерации в государства, не являющиеся участниками СНГ) и выдать денежный аванс на командировочные расходы (п. 10 Постановления Правительства Российской Федерации от 13.10.2008 №749).

При направлении работника в служебную командировку ему гарантируются сохранение места работы (должности) и среднего заработка, а также возмещение расходов, связанных со служебной командировкой: расходы по проезду, расходы по найму жилого помещения, суточные, иные расходы, разрешенные работодателем. Для того чтобы правомерно выплачивать названные расходы, организация должна разработать положение о служебных командировках (либо это может быть коллективный договор), где устанавливаются размеры (нормы) этих расходов, а также порядок из выплаты (ст. 167 ТК РФ).

По возвращении из командировки сотрудник в течение трех рабочих дней обязан представить командировочное удостоверение (если такое требовалось), отчет о выполненной работе, авансовый отчет и к нему документы, подтверждающие расходы, связанные с командировкой.

Теперь перейдем ко второй части ответа. Начало командировки определяется днем выезда, то есть датой отправления поезда, самолета, другого транспортного средства из населенного пункта, где располагается место постоянной работы (п. 4 Постановления №749). Следовательно, если работник отправился в командировку в воскресенье (об этом говорит дата авиабилета), то этот день включается в срок его командировки и это очень важный момент, на который следует обратить особое внимание. Суть вопроса в следующем: по общему правилу за работником за время нахождения в командировке сохраняется средний заработок за все дни работы по графику командирующей организации, а также за дни нахождения в пути (п. 9 Постановления №749). Иначе говоря, средняя заработная плата командированному лицу начисляется за рабочие дни по графику Вашей организации, а за выходные дни она не начисляется, за исключением следующих случаев:

- работник специально командирован для исполнения задания (работы) в нерабочие дни;
- за время нахождения командированного сотрудника в пути, в том числе за время вынужденной остановки в пути.

А сейчас самое время вспомнить о правилах оплаты труда в выходные и нерабочие праздничные дни, установленных главным нормативным документом в области труда – ТК РФ. Согласно ст. 153 ТК РФ работа в выходной или нерабочий праздничный день оплачивается не менее чем в двойном размере. Данная норма повторяется и в п. 5 Постановления №749. Таким образом, если ваш работник находится в пути в дни, которые являются выходными или нерабочими праздничными днями, то эти дни должны оплачиваться по среднему заработку не менее чем в двойном размере либо, по желанию сотрудника, работавшего в выходной или нерабочий праздничный день, ему может быть предоставлен другой день отдыха. В этом случае работа в выходной или нерабочий праздничный день оплачивается в одинарном размере, а день отдыха оплате не подлежит.

Обращаю внимание, что работа в выходные и нерабочие праздничные дни действующим законодательством запрещается, поэтому для привлечения сотрудника к работе в выходные дни у организации должны быть веские основания и письменное согласие сотрудника. **МС**

Вниманию специалистов пищевой промышленности!



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ В МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ практическое руководство

- Организация работы лабораторий
- Требования к сырью и материалам
- Методы испытаний

Меркулова Н.Г. и др.

2009 г., тв. пер., 640 с., табл., ил., формат 165 × 235 мм

Аннотация

В новом практическом пособии подробно рассмотрен весь спектр вопросов работы лаборатории современного предприятия молочной промышленности от организации, управления лабораторией, выбора оборудования и методик до описания основных характеристик молочных продуктов и конкретных методов их производственного контроля. Приведены также методы контроля сырья, ингредиентов и упаковки. Помимо стандартных методик описаны возможности современных методов. Даны основные принципы внедрения HACCP на предприятиях отрасли.

Ведущий автор, Н. Г. Меркулова, многие годы руководит департаментом гарантии качества компании «Вимм-Билль-Данн».

Книга станет прекрасным справочным пособием для работников лабораторий предприятий молочной промышленности, специалистов органов санэпиднадзора и сертификации, а также будет полезна студентам и преподавателям профильных ВУЗов.



