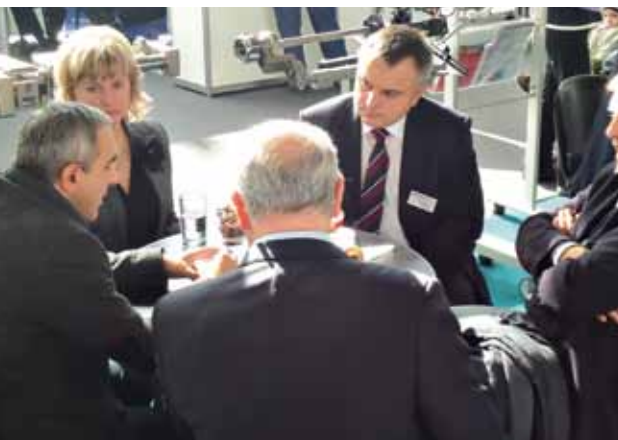


# мясная сфера

20



*Богдан Магола, коммерческий директор Matitex: «Возраст собеседника всегда влияет на тактику ведения разговора. Молодые люди обычно увлечены новинками, более заинтересованы в продвижении новых решений. Люди, у которых за плечами большой жизненный опыт, придерживаются классики.»*

34



*Россия входит в пятерку крупнейших потребителей говядины в мире, уступая по данному показателю лишь США, Бразилии и Китаю. При этом, внутреннее производство в стране падает уже несколько лет подряд. Инвесторы неохотно идут в этот бизнес, что связано с длительными сроками окупаемости инвестиционных проектов, потребностью в долгосрочных инвестициях, а низкая эффективность производства удерживает себестоимость говядины на высоком уровне.*

12

*О развитии халяль-индустрии в России и в мире мы поговорили с генеральным директором Международного центра стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России, председателем Евразийского союза стандартизации и сертификации «Халяль» кандидатом технических наук Айдаром Газизовым.*

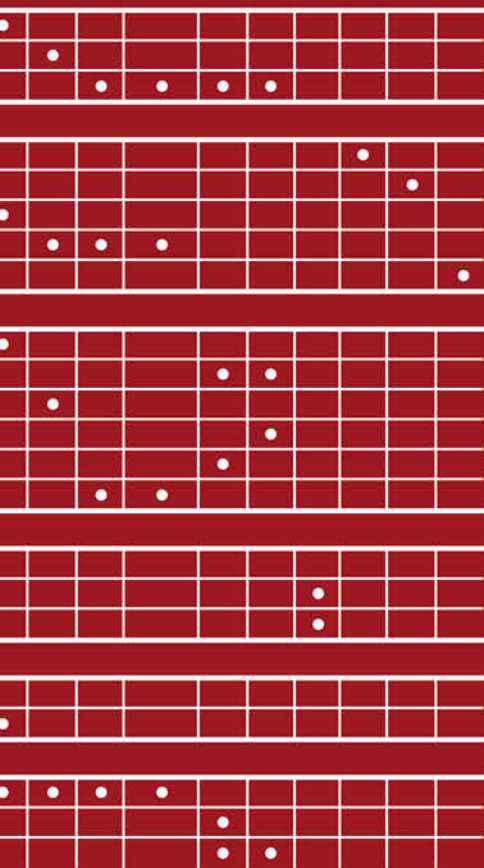


# «Халяль» как тренд рынка



**АНТЕС**  
www.antes.ru

|         |       |         |                  |       |       |         |         |       |       |
|---------|-------|---------|------------------|-------|-------|---------|---------|-------|-------|
| USK 170 | S 200 | USK 230 | USK 230 - HV 208 | B 500 | B 600 | KLA 220 | KRK 100 | W 300 | W 400 |
|---------|-------|---------|------------------|-------|-------|---------|---------|-------|-------|



Санкт-Петербург +7 (812) 332-27-53

Воронеж +7 (4732) 39-95-73

Казань +7 (843) 277-42-45

Самара +7 (846) 267-32-27

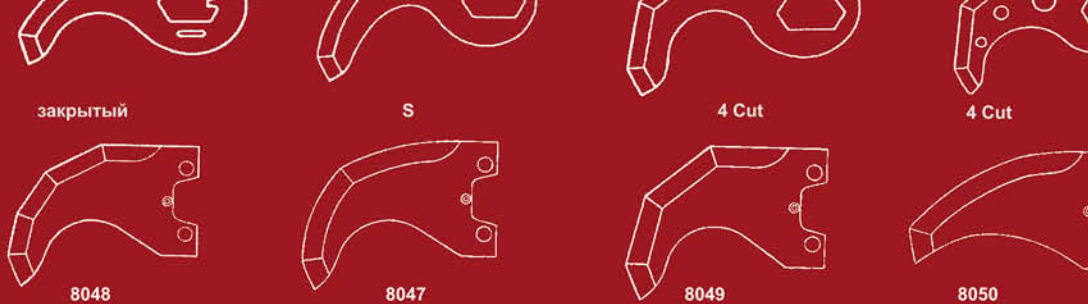
Волгоград +7 (8442) 58-07-77

Ростов-на-Дону +7 (863) 230-43-85

Екатеринбург +7 (343) 345-02-67

Новосибирск +7 (383) 211-96-99

Иркутск +7 (3952) 47-56-23



# ТЕХНОЛОГИИ ВАШЕГО УСПЕХА



## ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

- убой и разделка
- приготовление фаршей
- формовка и порционирование
- приготовление деликатесов
- термообработка
- нарезка
- упаковка
- санитарно-гигиеническое оборудование
- весы и этикетировщики *NEW!!!*



## РЕЖУЩИЙ ИНСТРУМЕНТ



## РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНВЕНТАРЬ



## МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ

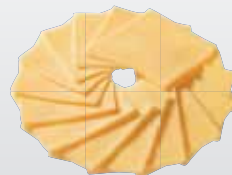
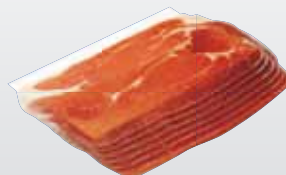


## СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

## ВОРОТА ДВЕРИ ЗАВЕСЫ

(495) **500-4-500** многоканальный

# На уровень выше



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100 x 150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



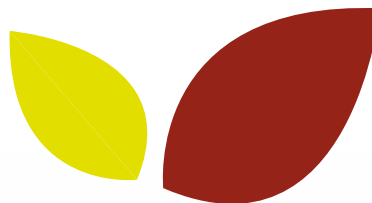
Новый слайсер Вебер 905

**weber**<sup>®</sup>  
The High Tech Company

ООО «Вебер Рус»  
127254 Москва · Ул. Добролюбова 3, стр.1  
Тел.: +7 495 604 48 35 · Факс: +7 495 604 48 37  
ru@weberweb.com · www.weberweb.com



21-я Международная выставка  
продуктов питания и напитков



# worldfood

MOSCOW

Основана в 1992 году

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



ВСЕЬ МИР  
ПИТАНИЯ



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



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

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



АТЛАНТИС-ПАК



Она ПРАКТИЧНА и ЮНА  
ВЛОЖЕНЬЯ ОТРАБОТАЕТ СПОЛНА.  
КРАСИВА АППЕТИТНА КОЖА  
НА ЦЕЛЛЮЛОЗНУЮ ОДИН-В-ОДИН ПОХОЖА.

## КТО ОНА НОВАЯ ОБОЛОЧКА АЙЦЕЛ



Новая оболочка позволяет изготовить традиционный и качественный мясной продукт премиум-сегмента, значительно уменьшив затраты

### Применяя айЦел вместо целлюлозной оболочки, вы сможете:

- УВЕЛИЧИТЬ СРОКИ ГОДНОСТИ УПАКОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ
- СНИЗИТЬ ЗАТРАТЫ НА САМУ ОБОЛОЧКУ → ЦЕНА НИЖЕ, ЧЕМ У ЦЕЛЛЮЛОЗНЫХ АНАЛОГОВ
- СНИЗИТЬ ДОЛЮ РУЧНОГО ТРУДА → ФОРМОВАТЬ БАТОНЫ МОЖНО С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АВТОМАТИЧЕСКИХ КЛИПСАТОРОВ
- СНИЗИТЬ РАСХОД ОБОЛОЧКИ → НАБИВАЙТЕ ОБОЛОЧКУ МЕНЬШЕГО КАЛИБРА С ПЕРЕПОЛНЕНИЕМ И ДОСТИГАЙТЕ НЕОБХОДИМОГО КАЛИБРА БАТОНА
- УЛУЧШИТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС → ОБОЛОЧКА ПОСТАВЛЯЕТСЯ В УДОБНЫХ ГОФРОКУКЛАХ И ЭКОНОМИТ МЕСТО В ЦЕХУ, А ПОДГОТОВКА К НАБИВКЕ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПРОЩЕ

### айЦел

- ВЫСОКАЯ ПРОНИЦАЕМОСТЬ ДЛЯ ПАРОВ ВОДЫ И КОМПОНЕНТОВ ДЫМА
- ХОРОШО ВЫРАЖЕННЫЙ ВКУС И АРОМАТ КОПЧЕНИЯ КОЛБАС
- АППЕТИТНАЯ И ЗАМЕТНАЯ КОРОЧКА КОАГУЛИРОВАННОГО БЕЛКА НА КОЛБАСЕ

Телефон горячей линии: 8 800 500 8585

Факс: +7 (863) 261-85-79

E-MAIL: SALES@ATLANTIS-PAK.RU

Адрес: 346703, Россия, Ростовская область, Аксайский район, х. Ленина, ул. Онучкина, 72

Всегда свежая информация о наших продуктах и услугах: [WWW.ATLANTIS-PAK.RU](http://WWW.ATLANTIS-PAK.RU) и [WWW.ATLANTIS-PAK.COM](http://WWW.ATLANTIS-PAK.COM)

айЦел



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

**15 лет на российском рынке!**

Приглашаем Вас посетить стенд GEA  
на выставке Агропродмаш-2012  
8-12 октября, Москва, Экспоцентр,  
павильон Форум

## GEA Food Solutions

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



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



ООО «Группа Компаний ПТИ»  
Тел/факс +7 (495) 786 8565  
Адрес: 129337, г. Москва,  
Ярославское ш., д. 19, корп. 1

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



**AGRO  
PROD  
WASH**

**ЖДЕМ ВАС!**

Стенд ГК "ПТИ"  
Павильон 1, 1D-10



# ЛИНИЯ МАРИНОВАНИЯ METALQUIMIA

# МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

животноводство • птицеводство • свиноводство • молочное скотоводство • рыбоводство • корма • ветеринария



Международная выставка  
**VIV RUSSIA**



Международная выставка  
**КУРИНЫЙ КОРОЛЬ**



Международная выставка  
**МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ**



Международная выставка  
**ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА**



FEED to MEAT

Международный форум  
инновационных технологий  
и перспективных разработок  
«ОТ ПОЛЯ ДО ПРИЛАВКА»  
для мясной и молочной индустрии

**21-23**  
мая  
**2013 года**  
Москва, Крокус Экспо



## VIV Азия 2013

13-15 марта 2013, Бангкок, Таиланд

## VIV Russia 2013

21-23 мая 2013, Москва, Россия

## VIV Turkey 2013

13-15 июня 2013, Стамбул, Турция

## VIV Europe 2014

20-23 мая 2014, Утрехт, Голландия

Организатор:



Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915

E-mail: [info@meatindustry.ru](mailto:info@meatindustry.ru)

[www.meatindustry.ru](http://www.meatindustry.ru) • [www.viv.net](http://www.viv.net)

Organized by:





# ТОЧНОСТЬ ПОРЦИОНИРОВАНИЯ ОТ HANDTMANN!

Условия для превосходной точности порционирования обеспечиваются только при тщательном продумывании всех мельчайших деталей. Абсолютно все равно, идет ли речь о производстве классических колбасных и мясных изделий или изготовлении трендовых продуктов для быстрого приготовления, технология Handtmann устанавливает высочайшие стандарты в точности порционирования для всех продуктов.

**Инновационная технология:  
точность порционирования – это Handtmann!**

**handtmann**  
*Идеи с будущим*



реклама

## Технология Handtmann: порция за порцией с точностью до граммов!

Высочайшая точность порционирования является на сегодняшний день одним из решающих факторов успеха в деле достижения поставленных целей в сферах качества и рентабельности. Являясь новатором в технологии вакуумной набивки, компания Handtmann предлагает порционирование с абсолютно точным весом для набивки, порционирования, отделения, коэкструдирования, дозировки и формования.

Используете ли Вы вакуумные шприцы Handtmann или другие комплексные линии Handtmann, превосходная точность порционирования всегда обеспечена.

- Высочайшая точность порционирования благодаря интеллектуальной системе управления всеми технологическими компонентами.
- Первоклассный вид и отличное качество готовых продуктов за счет бережной подачи набиваемой массы.
- Незначительные эксплуатационные расходы благодаря износоустойчивой и регулируемой концепции механизма подачи.
- Точное порционирование всех пастообразных продуктов питания в кишечные оболочки, оболочки из альгината, стаканчики, лотки или другие емкости.



### Программное обеспечение Handtmann Communication Unit: Целенаправленное снижение расходов за счет автоматического регулирования веса!

HCU позволяет объединить в сеть системы набивки производственного предприятия. Все данные технологических процессов непрерывно регистрируются, вес порций продукта автоматически регулируется с помощью интегрированной системы взвешивания.

Таким образом, программное обеспечение Handtmann HCU является гарантом значительного и долговременного сокращения затрат.

- Централизованное управление производственными процессами и оптимальная загрузка всех систем набивки.
- Автоматическое регулирование веса для максимальной эффективности производства.
- Значительное снижение расходов для всех технологических систем.

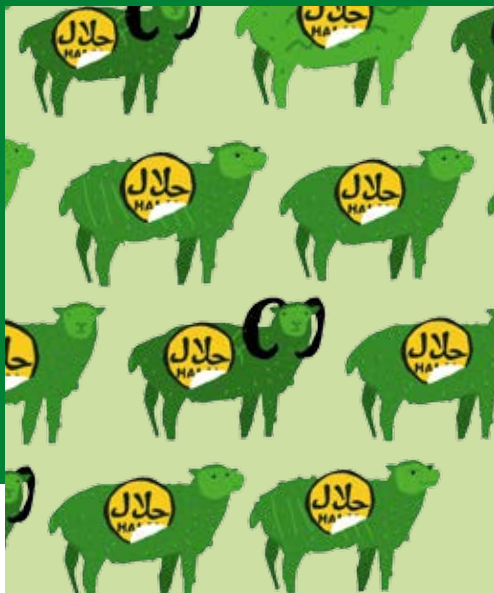
Albert Handtmann  
Maschinenfabrik GmbH & Co. KG

Hubertus-Liebrecht-Str. 10-12  
D-88400 Biberach/Riss  
Deutschland  
Tel.: + 49 (0) 73 51 / 45 - 0  
Fax: + 49 (0) 73 51 / 45 - 15 01  
info.machines@handtmann.de  
www.handtmann.de

**handtmann**  
Идеи с будущим

# содержание

|                                       |                             |    |
|---------------------------------------|-----------------------------|----|
|                                       | <b>отрасль</b>              | 24 |
| Аnuga FoodTec–2012: успехи участников |                             | 26 |
| <b>крупным планом</b>                 | <b>Время собирать камни</b> | 30 |



**Халяльная** отрасль демонстрирует стабильный рост во всем мире. В немалой степени это объясняется тем, что становится все больше категорий потребителей данной продукции. На сегодняшний день значительную их долю составляют люди, не исповедующие ислам, но выбирающие такую продукцию из-за высокого качества.

# 12

|                                    |   |    |   |   |    |
|------------------------------------|---|----|---|---|----|
| <b>тема номера</b>                 | «Халяль» как тренд рынка  | 12 | <b>industry</b><br>/research            | Beef market: what has changed?  | 34 |
| <b>NEW!</b><br>в полях             | Сила продавца – в его уникальности                                | 20 | <b>компании</b><br>/события и факты     | Новости   | 40 |
| <b>отрасль</b><br>/события и факты | Новости   | 24 | /стратегия                              | Усилить вертикальную интеграцию бизнеса   | 44 |
|                                    | Аnuga FoodTec–2012: успехи участников                             | 26 | <b>производство</b><br>/события и факты | Новости   | 46 |
| /вокруг света                      | Бельгийская кухня   | 28 | /автоматизация                          | CSB-Rack® – надежный помощник в регистрации производственных данных в режиме онлайн | 50 |
| /крупным планом                    | Время собирать камни<br>Оценка результативности аграрной политики | 30 | /санитария и гигиена                    | Горячая приверженность чистоте: HDS-E 8/16-4 M                                      | 52 |
| /исследование                      | Рынок говядины: что изменилось?                                   | 34 | /оборудование                           | Холодильное оборудование: как выбрать?  | 54 |

|  |    |  |
|--|----|--|
| <b>производство</b>                    | 46 |  |
| Холодильное оборудование: как выбрать? | 54 |  |
| <b>оборудование</b>                    |    | <b>Хит сезона для всех регионов</b> 58 |



**Сегодня** говядина – один из самых популярных видов мяса. В России, согласно утвержденному Правительством перечню необходимых товаров, она входит в состав потребительской корзины, на основе которой определяется прожиточный минимум.

# 34

|                     |  |    |                                    |   |    |
|---------------------|--|----|------------------------------------|---|----|
|                     | Сыровяление и сырокопчение – интеллектуальный подход | 56 |                                    | Растущие рынки требуют инновационных стратегий          | 62 |
|                     | Хит сезона для всех регионов                         | 58 | /ингредиенты                       | Использование паприки при производстве мясных продуктов | 66 |
| /упаковка и обложка | RosUpack 2012: новая площадка – динамичное развитие  | 60 | консалтинг /практический маркетинг | Халяль: особенности позиционирования                    | 70 |

## мясная сфера

№4 (89) 2012

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей индустрии. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 46401 31.08.2011 г.

Издатель: ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

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

Генеральный директор:  
Алексей Захаров

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

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

Менеджер по маркетингу и развитию:  
Анастасия Кочеткова  
a.kochetkova@sfera.fm

Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова  
n.antipova@sfera.fm

Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:  
Виктория Загоровская  
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:  
Путинцева Татьяна  
t.putinzeva@sfera.fm

Корректоры, литературный редакторы:  
Анна Соколова,  
Анна Бойцева


Иллюстрация на обложке:  
Тимофей Яржомбек

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 , публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремимумПресс». Подписано в печать: 06.08.12. Тираж: 5000 экз.





## SFERA FOOD MAGAZINE

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

Издательский Дом «СФЕРА» объявляет о запуске нового проекта – первого в России мультимедийного интернет-журнала SFERA FOOD MAGAZINE. Интерактивное издание, представленное в совершенно новом формате, станет эффективным инструментом в работе партнеров и рекламодателей ИД «Сфера». Проект ориентирован на современных пользователей и читателей, которых интересуют самые последние новости отрасли, аналитика и исследования, экспертные мнения специалистов, все о рынке продуктов питания от производства сырья и комбикормов до технологий переработки и получения готовых продуктов.

Обзоры, дискуссии и круглые столы с участием ведущих компаний отрасли, интервью с экспертами и признанными авторитетными лидерами, современные технологии, нестандартные подходы к маркетингу и брендингу – эти темы отражены в каждом из разделов SFERA FOOD MAGAZINE: «Торговая сфера», «Сфера HoReCa», «Сфера хлебопечения», «Кондитерская сфера», «Рыбная сфера», «Мясная сфера», «Молочная сфера», «Сфера Животноводства \ Птицепром».

В отличие от печатной версии отраслевых журналов ИД «Сфера», периодичность выхода которых раз в два месяца, новое интерактивное издание будет появляться в сети ежемесячно, а его целевая рассылка охватит более 200 тысяч адресов. Современный дизайн полиграфических изданий и развитие интернет-технологий позволили нам создать полноценный текстовой мультимедийный журнал, который является новым словом в отраслевых интернет-СМИ.

Наша задача – максимально полно реализовать преимущество электронных mass media. Отсюда – наше особое внимание к инфографике и различным мультимедиа при разработке проекта SFERA FOOD MAGAZINE: видеосюжеты, трехмерные фотографии, которые можно воспроизводить по желанию, интерактивная и анимированная реклама.

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

Все проекты под брендом SFERA дополняют друг друга. Наравне с интерактивным мультимедийным изданием, представляющим несколько направлений, ИД «СФЕРА» продолжит выпускать традиционные узконаправленные печатные журналы, электронные версии которых будут доступны на официальном сайте. Новое интерактивное издание SFERA FOOD MAGAZINE также будет размещено на сайте sfera.fm.

Виктория Загоровская,  
редактор журнала «Мясная СФЕРА»,  
editor@sfera.fm

Гость:



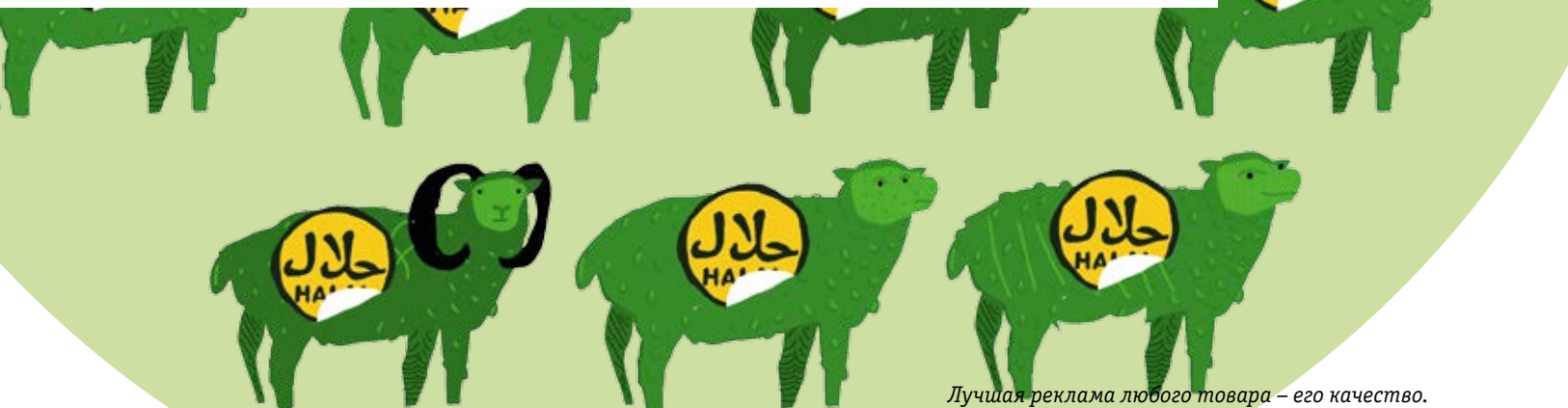
**Айдар Газизов,**  
генеральный директор Международного центра стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России, председатель Евразийского союза стандартизации и сертификации «Халяль», кандидат технических наук

Беседовала:



**Виктория Загоровская**

*Халяльская отрасль демонстрирует стабильный рост во всем мире. В немалой степени это объясняется тем, что становится все больше категорий потребителей данной продукции. На сегодняшний день значительную их долю составляют люди, не исповедующие ислам, но выбирающие такую продукцию из-за высокого качества.*



*Лучшая реклама любого товара – его качество.*

*Томас Роберт Дьюар,  
английский предприниматель*

# «Халяль» как тренд рынка

↓ *Мусульманское население земного шара насчитывает 1,8 млрд человек, а оборот мировой халяль-индустрии составляет свыше 2,3 триллионов долларов.*

↓ *Продукция «Халяль» вышла из разряда строго конфессиональной, и теперь представители разных национальностей и вероисповеданий выбирают ее из-за высокого качества.*

О развитии халяль-индустрии в России и в мире мы поговорили с **генеральным директором Международного центра стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России, председателем Евразийского союза стандартизации и сертификации «Халяль» кандидатом технических наук Айдаром Газизовым.**

**Какова динамика развития мирового продуктового рынка халяль?**

– За последнее время халяль-индустрия развивается быстрыми темпами, причем не только в государствах, где официальной религией является ислам. На сегодняшний день мы располагаем следующими цифрами: мусульманское население земного шара насчитывает 1,8 млрд человек, а оборот мировой халяль-индустрии составляет свыше 2,3 триллионов долларов.

Мировой рынок продуктов халяль составляет примерно 5% мировой торговли продовольствием.

**В каких странах отмечается самый высокий уровень дохода от реализации продуктов питания халяль – в частности, мясных – и с чем это связано?**

– Я бы выделил Бразилию. Около 40% мяса, которое экспортирует эта страна, относится к категории халяль и имеет соответствующий сертификат. А в четвертой по численности населения стране мира и самой густонаселенной мусульманской стране Индонезии около 80% всего объема реализуемой населению продукции сертифицировано по стандарту «Халяль».

**Как общемировые тенденции отражаются на развитии данного сегмента рынка в России? Какие факты и цифры свидетельствуют о росте интереса к мясным халяльным продуктам в стране? Оцените объем их потребления в России и в мире.**

– Общемировые тенденции развития халяль-индустрии актуальны и для России, где эта индустрия развивается динамично из года в год, несмотря ни на какие кризисы. Хотелось бы выделить тот факт, что продукция халяль вышла



**Сертификация «Халяль»**

Для того чтобы получить право ставить знак «Халяль» на упаковке, продукт должен быть сертифицирован. Еще в 2003 году Совет муфтиев России принял решение об организации контроля производства и торговли халяль-продукцией, тогда же разработали и первый стандарт. А в 2007 году был создан Центр стандартизации и сертификации продукции «Халяль» при СМР, который стал заниматься вопросами сертификации продуктов питания по заявкам производителей.

Упомянутый центр – не единственный в России, его филиалы действуют еще в нескольких регионах: Карелии, Мордовии, Татарстане, Башкортостане, а также в Ленинградской, Пензенской, Свердловской, Тюменской, Саратовской и других областях.

из разряда строго конфессиональной, и представители различных национальностей и вероисповеданий с удовольствием выбирают ее из-за высокого качества. «Халяль» теперь является своеобразным знаком качества. Необходимо также отметить, что в последнее время заметно выросло число предприятий, выражающих свою заинтересованность в прохождении процедуры сертификации «Халяль».

**Чем можно объяснить коммерческий успех халяльной продуктовой индустрии в России и на Западе, а также популярность этой продукции среди потребителей, не исповедующих ислам?**

– Все на самом деле просто и очевидно. Халяльная продукция – это чистая, полезная продукция, которая отличается своим качеством и питательными свойствами.



**Что такое халяль?**

Халяль (или халал) – в переводе с арабского значит «разрешенное, дозволенное». В мусульманском быту под халялем обычно понимают мясо животных, употребление в пищу которого не нарушает исламских пищевых запретов.

К разряду запрещенных мясных продуктов относятся: мертвечина, кровь, свинина; мясо животных, забитых без произнесения имени Бога; животных, убитых через удушение или другими животными, умерших в результате высокого напряжения, удара или падения; мясо хищных животных и птиц (сокола, ястреба, орла и др.); мясо собак, ослов и мулов; гениталии, железы внутренней секреции, желчный пузырь и мочевой пузырь животных, зарезанных в соответствии с мусульманской традицией.

Вышеперечисленные запреты, касающиеся основного сырья (мяса и жира), распространяются также на вспомогательное сырье и материалы, такие как добавки, наполнители, специи, натуральные колбасные оболочки, желатиновые загустители и другое.

Для производства халяльного продукта используется только мясо животных, выращенных в экологически чистых регионах и в кормлении которых не применялись искусственные добавки. Забой осуществляется наиболее гуманным, бесстрессовым способом, из-за чего мясо не содержит вредных веществ и гормонов страха, возникающих у животных при обычных методах забоя. Традиционный мусульманский способ приготовления мяса и использование современных технологий позволяет почти полностью избавиться от токсинов, содержащихся практически в любом продукте животного происхождения. Кроме того, халяльная продукция не подвергается многочисленным заморозкам и оттаиваниям. При таких особенностях производства мясные продукты «халяль» максимально сохраняют полезные свойства

↓ В последнее время заметно увеличилось число предприятий, выражающих свою заинтересованность в прохождении процедуры сертификации «Халяль».

↓ Халяльную продукцию сегодня можно найти в крупных оптово-розничных сетях, таких как «Ашан», «Перекресток», «Петерсон», «Метро» и других.

Как известно, мировое сообщество уделяет все больше внимания проблеме экологии. Более того, с уверенностью можно сказать, что эта проблема сегодня является самой актуальной. В связи с этим большое количество людей стало крайне внимательно относиться к вопросам питания. «Халяль» идеально подходит для всех, кто придерживается здорового питания.

**Где сегодня можно найти мясную продукцию под маркой «халяль»? И что является ее главной особенностью?**

– Во-первых, в традиционно специализированных магазинах, которые находятся около мечетей. А во-вторых, в последнее время в России стало появляться большое количество халяльной продукции, которую можно найти и в крупных оптово-розничных сетях, таких как «Ашан», «Перекресток», «Петерсон», «Метро» и других.

Отмечу, что ритейлеры, вводя религиозную продукцию в свой ассортимент, в первую очередь реагируют на спрос со стороны покупателей.

**Сколько предприятий мясной отрасли России работают сегодня в соответствии со стандартом «Халяль»? Перечислите наиболее крупные.**

– Около 50 предприятий. Наиболее крупными являются «Приосколье» (производит более 4,5 тыс. тонн мяса птицы в год), «Челны Бройлер» (более 5 тыс. тонн в год), «Царицыно» (более 4 тыс. тонн колбасной продукции в год), «Эколь» (более 6,5 тыс. тонн мяса крупного и мелкого рогатого скота), а также «ЛИСКО Бройлер» и «Белгранкорм». Кроме того, среди производителей халяльной продукции можно выделить Йошкар-Олинский мясокомбинат, Мясоперерабатывающий завод «САФА», Казанский и Пензенский мясокомбинаты, компании «Равис – птицефабрика «Сосновская», «Уралбройлер», «Ставропольский бройлер».

**Наверняка были предприятия, которые потерпели неудачу в данном начинании. Можете их назвать? Какие проблемы возникают при производстве**



### Айдар Газизов:

*«Российские компании имеют большой потенциал для экспорта мясной халяльной продукции на мировые рынки. Особенно это касается производителей мяса птицы».*



**и позиционировании мясной халяльной продукции на российском рынке?**

– Опыт работы Международного центра стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России говорит о том, что предпринятый-неудачников в нашей индустрии не было. Все предприниматели, занимающиеся халяльной продукцией, работают на рын-

ке и по сей день. Просто кто-то добился больших успехов, кто-то – меньших.

При производстве мясной продукции в первое время мы столкнулись с проблемой ее восприятия потребителем, но на сегодняшний день она искоренена. Понятие «халяль» сейчас мало кого настораживает. Теперь самый актуальный вопрос – это конкуренция.

**Расскажите о работе Совета муфтиев России, направленной на помощь отечественным мясопроизводителям. Что предстоит сделать в ближайшее время?**

– Совет муфтиев России проводит очень большую работу в вопросе поддержки и развития не только производителей, но и халяль-индустрии в целом. Именно СМР является организатором ежегодно проводимой международной выставки Moscow Halal Expo, на которой собираются ведущие специалисты в этой области, а также предприятия из разных стран мира. Таким образом, выставка является замечательной площадкой для ведения переговоров.

В ходе последней выставки Moscow Halal Expo, которая проходила в Москве с 7 по 10 июня, был проведен конкурс «Лучший халяль-продукт». Его победителями в номинации «Колбасные изделия» признаны ИП Мадалиев (Казахстан), Казанский мясокомбинат и «Челны Бройлер». В номинации «Мясные консервы» победили компания «Веско» и Казанский мясокомбинат. Лучшими в номинации «Мясо птицы» стали компании «Приосколье», «Челны Бройлер», «Русское поле», а в номинации «Пельмени» - компания «Пестречинка», ИП Карсакбаева и Мясоперерабатывающий завод «САФА». Все эти компании теперь имеют право использовать знак «Лучший халяль-продукт» на упаковке своей продукции.

Не можем не отметить еще два значительных события, произошедших в этом году: во-первых, Международный центр стандартизации и сертификации «Халяль» представлял Россию на 1-й Международной конференции по контролю за продуктами питания «Халяль», проходившей под патронажем короля Абдуллы бин Абдулазиза в столице Саудовской

↓ При производстве мясной продукции в первое время мы столкнулись с проблемой ее восприятия потребителем, но на сегодняшний день она искоренена. Теперь самый острый вопрос – это конкуренция.

↓ В мясной отрасли в соответствии со стандартом «Халяль» работают около 50 предприятий. Наиболее крупными являются «Приосколье», «Челны Бройлер», «Царицыно», «Эколь», «ЛИСКО Бройлер» и «Белгранкорм».

Аравии Эр-Рияде, и во-вторых, в апреле в столице Республики Казахстан городе Астана был учрежден Евразийский союз стандартизации и сертификации «Халяль», куда вошли три государства Таможенного Союза: Россия, Беларусь и Казахстан. Россию в учрежденном союзе представляет наш центр.

**Что дает компаниям-производителям сертификат о соответствии продукции нормам «Халяль», выдаваемый Международным центром стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России? Какова процедура его получения?**

– Сертификат «Халяль» предоставляет производителю значительное преимущество. Потребитель может отличить халяльную продукцию от нехаляльной только при помощи знака «Халяль» на упаковке. У производителя возможность наносить этот знак появляется только после прохождения процедуры сертификации и получения сертификата. Сертификат «Халяль» – это связующее звено между производителем и потребителем.

Процедура получения сертификата состоит из нескольких этапов: анализ заявки, освидетельствование предприятия и, собственно, выдача сертификата.

На предприятии мы отслеживаем всю цепочку производства продукции «Халяль», начиная от кормов, убоя до поступления продукции в холодильные помещения. Здесь все контролируется, вплоть до транспортировки.

**По каким параметрам происходит проверка предприятия экспертами центра? Какие особые требования предъявляются к процессам производства, переработки, транспортировки и продажи халяльной продукции?**

– Все требования, предъявляемые к предприятию, указаны в стандарте «Халяль», разработанном совместными усилиями нашего центра и Совета муфтиев России. В его основе лежат стандарты «Халяль» Малайзии, Организации Исламского сотрудничества, международные стандарты ISO, HACCP, законы Российской Федерации.



### Преимущества «Халяль»

Преимущества мясной халяльной продукции обусловлены несколькими фактами. Мясо животного, забитого по канонам ислама, намного полезнее для организма человека, так как по мусульманским традициям забивание животного – целая процедура, которая требует тщательного соблюдения определенных норм.

**Во-первых**, читается молитва, затем перерезается сонная артерия, которая обеспечивает полное удаление крови из туши. Благодаря этому достигается приятный утонченный вкус мяса.

**Во-вторых**, при изготовлении халяльной продукции уже на заводах соблюдаются определенные технические условия. К примеру, при изготовлении колбас используется только охлажденное, а не замороженное мясо, что делает вкус колбасы более изысканным.

**В-третьих**, животные, идущие на производство халяльного мяса, как правило, выращиваются на экологически чистом корме, с исключением всяческих гормональных добавок.

**В-четвертых**, на протяжении всего процесса производства, начиная от приготовления до доставки в магазины, халяльная продукция отделена от остальной продукции.

**В течение какого времени с момента обращения предприятие может получить сертификат, и каков срок его действия?**

– В среднем процедура сертификации занимает около месяца, так как загруженность наших специалистов достаточно большая. Сертификат действует один год.

**Каким образом Международный центр стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России осуществляет дальнейший контроль и учет произведенной продукции? Расскажите, как строятся отношения производителя и центра после выдачи сертификата?**

– На предприятиях работают специально обученные эксперты, которые контролируют процесс производства. Они выписывают нам ежемесячные отчеты о количестве произведенной халяльной продукции. Кроме того, существует обязательная практика ре-

гулярных плановых аудитов, которые происходят с определенной частотой. Также бывают случаи внепланового аудита. Я хочу сказать, что процесс общения с производителем не заканчивается после выдачи сертификата: он продолжается и дальше.

**По мнению ряда экспертов, российские мясопроизводители имеют большой потенциал для экспорта халяльной продукции на мировые рынки. Каковы необходимые условия для выхода отечественной халяльной продукции на международный рынок?**

– Россия действительно имеет большой потенциал. Особенно это касается производителей мяса птицы. Но для экспорта существует ряд требований. Наш центр сейчас отработывает механизмы выхода российской продукции за рубеж. Мы смотрим в будущее с оптимизмом, так как уверены в качестве отечественной халяльной продукции и в добросовестности производителей. **МС**

↓ Для многих мясоперерабатывающих предприятий это развивающийся рынок сбыта, потенциал которого очень велик.

↓ Тенденции таковы, что крупные ритейлеры проявляют все больший интерес к продуктам со знаком «халяль».

ГРУППА  
АГРОКОМ



**Михаил Пузаков,**  
менеджер по продажам линии  
халяль «Группы Агроком»:

ЭКСПЕРТ



*«Интерес к религии расширяется не только в этно-мусульманских кругах, но и среди представителей других конфессий».*

Мы предлагаем потребителю широкий ассортимент продукции халяль в различных ценовых сегментах и рецептурах: вареные и полукопченые колбасы, а также сосиски и сардельки.

Решение расширить мясной ассортимент компании халяльной продукцией связано с несколькими аспектами, а именно: увеличением интеграции мусульман на территории России и усилением позиций ислама на религиозном поле. Так, интерес к религии расширяется не только в этно-мусульманских кругах, но и среди представителей других конфессий.

В переводе с арабского «халяль» – дозволенное, разрешенное. Это то, что не противоречит мусульманским пищевым запретам. Поэтому основным фактором выбора халяльной продукции является уверенность в потреблении правильной пищи, в чистоте и разрешенности продукта. Любое сомнение в чистоте продукта с точки зрения канонов ислама служит основанием для отказа в его потреблении. А значит, производство продукции под знаком «Халяль» – это очень большая ответственность, результат которой – душевное и духовное спокойствие нашего потребителя.

Тенденции таковы, что крупные ритейлеры проявляют все больший интерес к продуктам со знаком «Халяль». На мой взгляд, это связано с увеличением спроса и четко выраженной потребностью в этом продукте.



Основная проблема, с которой приходится сталкиваться мясокомбинатам при производстве и позиционировании халяльной продукции, – это доведение до конечного потребителя сведений о том, что продукт действительно является халяльным. Ведь не секрет, что достаточно многие производители используют знак «Халяль», не соблюдая основные правила производства такой продукции. Поэтому достаточно велика степень недоверия к производителям со стороны потребителей.

Отмечу, что частично эту проблему решает система добровольного сертифицирования продукции «Халяль». Для получения сертификата необходимо подать заявку и предоставить

комиссии Духовного управления мусульман возможность проверить производство на предмет соответствия требованиям и канонам ислама.

Говоря об особенностях технологического процесса производства халяльных продуктов, стоит отметить, что убой животных происходит в соответствии с мусульманскими традициями, которые должны неукоснительно выполняться в процессе производства и заготовки продукции под знаком «Халяль». Перед началом работ оборудование должно пройти санитарную обработку. К убою допускаются здоровые животные, без признаков заражения любыми болезнями, способными вызвать изменение структуры мяса или нанести вред здоровью людей, употребляющих его в пищу. Перед забоем обязательно должна совершаться молитва.

При забое основные шейные артерии и пищевод должны перерезаться единой движением без промедления и пауз, как можно ближе к голове. Запрещается производить действия, способные вызывать страх или агонию забиваемых животных; не допускается оглушения животных перед забоем, если есть опасность остановки сердца животного.

Производства халяльной продукции у нас происходит на отдельной площадке, где изготавливается только продукция под маркой «халяль» Кроме всего прочего, контроль производства осуществляет эксперт Духовного управления мусульман.

В последнее время много говорится о выходе российских производителей мясных продуктов под маркой «халяль» на международный рынок. Для многих мясоперерабатывающих предприятий это развивающийся рынок сбыта, потенциал которого очень велик. Мы также рассматриваем такую возможность. Среди прочих преимуществ, это позволит обмениваться опытом работы и продвижения халяльной продукции с производителями из мусульманских стран, расширять ассортимент, предлагать потребителям мусульманам из разных стран разрешенную продукцию.

↓ При производстве халяльного мяса нами используется особый разделочный инструмент – специальные ножи, тележки, разделочные доски и многое другое.



ЭКСПЕРТ ▶



**Вадим Ванеев,**  
генеральный директор  
компании «Евродон»:

*«Мясо индейки по пищевым характеристикам идеально вписывается в понятие халяльного продукта – оно содержит максимум белка, минимум жира. Ведь здоровье и безопасность стоят для каждого потребителя на первом месте.»*

«Евродон» одним из первых отреагировал на растущий спрос на профессиональные продукты (компания, к примеру, выпускает продукцию к Пасхе) и, в частности, халяль. Мясо индейки по пищевым характеристикам идеально вписывается в понятие халяльного продукта – оно содержит максимум белка, минимум жира. Ведь здоровье и безопасность стоят для каждого потребителя на первом месте.

«Евродон» выполняет требования всех российских ГОСТов и религиозных нормативных документов, принятых в сфере сертификации «Халяль». Выработка халяльной продукции на существующих мощностях завода производится каждый день, и перед каждой сменой проводятся специальные санитарные мероприятия. При производстве халяльного мяса нами используется особый разделочный инструмент – специальные ножи, тележки, разделочные доски и многое другое. Кроме того, отлажены цепочки поставок сертифицированной упаковки и компонентов – халяльных специй.

Мясоперерабатывающий комплекс компании – это высокотехнологичное предприятие. Мы успешно прошли сертификацию производства халяльной индюшатины; экспертизу мясоперерабатывающего комплекса проводили специалисты из сертификационного центра Казани. «Евродон» получил разрешение на выработку ос-



нового ассортимента из мяса индейки торговой марки «Индолина».

Отмечу, что производство халяльной продукции осуществляется под руководством контролера из регионального Духового управления мусульман, а убоем занимается обученный работник-мусульманин.

Халяльное мясо индейки под нашей торговой маркой «Индолина» поставляется во все крупные торговые сети европейской части страны, Средней полосы, республик Поволжья, – вплоть до Урала.

Мы проанализировали рынок и сделали вывод, что дело не только в религиозных традициях (халяльную продукцию покупают не только мусульмане), а в том, что мы можем гарантировать хорошее качество нашего мяса. При расширении производства халяльная продукция в линейке марки «Индолина» займет еще более значимое место.



**АНТЕС**  
www.antes.ru

**ЗАЩИТНАЯ ОДЕЖДА**  
для мясной промышленности



Германия

**Кольчужные перчатки**  
**WAVE comfort**

- ⊕ Полностью металлическая перчатка, в т.ч. ремешок
- ⊕ Соответствие высоким гигиеническим стандартам
- ⊕ Возможность обработки в стерилизаторе
- ⊕ Хорошая эргономика
- ⊕ Прочность и эластичность
- ⊕ Универсальность для левой и правой руки
- ⊕ Индивидуальный серийный номер у каждого изделия
- ⊕ Гарантия 24 месяца



Без манжеты



Манжета 8 см



Манжета 15 см



Манжета 19 см

141080, Московская обл., г. Королев,  
проспект Космонавтов, д. 43 б  
Телефон: (495) 500-4-500, 500-4-100,  
Факс: (495) 500-4-195, mail@antes.ru

|                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| Санкт-Петербург | +7 (812) 332-27-53 |
| Воронеж         | +7 (473) 239-95-73 |
| Казань          | +7 (843) 570-16-87 |
| Волгоград       | +7 (8442) 58-07-77 |
| Ростов-на-Дону  | +7 (863) 230-43-85 |
| Екатеринбург    | +7 (343) 345-02-67 |
| Самара          | +7 (846) 267-32-27 |
| Новосибирск     | +7 (383) 211-96-99 |
| Иркутск         | +7 (3952) 47-56-23 |

↓ Мы учли пожелания клиентов, которые хотят видеть на полках наших магазинов халяльные товары.

↓ Производители все активнее расширяют ассортимент халяльными колбасными изделиями.



**Оксана Шулико,**  
директор по закупкам коммерческой службы направления Ultrafresh компании «Лента»:

*«В гипермаркетах сети «Лента» представлены халяльные продукты торговых марок «Приосколье», «Благояр», «Рококо», «Челны-Бройлер», «Эколь»».*

ЭКСПЕРТ



**Какие халяльные продукты питания, в частности мясные, представлены в ассортименте гипермаркетов сети? Какова их доля в общем объеме?**

– Если говорить о халяльных продуктах в ассортименте охлажденного и замороженного мяса, птицы и полуфабрикатов, то их доля совсем незначительна – 1% от оборота всех магазинов сети. В нашем ассортименте представлено несколько наименований халяльных продуктов, среди которых полуфабрикаты охлажденной говядины, охлажденной и замороженной курицы.

**Ощущаете ли вы рост спроса на мясную продукцию под маркой «халяль»? Какие наименования халяльных мясных продуктов пользуются наибольшей популярностью у потребителей?**

– Нельзя сказать, что они пользуются большим спросом, но мы учли пожелания клиентов, которые хотят видеть на полках наших магазинов халяльные товары. Наибольшей популярностью у покупателей пользуется полуфабрикаты из охлажденной курицы.

**Насколько вы заинтересованы в производстве халяльных продуктов? Планируете ли расширять ассортиментное предложение?**

– В ближайшее время мы не планируем расширение ассортимента, так как данные товары пользуются спросом у ограниченного числа покупателей.



**Виктория Гражданникова,**  
директор по маркетингу управляющей компании холдинга «Российские мясопродукты»:

*««Халяль» становится гарантом качества мясных продуктов, набирая популярность у людей, не причисляющих себя к какой-либо из религиозных конфессий».*

ЭКСПЕРТ



**Продукцию каких зарубежных и отечественных производителей можно найти на ваших полках?**

– В гипермаркетах сети «Лента» представлены халяльные продукты только отечественного производства. Это товары торговых марок «Приосколье», «Благояр», «Рококо», «Челны-Бройлер», «Эколь».

**Е**ще лет пять назад вопрос о халяльном продукте не стоял в принципе, так как доля мусульман, соблюдающих требования ислама, была ничтожно мала. Сейчас ситуация кардинально поменялась – марка «халяль» становится гарантом качества мясных продуктов, набирая популярность у людей, не причисляющих себя к какой-либо из религиозных конфессий. Производители все активнее расширяют ассортимент халяльными колбасными изделиями; открываются специализированные магазины «Халяль». И хотя спрос на эти продукты еще невелик, факт говорит сам за себя. **ms**

# Рентабельная уборка на пищевом производстве.



В производственных цехах, на складах и всех других участках, где производятся работы с мясoproдуктами, предъявляются высочайшие требования к гигиене и безопасности. Kärcher предлагает системы чистки, создающие идеальные предпосылки для соблюдения этих требований. Немаловажную роль играет бесперебойное осуществление технологических процессов, для обеспечения которого мы предлагаем:

- стационарные установки высокого давления, централизованно снабжающие посты отбора водой и чистящими средствами;
- мобильные аппараты высокого давления;
- компактный аппарат для струйной чистки сухим льдом, прекрасно подходящий для удаления стойких загрязнений с чувствительных поверхностей;
- аккумуляторная полоумойно-всасывающая машина, обладающая широкими функциональными возможностями.

**Важно:** только высокосовременные и эффективные чистящие средства Kärcher, разработанные специально для применения с нашим оборудованием, позволяют достигать превосходных результатов уборки.

**Демонстрация оборудования. Сервис 24/7. Аренда. Лизинг.**

Ваш персональный менеджер: (495) 228-39-45 (доб. 116)  
Телефон бесплатной горячей линии: 8-800-1000-654



Стационарная установка  
высокого давления **HDC**  
Раб. давление: 20-160 бар



Мобильный аппарат высокого  
давления **HD 10/15-4 Cage F**  
Раб. давление: 20-145 бар



Полоумойно-всасывающие  
машины **B 40 и B 60**



Фирменные чистящие  
средства

**KÄRCHER**

makes a difference®



Гость:  
**Богдан Магола,**  
коммерческий  
директор Группы  
компаний Matimex

Беседовала:  
**Елена  
Максимова**

# Богдан Магола: Сила продавца – в его уникальности



1. Фамилия, имя:  
Богдан Магола

2. Дата рождения:  
28.09.1963

3. Место рождения:  
Украина

4. Название компании, должность:  
Группа компаний Matimex,  
коммерческий директор

5. Работает в продажах:  
10 лет

6. Места, где был в командировках:  
около 40 стран,  
большинство из которых –  
государства постсоветского  
пространства и Европа

7. Семейное положение:  
женат

## Как вы начинали свою карьеру?

– Закончив Политехнический институт, я остался работать там инженером-конструктором. А потом судьба привела меня в продажи.

## Расскажите о первой значимой для вас продаже. Как она повлияла на вашу карьеру?

– Первая такая продажа состоялась восемь лет назад. Она серьезно повлияла на мое становление в компании «Матимэкс». Мы внедряли новую технологию – вакуумный шприц Handtmann с волчком, и нам удалось убедить скептически настроенного заказчика, что благодаря использованию данной технологии он сможет получить продукт более высокого качества.

## Кем вас хотели видеть родители?

– Папа – ученым или инженером, мама – врачом.

## Можно ли научиться искусству продаж? Какими качествами для этого необходимо овладеть?

– Менеджеру по продажам необходимо уметь правильно вести беседу, быть

*В разговоре с новым человеком 80% времени необходимо его слушать.*

скрупулезным, старательным. Уверен, что всему этому можно научиться при желании.

## Для специалиста по продажам очень важно умение убеждать. У вас это качество врожденное или приобретенное?

– Приобретенное. В работе оно мне очень помогает.

## Сколько вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом человеке?

– Есть русская пословица: встречают по одежке, а провожают по уму. Конечно, первое впечатление всегда самое

Менеджеру по продажам необходимо уметь правильно вести беседу, быть скрупулезным, старательным. Всему этому можно научиться.

Я применяю простой прием: рассказываю интересный случай из своей жизни или из практики партнеров. Это помогает завязать разговор.



### **на переговорах с VIP-партнерами и рядовыми клиентами?**

– Безусловно делю, как и каждый продавец. Чем важнее клиент, тем больше тратишь на него времени, тем больше уделяешь ему внимания.

### **Какие ошибки допускают неопытные специалисты по продажам наиболее часто?**

– На мой взгляд, главная и самая распространенная ошибка неопытного продавца – неумение слушать. Надо научиться слушать; иногда помочь собеседнику, задавая наводящие вопросы, а затем уже предлагать. Нельзя давить на клиента и делать бесполезные для него предложения. В разговоре с новым человеком 80% времени необходимо его слушать.

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

– Для меня никакой разницы нет. Все зависит от конкретного человека.

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

– Не было. Продажа оборудования – достаточно узкое направление.

### **Есть ли у вас талисман?**

– Как такового талисмана нет. Всегда возжу с собой иконку.

### **Расскажите о самом необычном подписании договора в вашей практике.**

– Однажды к нам в офис подъехал наш заказчик, которого не все устраивало в приобретенном оборудовании. Он пришел ругаться, а встреча закончилась подписанием крупного договора на новую поставку. Причем клиент выбрал оборудование, которое не пользовалось популярностью на российском рынке. И именно после этой сделки многие компании стали интересоваться этим оборудованием.

### **Как же вам удалось повернуть ситуацию в свою пользу?**

сильное, но общее мнение о человеке все же складывается в ходе нескольких встреч и может меняться в зависимости от различных факторов.

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

– Я применяю простой прием: рассказываю необычный случай из своей жизни или из практики наших партнеров. Это вызывает интерес и помогает завязать разговор.

### **Общаясь с клиентом, вы обращаете внимание на его возраст?**

– Да, конечно. Молодые люди обычно увлечены новинками, более заинтересованы в продвижении новых решений. Люди, у которых за плечами большой жизненный опыт, придерживаются традиционного подхода, им нравится стабильность. Возраст собеседника всегда влияет на тактику ведения разговора. С теми, кто помоложе, можно обсудить спорт, с более старши-

## *Мне так же приятно сидеть в уютном офисе, как и ездить в деловые поездки.*

ми партнерами уместнее говорить об их деловых встречах.

### **Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола? Насколько это может помочь осуществить успешную сделку?**

– Я считаю, что женщинам обязательно надо делать комплименты: хорошие слова всегда располагают. Но флирт нежелателен.

### **Вы делите клиентов на простых и важных? Различается ли ваш подход**



Конечно, первое впечатление всегда самое сильное, но общее мнение о человеке все же складывается в ходе нескольких встреч.

## День «в поле»

**В деловую поездку я обязательно беру с собой компьютер. Он – мой главный помощник.**

**Находясь в пути, я размышляю о предстоящей встрече, пытаюсь поставить себя на место заказчика, ищу ответы на вопросы, которые он может мне задать – даже на самые, казалось бы, неожиданные.**

**Собираясь на переговоры, я тщательно готовлюсь. Стараюсь получить максимум информации о предприятии, людях, с которыми мне придется встретиться, их интересах.**

**Если я опаздываю на встречу, обязательно предупрежу. Хотя стараюсь не опаздывать.**

**Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу? Смотря на сколько он опоздал. Если ненадолго – ничего страшного.**

**Как правило, я могу определить, состоится совместная работа с компанией или нет, уже через 5–10 минут. Нас интересует не сам факт подписания контракта, а долгосрочное сотрудничество, и понять, сложится оно или нет, можно по глазам собеседника. Лицо всегда показывает, что лежит на сердце.**

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

– Я в этом плане гибкий человек: мне так же приятно сидеть в уютном офисе, как и ездить в деловые поездки. Хотя долго засиживаться на одном месте не люблю.

**Какие требования вы предъявляете к своим сотрудникам?**

– Важно, чтобы они доносили достоверную информацию, отвечали за свои слова, были порядочными.

**Как вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?**

– У нас гибкая система поощрений и мотиваций: как премии, так и устная похвала.

**Вы любите смотреть фильмы о бизнесе?**

– Не люблю, они обычно очень далеки от реальной жизни. А вообще работа продавца – креативная работа, его сила – в его уникальности. Хороший

«сейлз» должен быть не похож на своих коллег по цеху.

**А есть ли книга, которую вы могли бы назвать энциклопедией продаж?**

– Считаю, что нет такой книги. Мне лично нравятся работы Виктора Шейнова, а также книги венского профессора Карла Пинцовича по аналитике продаж.

**Если бы у вас были неограниченные ресурсы, что бы вы подарили своему клиенту на юбилей?**

– Прекрасным подарком было бы какое-либо произведение искусства.

**То есть хороший подарок обязательно должен быть дорогим?**

– Не обязательно. Европейские миллионеры, например, развлекаются тем, что дарят друг другу дешевые подарки.

**Что вы считаете самым важным в жизни?**

– Здоровье, семью и любимую работу. **mc**

– Очень просто. Мы сначала вместе пообедали, а потом перешли к делу.

**А сколько длились ваши самые тяжелые переговоры?**

– Если говорить о самых длинных из них, то они продолжались с раннего утра до двух часов ночи и ничем не завершились.

**Какие города из тех, где вы бывали в командировках, вы можете назвать любимыми? Чем они вам запомнились?**

– Киев и Барселона. Барселона запомнилась интересной архитектурой. А Киев – это колыбель русской цивилизации, очень красивый город.

**Часто ли вы говорите о работе в нерабочее время: с друзьями, семьей?**

– С семьей редко, в общих чертах, а с друзьями бывает обсуждаем принципиально новые решения в области упаковки и упаковочных машин. Дело в том, что работа моих близких друзей связана с исследованиями по фармакологии, и им это очень интересно.

**Вам легко удается отключаться от работы?**

– Трудно. Чтобы отключиться совсем, нужно забыть взять с собой мобильный телефон, но даже в этом случае не получается совсем не думать о работе.

SFERA.FM  
SFERA FOOD MAGAZINE

*ПРОДУКТЫ. ПЕРЕРАБОТКА. СЫРЬЕ*





## Великобритания: дебаты о халяльном забое

Грег Найт, член парламента от Консерваторов, своими призывами запретить халяльные скотобойни спровоцировал полемику, тем самым столкнув религиозные чувства верующих с убеждениями защитников животных.

«Если бы речь шла о том, чтобы каким-то образом помечать птицу, которая содержалась в специальных тесных клетках, или если бы Найт предложил таким же образом отмечать мясо животных, которые содержались в ужасных условиях перед тем, как были забиты... Я по крайней мере счел бы его последовательным в своих убеждениях», – сообщил Лейборист сэр Джеральд Кауфман.

Ранее Найт говорил, что халяльный и кошерный забой крупного рогатого скота, ягнят и кур стал привычным явлением. Согласно существующему в Великобритании закону, животное для забоя должно быть оглушено и впоследствии забито одним из способов: электрооглушением, усыплением при помощи углекислого газа или протыканием мозга выдвигаемым штоком. Между тем, по закону при осуществлении забоя скота согласно мусульманской или иудейской традициям предварительное оглушение животных не требуется.

Однако Найт представил законопроект, согласно которому необходимо устранить все исключения для халяльных скотобоев. Выступая в Палате Общин, он назвал эти исключения «неприемлемыми».

Кроме того, консерватор Анги Брей выступила с заявлением, что скотобойни специально пользуются исключением для халяльного и кошерного забоя скота, чтобы сократить расходы.

Другой консерватор Филип Дэвис предложил ввести отличительные знаки для халяльного и кошерного мяса в магазинах и закуточных, аргументируя это тем, что таким образом покупатели получат больше информации о товаре и смогут сами решить какое мясо брать, исходя из того, каким образом животное было забито.

Британские консерваторы не первые, кто предлагает такое решение проблемы. По сути предложения Дэвиса копируют дебаты по поводу халяля во Франции во время президентской кампании.

Несмотря на то, что существующий в Великобритании закон разрешает забивать животных

без предварительного оглушения, в 2013 году вступит в силу новая директива Европейского Союза по защите животных во время убоя. Согласно ей, как говорит Джеймс Пейс, министр по вопросам окружающей среды, продовольствия и природных ресурсов, «страны-члены ЕС смогут ввести более строгие правила в отношении забоя скота согласно религиозным канонам, если пожелают». Сам он считает, что это могло бы способствовать улучшению благосостояния.

islamrf.ru



## Крайнер против крайнера

Права на традиционные колбаски становятся предметом спора между Словенией и Австрией.

Словения, которая хочет закрепить права на торговую марку Крайнер Вурст (Krainer Wurst) с помощью инструментов ЕС, натолкнулась на протест со стороны Австрии. Дело в том, что знаменитые венские колбасные киоски должны будучи тогда исключить из своего ассортимента традиционные свиные колбаски с сыром, которые называются Кезеркрайнер (Käsekrainer).