Заказать книги Вы можете:

по электронной почте: bookpost@professija.ru
по тел./факсу: (812) 740-12-60, 251-46-76
почтой по адресу: 191002, Санкт-Петербург, а/я 600

Офис продаж в Москве
тел.: +7 (926) 230-99-01
электронная почта: moscow@professija.ru

Информация о других книгах и заказ on-line на сайте www.professija.ru

ЗАКАЖИТЕ БЕСПЛАТНЫЙ КАТАЛОГ НАШИХ ИЗДАНИЙ!

ВЕСЬ МИР питания Украина

XII Международный Форум производителей
продуктов питания, напитков, ингредиентов и оборудования для супермаркетов

27-30 октября 2009
МВЦ, Броварской пр-т, 15, Киев



Организаторы:



www.worldfood.com.ua

ПРЕМЬЕР ЭКСПО, ул. Пимоненко, 13-Б, Киев, Украина, 04050, тел.: +380 44 451 4160, факс: +380 44 451 4161, e-mail: food@pe.com.ua



Специалист в решениях по упаковке

LEONHARDT

SEALPAC

Forming Innovations



Дозатор LEONHARDT



Термоформер SEALPAC

Компания SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK® предлагает комплексные решения для упаковки классического творога и творожных изделий. Получаемая упаковка сохраняет форму, структуру и все полезные свойства продукта, обеспечивает долгий срок хранения, а также представляет большее удобство для потребителя, чем традиционная пачка. Возможны различные формы упаковки: круглая, прямоугольная, клинок или любая другая по желанию заказчика.

Варианты упаковки:

- мягкая верхняя пленка и мягкая нижняя пленка под вакуумом,
- мягкая верхняя пленка и жесткая нижняя пленка (лоток) в модифицированной газовой атмосфере (MAP).

Нам 20 лет!



SCHALLER
LEBENSMITTELTECHNIK

Превратим идею в Ваш успех!

SCHALLER TECHNOLOGY® | WIBERG® | STAR MIX® | PEBÖCK
ITEC® | VORAN® | EFA | HOLAC® | LASKA | SEPAMATIC® | KNECHT
INJECT STAR® | FOMACO | REX® | TIPPER TIE TECHNOPACK®
TIPPER TIE ALPINA® | SCHALLER THERMOSTAR® | DOLESCHAL
HOEGGER | WEBER® | STORK TITAN® | HEINEN FREEZING
SEALPAC® | KOMET | BIZERBA | HAAS

SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®

ООО «ШАЛЛЕР-МОСКВА»

РФ 129110, Москва

Проспект Мира, дом 33, корп. 1

Тел.: +7-495-797 63 33, Факс: +7-495-797 63 44

e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

Пневматическая аппаратура

Камоцци



Опыт Камоцци рождает доверие клиентов.
Поэтому каждый день Камоцци поставляет
российским предприятиям:

- 500 пневмоцилиндров
- 1 000 распределителей
- 10 000 фитингов
- 10 000 метров трубки

На складе
более 10 000 позиций

Производство
пневмоцилиндров в России

Бесплатная доставка
по России



Быть лучшими

www.camozzi.ru

Москва (495) 735 49 61
Владивосток (4232) 20 89 33
Воронеж (4732) 39 37 09
Екатеринбург (343) 353 58 31

Казань (843) 299 60 60
Краснодар (861) 239 70 41
Красноярск (391) 236 58 21
Нижний Новгород (831) 220 55 41

Новокузнецк (3843) 77 76 36
Новосибирск (383) 221 69 54
Омск (3812) 71 94 94
Иркутск (3952) 500 396

Ростов-на-Дону (863) 299 01 63
Самара (846) 276 68 92
Санкт-Петербург (812) 326 29 11
Челябинск (351) 265 87 64
Ярославль (4852) 73 28 11