«Этот продукт получил в Австрии широкое распространение в середине 80-х годов, и переименование невозможно», – утверждают венские юристы. «Колбасные киоски – один из символов Вены, и потеря Кезеркрайнер равносильна утрате национального достояния», – заявил представитель австрийской стороны.

Словенская Крайнер Вурст – крайняя колбаса – это совершенно другой продукт, а именно – полукопченая колбаса с приправами в натуральной оболочке.

euromag.ua

## ЕС: 35,9 млн евро на продвижение

Европейская комиссия утвердила двадцать программ для продвижения сельскохозяйственной продукции в Евросоюзе и третьих странах. Об этом сообщили в представительстве ЕС в РФ.

Как отмечается, общий бюджет программ, которые будут осуществляться в течение трех лет, составляет 70,7 млн евро, из которых ЕС выделит 35,9 млн евро. Отобранные программы охватывают производство свежих и переработанных



фруктов и овощей, молока и молочных продуктов, растительного масла, вин и мяса, а также защиту обозначения происхождения товара, зарегистрированного географического указания и наименования места его происхождения.

В рамках схемы по информированию и продвижению к середине февраля 2012 года учреждения комиссии получили 41 программу, ориентированную на внутренний рынок, а также на третьи страны. Из них через процедуру оценки для финансирования были выбраны 20 программ, из которых 17 нацелены на внутренний рынок и три – на третьи страны. Четыре из отобранных программ были предложены более чем одним государством-членом ЕС, в то время как программы, нацеленные на третьи страны, направлены на китайский, норвежский, русский, швейцарский, украинский и североамериканский рынки.

rosbalt.ru



## Тот же результат за меньшие деньги

Госпрограмма развития сельского хозяйства на 2013–2020 годы, утвержденная правительством, «похудела» на 40% от уровня первоначальных запросов Минсельхоза и теперь оценивается в 1,5 трлн рублей вместо 2,5 трлн рублей.

Минсельхозу пришлось признать, что объем господдержки на конечный результат реализации госпрограммы не влияет – за меньшие деньги ведомство намерено добиться практически тех же результатов.

По словам главы Минсельхоза Николая Федорова, изменение мер и методик господдержки в последнем варианте госпрограммы связано с присоединением РФ к ВТО. Объем поддержки АПК, ограниченный правилами ВТО, в целом составит 1,17 трлн рублей до 2020 года. К «зеленой корзине» мер господдержки, не ограничиваемой правилами ВТО, будет относиться 1,1 трлн рублей (с учетом средств региональных бюджетов). В результате до первоначально запрашиваемой

Минсельхозом суммы госпрограмма достигнет только с учетом финансирования субъектами РФ.

Корректировке подверглись практически все разделы госпрограммы – хотя появились и новые расходы, как, например, субсидии на литр молока. В целом же, по словам источника в Минсельхозе, принятая редакция госпрограммы содержит «некоторый запас увеличения мер из «желтой корзины» ВТО в случае перераспределения расходной части бюджета, которое происходит пару раз в год». Так, за последние пять лет именно в процессе правки уже принятых бюджетов РФ сельское хозяйство получило до 100 млрд рублей дополнительных бюджетных средств (в частности, на борьбу с засухой и поддержку маточного поголовья скота в 2010 году).

В меньшей степени сокращениям подверглись запросы АПК на ближайшую трехлетку – так, на 2013 год сокращение составит 26% против 44% на 2020 год. Как признал вице-премьер Аркадий Дворкович, бюджетное финансирование АПК в этот период сохранится на уровне 2012 года. В результате в 2013 году расходы на реализацию программы составят 158 млрд рублей, из которых 21 млрд рублей составят расходы на обеспечение деятельности Минсельхоза и подконтрольных ему ведомств (на 2014 год они увеличатся еще на один млрд рублей). Лишь к 2015 году бюджетные расходы на АПК вырастут до 152 млрд рублей при практически неизменных расходах на Минсельхоз.

Прежние формы прямого субсидирования будут заменяться поддержкой повышения доходности сельхозпроизводителей «с поэтапным ежегодным ее повышением – от 15 млрд рублей до 38 млрд рублей». Так, уже в 2013 году по правилам ВТО в числе прочих субсидий правительство упразднит льготу по поставкам селу ТСМ. В качестве базового механизма поддержки сельхозпроизводителей будет применяться поддержка доходности в расчете на гектар пашни – и объемы, которые необходимы, будут заложены в эту общую субсидию.



Сдерживание роста расходов на сельское хозяйство правительством было компенсировано гуманитарной помощью: на заседании были поддержаны законопроекты, обеспечивающие минимизацию рисков АПК от присоединения РФ к ВТО. Всего в «нивелирующий» пакет по ВТО входят десять законопроектов. В том числе предлагается

продление нулевой ставки налога на прибыль для сельхозпредприятий, льготы по НДС на племенную продукцию и меры господдержки регионов с неблагоприятными условиями. Еще одну компенсацию АПК получит из бюджета 2012 года: опережающее дополнительное финансирование в этом году до 14 млрд рублей.

kommersant.ru



### Воронежские инвестпроекты

Воронежские региональные власти в 2012 году хотят увеличить объем производства мяса на 10% – до 330 тыс. тонн, сообщил глава региона Алексей Гордеев.

В период с 2013 по 2020 год местные власти намерены нарастить производство мяса скота и птицы до 680 тыс. тонн. Губернатор отметил, что в течение последних четырех лет активизирована работа по привлечению инвесторов в регион, в том числе принят ряд нормативных документов, направленных на создание благоприятного инвестиционного климата.

В настоящее время в области реализуется более 40 инвестиционных проектов по развитию животноводства общим объемом финансирования свыше 30 млрд рублей (на 1 января 2012 года освоено 20,5 млрд рублей). Среди наиболее крупных – проект ООО «Воронежмясопром» (Нижедевицкий район) по строительству племенной фермы на 2,4 тыс. голов свиноматок и двух модулей по откорму свиней с единовременной постановкой 115 тыс. голов. Стоимость проекта – 79 млрд рублей (на начало 2012 года освоено 3,7 млрд рублей). Еще один масштабный проект реализует ООО «АПК АГРОЭКО» (Новохоперский, Калачевский и Павловский районы). В его рамках ведется строительство трех обособленных свиноферм по 5,217 тыс. свиноматок с организацией участка воспроизводства, двух участков выращивания и откорма общей мощностью 42 тыс. тонн в живом весе в год. Стоимость проекта – 5,8 млрд рублей.

abireg.ru

### Новый подход к потребительской корзине

В Госдуму внесен правительственный законопроект, предусматривающий новый

подход к определению потребительской корзины. Документ был разработан Министерством труда и социальной защиты РФ.

Законопроектом предлагается перейти от нормативного к нормативно-статистическому методу, при котором продукты питания определяются в натуральных показателях, а непродовольственные товары и услуги – в процентах от стоимости продуктов питания. «Действующий сегодня порядок определения прожиточного минимума на основе наборов продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, устанавливаемых в натуральных показателях, устарел и в значительной степени не оправдался, поскольку структура потребительской корзины существенно отклонилась от фактического потребления типичного малоимущего домохозяйства», – пояснил ранее министр труда и социальной защиты РФ Максим Топилин.



Предлагается непродовольственные товары определять в размере 50% от стоимости продуктов питания, услуги – также в размере 50% от стоимости продуктов питания. Исходя из этих нормативов, в структуре стоимости потребительской корзины продукты питания будут составлять половину, а непродовольственные товары и услуги – по одной четверти.

Кроме того, по мнению Минтруда, действующая потребительская корзина не обеспечивает надлежащего качества и структуры питания. «В предлагаемой же «корзине» в большем объеме представлены продукты, наиболее ценные в питательном отношении», – отметил М. Топилин. Его министерство предлагает увеличить нормы потребления мяса и мясopодуKтов, рыбы, молока и молокопродуктов, яиц, овощей и фруктов, а также снизить нормы потребления по хлебным продуктам, картофелю, растительному маслу, маргарину и другим жирам. В частности, предлагается увеличить норму потребления (в среднем на одного человека в год) мясopодуKтов: для трудоспособного населения на 57,5%, для пенсионеров – на 71,4%, для детей – на 30,6%.

Предполагается, что стоимость потребительской «корзины» в результате нововведений увеличится. «Обновленная «корзина» в стоимостном выражении (в ценах за 2011 год) больше, чем

АМ2С

АГРО-3

ПРЕССЫ

механической обвалки и дообвалки (ММО/ММД)

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

«АГРО-3»

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

действующая: для трудоспособного населения – на 200 рублей или на 3,2%, для пенсионеров – на 411 рублей или на 8,2%, для детей – на 250 рублей, или на 4,1%», – отмечает М. Топилин. При этом, величина прожиточного минимума в РФ в среднем на душу населения в ценах 2011 года вырастет до 6 тыс. 635 рублей (с 6 тыс. 369 рублей).

В случае принятия закон вступит в силу с 1 января 2013 года.

rbcr.ru



### Рост мирового производства свинины

Свинина является самым употребляемым видом мяса в мире, занимая более 37% мирового производства мяса.

Согласно исследованию компании GLOBAL REACH CONSULTING (GRC), производство свинины в мире в 2011-2012 маркетинговом году увеличится почти на 3%, превысив 103 млн тонн.

В число крупнейших стран по производству свинины входят Китай (на который приходится почти половина мирового производства), страны Евросоюза, США, Бразилия, Россия, Вьетнам, Канада, Япония, Филиппины, Мексика и Южная Корея. Если в целом по миру за последние пять лет (с 2007 по 2011 год) производство свинины выросло на 8%, то среди 12 стран-лидеров в производстве свинины наибольшие показатели роста продемонстрировали Россия (+20%), Китай (+15%), Бразилия (+8%) и Вьетнам (+7%). При этом, производство свинины сократилось в Южной Корее (-20%) и странах Евросоюза (-1%).

По итогам 2011 года объем производства свинины в мире составил 101 тыс. тонн, что на 2% ниже, чем годом ранее, когда был достигнут исторический максимум. На снижение объема мирового выпуска свинины повлияло снижение производства в Азии, на которую приходится около 65% общего поголовья свиней в мире, где вспышки болезней уничтожали целые стада. Таким образом, повышенный спрос на импортное мясо со стороны азиатских стран способствовал росту мировой торговли свининой. Импорт свинины вырос на 7%, превысив 1,2 млн тонн.

GLOBAL REACH CONSULTING

Событие:



Международная отраслевая выставка технологий производства продуктов питания и напитков Anuga FoodTec-2012

www.anugafoodtec.de  
www.anugafoodtec.com

# Anuga FoodTec-2012: успехи участников

Международная выставка пищевых технологий Anuga FoodTec-2012, прошедшая в Кельне, стала по-настоящему успешной для большинства участников. Своим мнением о выставке поделились представители компаний Bosch Packaging Technology, Handtmann и Penta GmbH.



МНЕНИЕ  
УЧАСТНИКА



**Доктор Гюнтер Беркхард,**

вице-президент по продажам  
Bosch Packaging Technology

## Компания Bosch Packaging Technology:

Подразделение жидких продуктов питания компании Bosch Packaging Technology представило на выставке Anuga FoodTec-2012 две технологические новинки, позволяющие удовлетворить желания потребителей и обеспечить безопасность пищевых продуктов. Одна из них – SurePOUCH – это комплект гибких пакетов с возможностью повторной герметизации, пригодный для широкого применения как в розничной торговле, так и на предприятиях общественного питания. Пакеты заполняются на новой вертикальной машине SPC для наполнения и запечатывания (VFFS), площадь которой у основания составляет всего шесть квадратных метров. Машина может наполнять пакеты самыми разнообразными продуктами, до-

стигая при этом сверхчистого с точки зрения гигиены заполнения.

Впервые была представлена машина для чистого термоформования (TFC). В этой простой в управлении новинке воплотился весь 40-летний опыт работы компании в области термоформования. Машина TFC осуществляет чистое заполнение свежими продуктами, а также продуктами питания, для которых требуется охлаждение. Возможность изготовления разновысоких форм и этикеток без смены инструмента позволяет производителям адаптировать машину к разным видам продукции и различным потребностям рынка. Благодаря использованию новой методики содержимое этикетки можно изменять даже в процессе производства.

Посетители выставки смогли увидеть применяемые технологии в действии. Такой подход вызвал значительный интерес, и поток посетителей стенда не иссякал.



К тому же презентации технологических новинок компании всегда сопровождаются наглядными изображениями продуктов, упакованных на наших машинах. Стенд Bosch на выставке Anuga представлял собой отдел супермаркета, где на витринах были выставлены различные пакеты, выпускаемые на машине SPC.

Отдел техобслуживания был представлен башней с указанием преимуществ наших услуг по профилактическому обслуживанию, элементом которого является совместная разработка представителями компании Bosch и производителями методов сокращения незапланированных простоев и затрат на обслуживание. Клиенты смогли «поиграть» с системой и опробовать различные ее функции.

Anuga FoodTec-2012 стала для Bosch знаменательным событием. Достаточно сказать, что одну машину мы продали в первый же день, затем в ходе выставки было продано еще несколько. И, конечно, у нас появился целый ряд потенциальных покупателей.



МНЕНИЕ  
УЧАСТНИКА



**Томас Нейер,**

вице-президент по продажам  
и маркетингу Albert Handtmann  
Maschinenfabrik GmbH & Co. KG

## Компания Handtmann

Компания Handtmann представила на выставке полную линейку оборудования для порционирования и дозирования пастообразных продуктов, таких как салаты, паштеты, соусы. В частности, многолинейную систему распределения с возможностью установки до четырех линий точного порционирования. Было продемонстрировано новое оборудование RF 440 для формирования гамбургеров, изготовления шариков из фарша и котлет производительностью до 150 шт./мин., а также известное оборудование Handtmann для наполнения колбасных изделий.



Следующая новинка – система порционирования фарша Handtmann, скомбинированная с контрольными весами Bizerba CWP Neptun. Интегрированная система позволяет добиться синхронности работы. В сочетании с программным обеспечением Handtmann HCU-Software система осуществляет контроль за весом, устраняет необходимость повторной обработки, обеспечивает доступность данных всего производства, хранящихся в программе.

Большая часть оборудования была представлена на специальных показах. Мы пригласили шеф-повара, который готовил блюда с применением различных систем, чтобы покупатель мог представить себе конечный результат.

Для компании Handtmann выставка оказалась очень результативной. Все наши показатели выросли: количество договоренностей, качество посетителей, уровень продаж на стенде.

добному чрезвычайно высокому уровню защиты, которого, кстати, не так просто достичь, Penta Food D525 выдерживают даже очистку под высоким давлением, которая никоим образом не отражается на их дальнейшей работе. Таким образом, процесс очистки упрощается, становится более эффективным, исключается необходимость установки громоздких и неудобных защитных корпусов. Еще одним преимуществом является дизайн, спроектированный с учетом всех гигиенических требований – корпус, оснащенный гладкой передней панелью, не имеет никаких швов, что значительно упрощает процесс очистки устройства.

Корпус, выполненный из прочной нержавеющей стали, и надежная фурнитура являются залогом того, что Penta Food будет бесперебойно функционировать в течение длительного времени. В сочетании с возможностью длительной эксплуатации компонентов и модульной конструкцией системы все это позволит значительно сократить общие издержки на покупку и эксплуатацию оборудования.

Панельный компьютер Penta Food на базе двухъядерного процессора Intel Atom D525 и набора микросхем Intel ICH8M со встроенной графической платой Intel GMA 3150 обеспечивает высокое качество изображения, что выгодно выделяет его на рынке промышленной автоматики. Благодаря всем перечисленным характеристикам, новинка интересна представителям различных отраслей пищевой промышленности.

Стенд компании на мероприятии выделялся среди прочих благодаря использованию особых визуальных решений. Например, мы разместили компьютер в аквариуме, который периодически заполнялся водой, чтобы посетители могли увидеть водонепроницаемое оборудование в действии. Кроме того, гости испытали возможности наших вычислительных систем.

Компания получила положительные отзывы о представленной продукции не только от постоянных, но и от потенциальных клиентов. По сравнению с 2009 годом, нам было направлено в два раза больше заказов. Большая их часть поступила от основных клиентов из Германии, Австрии и Швейцарии, однако нам также удалось заключить очень интересные контракты с компаниями из других стран Европы, Ближнего Востока и Африки, а также из России. В ходе выставки состоялось множество интересных бесед, позволивших по-новому оценить потребности и запросы предприятий пищевой промышленности, что, без сомнения, вдохновит нас на дальнейшие разработки.



**Мнение участника** ▶

☰

**Гельмут Мюллер,**  
генеральный директор  
компании Penta GmbH

### Компания Penta

На выставке мы представляли панельный компьютер для пищевого производства – Penta Food D525. Это новая версия наших пылезащищенных и водонепроницаемых панельных компьютеров, которая может похвастаться классом защиты IP69k. Благодаря по-



**Мнение участника** ▶

☰

**Франк Леффлер,**  
директор по продажам Inotec GmbH

### Компания Inotec

На выставке Anuga FoodTec Show 2012 были представлены инновационные модели IVM: Inotec Vario Mix с новой технологией смешивания, машина для автоматической обвязки IG 5 Giromatic, линия для нарезки колбас с двумя режущими дорожками WT 10 TWIN.

Демонстрация работы машин, проходившая на нашем стенде, а также презентация техники на огромных экранах привлекали внимание многих посетителей выставки. наших гостей ждал теплый прием, еда и напитки. **МС**

Автор:



Виктория  
Загоровская

# Бельгийская кухня



*Бельгийская кухня не так широко известна в России, как французская. Причины тому – скорее исторические, ведь страной гурманов общепризнанно считается Франция. В бельгийской кухне сильно заметно французское влияние, хотя она имеет и собственные традиции.*

## Французское изящество и немецкая щедрость

Особенность бельгийской кухни – это тонкое смешение местных традиций с влиянием соседних земель – Франции, Германии, Италии, Голландии, Испании и Скандинавии. Бельгийская кухня включает множество компонентов, основанных на стандартах французской и немецкой кулинарных традиций. И если домашние блюда более простые и сытные – как в немецкой или нидерландской кухнях, – то на ре-



сторанные большое влияние оказала кухня французская.

Бельгийцы любят говорить, что их блюда готовятся с французским изяществом и подаются с немецкой щедростью. Свидетельство тому – разнообразные рецепты, в которых местные продукты соединяются с продуктами, привнесенными поварами из соседних стран.

Разнообразие национальной кухне придают многочисленные специи (популярна, например, горчица и различные травы) и утонченные соусы, широкое применение которых стало возможным благодаря влиянию средневековой кулинарии.

В мясных блюдах активно используется сочетание основных вкусов (например, сладкого и кислого, острого), поэтому мясо часто готовится с добавлением сладких продуктов, традиционных для русской кухни: фруктов, ягод, меда.

Особое отношение бельгийцев к пиву сделало его основным ингредиентом ряда блюд. Так, местное пиво используют в качестве мясного маринада и при тушении мяса. Как правило, готовое блюдо употребляют с тем сортом пива, которое было использовано во время его приготовления.

Мясо считается в Бельгии основным блюдом, его подают с гарниром из картофеля и овощей. Каждый житель страны употребляет в пищу в среднем 100 кг мяса в год, половину из которого составляет свинина; затем следуют говядина/телятина и мясо домашней птицы. В национальной кухне есть большое количество блюд из дичи и птицы.

Некоторые блюда бельгийского происхождения завоевали популярность во всем мире. Одно из них – знаменитый картофель фри, который у россиян ассоциируется больше с Америкой, а в Америке считается французским продуктом, впервые появился в Бельгии.

По легенде, в районе Льежа среди бедных слоев населения были популярны небольшие фритированные рыбки, выуженные из валлонских рек и озер. Однажды в конце XVII века выдалась особенно холодная зима, и водоемы замерзли. Тогда владелец трактира придумал вместо рыб жарить картофель, нарезанный примерно такими же кусочками.

Существует традиционный бельгийский способ приготовления картофеля фри: свежий картофель нарезают толстыми полосками и дважды обжаривают в смальце. Сначала картофель обжаривают при низкой температуре и остужают в течение получаса, а затем окончательно поджаривают в более горячем жире.

Картофель фри подают как отдельное блюдо с различными соусами или в качестве гарнира к мясным и рыбным блюдам; его также можно назвать типичным бельгийским фастфудом.

Кстати, он используется и для начинки митрайет. Митрайет (что в переводе значит «пистолет-пулемет») представляет собой багет, начиненный жареным мясом, картофелем фри и соусом.

### Региональные различия

Несмотря на то, что Бельгия – страна небольшая, каждый регион может похвастаться своими фирменными рецептами. Бельгийцы отдают предпочтение сезонным и региональным продуктам, поэтому даже в таком небольшом королевстве заметны различия в местных кухнях. Так, в прибрежных регионах преобладают блюда из рыбы и морепродуктов, а в южных лесных районах – из дичи.

Кухни конфликтующих между собой регионов – Фламандского и Валлонского – имеют свои особенности и свой ассортимент блюд.

В отличие от изысканной валлонской, кухня Фландрии более простая, деревенская. Блюда этой кухни готовят исключительно из свежих продуктов, что отражается на цене. Овощи обычно выращивают в самом регионе, где повсюду расположены плантации цикория и салата. В провинции Антверпен на небольших фермерских участках выращивают летние сорта овощей. Благодаря близости моря во Фландрии популярны блюда из рыбы и морепродуктов.

Валлоны едят на 20% меньше морепродуктов и на 15% меньше овощей, чем фламандцы. На валлонскую кух-



### Национальные бельгийские блюда:

- **Lapin à la Gueuze / Konijn gestoofd in bier** – крольчатина, тушенная в пиве гез, из окрестностей Брюсселя
- **Lapin aux Pruneaux / Konijn met pruimen** – крольчатина со сливами, из провинции Льеж
- **Waterzooi** (ватерзюй) – айнтопф из курицы, блюдо из Гента
- **Vol au Vent (волован) / Koninginnehapjes** – куриное фрикасе в слоеном тесте
- **Rognons de veaux à la Liégeoise** – телячьи почки с ягодами можжевельника и можжевельниковой водкой
- **Faisan à la brabançonne / Fazant op Brabantse wijze** – фазан по-брабантски с цикорием
- **Carbonade Flamande / Stoofvlees** – говяжий гуляш по-фламандски
- **Filet américain** – татарский бифштекс с перцами, луком-шалотом и вустерским соусом
- **Kalfsvleeskroketten** – телячьи крокеты (фламандское блюдо)
- **Boulettes à la Liégeoise** – тефтели по-льежски

ню большое влияние оказала французская, поэтому здесь чаще используют вино для приготовления блюд, чем во Фландрии. С октября по февраль открыт сезон охоты: в это время на стол валлонов в обилии попадают блюда из дичи с брусничным или грибным соусом. Валлоны отдают предпочтение коричневым соусам, поскольку они более подходят к дичи. В отличие от фламандцев, которые предпочитают оливковое масло и маргарин, валлоны чаще используют сливочное масло.

### Что считать бельгийским национальным блюдом?

Бельгийская кухня представляет собой причудливую смесь основательного, сытного бюргерского стола преуспевающих купцов Фландрии

и Брабанта и утонченной изысканности французского кулинарного искусства. Здесь особенно популярны деликатесы незабвенной старины, приготовленные со старанием и знанием дела.

Множество блюд готовится по рецептам, почти не изменившимся со времен Средневековья: в Бельгии уважают традиции. Одной из таких гастрономических традиций, о которой говорилось выше, можно назвать тушение или запекание мяса в пиве.

Среди мясных шедевров – арденнская ветчина, которая входит в число самых знаменитых валлонских продуктов, зайчатина со сливами или в горчичном соусе, кролик в пиве, тушенный цыпленок с виноградом, мясо с медом и горчицей в пряном фруктовом соусе, жареная телятина со спаржей, телячьи почки с ягодами можжевельника и говяжьи хвосты, тушенные в пивном соусе с чесноком, сельдереем и черным перцем.

Отдельно стоит отметить фламандский карбонад или говядину по-фламандски, которую знают и любят гурманы всего мира.

Карбонад (фр. carbonnade от лат. carbo – «уголь», буквально – «жареное на углях мясо») – это жареный или запеченный кусок свинины (как правило, вырезка), который относится к мясным деликатесам. Допускается наличие слоя жира толщиной не более пяти миллиметров. В современной мясопереработке карбонад готовится с помощью варки паром в камерах с последующим запеканием. Также существует сыровяленый и сырокопченый варианты этого продукта.

Карбонад по-фламандски представляет собой куски мясной вырезки, тушенные в пивном соусе. Так это блюдо называют в Валлонии и по всей Европе, а сами фламандцы именуют его просто «карбонадо». **ms**



# Время собирать камни

## Оценка результативности аграрной политики

*Министерство сельского хозяйства России представило национальный доклад «О ходе и результатах реализации в 2011 году Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы».*

*Из четырех лет, на протяжении которых осуществлялась реализация Государственной программы, 2011 год оказался наиболее благоприятным в плане увеличения производства практически всех основных видов сельскохозяйственной продукции.*

### Достижение целевых показателей

Производство скота и птицы на убой в живом весе в хозяйствах всех категорий в прошлом году составило 10 939,9 тыс. тонн, что на 3,7% больше по сравнению с 2010 и на 1,8% больше целевого показателя, запланированного Государственной программой.

Своевременно принятые в 2010–2011 гг. меры по преодолению последствий засухи, реализация мероприятий целевых ведомственных и региональных программ позволили приостановить снижение поголовья крупного рогатого скота, а в 2011 г. обеспечили увеличение поголовья всех видов животных и птицы.

Продолжилось наращивание производства скота и птицы на убой, начатое с принятием в 2006 г. национально-го проекта «Развитие АПК». При этом, в 2011 г. в сельскохозяйственных организациях производство скота и птицы на убой в живом весе увеличилось по срав-

нению с 2005 г. на 90,3%. В результате их доля в структуре производства за шесть лет возросла на 15,4% и составила 60,3%.

Незначительно увеличилась доля фермерских хозяйств, составив 3,4%. В то же время, в хозяйствах населения производство мяса по годам колеблется, демонстрируя тенденцию к снижению. Их доля в общем объеме производства за анализируемый период снизилась на 16,3%, составив 36,3%.

Наращивание производства в 2011 г. по сравнению с предыдущим годом обеспечили 60 регионов, 18 – снизили объемы производства. Наибольший прирост отмечен в Белгородской области – он составил 116,6 тыс. тонн, а также в Ленинградской (38,1 тыс. т), Воронежской (25,2 тыс. т), Тверской (24,6 тыс. т), Новгородской (20,8 тыс. т) и Брянской (16,9 тыс. т) областях, в Краснодарском (38,1 тыс. т) и Ставропольском (19,8 тыс. т) краях.

Самое большое снижение производства мяса в прошлом году произошло

в Республике Башкортостан, Тульской, Оренбургской, Орловской и Вологодской областях.

Темпы роста производства скота и птицы на убой в живом весе различаются в отдельных отраслях.

### Развитие приоритетных отраслей животноводства

Основные меры по реализации Государственной программы в животноводстве в 2011 г. были направлены на повышение устойчивости аграрного производства в птицеводстве, свиноводстве и молочно-мясном скотоводстве на основе технологической и технической модернизации этих отраслей.

Самые высокие темпы роста производства сохраняются в **птицеводстве**, где годовой прирост составил 443,7 тыс. тонн (или 11,5%). За четыре года реализации Государственной программы производство птицы на убой возросло на 62,6%, а с начала реализации нацпроекта «Развитие АПК» – в 2,2 раза.

Производство птицы на убой по итогам прошлого года увеличилось в 57 регионах, снизилось – в 21 регионе. Основной объем прироста был обеспечен Белгородской (на 76,6 тыс. т), Ленинградской (38,2 тыс. т), Ростовской (29,8 тыс. т), Челябинской (22,8 тыс. т), Воронежской (20,3 тыс. т), Брянской (17,7 тыс. т) и Новгородской (15,2 тыс. т) областями, а также Краснодарским (41,8 тыс. т) и Ставропольским (18,8 тыс. т) краями.

В целом, объемы производства мяса птицы увеличиваются в крупных сельскохозяйственных организациях как за

счет наращивания поголовья, так и за счет роста его продуктивности: так, в 2011 г. рост составил 12,9% относительно прошлого года, а с начала реализации национального проекта показатель вырос в 2,5 раза. Высокие темпы наращивания производства мяса птицы сохраняются в фермерских хозяйствах. В прошлом году они увеличили объем производства на 39,9%, а с начала реализации национального проекта – в 3 раза. Однако, их доля в общем объеме производства составляет всего 0,8%.

Основным фактором роста является проводимая в отрасли модернизация. Всего за 2008–2011 гг. было введено 66 новых птицефабрик, а 181 – модернизированы. Дополнительное производство мяса птицы на них за четыре года было доведено до 641,6 тыс. тонн. При этом, доля продукции, производимой по инновационным технологиям, возросла с 7,3% в 2008 г. до 14,9% в 2011. Больше всего птицефабрик построено и модернизировано в Центральном (50) и Приволжском (49) федеральных округах.

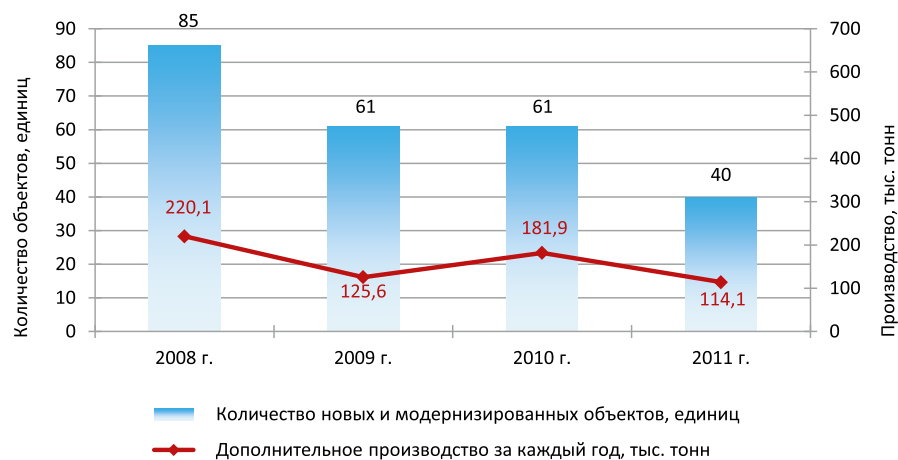
Самые высокие темпы прироста мяса птицы за четыре года реализации Государственной программы были обеспечены в регионах Центрального, Сибирского, Приволжского и Уральского федеральных округов. В Южном и Северо-Кавказском ФО есть большие неиспользуемые резервы по наращиванию производства.

Благодаря дополнительной господдержке производителей мяса птицы в размере 4,2 млрд руб. и производителей яиц – 1,8 млрд руб., удалось снизить риски повышения цен на продукцию птицеводства на внутреннем рынке и повысить уровень ее импортозамещения.

В свиноводстве объем производства продукции наращивается более быстрыми темпами в сельскохозяйственных организациях, доля которых в общем объеме производства мяса свиней постоянно растет. В 2011 г. рост производства свиней на убой здесь составил 9,4%, за четыре года реализации госпрограммы – 80,2%, с начала реализации национального проекта – увеличился в 2,5 раза.

В личных подсобных хозяйствах доля производства снижается за счет сокращения поголовья, которое связано с переводом хозяйств на ведение альтернативных видов сельскохозяйственных животных из-за возникновения в ряде регионов очагов АЧС (африканской чумы свиней).

### Динамика новых и модернизированных объектов в птицеводстве и объема дополнительного производства мяса птицы



### Экономическая эффективность производства мяса

| Показатели   | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2011 по отношению к 2006, % |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------|
| <b>Мясо крупного рогатого скота</b>  |       |       |       |       |       |       |       |                             |
| Себестоимость 1 ц реализованной продукции (включая промпереработку), руб.                      | 3 987 | 4 567 | 5 260 | 6 206 | 5 406 | 7 974 | 9 056 | 198,3                       |
| Цена реализации 1 ц, руб.  | 3 122 | 3 772 | 4 047 | 4 581 | 4 147 | 5 666 | 6 866 | 182,0                       |
| Уровень рентабельности реализованной продукции (включая промпереработку) без учета субсидии, % | -21,7 | -17,4 | -23,1 | -26,2 | -23,3 | -28,9 | -24,2 | -6,8 п.п.                   |
| <b>Мясо свиней</b>   |       |       |       |       |       |       |       |                             |
| Себестоимость 1 ц реализованной продукции (включая промпереработку), руб.                      | 4 306 | 4 505 | 4 865 | 5 744 | 5 731 | 5 794 | 6 387 | 141,8                       |
| Цена реализации 1 ц, руб.  | 5 096 | 5 268 | 4 979 | 6 354 | 7 104 | 7 066 | 7 833 | 148,7                       |
| Уровень рентабельности реализованной продукции (включая промпереработку) без учета субсидии, % | 18,3  | 16,9  | 2,4   | 10,6  | 24,0  | 22,0  | 22,6  | 5,7 п.п.                    |
| <b>Мясо птицы всех видов</b>   |       |       |       |       |       |       |       |                             |
| Себестоимость 1 ц реализованной продукции (включая промпереработку), руб.                      | 3 516 | 3 458 | 3 952 | 4 696 | 4 766 | 4 904 | 5 721 | 152,4                       |
| Цена реализации 1 ц, руб.  | 4 136 | 3 885 | 4 448 | 5 017 | 5 601 | 5 504 | 5 806 | 149,4                       |
| Уровень рентабельности реализованной продукции (включая промпереработку) без учета субсидии, % | 17,6  | 12,4  | 12,5  | 6,8   | 17,5  | 12,2  | 10,2  | -2,2 п.п.                   |

Развитие свиноводства в отдельных регионах происходит крайне неравномерно. В 55 из них производство свиней на убой увеличилось, в 21 регионе – снизилось. При этом, из 110,2 тыс. тонн прироста производства свиней, полученного в прошлом году, 69% приходится всего на три области: Белгородскую, Тверскую и Курскую.

Увеличение производства свиней осуществляется вследствие роста продуктивности за счет обновления породного состава стада и укрепления кормовой базы.

Основной прирост производства получен за счет строительства новых и реконструкции действующих комплексов, технической и технологической модернизации производства.

Всего за 2008–2011 гг. введено 194 новых объекта и 162 модернизированы. В результате за четыре года дополнительное производство свиней увеличилось на 400,7 тыс. тонн. При этом доля продукции, производимой по инновационным технологиям, возросла с 9,1% в 2008 г. до 12,5% в 2011 г.

Наибольшее количество свиноводческих комплексов построено в Центральном федеральном округе, где прирост производства свиней был обеспечен в основном предприятиями Белгородской области, на которых за 2008–2011 гг. было произведено дополнительно 296,5 тыс. тонн, что составляет 98,9% от всего прироста мяса свиней в округе.

В остальных регионах темпы прироста продукции отстают от темпов технической модернизации, так как, наряду со строительством новых свинокомплексов и породного обновления в них, необходимо создание прочной кормовой базы, строительство современных забойных цехов и предприятий по переработке продукции.

По итогам прошлого года, производство **крупного рогатого скота** на убой увеличилось в 23 регионах, сократилось – в 55.

В сельскохозяйственных организациях этот показатель уменьшился на 9,3%, в хозяйствах населения, доля которых составляет 63,7%, – на 4,1%.

В то же время, фермерские хозяйства наращивают производство КРС: в прошедшем году рост составил 5,9%, за четыре года реализации Государственной программы – 38,5%, с начала реализации национального проекта – 68,1%. Их доля в общем объеме производства возросла с 4,7% до 5,3%.

Продолжилась реализация программы «Развитие мясного скотоводства России на 2009–2012 годы». Число региональных программ по развитию мясного скотоводства в 2011 г. увеличилось с 22 до 42. В рамках этих программ на основе софинансирования из федерального и региональных бюджетов проводятся мероприятия по развитию отрасли.

В 2011 г. прирост поголовья мясного и помесного скота составил 165,8 тыс. голов, или 74% от запланированных объемов. Значительно увеличилось поголовье в Брянской области, республиках Дагестан, Бурятия и Башкортостан, Алтайском крае.

В отрасли мясного скотоводства в рамках реализации Государственной

### Производство дополнительных объемов мяса свиней по федеральным округам



### Производство дополнительных объемов мяса КРС по федеральным округам



программы и целевых региональных программ осуществляются процессы модернизации. Всего за 2008–2011 гг. введено в строй 189 новых объектов, 103 – модернизированы. Дополнительное производство крупного рогатого скота на убой на этих объектах за четыре года увеличилось на 12,7 тыс.

тонн. Больше всего комплексов построено и модернизировано в Южном (71) и Сибирском (70) федеральных округах. Прирост производства КРС более чем на треть обеспечен регионами Южного ФО.

Ускоренное развитие птицеводства и свиноводства повлияло на изменение

структуры производства скота и птицы на убой по видам. Доля мяса птицы в общем объеме производства за шесть лет возросла с 26% до 39%, свиней – с 27% до 29%, а доля КРС сократилась с 41% до 27%.

### Обеспечение финансовой устойчивости

В прошлом году на фоне стабильного развития отечественного производства мяса свиней и птицы продолжилось сокращение импорта мясной продукции, а также повышение уровня цен на нее на мировом рынке.

Под влиянием действующего режима тарифного квотирования импорт мяса и мясопродуктов в Россию, по предварительным данным Росстата, сократился на 5,9% (в основном за счет снижения импорта мяса птицы) – до 2,7 млн тонн.

Доля российского производства в формировании ресурсов мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо без учета структуры переходящих запасов) составила 68,1% (в 2010 г. – 66,2%), а удельный вес импорта – 24,6% (в 2010 г. – 26,4%).

При этом коэффициент самообеспечения мясом и мясопродуктами (отношение производства к внутреннему потреблению, включая потери) в прошлом году составил 73,9% против 72,2%.

В 2011 г. рост потребительских цен на мясо, за исключением мяса птицы, происходил более высокими темпами, чем в 2010-м.

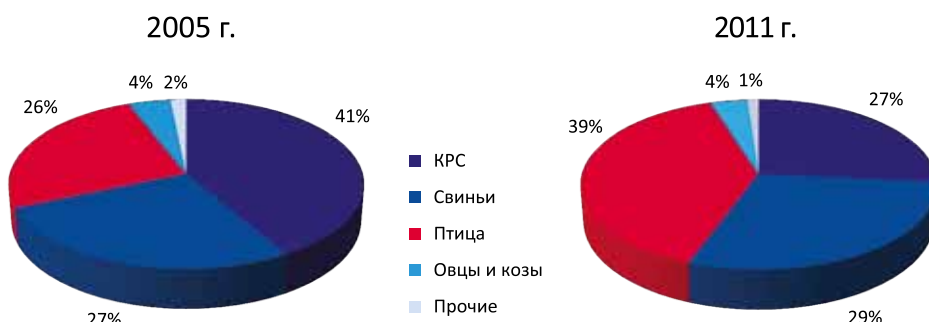
Следует отметить, что если на рынке свинины и говядины цены выросли по всей цепочке производства от сырья до готовой продукции, то на рынке мяса птицы они снизились и остались стабильными только в рознице.

Среднегодовая цена производителей на скот и птицу в прошлом году выросла по сравнению с уровнем 2010 г. на 7,5%; на мясо крупного рогатого скота – на 17,55%, овец и коз – на 8,9%, свиней – на 6,8%, птицы – снизилась на 3,9%.

В целях сдерживания роста цен на мясомолочную продукцию и обеспечения животноводческой отрасли сбалансированными высокоэффективными кормами с 28 мая по 31 июля 2011 г. был снижен размер ставки ввозной таможенной пошлины на соевый шрот с 5% до 0% от таможенной стоимости.

Несмотря на рост среднегодовой цены реализации всех видов скота и птицы в условиях роста цен на зерно, рентабельность мяса свиней и птицы снизилась, в то же время сократилась убыточность

### Динамика структуры производства скота и птицы на убой в живом весе в хозяйствах всех категорий



### Импорт и экспорт мяса

| Виды сельскохозяйственной продукции и продовольствия | 2006    | 2007    | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    | 2011 по отношению к 2006, % |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------------|
| <b>Импорт, тыс. т</b>                                |         |         |         |         |         |         |                             |
| Мясо свежее и мороженное (без мяса птицы)            | 1 411,4 | 1 489,5 | 1 710,9 | 1 437,8 | 1 441,9 | 1 428,9 | 101,2                       |
| Мясо птицы (свежее и мороженное)                     | 1 282,5 | 1 294,9 | 1 224,0 | 985,9   | 688,1   | 493     | 38,4                        |
| <b>Экспорт, тыс. т</b>                               |         |         |         |         |         |         |                             |
| Мясо   | 0,5     | 0,3     | 0,2     | 0,3     | 0,3     | 0,2     | 40                          |
| Мясо птицы   | 0,3     | 0,9     | 2,8     | 6       | 18,4    | 18,4    | 61 раз                      |

от реализации говядины, а реализация мяса овец стала рентабельной.

Прибыль от реализации мяса свиней, по данным Минсельхоза России, в 2011 г. составила 22,2 млрд руб. против 20,5 млрд руб. в 2010 г., птицы – 15,3 млрд руб. (против 19,1 млрд руб.), овец – 80 млн руб. (против убытка в 100 млн руб.). От продажи мяса крупного рогатого скота получен убыток в 18,2 млрд руб. (в 2010 г. убыток составил 26,3 млрд руб.).

В рамках работы по развитию инфраструктуры и логистического обеспечения рынка Минсельхозом России были одобрены пять инвестиционных проектов по модернизации действующих предприятий и 12 по строительству новых современных цехов уоя скота, производств по первичной переработке и хранению мяса. Объем кредитов, выданных сельскохозяйственным организациям и крестьянским (фермерским) хозяйствам, составил 1,9 млрд руб. На них из федерального бюджета было выделено 55,8 млн руб. субсидий.

Эффективное использование средств государственной поддержки сельского хозяйства и формирование результативной аграрной политики обеспечили восстановление сельскохозяйственного производства после аномальной засухи и позволили выйти на выполнение основных целевых показателей, предусмотренных Государственной программой.

Положительные результаты, связанные с ростом производства сельскохозяйственной продукции и обеспечением страны собственным продовольствием, способствовали некоторому улучшению основных показателей работы отрасли и инвестиционному климату в сельском хозяйстве. В 2011 г. за счет улучшения инвестиционной привлекательности было достигнуто перевыполнение целевого показателя по индексу физического объема инвестиций в основной капитал сельского хозяйства на 9%. В прошлом году он был наивысшим за время реализации Государственной программы и составил 117,5%. **МС**



Россия входит в пятерку крупнейших потребителей говядины в мире, уступая по данному показателю лишь США, Бразилии и Китаю.



Автор:  
**Анна Бердышева**,  
аналитик департамента  
бизнес-планирования  
и маркетинговых  
исследований GLOBAL  
REACH CONSULTING

Author:  
**Anna Berdysheva**,  
analyst of the Business  
Planning and Marketing  
Research Department,  
GLOBAL REACH  
CONSULTING

*Russia is among the top five biggest consumers of beef in the world – in these terms it comes only after the USA, Brazil, and China.*

## РЫНОК ГОВЯДИНЫ: что изменилось?

Сегодня говядина – один из самых популярных видов мяса. В России, согласно утвержденному Правительством перечню необходимых товаров, она входит в состав потребительской корзины, на основе которой определяется прожиточный минимум.

Говядина – это поставщик полноценного белка и железа, которое способствует насыщению кислородом клеток организма. Жира в этом мясе даже меньше, чем в курином. В говядине есть белки, такие как эластин и коллаген, являющийся главным строительным материалом межсуставных связок. Еще говядина содержит широкий спектр

## Beef market: what has changed?

At the moment beef is one of the most popular kinds of meat. In Russia, according to the list of essential products approved by the Government, beef is a part of the consumer basket which defines the minimum living wage.

Beef is a supplier of complete protein and ferrum which facilitates oxygen saturation of the body cells. This meat contains even less fat than the chicken



питательных веществ, включая ценные минеральные вещества, в том числе и цинк, который необходим нашему организму для поддержания иммунитета. И при том, говядина имеет прекрасные вкусовые и питательные свойства. Благодаря этому набору качеств говядина в России завоевала широкое признание.

Россия входит в пятерку крупнейших потребителей говядины в мире, уступая по данному показателю лишь США, Бразилии и Китаю. Однако показатель потребления говядины на душу населения в России не высок – по данным Росстата, за 2011 год он составил всего 17,4 кг на человека в год (для сравнения: в Уругвае и Аргентине он составляет больше 50 кг). В 2012 году ожидается снижение показателя до уровня 17,3 кг на человека в год. Этому способствуют постоянно растущие цены на данный вид мяса. Средняя розничная цена в России на бескостную говядину в 2011 году составила 311,80 рублей за кг, что превышает уровень 2010 года на 19%. В Москве данный показатель превышает отметку в 400 руб. За пять лет (с 2007 по 2011 гг.) цены на говядину в России выросли на 62%.

Аналитики GLOBAL REACH CONSULTING (GRC) отмечают, что непрерывному росту цен способствует сложное положение дел, в котором находятся российские производители и российская отрасль животноводства в целом. Инвесторы неохотно идут в этот бизнес, что связано с длительными сроками окупаемости инвестиционных проектов, потребностью в долгосрочных инвестициях, а низкая эффективность производства удерживает себестоимость говядины на высоком уровне. Кроме того, цены на корма, фураж, электроэнергию и содержание животноводческих комплексов растут, затраты в связи с этим увеличиваются, в итоге производители вынуждены снижать объемы производства. Производство падает уже несколько лет подряд. Так, производство КРС на убой в живом весе в 2011 году сократилось на 5,3% по сравнению с предыдущим годом, составив 2,9 млн тонн. Производство парного мяса сократилось на 9%, едва превысив 183 тыс. тонны.

В 2011 году объем инвестиций в отрасль животноводства в целом вырос почти на 30%, достигнув 148 млрд рублей.

one. Beef contains such proteins as elastin and collagen which is the main construction material of interarticular bands. Moreover, beef contains a wide range of nutrients including essential mineral substances such as zinc which is necessary for our body to build up the immunity. Needless to say that beef is characterized by superb taste and nutritive properties. Due to this set of qualities, beef has won a wide recognition in Russia.

Russia is among the top five biggest consumers of beef in the world – in these terms it comes only after the USA, Brazil, and China. However, the consumption figure per head of population is not so high in Russia – according to the Rosstat data, in 2011 it amounted only to 17.4 kg per man per year (cf. in Uruguay and Argentina it amounts to more than 50 kg). In 2012 it is expected that this figure will decrease to the level of 17.3 kg per man per year. This is supported by ever-growing prices for this kind of meat. The average retail price for boneless beef in Russia amounted to 311.80 rubles per kg in 2011 which exceeds the level of 2010 for 19%. In Moscow this figure goes beyond the benchmark of 400 rubles. Over the last 5 years (from 2007 till 2011) prices for beef in Russia increased for 62%.

GLOBAL REACH CONSULTING (GRC) analysts point out that the continuous growth of prices is encouraged by complicated circumstances which Russian manufacturers and the Russian stockbreeding industry in general face. Investors unwillingly bring their money to this business which is connected with long payback periods of investment projects, the demand for long-term investments while low production efficiency keeps the prime cost of beef at a high level. Besides, the prices for feeding-stuffs, forage, electric power as well as maintenance costs of stock-breeding complexes are growing, thereby the expenses are increasing, and, as a result, manufacturers have to reduce overall production. The production has been falling for several years in a row. Thus, cattle production for slaughter on live weight basis decreased for 5.3% in 2011 in comparison with the previous year and amounted to 2.9 million tons. The production of fresh meat decreased for 9%, having hardly exceeded 183 thousand tons. And the fall in overall production of frozen meat amounted to almost 18%.

The main source of beef production in Russia comprises cull cows and fattening allotment of milking herds which share about 98% of this kind of meat. According to the Rosstat, before the end of 2011 there were 20,715.5 thousand cattle units in all types of farms. Over the last year the cattle stock has enlarged for 3.7% in Russia. However, this growth may be regarded as relative because in the year-earlier period, in 2010, one could witness the reduction in the cattle stock for 3.4%. An anomalously hot summer of 2010 aggravated the situation in this sector: the prices for feeding-stuff increased as never before, the cattle management was considerably appreciated. Unlike general cattle stock, the cattle stock of meat herds in agricultural organizations has demonstrated growth for the last



*In 2011 the volume of investments in the stock-breeding branch in general increased for about 30% and reached 148 billion rubles.*

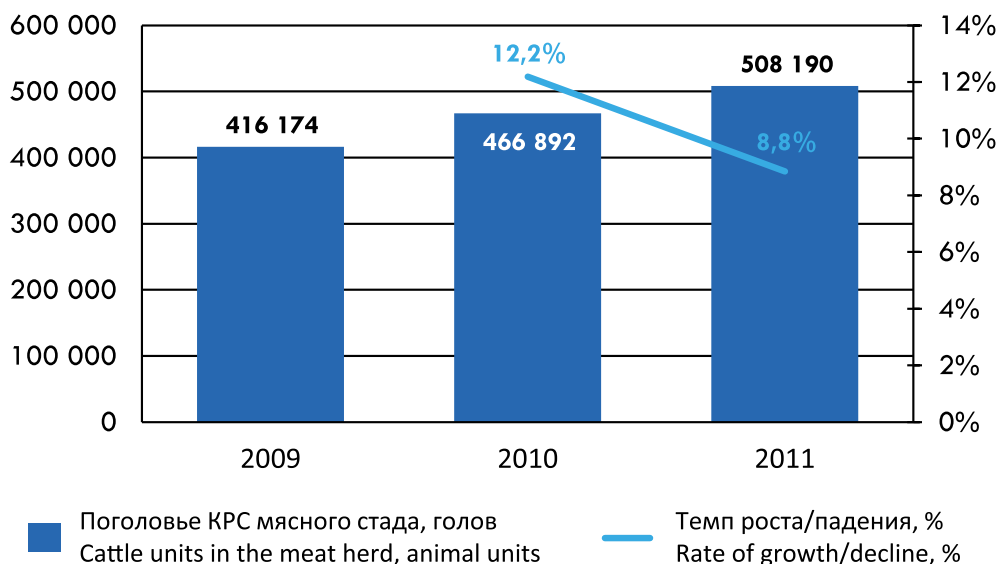


Диаграмма 1.  
Численность поголовья  
КРС мясного стада в РФ,  
2009-2011 гг., голов.

Diagram 1.  
Number of cattle units in meat  
herds in the Russian Federation,  
2009-2011, animal units

Источник: Росстат / Source: Rosstat

А падение объема производства замороженного мяса составило почти 18%.

Основным источником производства говядины в России являются выбракованные коровы и откормочный контингент из молочных стад, на долю которых приходится почти 98% этого вида мяса. По данным Росстата, на конец 2011 года крупного рогатого скота в хозяйствах всех категорий насчитывалось 20,7 млн голов.

За год поголовье КРС в России увеличилось на 3,7%. Хотя данный рост можно считать относительным, т. к. годом ранее, в 2010 году, наблюдалось сокращение поголовья КРС на 3,4%. Аномально жаркое лето 2010 года усугубило положение этого сектора: цены на корма рекордно выросли, произошло значительное удорожание содержания скота. В отличие от общего поголовья КРС, поголовье крупного рогатого скота мясного стада в сельскохозяйственных организациях показывало рост последние два года. По итогам 2011 года оно выросло с 466,9 до 508,2 тыс. голов (на 8,8%).

Главным производителем парного мяса КРС в России является Центральный федеральный округ – на него приходится около трети объема российского производства, 15% в частности производится предприятиями Московской области. Лидером по производству замороженной говядины является Приволжский федеральный округ, а среди регионов России в 2011 году – Оренбургская область. По итогам года здесь было произведено более 7,5 тыс. тонн мяса КРС, подвергшегося заморозке. Доля региона в производстве мяса КРС данного вида составила 21%.

В последние годы в развитие скотоводства в России вкладываются большие средства. По данным GLOBAL REACH CONSULTING (GRC), в 2011 году объем инвестиций в отрасль животноводства в целом вырос почти на 30%, достигнув 148 млрд руб. Однако данные средства направляются в основном в сельхозорганизации, а наибольшая доля произ-

two years. Following the results of 2011, it increased from 466.9 to 508.2 thousand animal units (for 8.8%).

The major manufacturer of cattle fresh meat in Russia is the Central Federal District – it produces about a third of the mentioned meat in Russia; more specifically 15% is made by enterprises located in Moscow region. The leader in production of frozen beef is the Volga Federal District, and among Russian regions in 2011 – Orenburg region. At the year-end over 7.5 thousand tons of frozen cattle meat was produced here. The share of the region in production of this type of cattle meat amounted to 21%.

Stock-breeding has been heavily invested in Russia recently. According to GLOBAL REACH CONSULTING (GRC), in 2011 the volume of investments in the stock-breeding branch in general increased for about 30% and reached 148 billion rubles. However, this money is mainly forwarded to agricultural organizations, and the largest part of cattle meat production falls on private farms (according to the Rosstat, it amounts to over 60%). The share of peasant and farm holdings (including self-employed entrepreneurs) is not big as well – only about 5%. As a result, the domestic production cannot satisfy the existing demand. Evidently, it is not possible to achieve food security only by means of private farms. Hand work prevails in the non-commodity production, there are no possibilities for implementing advanced technologies and new equipment; it is also characterized by its inability to approach markets in other regions. At the moment only large enterprises can manufacture comparatively cheap and competitive products.

Still there are some long-sighted investors who put up their capital in the regions where the authorities created favourable investment conditions. For instance, in Chelyabinsk region a project concerning livestock breeding is being implemented. Its investments are evaluated to 3 billion rubles, and it is assumed that 550 million rubles will be taken



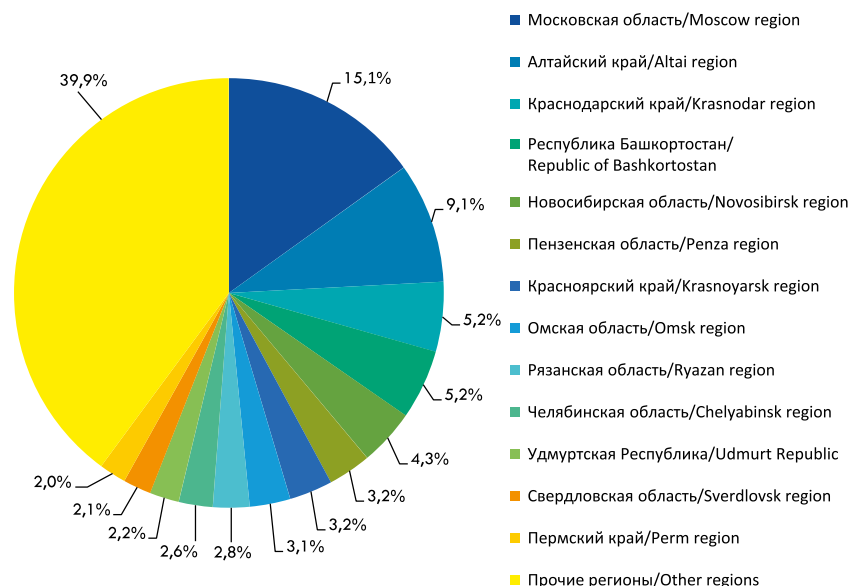
Инвестиционный проект по выпуску качественной говядины в Брянской области позволит закрыть нужды страны в говядине почти на 10%.

водства мяса КРС сосредоточена в хозяйствах населения (по данным Росстат она составляет более 60%). Доля крестьянских и фермерских хозяйств, включая индивидуальных предпринимателей, тоже не велика – всего около 5%. В итоге, внутреннего производства не хватает для сформировавшегося спроса. Очевидно, что с помощью хозяйств населения добиться обеспечения продовольственной безопасности не представляется возможным. В нетоварном производстве преобладает ручной труд, отсутствуют возможности для внедрения передовых технологий и нового оборудования, также оно характеризуется невозможностью выхода на рынки других регионов. На сегодняшний день только крупные предприятия могут производить сравнительно дешевую и конкурентоспособную продукцию.

Однако находятся дальновидные инвесторы, вкладывающие средства в те регионы, где властями созданы благоприятные инвестиционные условия. Например, в Челябинской области реализуется проект по разведению племенного поголовья. Инвестиции в него оцениваются в три млрд рублей, при этом из регионального бюджета предполагается направить 550 млн руб. на подведение инфраструктуры к коровникам, что является самым сложным вопросом для российских предпринимателей. Кроме того, правительство области предоставит льготы на аренду земли и гарантии под банковский кредит.

Инвестиционный проект по выпуску качественной говядины в Брянской области позволит закрыть нужды страны в говядине почти на 10%, а чтобы полностью покрыть спрос, по заявлению правительства, производство надо увеличить на 90%. В таком случае Россия сможет полностью обеспечить себя говядиной уже к 2018–2020 году, причем для этого нужно всего 8–10 крупных проектов. Для повышения эффективности производства необходимы значительные средства, направленные на техническое переоснащение животноводческих комплексов в стране, улучшение племенной базы и т. д. Нарращивание производства говядины в России на данном этапе развития возможно лишь при значительной и долговременной государственной поддержке. Для привлечения инвесторов в отрасль нужны гарантии стабильности и окупаемости вложения инвестиций. При отсутствии адекватных мер ситуация с самостоятельной обеспеченностью страны говядиной не будет иметь успеха.

Пока импортные поставки говядины в Россию компенсируют нехватку собственного производства. Объем импорта мяса крупного рогатого скота в 2011 году составил почти 860 тыс. тонн. По итогам года импорт в натуральном выражении остался на относительно прежнем уровне (плюс 0,1% к показателю 2010 года). Больше трети объема российского импорта мяса КРС, как в натуральном, так и в стоимостном выражении, обеспечивают поставки из двух стран – Бразилии и Беларуси. Основная часть объема российского импорта мяса КРС приходится на Бразилию – в натуральном и стоимостном выражении она составляет 25,8%



from the regional budget for building infrastructure near the cow sheds which is regarded as the most difficult problem by Russian entrepreneurs. Besides, the regional government will grant land lease allowances and loan guarantees.

An investment project related to production of high-quality beef in Bryansk region will allow satisfying the country's needs in beef for nearly 10%, and in order to cover the demand completely, according to the government's statement, the production should be increased for 90%, and in this case Russia will be able to provide itself completely with beef already by 2018-2020, with only 8-10 big projects implemented. In order to improve the efficiency of production, considerable funds must be invested in technical re-equipment of stock-breeding complexes in the country, in improving the brood base etc. At this stage of development, the increase of beef production in Russia is possible only with substantial and continuous governmental support. In order to attract investors to the branch, it is necessary to guarantee reliability and return on investments. If the appropriate measures are not taken, the situation with self-consistent provision of beef in the country will not be a success.

Meanwhile, import supplies of beef in Russia compensate for a shortcoming of domestic manufacture. The volume of imports of cattle meat in 2011 amounted to almost 860 thousand tons. Following the results of the year, the import in natural terms stayed practically static (plus 0.1% to the figure recorded in 2010). More than a third of the Russian imports of cattle meat both in natural and value terms is provided by supplies from two countries – Brazil and Belarus. The greater part of the total Russian imports of cattle meat is covered by Brazil – in natural and value terms it amounts to 25.8% and 28.9% correspondingly. The volume of Brazil beef supplies to the Russian market amounted to 222 thousand tons which is lower than the

**Диаграмма 2.** Структура производства мяса КРС в парном весе по регионам РФ, 2011 г., %

**Diagram 2.** Structure of cattle meat production in new-slaughtered weight in different Russian regions, 2011, %

Источник: Росстат / Source: Rosstat

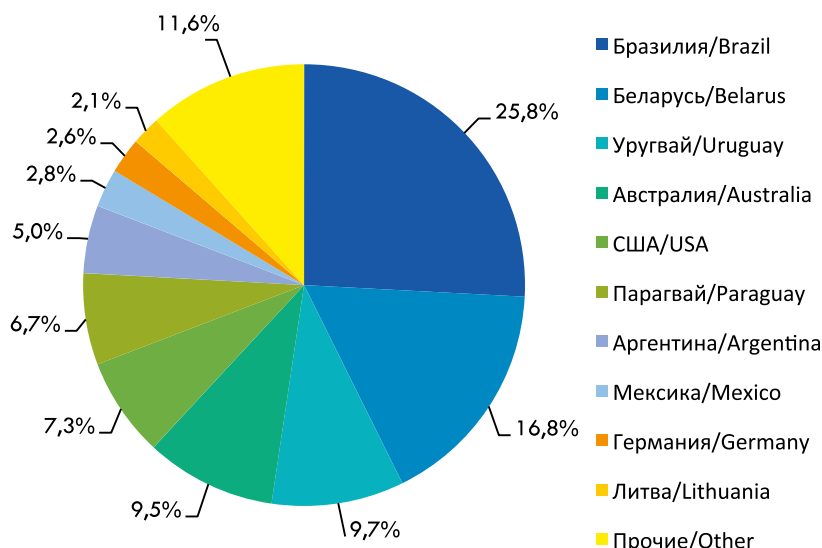
An investment project related to production of high-quality beef in Bryansk region will allow satisfying the country's needs in beef for nearly 10%.

и 28,9% соответственно. Физический объем поставок бразильской говядины на российский рынок составил 222 тыс. тонн, что меньше показателя за предыдущий 2010 год на 19,1%. Стоимость импорта из данной страны составила 935,5 млн долларов. Согласно оценке GLOBAL REACH CONSULTING (GRC) доля Беларуси в структуре российского импорта мяса КРС в натуральном и стоимостном выражении по итогам 2011 года составила соответственно 16,8% и 18,8%. Страна поставила на российский рынок 144,6 тыс. тонн мяса крупного рогатого скота на сумму 606,8 млн долларов.

Среди крупных поставщиков говядины на российский рынок также можно выделить Уругвай, Австралию, США, Парагвай и Аргентину, чьи объемы поставок превышают показатель в 40 тыс. тонн.

Доля импортного мяса на рынке составляет более 30%, хотя ряд экспертов высказывает мнение, что объем ввоза достигает 70% – в силу того, что в Россию из-за рубежа поставляется бескостная говядина, а отечественное производство мяса учитывается с костями. И хотя дефицит говядины сейчас отмечается во многих странах, мировой рынок этого мяса уже сформировался. Конкурировать с крупными мировыми игроками, не имея базы, практически невозможно. Представители мясной отрасли считают, что единственный способ ограничить импорт – полностью запретить поставки сверх квот, однако на это Россия пойти не может из-за вступления в ВТО.

Несмотря на значительное присутствие импортного мяса, общая динамика рынка в большей степени диктуется собственным производством. По итогам 2011 года в виду снижения отечественного производства мяса КРС объем российского рынка говядины сократился на 3,5%, едва не достигнув 2,5 млн тонн. В 2012 году предполагается, что объем рынка сократится на 0,4%. Это произойдет за счет совсем незначительного увеличения импортных поставок и в то же время снижения внутреннего производства. **ms**



corresponding figure registered in the previous year (2010) for 19.1%. The value of imports from this country amounted to 935.5 million dollars. As GLOBAL REACH CONSULTING (GRC) estimated, the Belarus share in the structure of Russian imports of cattle meat in natural and value terms, according to the results of 2011, amounted to 16.8% and 18.8% correspondingly. The country supplied to the Russian market 144.6 thousand tons of cattle meat in the amount of 606.8 million dollars.

Among the biggest beef suppliers in the Russian market the following countries may be mentioned as well: Uruguay, Australia, the USA, Paraguay, and Argentina, the supply rates of which exceed the figure of 40 thousand tons.

The share of import meat in the market amounts to more than 30%, though some experts advance an opinion that the import volume reaches 70% since boneless beef is delivered to Russia from abroad, and home meat production is evaluated "with bones". Despite the fact that deficiency in beef is now registered in many countries, the world market of this meat has already taken its shape. It is almost impossible to compete with large world actors without any supporting base. Representatives of the meat branch consider that the only way to constrain import is to embargo supplies which go beyond quotas completely, but Russia cannot do this due to its accession to the WTO.

Despite considerable availability of import meat, the general market dynamic is to a greater degree driven by domestic manufacture. Following the results of 2011, in terms of rundown in the home cattle meat market, the volume of Russian beef market decreased for 3,5%, almost reaching 2.5 million tons. It is anticipated that in 2012 the market volume will decrease for 0.4%. This will happen due to a very slight increase in import supplies with simultaneous loss of domestic production. **ms**

Диаграмма 3. Структура российского импорта мяса КРС по странам происхождения в натуральном выражении, 2011 г., %.

Diagram 3. Structure of Russian imports of cattle meat for different countries of origin in natural terms, 2011, %

Источник: Росстат / Source: Rosstat

In 2012 the market volume will decrease for 0.4% due to a very slight increase in import supplies and loss of domestic production.

В 2012 году объем рынка сократится на 0,4% – за счет совсем незначительного увеличения импортных поставок и снижения внутреннего производства.

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

# SIAL 2012

The Global Food Marketplace



## CONNECTIONS

### World innovations

Париж. 21-25 октября 2012 года

Выставочный комплекс Paris Nord Villepinte - France

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

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

SIAL, a subsidiary of Comexposium Group

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



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

## Официальный туроператор выставок



# S-Continental

Travel Company

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

- СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ  
на бронирование  
номеров в гостиницах.
  - БЕСПЛАТНЫЙ трансфер на выставку.
  - БЕСПЛАТНАЯ сим-карта  
с исходящими  
вызовами по Москве и области.
  - БЕСПЛАТНАЯ визовая поддержка.
- А также:
- Информационное сопровождение  
24 часа в сутки.
  - Услуги переводчика.
  - Билеты в театры и на концерты.
  - Экскурсионное обслуживание.

+7 (812) 318-30-30

info@scontinental.com

8 (800) 55-55-001

www.scontinental.com

(звонок по России бесплатный)



### ФАС не против сделки «Черкизово»

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) удовлетворила ходатайство о приобретении 99,96% ООО «Воронежмясопром» московской структурой группы «Черкизово» ОАО «Агропромышленный комплекс «Михайловский».

Как следует из сообщений ФАС, параллельно ведомство разрешило аналогичную сделку и кипрской компании Pyke investments limited, которая занимается инвестиционной деятельностью.

Отметим, что «Воронежмясопром» входит в НАПКО – структуру, подконтрольную владельцу «Черкизово» Игорю Бабаеву. О намерении инвестировать около 4,46 млрд рублей (включая долг в 2,8 млрд рублей) в приобретение сельхозактивов ООО, расположенных в Воронежской области, в «Черкизово» заявили в середине июня. Речь идет о селекционно-генетическом свинокомплексе в Воронежской области, элеваторах в Воронежской и Пензенской областях мощностью свыше 200 тыс. тонн единовременного хранения, строящемся комбикормовом заводе и около 30 тыс. га земель сельхозназначения в Воронежской области (25 тыс. га находятся в активном сельхозобороте).



Данная сделка вызвала недовольство у миноритариев «Черкизово» в лице Prosperity Norges (0,6% акций «Черкизово»), East Capital (0,9% и Fidelity (1,5%). По их мнению, сделка по приобретению генетико-селекционного хозяйства «Воронежмясопрома» была совершена по завышенной цене в интересах структур, подконтрольных членам семьи владельца ГК Игоря Бабаева. В материалах к собранию акционеров миноритарии сравнили покупку «Воронежмясопрома» с более ранним приобретением группой ЗАО «Орелсельпром». При одинаковых показателях и похожих активах двух предприятий стоимость орловского была оценена вдвое ниже воронежского – в 2,2 млрд рублей.

abireg.ru

### Новый проект Бабаева

Едва заключив партнерское соглашение с одним из крупнейших мировых сельхозтрейдеров – OLAM, Наум

Бабаев начинает проект на базе не вошедших в сделку активов. Предприниматель намерен заняться производством индейки и говядины.

Компания Бабаева «Русмолко» в начале 2012 года передала свои молочные и зерновые активы в Пензенской области в совместное предприятие с сингапурской OLAM, которая, вложив в проект \$75 млн, получила долю в 75%. Партнеры объявили о намерении инвестировать в проект около \$500 млн. Это СП может стать самым большим молочным хозяйством в России, если поголовье его ферм составит обещанные 50 тыс. голов.



Наум Бабаев рассказал «Ведомостям», что предприятия, не вошедшие в сделку с OLAM, будут переданы новой компании – ООО «Дамате». В первую очередь это недавно введенный в эксплуатацию комплекс по производству индейки в Пензенской области – с мощностью около 15 тыс. тонн мяса и выходом на 60 тыс. тонн в 2015 году. Помимо производства индейки, холдинг намерен создать комплекс по выращиванию и переработке крупного рогатого скота (КРС). Учредителями «Дамате», по словам Бабаева, стали он сам, гендиректор «Русмолко» Рашид Хайров и государственное ОАО «Областной агропромышленный холдинг». «Русмолко» передала «Дамате» свой «Пензамолинвест», которому принадлежит 9 тыс. га пашни и 800 голов молочного стада, элеватор, а также еще 24,7 тыс. га сельхозземель. Размер уставного капитала «Дамате», зарегистрированной в марте 2012 года, – 1,39 млрд рублей. Доли акционеров Бабаев отказался раскрыть, по данным СПАРК, 100% этой компании принадлежит кипрской «Эйси Демейт».



Бабаев заявил о намерении сделать «Дамате» одним из лидеров по производству говядины. Мощность запланированного перерабатывающего комплекса – 70 тыс. голов в год, кроме того, будет создано родительское стадо из 22 тыс. голов. Около половины мощности нового завода в будущем планируется загрузить бычками молочного



**CSB-System**  
INTERNATIONAL

**Бизнес-IT-решение для  
всего Вашего предприятия**



**Успех – вопрос  
системы**

Агрохолдинг «БЗРК-Белгранкорм»

Посетите нас на выставке  
„INPRODMASH 2012“!  
11 - 14 сентября 2012 Украина,  
Киев, МВЦ (Броварской просп., 15)



**Быстрее  
Надежнее  
Продуктивнее**

Успешные компании мясной отрасли по всему миру сотрудничают с CSB-System, в том числе ООО «Белгранкорм»:

**«С CSB-System мы имеем надежный инструмент для контроля процессов убоя, разделки, упаковки, комплектации заказов и отгрузки готовой продукции, а также автоматизированный обмен данными с 1С: Бухгалтерия».**

начальник управления  
мясопереработки Н.И.Семикопенко

**CSB-System в России:**  
115054, г. Москва, ул. Пятницкая, 73  
тел.: +7 (495) 64-15-156  
факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург  
ул. Белоостровская 2, офис 423  
тел: +7 (812) 44-94-263  
факс: +7 (812) 44-94-264

e-mail: info@csb-system.ru  
www.csb-system.ru

стада из совместного проекта «Русмолко» с OLAM.

Как обещает Наум Бабаев, объем инвестиций в новый проект составит 10,4 млрд рублей. Он должен стартовать осенью 2012 года и выйти на проектную мощность в течение трех лет.

При выходе на заявленные объемы переработки компания станет одним из крупнейших производителей говядины в России.

Ведомости



**«КОПИТАНИЯ»  
приобретет  
«Пермский  
свинокомплекс»?**

Федеральная антимонопольная служба удовлетворила ходатайство ООО «КОПИТАНИЯ» о приобретении 100% голосующих акций ОАО «Пермский свинокомплекс». Решение опубликовано на сайте ФАС России. Отметим, что в мае ФАС России удовлетворил аналогичное ходатайство ЗАО «Сибирская Аграрная Группа» (Томская область).

ОАО «Пермский свинокомплекс» – крупнейший в Пермском крае производитель. Уставный капитал – 465,656 млн рублей. Предприятие ежегодно производит 18–21 тыс. тонн мяса свинины в живом весе. Выручка по итогам 2010 года – 1,47 млрд рублей, убыток – 221 млн рублей.



Росимущество, которое контролирует 100% акций ОАО «Пермский свинокомплекс», планирует продать предприятие в 2012 году.

ООО «КОПИТАНИЯ» в октябре 2011 года подписало договор с администрацией Пермского муниципального района об аренде земли с правом выкупа в поселке Мулянка, где планирует построить свинокомплекс, но пока не может получить земельный участок. В холдинг «КОПИТАНИЯ» Михаила Абызова, министра РФ по связям с открытым правительством, входят Новосибирский

(ОАО «Кудряшовское»), Волгоградский (ЗАО «Краснодонское») и Тверской (ЗАО «Заволжское») дивизионы.

kommersant.ru

**Кредиты  
Сбербанка остаются  
невостребованными**

Власти Алтайского края назвали политику Сбербанка причиной, по которой срываются сроки строительства «Алтайского бекона» – крупнейшего свинокомплекса региона стоимостью 5,5 млрд рублей.

Однако в банке утверждают, что инвестор проекта – белгородский холдинг «Приосколье» – сам не торопится воспользоваться его кредитными ресурсами в объеме 3,7 млрд рублей. Эксперты полагают, что нерешительность владельцев «Приосколье» связана с предстоящими изменениями на российском рынке свинины, вызванными вступлением страны в ВТО или смещением приоритетов в пользу аналогичных проектов в Тамбовской области.



«Сбербанк не предоставляет кредитные ресурсы (для «Алтайского бекона»), поэтому проект пробуксовывает», – заявил вице-губернатор Алтайского края Михаил Щетинин на совещании в Барнауле с участием сибирского полпреда президента РФ Виктора Толоконского. Чиновник подчеркнул, что власти заинтересованы в реализации проекта, но банк «просит у краевых властей и имущественные, и бюджетные гарантии, при этом нет четкого механизма согласования условий кредитования».

Однако в банке утверждают, что выполняют все свои обязательства. «Алтайское отделение Сибирского банка приняло решение о поддержке инвестпроекта по строительству предприятия «Алтайского бекона» еще в 2011 году, и все договоренности остаются в силе», – сообщили в Сибирском банке Сбербанка РФ. В мае этого года управляющая алтайским отделением № 8644 Сибирского банка Сбербанка РФ Татьяна Черникова сообщила, что, «несмотря на заключенный договор с инвестором

и внесенный залог со стороны администрации Алтайского края, компания «Приосколье» так и не воспользовалась кредитной линией в 3,7 млрд рублей, открытой специально для реализации данного проекта». «Если регион заинтересован в инвестиционном развитии, ему придется давать гарантии перед кредитными учреждениями», – поддержал на совещании банк господин Толоконский.



Проект «Алтайский бекон» агрохолдинг бывшего заместителя председателя правительства Белгородской области Геннадия Бобрицкого «Приосколье» анонсировал в 2011 году. Он предполагал создание свинокомплекса мощностью 32 тыс. тонн мяса в год в Косихинском районе Алтайского края. Проект стоимостью 5,5 млрд рублей должен быть реализован до 2013 года. На Алтае «Приосколье» владеет компанией «Алтайский бройлер» мощностью 63 тыс. тонн куриного мяса в год.

Kommersant.ru



**Сбербанк  
профинансирует  
«Мираторг»**

Агропромышленный холдинг «Мираторг» и Сбербанк России в рамках Петербургского международного экономического форума заключили соглашение о сотрудничестве.

В рамках соглашения Сбербанк намерен принимать участие в финансировании инвестиционных проектов «Мираторга», в частности, проекта по развитию мясоперерабатывающего производства в Белгородской области, а также проекта строительства комплекса по производству мясного поголовья крупного рогатого скота мощностью до 3,8 тыс. тонн в год в Калининградской области.

Кроме того, Сбербанк рассматривает возможность финансирования еще двух проектов холдинга – создания сети фирменных магазинов и строительства 10 свинокомплексов.

ptoneu.ru



### «Мираторп» запускает завод

Агрохолдинг «Мираторп», основные мощности которого сосредоточены в Белгородской области, намерен в августе запустить свой третий комбикормовый завод в регионе, став, таким образом, крупнейшим производителем комбинированных кормов в стране.



Годовая мощность нового производства составит порядка 330 тыс. тонн. Таким образом, совокупно с двумя уже существующими аналогичными белгородскими предприятиями – в Ивнянском и Прохоровском районах области – компания будет выпускать 1,1 млн тонн комбинированных кормов в год. Это составит примерно 15-16% от общероссийского объема производства. Вся продукция будет потребляться свиноподкомплексами холдинга, в том числе и новыми мощностями, возводимыми в настоящее время в Пристенском районе Курской области.

abireg.ru

### «Бурановские» бренды

Слава «Бурановских бабушек», занявших на Евровидении второе место, не дает покоя бизнесменам с их родины – Удмуртии. Слова «бурановское» и «по-бурановски» они хотят использовать в названиях своих продуктов.



Ижевская «Комос групп», обнаружив, что заявка на «Бурановских бабушек» уже подана, решила за столбить бренд «Бурановская буренка». Больше всего на победе «бабушек» могла бы заработать администрация села Бураново – но ее вопросы прав на бренд пока не интересуют.

В конце мая, через несколько дней после финала «Евровидения»,

ижевская компания «Комос групп» пыталась зарегистрировать торговую марку «Бурановские бабушки». После того как продюсеры музыкального коллектива предложили продолжить разговор в суде, представители «Комоса» извинились и пообещали сотрудничать с ними на правовой основе.

Но спустя несколько недель компания подала заявку на торговую марку «Бурановская буренка». Кроме того, она регистрирует бренды «По-бурановское», «Из Бураново» и «Бурановское». «Бабушки» не претендуют на эти торговые марки.

Активный интерес к слову «Бураново» мог бы помочь развиваться селу, расположенному в 30 км южнее Ижевска. Как объяснил «Известиям» управляющий партнер BrandLab Александр Еременко, на волне интереса к «бабушкам» администрация Бураново может пополнить свой бюджет. Можно обязать компании, не зарегистрированные в данном районе, платить местной администрации за использование этого имени. Так можно создать локальный бренд, который поможет продавать продукты и привлекать туристов. Единственная сложность – это неподкованность в вопросах авторских прав глав муниципальных собраний.



Поселения с названием «Бураново» есть также в Алтайском крае, в Новосибирской области и даже в Болгарии. Если какое-то из них раньше удмуртского села регистрирует свое имя как товарный знак, то фирмы, желающие использовать «громкое» название, должны будут платить администрации соответствующего Бураново. Кстати, это может коснуться и «бабушек», ведь они работают в московском ООО «Дом Людмилы Зыкиной».

marker.ru

### Самарский бизнесмен займется мраморным мясом

Самарский предприниматель Виктор Дмитриев планирует построить мясоперерабатывающий завод, специализирующийся на выпуске мраморного мяса.

В проект бизнесмен вложит более 70 млн рублей. Финансировать производство мраморного мяса он планирует за счет заемных средств. Кроме того, для реализации проекта Дмитриев собирается построить завод экструдированных



кормов, стоимость которого составляет еще примерно 12 млн рублей.

Одним из партнеров проекта выступит тольяттинский Эл Банк, который выделил кредит в размере 20 млн рублей. Председатель правления банка Анатолий Волошин подтвердил факт сотрудничества с Дмитриевым. По его словам, «главная цель создания предприятия – поставки мраморного мяса, стоимость которого сейчас составляет 900 рублей за кг».

vinform.ru



### «Талекс» открыл новый завод

С рабочим визитом в Воронежскую область 28 июня прибыл полномочный представитель Президента РФ в Центральном федеральном округе Александр Беглов.

Александр Беглов в сопровождении губернатора Воронежской области Алексея Гордеева отправился в Верхнехавский район. Здесь они приняли участие в открытии нового мясоперерабатывающего комплекса, который является инвестпроектом ГУ «Талекс». Это будет единственный в регионе завод по выпуску свинины, мяса крупного рогатого скота и баранины с выходом на производство охлажденной продукции.

communa.ru



### «Ариант» строит крупнейший МК

Губернатор Челябинской области Михаил Юревич осмотрел строительство будущего мясоперерабатывающего комплекса «Ариант» в п. Федоровка.

Новый мясоперерабатывающий комплекс – часть масштабного

проекта расширения производства компании «Ариант» на территории Челябинской области. В него входит также строительство суперсовременных свиноводческих комплексов в поселках Каменском и Березовском, полная реконструкция свиноподкомплекса в Красногорске, строительство комбикормового завода и бойни. Запуск всего комплекса выведет Челябинскую область на второе место по производству мяса в России.

Предприятие в Федоровке будет иметь рабочую площадь в 15 тыс. м<sup>2</sup>. Ежедневная производительность – до 140 тонн мясной продукции. Проект уникального для России пищевого предприятия подготовлен немецкой фирмой Bertschlaska. Новый комплекс объединит в себе разные цеха «Арианта»: обвалка, мясопереработка, колбасное производство, что позволит резко увеличить эффективность работы компании и повысить качество выпускаемой продукции. Здесь же предусмотрен большой логистический центр.

unipack.ru

### «Ашан» охладил к российскому мясу

«Ашан» предложил крупнейшим французским животноводцам заняться бизнесом в России. Ритейлер гарантирует партнерам рынок сбыта охлажденной говядины, телятины, птицы и баранины, обеспечит бесперебойные поставки продуктов в собственную сеть. Инвестиции в проект оцениваются в миллиарды рублей.



В мае 2012 года российское подразделение Auchan посетили крупнейшие производители и переработчики мяса из Франции – Groupe Bigard; Cooperl Arc Atlantique; L.D.C.; Agneau Maquet; Races de France и Sersia France. Ритейлер предложил иностранным компаниям заняться фермерством в России – либо самостоятельно, либо в союзе с местными производителями и переработчиками. Со своей стороны торговая сеть обещает заключить договоры поставки на максимально длительный срок – три года, чтобы гарантировать новым партнерам рынок сбыта. Пока иностранные компании не дали ответ «Ашану». Сами производители не стали комментировать планы в России.

Kommersant.ru

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



## **GEA Refrigeration Technologies**

**Москва:**

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

**Екатеринбург:**

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

**Санкт-Петербург:**

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

**Владивосток:**

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

# Усилить вертикальную интеграцию бизнеса



*В июне Группа «Черкизово» сообщила о приобретении ряда сельскохозяйственных активов компании «Воронежмясопром».*

Эти активы включают селекционно-генетический свинокомплекс в Воронежской области, элеваторы в Воронежской и Пензенской областях мощностью свыше 200 тыс. тонн единовременного хранения, строящийся комбикормовый завод и около 30 тыс. гектаров земель сельскохозяйственного назначения в Воронежской области.

Приобретаемые активы позволяют «Черкизово» укрепить ведущие позиции на мясном рынке России, повысить биологическую безопасность в сегменте свиноводства и усилить вертикальную интеграцию бизнеса.

Группе будут принадлежать следующие активы:

- Селекционно-генетический свинокомплекс в Воронежской области, на котором ведется селекционное разведение свиней пород дюрок, йоркшир и ландрас. Производственные мощности свинокомплекса включают хрячник, репродуктор на 2 400 свиноматок, площадку по дорастиванию на 10 тыс. голов единовременного содержания и площадку откорма на 6 700 голов единовременного содержания.

- Около 30 тыс. гектаров сельскохозяйственного назначения в Воро-

нежской области, одном из наиболее плодородных регионов страны. Приблизительно 25 тыс. гектаров находятся в активном сельскохозяйственном обороте.

- Элеваторы в Воронежской (рассчитан на хранение 150 тыс. тонн) и Пензенской (60 тыс. тонн с перспективой увеличения до 90 тыс.) областях.

Стоимость приобретаемых активов составляет 4,46 млрд рублей, включая долг «Воронежмясопрома» в размере 2,8 млрд рублей, который примет на себя Группа «Черкизово». Расчеты будут произведены денежными средствами в сумме 1,26 млрд рублей и 795 тыс. шт. акций ОАО «Группа Черкизово».

«Компания сделала важный шаг на пути повышения операционной эффективности бизнеса и укрепила фундамент для долгосрочного роста, – заявил **Сергей Михайлов, генеральный директор Группы «Черкизово»**. – Учитывая дефицит качественного и здорового племенного поголовья, приобретение селекционно-генетического комплекса будет способствовать устойчивому росту сегмента свиноводства и повысит биологическую безопасность. Мы приобретаем земли сельхозназначения в Черноземном регионе, и сможем обеспечивать себя зерном в рамках стратегии вертикальной интеграции. Земельные участки также могут быть использованы для постройки новых животноводческих комплексов. Наличие собственных элеваторов, рассчитанных на единовременное хранение значительных запасов зерна, обеспечит «Черкизово» более гибкий подход к закупкам и страховку на случай неблагоприятной ситуации на зерновом рынке. Приобретение этих активов – стратегическое решение для нашего роста и развития».

Ранее – в мае 2012 года – Группа «Черкизово» объявила о выходе на рынок индейки и создании совместного предприятия по производству мяса индейки с компанией Grupo Fuertes – крупным агропромышленным холдингом и лидером по производству мяса индейки в Испании.

Проект стоимостью более 100 млн евро будет реализован в Тамбовской области. Планируется, что комплекс по производству мяса индейки будет построен на участке площадью 5 тыс. га в Первомайском и Староюрьевском районах Тамбовской области. Годовое производство составит 25–30 тыс. т мяса; в перспективе планируется повышение мощности комплекса до 50 тыс. т, что позволит Группе «Черкизово» стать лидером на этом высокопотенциальном и быстро растущем рынке.

Проект будет финансироваться Группой «Черкизово» и Grupo Fuertes из собственных средств, а также при помощи привлеченных банковских кредитов. Администрация Тамбовской области возьмет на себя обеспечение нового предприятия необходимой инфраструктурой. Предполагается, что производство начнется в 2014 г., а на полную мощность проект выйдет в 2015 г.

«Приход в область крупных российских и международных инвесторов, таких как Группа «Черкизово» и Grupo Fuertes, еще раз подтверждает высокую инвестиционную привлекательность и аграрный потенциал нашего региона, – заявил глава администрации Тамбовской области Олег Бетин. – Действующим в области законодательством предусмотрена государственная поддержка инвестиционной деятельности, и мы планируем со своей стороны оказать разностороннюю поддержку данному начинанию».

«Мы приступили к реализации уникального проекта, – отметил Сергей Михайлов. – С одной стороны, в нашем распоряжении будет многолетний опыт испанских коллег, который позволит создать предприятие, соответствующее европейским стандартам качества и эффективности. С другой – налаженная система логистики и дистрибуции Группы «Черкизово», которая обеспечит быстрый доступ продукции на рынок. При этом в основе успешной реализации будет лежать поддержка, которую нам оказывает областная администрация».

«Мы начинаем этот важный проект, инвестируя в перспективный быстро



#### Основные финансовые итоги первого квартала 2012 года:

Чистая прибыль ОАО «Группа Черкизово» увеличилась на 114% (или в 2,1 раза) и составила \$39,3 млн по сравнению с \$18,4 млн в первом квартале 2011 года. В рублевом эквиваленте чистая прибыль выросла на 121% (или в 2,2 раза) – до 1,188 млрд руб. Показатель прибыли на акцию увеличился в 1,1 раза – до \$0,91.

Рост консолидированной выручки составил 16% в долларовом выражении (или \$357,8 млн) по сравнению с первым кварталом 2011 года и 20% в рублевом эквиваленте (10,827 млрд руб.). Скорректированный показатель EBITDA увеличился на 74% в долларовом выражении, составив \$60,8 млн, по сравнению с аналогичным периодом 2011 года. В рублевом эквиваленте рост составил 80% (1 млрд 839,1 млн руб.).

Маржа по скорректированному показателю EBITDA увеличилась до 17% по сравнению с 11% в первом квартале 2011 г.

Валовая прибыль группы выросла на 45% в долларовом выражении, составив \$93,7 млн. В рублевом эквиваленте этот показатель увеличился на 50% и составил 2,835,6 млрд руб. Валовая маржа увеличилась с 21% до 26%.

Размер чистого долга в первом квартале этого года составил \$775 млн. Чистая стоимость долга остановилась на уровне 1,7% в сравнении с 2% в первом квартале 2011 г.



Комментируя итоги первого квартала 2012 года, генеральный директор Группы «Черкизово» Сергей Михайлов заявил:

«В первом квартале мы достигли отличных результатов, соответствующих нашим ожиданиям. Чистая прибыль выросла на рекордные 114% благодаря отличным показателям сегмента птицеводства, высоким ценам на свинину, эффективной трансформации сегмента мясопереработки и снижению цен на зерно».

В сегменте птицеводства рост продаж составил 36% благодаря хорошим показателям по собственным брендам группы и добавлению в портфель брендов «Моссельпрома». Мы также существенно продвинулись в реализации наших проектов по расширению мощностей».

В сегменте свиноводства положительное влияние на результаты оказали высокие цены на свинину на протяжении всего квартала. Мы продолжили расширение производственных мощностей и запустили в первом квартале площадки по доращиванию на новых комплексах в Липецке, Тамбове и Воронеже. Эти свинокомплексы выйдут на полную мощность в 2013 году, существенно укрепив позиции «Черкизово» на российском рынке свинины».

Сегмент мясопереработки показал позитивные тенденции в отношении цен и прибыльности на фоне некоторого снижения объемов. Приобретенный в 2010 году мясокомбинат в Калининградской области, на котором выпускается преимущественно премиальная продукция, работает с полной загрузкой, что способствует еще большей прибыльности сегмента».

Цены в сегменте птицеводства растут достаточно медленно, и значительного их увеличения в 2012 году не ожидается; тем не менее, мы уверены в росте рынка птицы и планируем серьезные инвестиции в этот сегмент. Цены на рынке свинины находятся на исторических максимумах, что позитивно отражается на прибыли группы. В сегменте мясопереработки цены растут быстрее инфляции благодаря повышению потребительской уверенности и улучшению продуктового портфеля «Черкизово» вследствие более высокой доли премиальных продуктов».

развивающийся российский рынок. Реализация проекта будет осуществляться совместно с Группой «Черкизово» – партнером, которому мы доверяем и с которым готовы поделить накопленным опытом и современными технологиями в области производства индейки. Мы твердо верим, что «Черкизово» при поддержке администрации Тамбовской области сможет создать эффективный производственный кластер и через три

года российские потребители по достоинству оценят мясо индейки отличного качества», – отметил Томас Фуэртес, президент Grupo Fuertes.

Эксперты считают производство мяса индейки многообещающим бизнесом, учитывая перспективу роста цены на продукцию относительно других видов мяса. Кроме того, в России насчитывается не так много других масштабных проектов по производству мяса индейки. **MS**




### Продукты Noma Trading с сертификатом Кашрута

Бюро Главного Раввина Польши Михаела Шудриха признало в этом месяце сертификат Кашрута для продуктов Noma Trading.



Продуктами с сертификатом являются: сетки NomaNet, текстильные оболочки Viscoflex, а также оболочки SPATEX.

Сертификация произошла в рамках реализованного компанией Noma Trading проекта б.1. ОПИЭ «Паспорт для экспорта», частично финансируемого из дотации ЕС. 

[www.nomaxtrading.eu](http://www.nomaxtrading.eu)



### ЕС вводит логотип для биопродуктов

Упаковка биопродуктов в странах Евросоюза с 1 июля должна быть в обязательном порядке маркирована специальным логотипом, указывающим на то, что они являются экологически чистыми.

Это требование, инициированное и внедренное Еврокомиссией в 2010 году на двухлетний переходный период, отныне стало постоянно действующим. В Еврокомиссии убеждены, что новый логотип поможет европейцам выбирать экологически безопасные продукты питания, содержание биоингредиентов в которых составляет не менее 85%.

Логотип для биопродуктов представляет собой лист с белыми звездами по контуру на зеленом фоне.

PIA Новости

### Роспотребнадзор проверит упаковку

Глава Роспотребнадзора Г. Онищенко разрешил хранить и перевозить полуфабрикаты с готовой пищевой продукцией.

Он установил требования к упаковке, хранению и транспортировке пищевых продуктов. Документ разработан в связи с вступлением в силу с 1 июля нового Технического регламента Таможенного союза «О безопасности упаковки». Глава Роспотребнадзора отметил, что современные упаковочные материалы позволяют увеличить срок годности продуктов. Кроме того, упаковка сохраняет их пищевую ценность и потребительские свойства с наименьшими потерями.

В связи с этим Онищенко разрешил хранение и транспортировку продовольственного сырья и полуфабрикатов промышленного изготовления совместно с готовой пищевой продукцией. При этом должны соблюдаться следующие условия: «...такое сырье, полуфабрикаты и готовая пищевая продукция упакованы промышленным способом, исключая их соприкосновение, перекрестное загрязнение или изменение органолептических свойств, а также... имеют одинаковые температурно-влажностные параметры хранения и транспортировки».

Онищенко велел своим подчиненным в регионах уведомить организации и индивидуальных предпринимателей о необходимости использования современной упаковки. Юристам и ИП напомнят о необходимости тщательного производственного контроля. В свою очередь, Роспотребнадзор проследит за тем, как производители продовольствия выполняют новые требования к хранению и транспортировке пищевых продуктов.



Напомним, Технический регламент Таможенного союза «О безопасности упаковки» вступает в силу с 1 июля 2012 года. Он устанавливает единые обязательные требования к продукции, выпускаемой на территории России, Белоруссии и Казахстана. В частности, регламент определяет требования к санитарно-гигиеническому, механическому и химическим свойствам упаковок.

kadis.ru

# МАКСИМАЛЬНАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, КОНТРОЛЬ, УЧЕТ

Линия обвалки/жиловки StreamLine компании Marel разработана с целью максимального увеличения выхода мяса, оптимизации производственного процесса и улучшения качества продукции. Поставленная цель достигается благодаря автоматическому мониторингу и сбору данных в режиме реального времени каждого этапа производственного процесса – обвалки, жиловки и снятия мембраны.

Необходимая информация о производственном процессе автоматически регистрируется в режиме реального времени благодаря программному обеспечению Marel системы управления производством INNOVA, обеспечивая тщательный контроль, учет и максимальную производительность.

#### Возьмите в свои руки руководство!

Звоните нам по телефону: + 7 495 228 07 00 • электронная почта: [info.ru@marel.com](mailto:info.ru@marel.com)  
123458 • РФ • Москва • Проезд № 607 • дом 30 • офис 602



Совместима с INNOVA

[marel.com/ru](http://marel.com/ru)

### Чипы для животных станут обязательны

Идея Минсельхоза о введении чиповых меток для многих видов животных одобрена правительством.

Министерство разработало и уже внесло в правительство проекты законов «О племенном животноводстве» и «О ветеринарии». Первый закон предусматривает регистрацию и идентификацию животных, во втором описаны правила учета различных видов животных. Ожидается, что оба закона будут приняты уже в нынешнем году.

По словам директора департамента ветеринарии Минсельхоза Лилии Сургучевой, после доработки некоторых деталей все хозяйства обяжут чипировать своих животных. Список животных, которых оснастят чипами, достаточно широк: это коровы, овцы, козы, свиньи, птицы, кролики, лошади, быки и многие другие.

Чипирование уже достаточно широко применяется для крупного рогатого скота, лошадей, овец и других видов сельскохозяйственных животных. Технология прошла апробацию и используется в некоторых регионах России (Московская, Астраханская, Ростовская области, Калмыкия, Башкирия и Бурятия).

«Радиочастотная идентификация – одна из передовых и перспек-



тивных технологий, она позволяет производить беспроводную запись и чтение информации с микрочипов. Этот метод идентификации позволяет вести стопроцентный учет поголовья, дает возможность следить за здоровьем стада», – пояснили в Минэкономразвития.

Одним из исполнителей данного проекта может стать компания «НИИ-МЭ Микрон», которая уже не впервые осуществляет государственные проекты в сфере микроэлектроники.

«Система позволяет регистрировать животное в базе данных. При покупке, продаже, забое, прививке и других способах оборота животных любому участнику рынка будет доступна информация о нем: возраст, где был выращен, какие делались прививки, родословная», – рассказала Мария Гришина, официальный представитель компании.

Существует несколько вариантов чипирования. Это могут быть внешние передатчики – животные носят метку в виде браслета (для птиц), ушной клипсы (для овец или

свиней). Существуют также заглатываемые метки, которые оседают в пищеварительном тракте (для крупного скота). Второй вариант – это вживление импланта. Процедура ничем не отличается от обычной вакцинации. Через полую иглу под кожу или в мышцы вводится чип.

Считыватели информации с чипов выполняются в виде стационарных арочных проходов. Можно установить стационарный сканер в местах прохода или обитания скота. Есть также мобильные считыватели. Система подключается к компьютеру, управляющему перемещениями животных при помощи электрических ворот и их учетом.

[nwmeat.org](http://nwmeat.org)



### США за мясо без антибиотиков

Большинство американцев выбирают мясо, выращенное без использования антибиотиков – показал общенациональный опрос, проведенный в США него-

сударственной организацией «Consumer Reports».

Результаты опроса были включены в доклад «Meat On Drugs: The Overuse of Antibiotics in Food Animals and What Supermarkets and Consumers Can Do to Stop It» («Мясо, выращенное на лекарствах: неоправданное использование антибиотиков в пищевом животноводстве, или как супермаркеты и потребители могут это прекратить»).

Одновременно с докладом правозащитная организация «Consumers Union» совместно с «Consumer Reports» запустила новую агитационную кампанию по призыву супермаркетов принимать на реализацию только мясо, выращенное без использования антибиотиков. Одна из ведущих национальных торговых сетей «Trader Joe's» уже заявила о готовности поддержать это движение.

В это же время в Министерство сельского хозяйства США (USDA) было направлено письмо с просьбой принять стандарт маркировки мяса, выращенного без использования антибиотиков. Consumer Reports направила «подставных покупателей» («secret shoppers») в супермаркеты 13 крупнейших национальных торговых сетей по всей стране с целью проверить, как администрации магазинов относятся к приему и реализации мяса, выращенного с использованием и без использования антибиотиков.



Завоевавшая успех линия: StreamLine



Согласно отчетам «покупателей», магазины сети Whole Foods торгуют исключительно мясом, выращенным без антибиотиков. В сетях же «Sam's Club», «Food 4 Less», «Food Lion» и «Save-A-Lot» таких продуктов нет вообще.

«Мы просим супермаркеты пойти нам навстречу и полностью отказаться от приема выращенного на антибиотиках мяса и птицы», – говорит Джен Хэллорэн (Jean Halloran), директор Food Policy Initiatives Consumers Union.

foodcontrol.ru

### Нормы по антибиотикам не изменятся

Россия не станет менять нормы максимально допустимого остаточного содержания антибиотиков в мясе после вступления в ВТО – действующие международные нормы по антибиотикам в кормах слишком либеральны.

Так заявил руководитель Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) Геннадий Онищенко в телефонном разговоре с Генеральным директором директората Европейской Комиссии по здравоохранению и защите потребителя Паолой Коджи.

По словам Онищенко, Роспотребнадзор совместно с российской Академией Медицинских Наук представил международным партнерам исчерпывающие доказательства



справедливости установленных российскими гигиеническими стандартами норм содержания в мясе антибиотиков группы тетрациклина.

«Действующие в России стандарты по использованию антибиотиков в животноводстве гораздо строже норм ВТО. В частности, установлено ограничение на суточную дозу приема антибиотиков тетрациклиновой группы. В идеале использование антибиотиков в неметодических целях должно быть полностью запрещено. Однако, к сожалению, во всём мире животноводы используют их для профилактики болезней», – отметил Онищенко в ходе беседы. Также он предупредил коллегу об опасности возникновения на фоне нерегулируемого использования антибиотиков новых, невосприимчивых к действию лекарственных препаратов «супер-инфекций».

«Все мы понимаем, что в долгосрочной перспективе следует полностью отказаться от использования

антибиотиков и гормонов в кормах. Доказательства необходимости введения более строгих правил в этой сфере нами уже представлены, – добавил он. – Россия поддерживает позицию Европы по вопросу строгого ограничения гормонов в кормах для крупного рогатого скота».

foodcontrol.ru



### В Беларуси разработали стандарт «Экстра»-колбасы

В Беларуси впервые появилась вареная колбаса сорта «Экстра», которая будет состоять из высококачественного мяса без использования пищевых добавок, кроме аскорбиновой кислоты и стабилизатора цвета, сообщили в пресс-группе Государственного комитета по стандартизации.

«Для того чтобы не ввести потребителя в заблуждение относительно состава и сорта, запрещается присваивать колбасным изделиям наименования с добавлением слова «экстра», – говорится в заявлении пресс-службы.

Помимо этого, согласно новым стандартам, колбасные изделия будут изготавливаться мясными и мясосодержащими, в том числе и мясорастительными.

Также установлены показатели белка и жира, которые объективно демонстрируют качество и сорт колбасы. «Так, чем выше в продукции массовая доля белка, тем выше сортность изделия. С жиром наоборот – чем больше его содержание, тем меньше сортность», – пояснили в комитете.

Госстандарт определил, что в вареной колбасе может использоваться мясное сырье как сельскохозяйственных (телятина, говядина, баранина, конина), так и промысловых животных (олень, лось).

Новый стандарт введен в действие с 1 июня нынешнего года.

Интерфакс

### Мембрана для запайки предотвращает запотевание

Финский производитель гибкой упаковки KWH Plast представил мембрану SecurityPeel для запайки пищевых контейнеров, которая предотвращает запотевание.

Это идеальное решение для упаковки мясом и полуфабрикатами. Уникальные свойства пленки основаны на технологии многослойной заливки и совместной экс-

трузии, позволяющей производить пищевую упаковку, которая увеличивает безопасность продукции, обеспечивает более длительный срок хранения, а также высокий уровень потребительского удобства. «Целью разработки новой мембраны было достичь превосходных характеристик, которые добавляют ценности всей цепи поставок, – рассказал директор маркетинга в KWH Plast Хакан Форсс. – Нашей задачей было объединить все необходимые функциональные характеристики, поскольку большинство подобных решений сегодня либо удобны, либо надежны».

По его словам, мембрана разрабатывалась вместе с несколькими партнерами, что помогло оптимизировать решение и сделать его лучшей пленкой с незапотевающими



свойствами. А добавка против запотевания меняет свойства поверхности так, что влага внутри упаковки не формирует капли, а распространяется на всей поверхности пленки.

upakovano.ru

### В Башкирии переработают «рога и копыта»

В Башкирии будет построен завод по переработке биологических отходов. Он разместится в Благоварском районе, мощность будет составлять 50 тыс. тонн в год.



Об этом сообщил начальник Управления ветеринарии РБ Вакил Буранбаев в ходе онлайн-конференции. Производством предприятия по переработке биоотходов станут мясокостная мука и животный жир. Мука будет использоваться как добавка к корму скота, а животный жир – как биологическое топливо. На переработку будут поступать туши животных, которые ветеринарные врачи забраковали по каким-либо причинам и не допускают к реализации на рынке или в торговой сети. Причиной могут быть заболевания домашнего скота или птицы, нарушения условий хранения мяса и как следствие – плохое качество продукции. К биоотходам относится и то, что в быту называют «рога и копыта».

«Такой завод в республике очень нужен, – подчеркнул Вакил Буранбаев, – поскольку вопросы утилизации биоотходов стоят довольно остро».

bashinform.ru

### Немецкие биогазовые установки в Курской области

В рамках информационно-деловой поездки «Биогаз в России» делегация из Германии посетила Изгум, Белгород, Курск и Липецк.

Организатором тура выступил отраслевой союз Германии по биогазу, в который входят пользователи, а также ведущие производители и проектировщики биогазовых установок. В приветственном слове генеральный директор Союза Клаудиус де Коста Гомес отметил, что для этого тура отбирались регионы, прежде всего, с учётом развития животноводческой отрасли. В Курской области животноводство развивается активно: с 2006 по 2011 годы введён в строй 21 свиноводческий комплекс.

Биоустановки, работающие на различных субстратах, в том числе на обычном навозе, для Европы дело привычное. Толь-



ко в Германии построены и успешно работают 7,2 тыс. таких установок. В России подобная технология только внедряется, в ряде регионов её воспринимают как ноу-хау и инновационное достижение. Но куряне в этом вопросе впереди всех. В Глушковском районе на базе хозяйства «Авангард» уже возводятся биогазовые установки. Специалисты утверждают, что обычный навоз после переработки в ней превращается в абсолютную натуральное, экологически чистое удобрение, благодаря этому сельхозтоваропроизводитель получит отличный урожай, часть которого идет на корма животным. В итоге получается экологически чистое мясо с низкой себестоимостью, окружающей среде ущерба никакого и характерного запаха нет. А самое главное, утилизируя находящийся в биоустановке газ, можно получать электрическую и тепловую энергию. К примеру, биогазовая установка в Глушковском районе будет давать 2,2 мегаватт электроэнергии.

Немецкая делегация побывала в Глушковском районе, чтобы посмотреть, как идёт строительство биогазовой установки. Во второй день

визита немецкие гости посетили строящийся в Горшеченском районе птицеводческий комплекс производственной мощностью 120 тыс. тонн мяса птицы в год. По применяемым инновационным техническим и технологическим решениям этому предприятию аналогов в Европе нет.

Как сообщает пресс-служба областной администрации, интерес россиян и немцев не ограничился обменом мнениями и контактами, вполне возможно на курской земле в скором времени появятся биогазовые установки немецкого производства.

[kurskweb.ru](http://kurskweb.ru)



### Биогаз из навоза

На биогазовой установке в селе Лучки Прохоровского района Белгородской области получена первая альтернативная электроэнергия, которая поступила в общую электрическую сеть региона.

Биогазовая станция (БГС) мощностью 2,4 МВт построена компанией «АльтЭнерго». В год объект будет перерабатывать около 75 тыс. тонн сырья, вырабатывая при этом 18,9 млн кВт/ч электрической и 18,2 тыс. Гкал тепловой энергии, а также более 66,8 тыс. тонн высокоэффективных органических удобрений.

Технологический процесс на БГС запущен еще в конце марта, когда в резервуары ферментаторов были загружены отходы предприятий ГК «Агро-Белогорье» и начался постепенный разогрев установки до требуемой температуры в 37–38 градусов. На сегодняшний день на станции производится 250 кубометров биогаза в час.

Как сообщил ее сотрудник Илья Мейлах, первый биогаз на объекте был выработан 15 июня из навоза КРС. Постепенно доля метана в нем выросла с первоначальных 25 до 60%, и в дальнейшем этот показатель будет только расти. Количество биогаза зависит от состава субстратов и содержания в них органических веществ, поэтому в качестве сырья используется силос и отходы мясоперерабатывающего производства.

Биоотходы растительного и животного происхождения на БГС утилизируются с помощью анаэробных микроорганизмов, в результате чего образуются биогаз и жидкие биоудобрения, которые можно непосредственно вносить в почву, повышая ее плодородие и полностью или частично заменяя минеральные и традиционные органические удобрения.

После процесса ферментации (анаэробного разложения) газ че-

рез систему охлаждения и очистки поступает в блочную ТЭЦ, где и вырабатывается электроэнергия. В год биогазовая установка в Лучках будет отдавать в сеть порядка 19 млн кВт/ч электроэнергии.

По мнению специалистов, широкое применение БГС в сельском хозяйстве способно решить проблему утилизации отходов животноводства и повысить экологическую безопасность атмосферы и земельные угодий.

[bel.ru](http://bel.ru)

### Качество мяса определит робот

Исследователи Шотландии работают над новым проектом, который ориентирован на использование роботов для определения качества мяса.

Эта инновация может привести к значительной экономии расходов в мясной промышленности. Ученые уже провели успешные испытания робота на скотобоине в Шотландии. Инициатива «Интегрированное измерение качества питания» (IMEQ) представляет собой трехлетний проект, который должен завершиться в 2013 году. Его возглавляет Шотландский Сельскохозяйственный Колледж (SAC), а финансирует организация Quality Meat Scotland и шотландское правительство. Новая технология использует механическую руку-манипулятор для сбора данных с поверхностных ультразвуковых зондов, помещенных на различные части туши животного. После этого робот измеряет такие характеристики, как цвет мяса, количество жира на туше и пищевые свойства.



Эти характеристики объединяются с системой анализа синтезированного изображения (VIA). В настоящее время технология используется при производстве говядины, но исследователи надеются увеличить ее охват и включить свинину и баранину. Представитель Quality Meat Scotland рассказал, что автоматизированная технология сможет обеспечить более последовательное качество, чем существующие методы, основанные на стандартных протоколах.

«Индустрия красного мяса может получить прибыль до 5 млн фунтов стерлингов в год, основываясь на нынешних ценах и уровне выработки, в результате дополнительных доходов и показателей роста производительности, вызванных будущим внедрением данного вида автоматизированного подхода», — объяснил он.

[upakovano.ru](http://upakovano.ru)



Комплексные смеси специй, вкусо-ароматические композиции и функциональные добавки австрийской фирмы ZALTECH для производства всех видов мясных изделий.

|                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| Москва          | (495) 642-82-42 |
| Санкт-Петербург | (812) 363-31-66 |
| Астрахань       | (8512) 33-74-76 |
| Владимир        | (4922) 34-66-11 |
| Волгоград       | (8442) 26-52-52 |
| Краснодар       | (861) 210-09-71 |
| Казань          | (843) 224-52-61 |
| Липецк          | (4742) 41-78-73 |
| Новосибирск     | (383) 363-03-70 |
| Барнаул         | (3852) 63-39-12 |
| Томск           | (3822) 40-56-96 |
| Омск            | (3812) 37-36-00 |
| Саранск         | (8342) 23-04-98 |
| Самара          | (846) 977-38-18 |
| Саратов         | (8452) 35-11-88 |
| Тамбов          | (4752) 73-70-01 |
| Челябинск       | (351) 261-99-60 |
| Ярославль       | (4852) 72-18-85 |
| Воронеж         | (4732) 39-56-08 |
| Нижегород       | (831) 233-82-54 |
| Пенза           | (8412) 60-69-68 |

### Эксклюзивный представитель ZALTECH

в России ООО «Биофуд Спейс»

Тел./факс: (495) 642-82-42, (498) 602-76-40

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





Авторы:



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



**Герман Шальк,**  
член правления  
акционерного общества  
CSB-System AG

Компания:

**ООО «ЦСБ-Систем»**

[www.csb-system.ru](http://www.csb-system.ru)

115054, Москва,  
ул. Пятницкая, 73, оф. 8  
тел.: +7 (495) 641-51-56,  
факс: +7 (495) 953-31-16

197342, Санкт-Петербург,  
ул. Белоостровская, 2, оф. 423  
тел.: +7 (812) 44-94-263,  
факс: +7 (812) 44-94-264  
e-mail: [info@csb-system.ru](mailto:info@csb-system.ru)

# CSB-Rack® – надежный помощник в регистрации производственных данных в режиме онлайн

Немецкая компания CSB-System на протяжении более 35 лет занимается разработкой инновационных комплексных отраслевых IT-решений для управления предприятиями пищевой промышленности. CSB-System предлагает предварительно настроенные комплексные решения в виде комбинации программного обеспечения, консалтинга бизнес-процессов и соответствующих специализированных аппаратных средств.

Одним из видов таких аппаратных средств является специализированное IT-рабочее место (IPC) – промышленный компьютер CSB-Rack®. Главное назначение этого промышленного компьютера – интерфейс, удобный для регистрации данных, визуализации и управления процессами. Производственные данные вводятся в реальном времени в режиме онлайн непосредственно на месте их возникновения и передаются в систему CSB.

CSB-Rack® изготовлен в соответствии с высокими требованиями пищевой промышленности и может без ограничений применяться на различных производственных участках предприятия в условиях, неблагоприятных для обычной компьютерной техники. Благодаря мощному корпусу из V4A нержавеющей стали, а также ударопрочному сенсорному экрану, IPC-терминал устойчив к воздействию экстремальных температур и высокой влажности. Иннова-



ционная технология сенсорного экрана гарантирует удобство в обслуживании и исключительную легкость применения CSB-Rack®.

CSB-Rack® был специально разработан с учетом требований санитарных норм, гигиенических стандартов, а также класса защиты IP69K. Укомплектованный известными операционными системами, такими как Windows XP, Windows Vista и Windows 7, CSB-Rack® может встраиваться в любое EDV-системное окружение.

В зависимости от условий эксплуатации и требований предприятия, CSB-Rack® может применяться в различных вариантах, а именно:

- напольный CSB-Rack®,
- подвесной CSB-Rack®,
- настенный CSB-Rack®,
- настольный CSB-Rack®.

Особенной конфигурацией промышленного компьютера, широко применяемой на практике, является так называемый многофункциональный CSB-Rack®, позволяющий совмещать в одном рабочем процессе этапы комплектации, взвешивания и этикетирования продукции. С использованием этого CSB-Rack® отпадает необходимость в многоступенчатых, не связанных друг с другом рабочих процессах. Отдельные элементы оснащения CSB-Rack® в виде различных защитных корпусов для принтеров, сканеров и т. д. могут быть модульно скомбинированы

для более эффективного обустройства рабочего места в соответствии с вашими потребностями. Высокая гибкость CSB-Rack® делает его незаменимым IPC-терминалом для регистрации и обработки производственных данных.

### Эксплуатация различных модификаций CSB-Rack в пищевой отрасли

Применение промышленного компьютера CSB-Rack в условиях конкретного рабочего места способствует улучшению его эргономичности, долговременной работе IT-оборудования и, соответственно, надежной регистрации производственных данных.

#### Участок убоя скота

Типичными рабочими местами на участке убоя скота являются приемка живого скота, оглушение, ветеринарный контроль красных и белых органов, станция классификации туш после убоя.

Так, уже в момент приема скота на CSB-Rack непосредственно в системе регистрируется номер каждой партии поставки свиней или – при приемке КРС – каждого отдельного животного. Данный номер обеспечивает возможность надежного прослеживания пути прохождения мясного сырья по всем ступеням его дальнейшей обработки.

При классификации мясного сырья, а также ветеринарном контроле туш информация об осмотре напрямую регистрируется в системе CSB на соответствующей рабочей станции CSB-Rack.

#### Производственные участки (разделка, рецептурные процессы)

Использование CSB-Rack на производственных участках особенно эффективно при передаче полутуш на разделку, регистрации выхода из разделки, фаршесоставлении, регистрации после формовки, термической обработки, охлаждения и упаковки.

Наглядным примером диалогового режима работы между сотрудником и системой CSB является рабочее место на участке фаршесоставления. Здесь для сотрудника выводится на экран список производственных заданий для выполнения на данной станции, в заданной последовательности и в соответствии с производственным планом. При обработке задания на экране монитора выводится рецептура с указанием наименований необходимых компонентов и их количества. При взвешивании каждого из них система контролирует от-



клонения от заданных предельных значений веса и выводит на экран соответствующую информацию. На монитор могут также автоматически выводиться контрольные указания для сотрудника из модуля управления качеством (измерения температуры, жирности, отборы проб для лабораторий).

#### Формирование заказов клиентов

На участке формирования заказов большей частью используется мно-

гофункциональный промышленный CSB-Rack. Предварительно подобранная по заказам продукция доставляется на данную станцию, сотрудник выводит на монитор заказ клиента и последовательно обрабатывает каждую его позицию. Поскольку продукция может быть нескольких видов (неупакованная, требующая регистрации с помощью взвешивания, упакованная, требующая взвешивания и маркировки под заказ клиента и упакованная и уже промаркированная, требующая регистрации с помощью сканирования), применение на этом рабочем участке многофункционального CSB-Rack оказывается наиболее эффективным. Фактические данные по укомплектованной продукции вписываются непосредственно в заказ клиента со всей информацией о прослеживаемости. В случае маркировки, шаблон этикетки и ее содержимое (текст, штрих-код, цена) автоматически выбирается для соответствующего клиента в системе CSB.

### Основные преимущества использования CSB-Rack® на предприятии:

- надежная эксплуатация на участках с экстремальными температурами и высокой влажностью;
- соответствие всем требованиям гигиенических стандартов, обеспечение класса защиты IP69K;
- простота управления и обслуживания, а также абсолютная гибкость применения за счет использования новейших технологий сенсорного экрана;
- возможность выполнения комплектации, взвешивания и маркировки в ходе одного рабочего процесса.

### Опциональные элементы оснащения CSB-Rack®:

- пленочная CSB-клавиатура и USB/TrackBall со специальными функциями в корпусе из нержавеющей стали V4A;
- SL (Same Level) – влагозащищенный сенсорный экран, предполагающий возможность работы в перчатках;
- защитные корпуса для принтеров и сканеров;
- встроенный контроллер CSB-I/O для интеграции периферийных устройств, таких как весы, сканеры, производственное оборудование, конвейеры и т. д.;
- CIM-управление, обеспечивающее подключение и управление периферийными устройствами, используемыми в процессе производства. ■

Компания: **Kärcher**  
тел.: +7 (495) 228-39-45, доб. 146  
www.karcher.ru

# Горячая приверженность чистоте: HDS-E 8/16-4 M



*Компания Kärcher представляет новинку 2012 года – профессиональный аппарат высокого давления с подогревом воды. Благодаря электрической системе нагрева, модель HDS-E 8/16-4 M отличается отсутствием выбросов выхлопных газов в атмосферу и может использоваться на производствах и предприятиях с самым высоким уровнем гигиенических и экологических требований.*

**П**реимущество запатентованной системы электрического нагрева воды заключается в том, что, в отличие от горелок, работающих на дизельном или биотопливе, она не выделяет запахов и выхлопных газов. При этом, потребление энергии в режиме ожидания снижено на 40%. Утечка тепла через стенки бойлера сведена к минимуму благодаря использованию специальной термостатической оболочки котла.



Аппарат доступен в трех версиях, отличающихся мощностью нагрева воды, которая составляет 12, 24 и 36 кВт. Время достижения максимальной температуры воды варьируется от 15 минут (для версии аппарата 12 кВт) до 8 минут (для 36-киловатной версии). При этом производительность модели составляет 300–750 л/ч. При работе с полным потоком воды ее рабочая температура поддерживается на уровне 30, 45 и 58 °С. Если же ограничить поток до 440 л/ч с помощью устройства Servo Control, вода разогревается до 46, 70 и 80 °С соответственно.

Все три модели в стандартной комплектации оснащены режимом ecoefficiency, имеют встроенные емкости для чистящих средств и устройства точного дозирования; предусмотрена также промывка системы подачи моющего средства при переключении с одного средства на другое. В конструкцию аппаратов заложены система защиты от обызвествления, бойлер из нержавеющей стали и встроенный фильтр для очистки воды.

Неоспоримыми достоинствами модели HDS-E 8/16-4 M являются небольшие габариты (1330×750×1060), маневренность и удобный доступ к любому узлу для проведения профилактических или сервисных работ. Это позволяет говорить о новинке как об оптимальном решении для использования на пищевых производствах (для удаления жировых загрязнений, копоти и нагара), в гостиницах, а также на объектах здравоохранения, – то есть везде, где недопустимо загрязнение воздуха и требуется тщательная регулярная уборка и дезинфекция. **Р**



# ТЕПЛО- ВЕНТИЛЯТОРЫ

**ДЛЯ СЕЛЬСКОГО  
ХОЗЯЙСТВА**

Нам тепло и комфортно,  
а хозяину не накладно

ООО «Нортех Инжиниринг Груп»  
Тел.: (812) 327-50-19, (495) 987-42-11  
[www.nortech-eg.ru](http://www.nortech-eg.ru)

РЕКЛАМА

SOLUTIONS FOR QUALITY AND QUANTITY

**PSS**  
PROCESSING SYSTEM SOLUTIONS

## PSS SCG 280 | Speed Combi Grinder

Новая генерация мясорубок – волчков от PSS предложит Вам кратчайший путь к успеху. Из различных типов скоростных мясорубок – волчков Вы найдёте для себя самый необходимый и сделаете правильный выбор для Вашей продукции. Свяжитесь с нами сегодня.



**PSS SVIDNÍK, a.s.**  
Sovietských hrdinov 460/114  
089 01 Svidník, Slovakia

tel.: +421/54/7862 111  
fax: +421/54/7520 904

[predaj@pss-svidnik.sk](mailto:predaj@pss-svidnik.sk)  
[www.pss-svidnik.sk](http://www.pss-svidnik.sk)

РЕКЛАМА

Гость:



**Максим Дрожжин**,  
коммерческий директор  
ЗАО «Балтик Мастер»

Беседовала:



**Виктория  
Загоровская**

# Холодильное оборудование: как выбрать?

О развитии российского рынка холода и принципах выбора холодильного оборудования мясопроизводители мы побеседовали с **коммерческим директором компании «Балтик Мастер» Максимом Дрожжиным**.

**Максим Николаевич, расскажите, насколько сильна сегодня конкуренция между российскими и западными фирмами-производителями в области промышленного холода?**

– Традиционно европейские холодильные системы отличаются высокими показателями качества, что связано с жестким соблюдением технологического процесса, высокой квалификацией специалистов, а также использованием качественных комплектующих. Для примера можно привести холодильное оборудование марки Refra. В тоже время существуют российские компании, производящие ЦХМ с использованием тех же комплектующих, что и их европейские конкуренты. При этом стоимость качественного холодильного оборудования отечественного производства оказывается несколько ниже, чем европейских аналогов.

К сожалению, на российском рынке есть производители, предлагающие дешевое оборудование низкого качества, срок службы которого в 1,5–2 раза ниже европейского.

Компания «Балтик Мастер» призывает делать правильный выбор, прежде всего обращая внимание на качество. Это позволит избежать аварийных поломок оборудования и избавит от необходимости проведения капитального ремонта.

**Могут ли наши компании предоставлять сервис и оборудование, отвечающие европейским стандартам качества?**



**Максим Дрожжин:**

*«Построение автоматизированной системы работы холодильного оборудования и своевременное сервисное обслуживание позволяют существенно снизить непредвиденные затраты».*

– Большинство российских предприятий, в том числе «Балтик Мастер», оказывают комплексные услуги технического обслуживания холодильных систем, имея сервисные центры, которые действуют на базе всех региональных представительств компании. Сервисные инженеры «Балтик Мастер» регулярно повышают квалификацию и участвуют в производственных семинарах, организуемых европейским производителем оборудования для коммерческого и промышленного холодоснабжения – компанией Refra.

**Какие требования к холодильному оборудованию представителей мясной отрасли определяют основные тенденции развития рынка холода?**

– Среди основных требований можно назвать компактность, ремонтпригодность (доступность запасных частей), энергоэффективность и максимальную автоматизацию процесса получения искусственного холода.

**Что нужно знать заказчику для выбора оптимального варианта холодильной системы?**

– Выбор подходящего варианта холодильной системы – это задача инженера по холодоснабжению, здесь требуется серьезное базовое образование. Поэтому мы советуем заказчикам обращаться к специалистам, которые могут оказать помощь в проектировании холодильной системы под конкретную задачу. По всем вопросам проектирования систем холодоснабжения вы можете обратиться в проектную службу нашей компании.

**Как производится расчет необходимой предприятию мощности холодильных агрегатов?**

– Для этого существуют различные виды тепловых расчетов. Использование специализированного программного обеспечения существенно сокращает трудозатраты. Для расчета мощности холодильных агрегатов требуется данные о планировочном решении и производственных мощностях предприятия.

**На каких параметрах должна основываться оценка эффективности оборудования и систем холодоснабжения?**

– Эффективность систем холодоснабжения определяет холодильный коэффициент. Он показывает, сколько затрачивается электроэнергии на получение 1 кВт холода.

**Расскажите, с чем связаны основные ошибки при выборе и использовании холодильного оборудования?**

– Подавляющее число ошибок вызвано неправильным выбором оборудова-

ния по причине низкой квалификации специалистов, ответственных за формирование системы холодоснабжения на предприятии.

**Каким образом можно избежать дополнительных затрат при эксплуатации?**

– Построение автоматизированной системы работы холодильных установок (уменьшение влияния человеческого фактора) и своевременное сервисное обслуживание позволяют существенно снизить непредвиденные затраты.

**В чем выражается технический прогресс применительно к холодильной технике? Есть ли здесь место инновациям? Какие возможности открывает перед мясопроизводителями внедрение инновационной техники?**

– Все новое – это хорошо забытое старое. В настоящее время в промышленном холодоснабжении вторую жизнь обретают системы, где в качестве хладагента используются аммиак или углекислота. Преимуществом этих си-



стем является относительно низкая стоимость эксплуатационных затрат. К недостаткам можно отнести пожаро- и взрывоопасность и более высокую стоимость капитальных затрат.

В коммерческом холодоснабжении используют фреон по причине его безопасности и компактности работающего на его основе оборудования.

**Для мясоперерабатывающих предприятий крайне актуальна проблема экономии электропотребления холодильного оборудования, доля которого составляет до 70% от общего расхода электроэнергии. Что могут предложить им производители и поставщики холодильной техники?**

– Энергоэффективность – новый тренд, и все производители холодильного оборудования Dixell, Carel, Danfoss предлагают системы оптимизации и удаленного мониторинга энергозатрат. Все предлагаемые системы обладают сходными потребительскими качествами, но и в этом сегменте есть свои премиальные бренды. **MC**



**СОВРЕМЕННОЕ ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ  
ДЛЯ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ КОМПАНИИ  
ООО «Производственно-Техническая Фирма «КРИОТЕК»**



**Комплексы убоя свиней и КРС**

- охлаждение парного мяса
- заморозка мяса
- мясожировое производство



**Колбасные заводы**

- посол мяса
- машинно-шприцевые помещения
- осадка колбас
- интенсивное охлаждение
- вентиляция и кондиционирование



**(495) 580-61-71; 580-61-51  
www.kriotek.ru**



taste the quality

Компания: **ООО «РАЙХ»**  
 Санкт-Петербург, ул. Седова, 10  
 тел.: +7 812 380 42 14,  
 моб.: +7 921 311 59 53  
 vponomarenko@reich-germany.com  
 www.reich-germany.de



**Владимир Пономаренко,**  
 генеральный директор  
 представительства компании  
 REICH в России,  
 странах СНГ и Балтии

# Сыровяленые и сырокопченые – интеллектуальный подход



*Реалии таковы – каждый производитель выходит на производство сырокопченой и тем более сыровяленой колбасы, как на войну.*

**Ш**ирока матушка Русь, много в ней лесов, полей и рек. Где-то в самой дальней, в самой крайней деревушке необъятной нашей родины живет одинокий технолог, который знает, как сделать сырокопченую колбасу из травушки-муравушки да так, что она будет неотличима по вкусу от заморской «брауншвейской». И если кто-то из производителей узнает эту тайну, то станет самым большим и успешным продавцом этой чудесной колбасы и будет получать постоянно до скончания веков 300% маржу.

Жаль, что это сказка. А реалии таковы – каждый производитель выходит на производство сырокопченой и тем более сыровяленой колбасы, как на войну. На войну с плесенью, закалом, серым или коричневым цветом, неравномерной просушкой, сезонной погодой и тому подобным.

Чем же мы скромные творцы «железа» можем помочь нашему другу и товарищу производителю? А только тем, что позволим по максимуму избежать ненужных мук при производстве столь любимого масса деликатеса. Создадим умную машину, которая сэкономит продукт и от неимоверной летней жа-

ры, и от проливного осенне-весеннего дождя, и от лютого сибирского мороза. Может ли это сделать любая климат-камера? – Нет! Многие производители попросту не «парятся» и делают камеры так же, как они делали их 10-20 лет назад. Но технологии производства и активные добавки в отличие от них шагают семимильными шагами. Что ни год, возникает новый способ то ускорить, то улучшить производство как сырокопченой, так и сыровяленой колбасы. А итог – в камере с одной скоростью и примитивным забором воздуха с улицы или даже с помещения – плесень, неравномерность, кольца закала и скрученные в «бараний рог» батоны недешевой колбасы.

Неужели нет такой камеры, куда поставил колбасу и забыл? На самом деле нет, даже в самую продвинутую камеру надо иногда заглядывать, но одно дело заглянуть проверить раз-другой в неделю, а совсем другое дело ежедневно контролировать.

Сколько же производителей на данный момент имеют в своем распоряжении технологию производства «умных» камер? Всего два, и одна из них – REICH! Камеры, которые производятся в серд-

це немецких инноваций – Штутгарте. Что они могут? Много – почти все: контролировать влажность и температуру до десятых процента в каждой части камеры и даже во время «паузы»; бесступенчато поднимать и опускать обороты двигателя в зависимости от того, на какой продукт в данный момент направлен основной поток воздуха; бесступенчато добавлять или уменьшать количество приточного воздуха в помещение в зависимости от погодных условий. И совсем скоро снимать и обрабатывать влажность продукта и pH. Удивлены – это действительно так. Думаете, это стоит безумных денег – отнюдь, цена сравнима с любыми европейскими «обычными» камерами или может быть даже дешевле. Почему так происходит – ответ прост: фирма REICH продает камеры в России через свое представительство – проще сказать «дочку», которая в отличие от дилеров не делает наценки, а продает по заводским ценам.

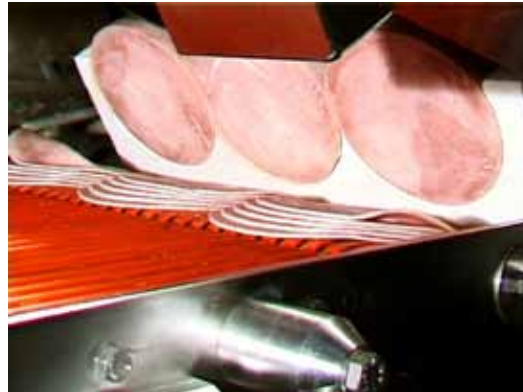
Кроме всего вышеизложенного, очень важным фактором является надежность камер с многотонной загрузкой и сервис на территории России и СНГ. Итак надежность – 130-летняя практика показала, что камеры REICH могут работать без капитального ремонта 30-40 лет, при этом ежегодное обслуживание составит не более 450 евро. В случае экстренных ситуаций, когда «не очень квалифицированный персонал» случайно отломал пневматический клапан, которому осталось работать еще 29 лет – придет на помощь сервисная служба из семи человек и со всеми необходимыми запасными частями в наличии. Скажете неправда – в ответ скажут более тысячи камер, работающих на территории бывшего СССР без перебоев и остановок.

Так что если «Климат без проблем» – то значит REICH! **Р**



# schywa

загрузка нарезка  
порционирование  
взвешивание упаковка



**Dipl.-Ing.**  
**Schindler & Wagner GmbH & Co KG**  
Manfred-Schindler-Strasse 1  
D-73655 Pluederhausen  
Germany  
[www.schiwa.ru](http://www.schiwa.ru)



Разработчик и производитель  
автоматических  
высокотехнологичных линий для  
нарезки, взвешивания и упаковки  
колбасы, ветчины, бекона, мясных  
деликатесов, сыра и мяса.

## Придаем **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ** мясопродуктам во всем мире



**NomaNet**



Эластичные и неэластичные сетки для  
мясопродуктов наивысшего качества

**Viscoflex**



Текстильные оболочки для  
паштетов и зельцев

**Spatex**



Оболочки со специями для мясопродуктов,  
также для изделий под нарезку

Nomax Trading Sp. z o.o. это крупнейший польский дистрибьютор сеток для мясопродуктов NomaNet, текстильных оболочек Viscoflex, Spatex и целлюлозной плёнки NomaFilm. Наши продукты ценятся в 38 странах мира, в том числе в России, Германии, Швеции, Италии, Голландии, США и Канаде. Все процессы компании контролируются согласно международному стандарту систем ISO 9001 и HACCP. Инновационный подход и постоянные инвестиции гарантируют высочайшее качество продуктов.

Nomax Trading sp. z o.o., ul. Ceramiki 37, 41-945 Piekary Śląskie, ПОЛЬША  
tel. +48 32 3908107/109, fax +48 32 3908199  
e-mail: [export@nomaxtrading.eu](mailto:export@nomaxtrading.eu), [www.nomaxtrading.eu](http://www.nomaxtrading.eu)





Компания: **ЗАО «ШАЛЛЕР»**  
 Россия, 115054 Москва,  
 Павелецкая площадь, д. 2, стр. 2  
 тел.: +7 (495) 797-63-33,  
 факс: +7 (495) 797-63-44  
 e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

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

# Хит сезона для всех регионов



Всем известно, что лето – шашлычная пора. Но по опыту многих производителей в последние годы потребление продуктов на гриле продолжается и в осенне-зимний период. Если раньше переход в «несезон» был очень ощутим, то сейчас продажи продуктов для гриля сокращаются всего на одну треть. Поэтому представленная ранней весной серия Маринадов Комби SCHALLER TECHNOLOGY® не теряет своей актуальности и сейчас. Причем за прошедшие несколько месяцев эти маринады превратились из новинок в популярные, пользующиеся большим спросом продукты.

Своими впечатлениями о новых маринадах поделилась **главный технолог компании «Добрынинские деликатесы» Альбина Габитова**: «Мы искали красный маринад для шашлыков из курицы и наш партнер – компания «Строй-Дом» (представитель SCHALLER TECHNOLOGY®) – предложил попробовать маринады «Красный перец/паприка» и «Венгерский». Мы выбрали «Венгерский» – он отлично подошёл к нежному мясу птицы по вкусу и украсил внешний вид продукта. За эти лет-

ние месяцы, когда спрос на шашлыки особенно высок, мы оценили и удобство использования маринада – замечательный результат получается, если просто добавить сухую смесь и воду в массажёр сразу на мясное сырьё, что позволяет существенно сэкономить производственное время. Стоит отметить очень приятный натуральный вкус маринада, который полюбили нашими покупателями».

«Венгерскому», а также «Средиземноморскому» маринадам отдали предпочтение и на «Агрофирме Липецк». Об опыте их использования рассказала **технолог предприятия, Жукова Оксана Петровна**: «Мы выпускаем продукты под торговой маркой «Правильный цыплёнок», поэтому приоритетным для нас является натуральность используемого сырья. Технолог компании «ШАЛЛЕР», работающий с нами с момента запуска цеха, порекомендовал новинки, которые нам очень понравились по вкусу и цветовой гамме. Шашлыки, приготовленные с использованием новых маринадов, пришлись по вкусу и нашим покупателям. Мы заметили, что про-

дукты стали лучше продаваться. Маринад мы готовим по классической рецептуре с маслом с помощью блендера. На витрине, благодаря маринаду, шашлык отлично сохраняет внешний вид».

На **Северодвинском мясокомбинате** этой весной были опробованы все четыре новых маринада и теперь успешно применяются в производстве. «Предпочтения потребителей к тому или другому маринаду формировались постепенно, в итоге каждый продукт в линейке нашёл своего покупателя, – рассказывает **Кувалдина Вера Николаевна, заведующая производством на мясокомбинате**. – Вкусовые качества новых маринадов прекрасные, по внешнему виду более всего выигрывают «Венгерский» и «Средиземноморский»: в них присутствуют включения трав, которые нравятся покупателям. Из других преимуществ сухих Маринадов Комби можно отметить удобство в транспортировке и хранении, идеальный размер упаковки, привлекательную себестоимость, удобство применения – можно делать маринад на куттере или в блендере. Особенностью сбыта шашлыков и полуфабрикатов в маринаде в нашем регионе является то, что покупатель охотнее приобретает данные продукты на вес из открытого лотка в супермаркете. Поэтому нас очень выручает гибкость технологии применения Маринадов Комби: если необходим более густой маринад, мы сокращаем часть воды и заменяем её частью масла. Ароматика при этом сохраняется в полной мере. Кстати, маринады «Красный перец/паприка» и «Прованский», которые не имеют включений трав, прекрасно дополняются сухими овощами или зеленью, что делает их более индивидуальными. Мы получаем благодарные отклики от покупателей, которые часто отмечают, что наши шашлыки не горят на мангале и радуют своим прекрасным вкусом».

Качество, гибкость в применении, надёжный результат, гармоничный вкус конечного продукта – именно благодаря этим характеристикам новые Маринады Комби так быстро завоевали популярность на рынке. То же самое можно сказать и обо всей линейке наших продуктов. Технологи компании «ШАЛЛЕР» помогут Вам создать интересные рецептуры для производства аппетитных и рентабельных мясных и колбасных изделий с использованием комплексных смесей специй SCHALLER TECHNOLOGY®. ■

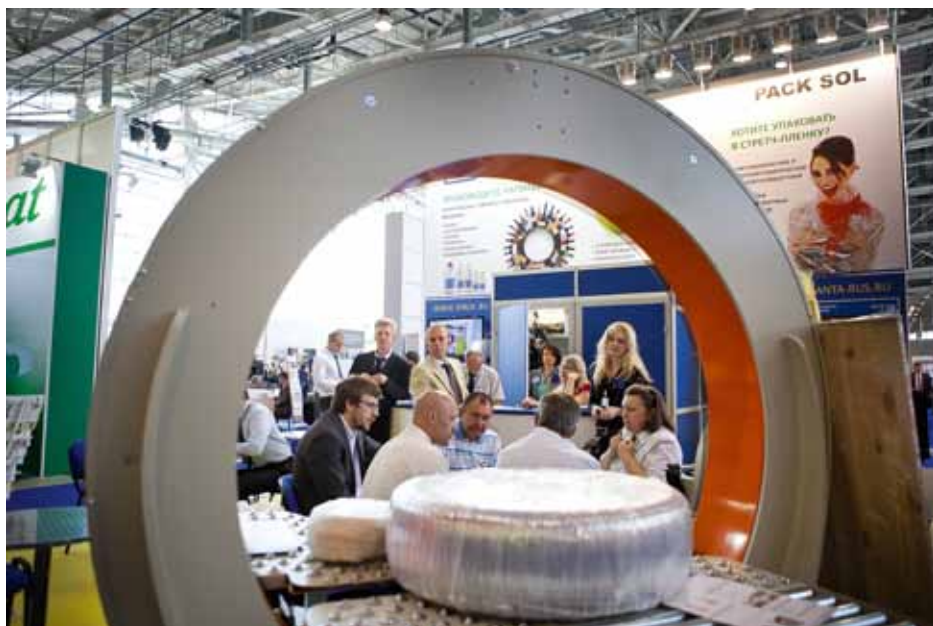
## **АГРОПРОДМАШ-2012**

**Профессиональный подход – Ваше преимущество.  
Воспользуйтесь им!**

Приходите на наш стенд на выставке «АГРОПРОДМАШ-2012» за консультацией и предложениями, информацией и идеями. Обладая огромным опытом и обширными знаниями в сфере мясо-, птице- и рыбопереработки, мы готовы предложить Вам лучшее!

**8-12 октября 2012 г.  
Москва, ВК «Экспоцентр»  
пав. 2, зал 1, стенд 21В10**

# **RosUpack 2012:** **новая площадка –** **динамичное развитие**



*С 18 по 22 июня в Москве в 75-м павильоне ВВЦ состоялась главная выставка упаковочной индустрии в Восточной Европе RosUpack, которая в этом году выступила коммуникационной платформой для 18 178 посетителей из 48 стран мира и 78 регионов России. Большинство из них – россияне, посетившие выставку с профессиональным интересом.*

Организатором мероприятия стала Международная выставочная компания MVK в составе Группы компаний ITE.

На общей площади 25 тыс. кв. м свои новинки представили 687 компаний

из 31 страны мира: Австрии, Болгарии, Германии, Италии, Испании, Кореи, Латвии, Франции, Финляндии, Турции, США и др. В числе экспонентов – компании Begarat, Matimex, Omag, «Мульти-

вак Рус», «Русская Трапеза», «Бестром», ГК «Золотой шар», «Мерпаса», «Таурас-Феникс», «Петромаш-Сервис», «Гофротехнологии», «Виндмеллер & Хельшер», ГП «ГОТЭК», «Союзпак», «Маури-Принт», «Комус-Упаковка» и другие.

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

«Впервые в этом году для удобства посетителей и более структурированного представления экспозиции мы разделили выставку на пять секций: «Сырье и расходные материалы», «Оборудование», «Этикетка», «Логистика и склад» и «Готовая упаковка». Разделение на секции – это общепринятая мировая практика. Такие масштабные проекты, как RosUpack, нуждаются в сегментации для того, чтобы осмотр выставки приобрел целевой характер», – прокомментировала **руководитель дирекции отраслевых выставок Вероника Ганина**.

По данным статистического отчета RosUpack, наиболее популярными у посетителей оказались тематические разделы «Готовая упаковка» (70,8%) и «Оборудование» (62,1%).

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

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

Около 40 специалистов приняли участие в конференции «Полимерные добавки 2012» 20 июня. Целью ме-



На общей площади  
25 тыс. кв. м  
свои новинки представили  
687 компаний  
из 31 страны мира.

роприятия стало представление существующего на российском рынке спектра добавок для переработки полимеров.

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

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

МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ 



### Владимир Чуйков,

председатель Совета директоров  
Группы предприятий «ГОТЭК»

Несмотря на то, что успех выставки в большей степени зависит не от места ее проведения, а от профессиональной организации мероприятия, нельзя не отметить очевидных преимуществ новой выставочной площадки RosUpack в современном функциональном павильоне №75 ВВЦ. В первую очередь, это, конечно, расположение павильона практически в центре Москвы, куда участникам и посетителям выставки удобно добираться из любой точки столицы. Крайне важно и то, что расположение позволяет продолжить начатые на выставке переговоры за пределами выставочной площадки. К услугам участникам и посетителям выставки – развитая инфраструктура: метро, гостиницы, кафе, магазины и прочее. С удовольствием скажу о прогрессе RosUpack в части деловой программы: в этом году состоялись бизнес-форум, конференция «Полимерные добавки 2012», круглые столы. RosUpack показал, что коммуникационная функция выставки становится ведущей, и это особенно актуально в ситуации невысоких темпов развития аналитических и статистических институтов в России. Для принимающих стратегические решения в развитии бизнеса людей чрезвычайно важно понимать тенденции рынка упаковки сегодня. Эта информация необходима для того, чтобы можно было адекватно прогнозировать перспективы развития отрасли. RosUpack предоставляет на своей площадке возможность фиксирования сигналов рынка, анализ которых позволяет определить его состояние и выявить зарождающиеся тренды. Кроме того, каждый участник выставки может установить большое количество личных контактов в бизнес-сообществе.



### Геннадий Павлов,

генеральный директор  
Группы компаний «Золотой шар»

Несмотря на смену площадки RosUpack, в этом году число клиентов у нас выросло на 20–25%. Важным преимуществом новой выставочной площадки является территориальное расположение 75-го павильона – в центре Москвы. Здесь удобная инфраструктура как для работы, так и для отдыха: множество ресторанов и кафе, замечательный парк. Очень важно то, что нам с клиентами никуда не надо ехать: мы можем проводить встречи и переговоры прямо здесь (кстати, цены тут доступные). В целом, нас устраивает эта площадка, и мы готовы принять участие в выставке в будущем году.



### Константин Корнаков,

директор по рекламе и связям с общественностью  
компании Eximpack-Rotoprint

Прежде всего скажу, что участие в RosUpack для нас – событие имиджевое. А имидж дорогого стоит. Выставке 17 лет; мы принимаем участие в ней с самого начала и будем продолжать это делать (кстати, мы уже написали заявку в дирекцию выставки на будущий год). Что касается смены площадки RosUpack, то нужно отметить безусловное удобство расположения 75-го павильона ВВЦ. Если говорить откровенно, то новая площадка очень близко расположена к нашему московскому офису. Также в шаговой доступности находится гостиница «Космос». В этом году нас порадовали объем и качество экспозиции. Пришли все, кого ожидали: никого не испугала смена площадки. Инфраструктура ВВЦ вполне удовлетворяет нашим запросам. Уверен, что в будущем году выставка будет еще интереснее, потому что она состоится здесь уже во второй раз.

Впервые в этом году выставка RosUpack получила официальную поддержку Департамента лесной и легкой промышленности Министерства промышленности и торговли РФ, Департамента торговли и услуг и Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы. Традиционно выставка прошла под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ и Московской торгово-промышленной палаты, а также при поддержке многолетних партнеров MVK – Национальной конфедерации упаковщиков (НКПак) и отраслевой Ассоциации «Пакмаш».

# Растущие рынки требуют инновационных стратегий

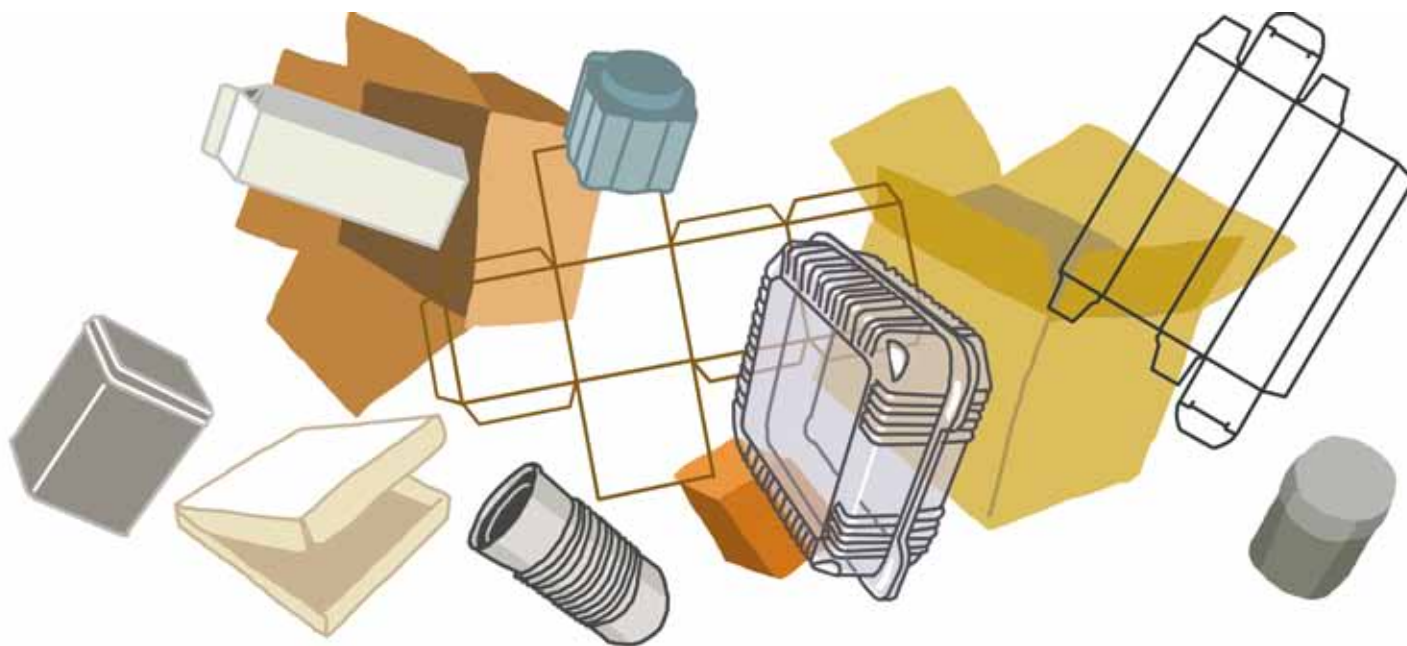


Иллюстрация: Нина Кузьмина

*Мировая рецессия не оказала существенного влияния на уровень потребления на рынках FMCG. В свою очередь, растущее потребление позитивно отразилось на развитии рынка упаковки.*

## Мировые тенденции и их влияние в России

На мировом рынке в 2011 году было продано четыре триллиона штук упаковки, при этом 34% розничных продаж пришлось на Китай и США. Почти половину (48%) от общего объема заняла гибкая упаковка.

Самой популярной по итогам прошлого года стала гибкая упаковка из пластика – ее было продано 216 млрд штук. Хорошую динамику роста демонстрируют ПЭТ-бутылки, которые начинают использовать все большее количе-

ство производителей в разных отраслях. В России рынок ПЭТ-бутылок растет за счет стекла и металлических банок.

На мировом розничном рынке доминирует упаковка для пищевых продуктов; она удерживает абсолютное лидерство с 2006 года.

Наиболее динамично развивается сегмент безалкогольных напитков. Впервые, это связано с увеличивающейся потребностью растущих регионов в бутилированной воде, а во-вторых, – с набирающей популярность идеей здорового образа жизни, обуславливающей

рост производства упаковки для напитков: в среднем в период 2006–2011 гг. он составил 3,6%.

Упаковка для пищевых продуктов является не только мировым, но и российским лидером. Говоря о развитии продуктовых рынков России, хотелось бы отметить, что вместе с сокращением доли стеклянной тары в сегменте алкогольных напитков выросло ее использование в производстве молочных продуктов, особенно детского питания. Также следует упомянуть в связи с этим рынок консервированных продуктов, который в России все еще находится в стадии становления. Здесь мы наблюдаем доминирование металлических банок, однако присутствуют и другие варианты упаковки: например, ПЭТ-бутылки.

# ФИБРОУЗНАЯ ОБОЛОЧКА BRILLIANT

## Новый внешний вид для потребителей

### Новая технология изготовления оболочек для вас

## ViskoTeepak® представляет фиброузную оболочку Brilliant.

Этот новый продукт объединяет в себе превосходные технические, технологические характеристики фиброузной оболочки и привлекательную блестящую поверхность. Эта оболочка является самой блестящей среди фиброузных оболочек. Новая оболочка сочетает в себе прекрасный внешний вид, превосходную наполняемость, стабильность калибра и повышенную прочность, что типично для всех фиброузных оболочек компании ViskoTeepak®. Эта инновация имеет значительные преимущества при производстве сухих и полусухих колбас всех видов. Производители оценят ее по достоинству.

Чтобы узнать об особенностях и преимуществах этой новой оболочки, посетите сайт [www.viskoteepak.com](http://www.viskoteepak.com)  
Московское представительство компании Виско Типак: тел. 8-495-956-0960, e-mail: [info@viskoteepak.com](mailto:info@viskoteepak.com)



*Дополнительные решения*

Если рассматривать картину, сложившуюся на мировом рынке, надо сказать, что объем производства упаковки снизился лишь в некоторых европейских странах, таких как Греция и Испания. Самый быстрорастущий регион – Азиатско-Тихоокеанский, что связано с увеличением численности населения, ростом доходов, а также позитивной динамикой в сфере розничной торговли. Так как в Азиатско-Тихоокеанском регионе процесс развития рынка упаковки только начинается, мы наблюдаем рост почти во всех категориях.

Доля более дешевой гибкой упаковки в развитых странах постепенно сокращается и уступает место металлической или сделанной из жесткого пластика. Россия со своими показателями находится примерно посередине между развивающимися и развитыми странами: рост упаковочного рынка здесь не такой динамичный, как в Азиатско-Тихоокеанском регионе, но и не такой медленный, как в США.

### Коммуникация с потребителями

Расширению продуктового рынка способствует как ускоряющийся ритм современной жизни, так и растущие требования покупателей к удобству и экологичности продуктов питания и их упаковке.

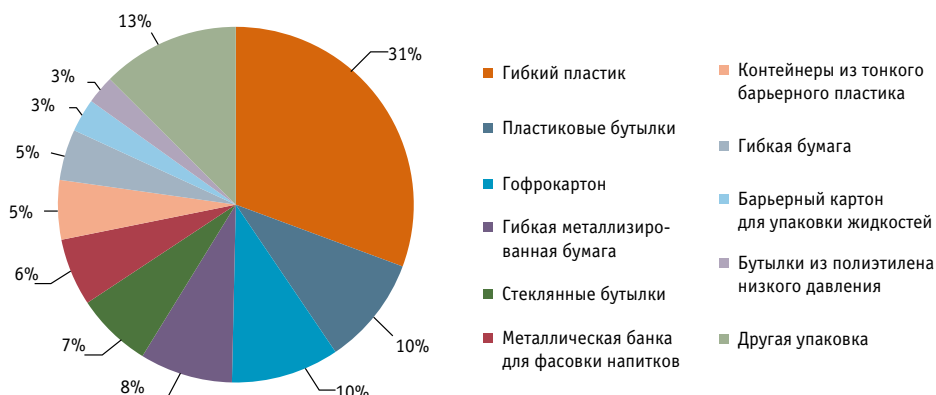
Ключевыми потребительскими критериями являются: соотношение цены и качества, функциональность и эргономичность упаковки, социальная ответственность компаний-производителей.

**Соотношение цены и качества.** Кризисный период 2008–2010 года значительно повлиял на поведение потребителей. Они стали больше доверять проверенным брендам и меньше экспериментировать с новинками. При этом, под проверенными брендами понимаются не торговые марки с мировым именем, а товары, которыми покупатели пользовались и чье качество их устраивало.

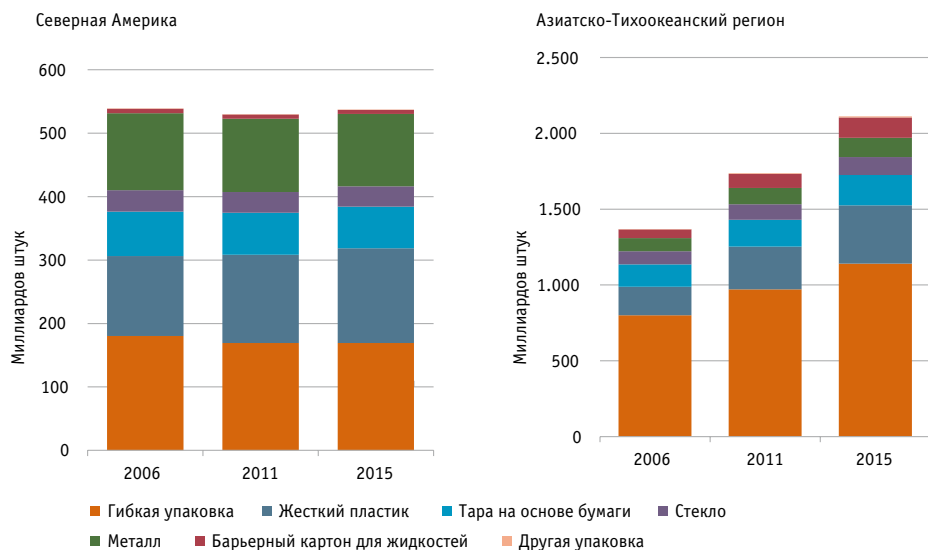
Стремление экономить побуждает потребителей выбирать упаковку больших размеров, рассчитанную на два и пять килограммов. Например, в Китае и Индии в ней принято покупать такие базовые продукты питания, как рис или масло. Другой пример использования упаковки больших размеров можно найти в сегменте продуктов детского питания.

Экономичные варианты популярны и в Латинской Америке. Ожидается, что средний ежегодный рост упаковки 2 л + в натуральном выражении в 2011–2015 гг. составит 6,5%.

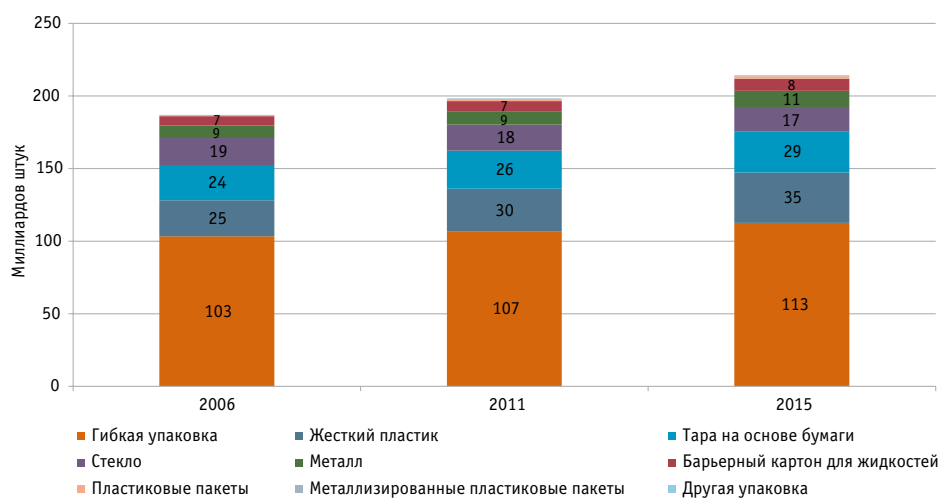
### Упаковка из гибкого пластика – лидер. ПЭТ занимает большую долю рынка, чем стеклянная упаковка.



### Самый быстрорастущий регион – Азиатско-Тихоокеанский.



### Россия – растущий рынок.



Эконом-упаковку можно найти на рынке алкогольной продукции в России. Одна из последних тенденций – выпускать вино в металлических банках, ориентируясь на молодежь как основную целевую аудиторию.

Производители Восточной и Западной Европы также выпускают упаковки малых размеров, как для оптимизации входа на рынок, так и откликаясь на потребности людей, ведущих активный образ жизни.

**Функциональность.** Трендом ближайшего будущего станет возрастающий спрос на удобную упаковку. Ускоряющийся ритм жизни приводит к тому, что люди все чаще едят и пьют на ходу. Универсальные решения для продуктов, которые можно быстро съесть по пути на работу или насладиться ими дома, не затрачивая время на приготовление, будут в фокусе внимания потребителей.

Согласно прогнозам, в развивающихся странах (Азиатско-Тихоокеанский регион) рост рынка упаковки составит 5%, в развитых (США) – только 0,3%, что послужит импульсом к появлению инноваций на рынке гибкой упаковки и банок.

Упаковка с добавленной стоимостью окажет влияние на рост рынка консервированных продуктов. На российском рынке напитков становятся популярными пластиковые пакеты; все больше разных типов упаковки используется производителями молочных продуктов; появляются упаковки с удобной крышкой. Так, например, защитная мембрана с язычком для легкого открывания уже нашла своих покупателей. Крышка щелкает при открывании и закрывании, что позволяет потребителю без усилий осуществлять повторную герметичную укупорку.

Дальнейшее развитие аэрозольной упаковки будет связано с совершенствованием системы дозирования продукта и обеспечением более высокой точности. Аэрозоли смогут занять новые ниши на рынке красоты, где доминируют средства для ухода за кожей, дезодоранты и т. д.

**Социальная ответственность.** Идея здорового образа жизни все активнее проникают в сознание россиян. Вместе с тем, растет информированность о химических пищевых добавках в составе продуктов питания. Потребители начинают искать товары, сделанные из натуральных ингредиентов, которые будут одновременно питательны, вкусны и полезны. В связи с этим, успеха смо-

## Прогноз развития рынка упаковки в разных странах (2011–2015 гг.)

| Позиция | Страна            | Совокупный годовой темп роста, % | Абсолютный рост, млрд штук |
|---------|-------------------|----------------------------------|----------------------------|
| 1       | Китай             | 6.1                              | 237.4                      |
| 2       | Индия             | 7.6                              | 88.9                       |
| 3       | Бразилия          | 4.1                              | 27.6                       |
| 4       | Индонезия         | 4.4                              | 24.2                       |
| 5       | Россия            | 1.8                              | 15.0                       |
| 6       | Мексика           | 2.3                              | 12.2                       |
| 7       | Египет            | 6.1                              | 11.0                       |
| 8       | Вьетнам           | 6.2                              | 9.2                        |
| 9       | Турция            | 3.5                              | 7.9                        |
| 10      | Саудовская Аравия | 5.4                              | 7.4                        |
| 11      | Филиппины         | 3.1                              | 7.3                        |
| 12      | Аргентина         | 2.9                              | 5.8                        |
| 13      | США               | 0.3                              | 5.7                        |
| 14      | Тайланд           | 3.4                              | 5.5                        |
| 15      | Колумбия          | 2.7                              | 4.7                        |



Упаковка для колбас Green Essence изготовлена из ультратонкой бумаги без использования клея или растворителей. Именно благодаря экологичности она получила название «green».

гут добиться компании, которые в своей маркетинговой политике сделают упор на позиционирование полезного для здоровья продукта.

Переработанная легкая упаковка приобретает все большее значение. Бутылки, изготовленные из переработанных ПЭТ-упаковок, становятся средством для привлечения потребителей, которые, проявляя заботу об окружающей среде, выбирают упаковку, которую можно повторно использовать благодаря вторичной переработке.

Нарастает темп использование растительных материалов в упаковочном производстве; ведется активный поиск новых решений при создании экоупаковки. Так, недавно разработчики проанонсировали появление на мировом рынке «первой экологически безопасной упаковки для колбасных и сырных изделий» – Green Essence. Она изготовлена из ультратонкой бумаги без ис-

пользования клея или растворителей. Именно благодаря своей экологичности упаковка получила название «green».

## Глобальные перспективы упаковочного рынка

По нашим прогнозам, в ближайшем будущем рост объема рынка упаковки во всех странах продолжится. На первом месте по темпам роста окажется Азиатско-Тихоокеанский регион. Только в Китае в 2011–2015 гг. будет продано 237 млрд штук упаковок.

В Латинской Америке средний ежегодный рост в период 2011–2015 гг. составит 3,2%. Россия продемонстрирует стабильность и останется в числе 15 стран с самым быстрым развитием рынка (среди которых сейчас занимает пятое место).

Картонные коробки для жидкости и жесткий пластик сыграют существенную роль в увеличении общего объема рынка, став самой быстрорастущей категорией в 2011–2015 гг. Гибкая упаковка уже не продемонстрирует столь впечатляющих темпов роста, однако ее показатели будут все же выше, чем у стеклянной и металлической упаковки, а также контейнеров из бумаги.

В России ситуация будет складываться несколько иначе. Стеклянная упаковка – единственная, производство которой сокращалось, и эта тенденция сохранится в ближайшие годы. Рынок гибкой упаковки по-прежнему будет стабильно развиваться, а самой быстрорастущей категорией окажется упаковка из жесткого пластика. **МС**

Автор:



Виктория  
Загоровская

# Использование паприки при производстве мясных продуктов



*В широком ассортименте мясных изделий, предлагаемых потребителям в последнее время, популярность приобрели продукты с добавлением натуральной паприки.*

**П**априка молотая используется для окрашивания и придания аромата некоторым видам вареных колбас, входит в состав мясных продуктов в желе, применяется при производстве сырокопченых колбас и мясных деликатесов. Она является уникальным натуральным красителем, отличающимся высокой устойчивостью красящих пигментов при термообработке и последующем хранении изделий.

## На вкус и цвет

Паприка (paprika) – пикантная приправа, которую изготавливают из сладкого красного перца *Capiscum annuum*. Для этого созревшие плоды красного стручкового перца высушивают, удаляют из них сердцевину и растирают в порошок. В зависимости от использованного сорта и доли семян в порошке его можно условно разделить на разные категории по остроте.

Красный стручковый перец, из которого изготавливается паприка, выращивается преимущественно в Венгрии, США, Испании и Турции, при этом Венгрия является основным поставщиком паприки.

Характерное для большинства красных перцев отсутствие ярко выраженного аромата и относительно высокое содержание каротиноидов определяют преимущественное использование паприки в качестве натурального пищевого красителя. В производстве мясных продуктов в нашей стране достаточно популярны масляные экстракты паприки, использование которых позволяет получить столь привлекательный для потребителей золотистый цвет поверхности копченостей и колбас. Тем не менее, желаемого эффекта можно достичь и при использовании натуральной молотой паприки.

В зависимости от сорта, климатических условий произрастания, времени сбора и способа сушки плодов получают молотую паприку, различающуюся содержанием каротиновых пигментов и, следовательно, насыщенностью и устойчивостью цвета.

Интенсивность цвета молотой паприки, согласно шкале ASTA, получившей свое название от аббревиатуры «Американской торговой ассоциации специй», колеблется обычно от 40 до 160 ед. Паприка с высокими значениями ASTA отличается большим содержанием и устойчивостью красящих пигментов. Использование такой паприки позволяет не только получить приятный золотистый цвет изделий, но и сохранить его при последующем хранении продуктов. Известно также, что каротиноиды обладают антиоксидантным



*Паприка великолепно сочетается с такими пряностями, как чеснок, кориандр, базилик, лавровый лист, мускатный орех, петрушка, укроп.*

действием и, будучи более реакционноспособными по сравнению с липидами, эффективно защищают жировую часть продуктов от прогоркания и осаливания.

В Венгрии, где паприка получила наибольшее употребление, по пряности, остроте и вкусу она разделяется на семь основных видов (каждый вид производится из разных сортов перца):

- Благородная сладкая паприка – один из наиболее употребляемых сортов. Порошок среднего помола с тонким ароматом, довольно темного и сочного цвета.
- Деликатесная паприка – мягкого красного цвета, помола средней тонкости. Приятна на вкус и не слишком остра. Подчеркивает собственный вкус блюда, не «забывая» его.
- Полусладкая паприка – относительно светлого, матового оттенка, средней остроты, с характерным запахом специй. Из-за содержания сахара не допускается поджаривания ее в жире.
- Специальная паприка – отличается ярким красным цветом, имеет приятный вкус, сладковатый и мягкий. Помол тонкий.
- Розовая паприка – порошок среднего помола. Она относится к пикантным и довольно острым сортам, которые следует использовать весьма осмотрительно и осторожно.
- Нежный сорт представляет собой порошок светло-красного цвета и помола средней тонкости, отличается блеском. Его характерная особенность выражена уже в названии сорта: он лишен остроты, но не специфического аромата приправы.
- Острый сорт отличается от других своим цветом. Это желтоватый или светлый красно-коричневый порошок помола средней тонкости. Непривычным гурманам он покажется обжигающе острым.

### Происхождение и путь в Венгрию

Родиной красного стручкового перца, из которого получают специю паприку, является Южная Америка. В настоящее время эту культуру выращивают преимущественно в США, Испании, Турции и Венгрии. Перец – «индейская красная соль» – приплыл в Европу на кораблях Колумба.

Ранние испанские исследователи привезли красный перец в Европу, где растение постепенно выросло, потеряло острый вкус и превратилось в «сладкую» паприку. В Венгрии (откуда и пришло это слово) предпочитают более острую разновидность Koenigspririka (дословно: «королевская паприка»), при производстве которой семена из стручков перца не удаляют.

# Специи Christl. Радуют.



- Специи австрийского производства
- Вкусовые направления специально для российского рынка
- Превосходное качество ингредиентов

Приглашаем к сотрудничеству региональных представителей



**christl**  
технология специй

Импортер и представитель CHRISTL в России: ООО «ЕВРО МИТ ТЕХ.»  
Тел./факс: (812) 677-92-55  
Мобильный: + 7-911-776-84-07  
e-mail: office@eumt.ru



Сушеную паприку нельзя подвергать длительной тепловой обработке. Максимальная температура для нее – это температура кипящей воды, а вот в разогретом масле паприка может моментально сгореть.

Этот кирпично-красный порошок, характерный в первую очередь для традиционной венгерской кухни, настолько широко применяется в разных странах и домохозяйками, и профессиональными поварами, что кажется, будто он был всегда. Между тем, до открытия Америки, где перец был к тому времени уже хорошо известен, в Европе о нем вообще не знали.

Доподлинно известно, что впервые паприка попала в Венгрию в XVII веке – в смутные времена войн, когда вся равнина находилась в турецком владении и султан неуклонно расширял свои земли в районе Сегеда. Паприку привезли в Венгрию в то время, когда была средневековая жадность к специям ослабела. Венеция уже утратила свою славу торгового центра, а португальская монополия на специи перешла со всеми экономическими последствиями голландцам из «Всеобщей Ост-Индской компании». Можно было бы предположить, что в этих условиях «индийский перец», который был привезен Колумбом и прекрасно чувствовал себя в средиземноморских условиях, молниеносно завоюет Европу из-за дешевизны этой приправы. Но оказалось совсем не так. Красный индийский перец, развешанный вокруг испанских крестьянских хижин, показался богачам недостаточно экзотичным и своеобразным. Они остались при своей любви к дорогому черному перцу, а красный перекочевал преимущественно в кастрюли простого народа.

Если исходить из этого факта и исторической ситуации XVII века, то весьма вероятно, что паприку в Венгрию впервые привезли турки. Пока они оставались в стране, венгры не очень интересовались турецким перцем. Лишь

после их изгнания деревенскую кухню начала привлекать паприка, широко распространившаяся в Венгрии только к концу XIX века и используемая в привычном для нас молотом виде под естественным для того времени названием «турецкая». Однако венгры не переняли турецкие обозначения: «карабибер» – для перца и «кирмици» – для паприки. Они нашли нужное слово в сербо-хорватском языке. Из «папар» они сделали «папарка», а из «папарки», в конце концов, появилась «паприка».

Отметим, что и по сей день выращиваемая в Испании «пимиенто» идентична южноамериканскому растению, тогда как венгерская паприка соответствует сорту, растущему в Индии и дающему плод меньшего размера, но с более характерным ароматом.

### Паприка в национальной кухне

Паприка широко используется в кухнях Балканских стран, Венгрии, а также в Испании, Португалии и в Австрии. С ней готовят в индийской, марокканской и европейской кухнях, а также на Среднем Востоке.

Паприка прекрасно сочетается с мясом, особенно свиной, курицей, овощами, сыром, творогом, яйцами, рыбой и морепродуктами. Кладут паприку в гуляш, чили, супы, соусы, салаты, фаршированные яйца, рис, блюда из молотого мяса.

Без паприки невозможно представить венгерскую кухню, и многие ее классические блюда, в первую очередь, густой мясной суп – гуляш. Своей знаменитой наваристостью и характерным цветом это блюдо во многом обязано именно молотой паприке, которая выступает еще и как загуститель, своим количеством влияя на консистенцию.

Само по себе слово *gulyas* (произносится «гуйяш») означает «пастух», что явно указывает на простонародное происхождение этого блюда. В ресторанном меню оно обычно проходит как *gulyas leves*, то есть «пастуший суп». Во время популярных в Венгрии конкурсов на лучший гуляш его готовят на открытом огне. Важна и специальная посуда, в которой только и можно приготовить правильный гуляш: это округлые казанки и даже котлы (в зависимости от количества едоков) на треноге; открытое пламя охватывает их со всех сторон, создавая оптимальный температурный режим, в принципе недостижимый на современных плитах. В таком котелке на костре гуляш всегда получается более наваристым, а его консистенция – более кремообразной, чем в кастрюле на плите. Кстати, эти котелки никогда не накрывают крышками. А в магазинах Венгрии они всегда есть в продаже, вместе с треногой.

Некоторые повара в самом конце добавляют еще немного паприки, уже не для крепости, а для аромата. Дурным тоном считается применение муки как загустителя; грамотный повар скорее добавит лишнюю ложку паприки. В венгерских ресторанах, претендующих на аутентичную национальную кухню, это блюдо подают в стилизованных котелках, напоминающих о его происхождении. Рядом всегда стоит блюдце с сухими стручками паприки – на тот случай, если суп покажется недостаточно острым.

Название еще одного национального блюда – «перкельт» – происходит от венгерского слова «жарить», это означает, что кусочки мяса предварительно обжариваются. Паприкаш – похожее блюдо, отличающееся только тем, что в него добавляют сметану. Для токаныи мясо нескольких сортов, нарезанное соломкой, тушится в собственном соку.

В кулинарии обычно используется молотая сушеная паприка. Помимо придания пище характерного вкуса и запаха, сушеная паприка окрашивает ее в красный или оранжевый цвет, но следует помнить, что это происходит только при нагревании. При этом паприка легко подгорает, приобретая горький привкус.

В традиционных рецептах рекомендуется применять этот ингредиент не «на кончике ножа», как мы привыкли, а чайными и даже столовыми ложками, а для гуляша его количество определяется в старых поваренных книгах очень просто: «содержимое котелка присыпать толстым слоем молотой паприки». **MC**

# XXI МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА

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



# peterfood

**ЗАКУПЩИКИ**

**50 СЕТЕЙ**

**НА ВАШЕМ СТЕНДЕ**

Санкт-Петербург, ВК ЛенЭкспо

**13-15**  
НОЯБРЯ **2012**

Организатор:

Конгрессно-Выставочная Компания «Империя»

 **imperia**  
[www.imperiaforum.ru](http://www.imperiaforum.ru)

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

Автор:



**Виктория  
Загоровская**

*Возможности брендинга не ограничиваются преследованием возможностей существующего рынка. Они состоят в создании новых рынков.*

*Эл и Лора Райс, специалисты в области маркетинга, основатели консалтинговой компании «Ries & Ries».*

# Халяль: особенности позиционирования

Когда птицефабрика «Приосколье» только выходила на рынок Татарстана с халяльной продукцией, в одной из мусульманских газет была напечатана их реклама. Там утверждалось, что на предприятии ведется ручной забой. Видимо, в то время их отдел маркетинга решил, что лучше скрыть факт механического забоя и именно так заявить о своей продукции мусульманам. Для халяльной продукции птицефабрика внедрила специальный бренд – «аль-Сафа», что в переводе с арабского означает «чистая».

Прошло время, но в подходах к созданию и выводу на рынок мясных продуктов под маркой «Халяль» мало что изменилось. Вместе с тем, производителей все чаще волнует вопрос: каким образом позиционировать и продвигать халяльные продукты в России?..

что данный сегмент испытывает колоссальный дефицит предложения со стороны производителей. Одно то, что сети готовы принимать кошерные и халяльные товары без оплаты места на полке или «маркетингового бюджета», говорит о крайне высокой степени заинтересованности такого типа продуктами.

Но вот что удивительно – основными покупателями здесь являются скорее не приверженцы разрешенной религией пищи, а те, кто выбирает продукты более высокого качества: органическую и условно-органическую еду, то есть ту, которая максимально экологична.

Ниша халяльных и кошерных продуктов куда более широка, чем кажется на первый взгляд. Проблема заключается лишь в том, что игроки в этой нише крайне слабо подчеркивают достоинства собственной продукции, целясь только в религиозный сегмент аудитории. Даже несмотря на то, что при этом вынуждены терять такие ценные продукты, как, например, филе-миньон, приходящиеся на некошерную часть говяжьей туши. А ведь торговая марка органических продуктов в дополнение к халяльной или кошерной могла бы стать серьезным подспорьем. Но, увы, уровень доверия к таким маркам еще слишком низок, а разочарования после покупок слишком велики.

На сегодняшний день только халяль и кошер могут стать маркерами добросовестности поставщика – в остальных случаях риск обмана очень велик.



**Сергей Славинский,**  
консультант по маркетингу, директор  
брендингового агентства Syndicated  
Brands (Великобритания):

*«Производители халяльных и кошерных продуктов крайне слабо подчеркивают достоинства собственной продукции, целясь только в религиозный сегмент аудитории».*

ЭКСПЕРТ

**Какую нишу занимают в России халяльные и кошерные продукты? Кому они интересны?**

– Я затрудняюсь сказать, какая доля рынка принадлежит сегодня халяльным и кошерным продуктам, однако могу с полной уверенностью заявить,



**Виктор Тамберг,**  
управляющий партнер консалтингового  
бюро «Тамберг & Бадьин», бизнес-  
консультант, преподаватель, копирайтер:

*«Расскажите потребителям о том, что такое халяль или кошер. Чем такие продукты хороши и в чем заключается их отличие от обычных продуктов питания».*

ЭКСПЕРТ 



**Каковы особенности продвижения халяльных продуктов? На чем следует сделать акцент?**

– Потребитель становится все более разборчивым и в наивные воззвания уже не верит. Поэтому, чтобы заявить о каком-либо свойстве продукта нужно, во-первых, задействовать рекламу, PR и прочие способы информирования потребителя. А во-вторых, представить доказательства его ценности, рассказав о происхождении продукта или сырья, о технологиях производства, об отсутствии вредных компонентов, особой упаковке, позволяющей потребителю получить продукт в первозданном виде, и о многом другом.

Особенно это касается продуктов, созданных по канонам определенных религий, например, халяльных или кошерных. Если перед производителем стоит задача привлечь к ним внимание не только мусульман и иудеев, но и верующих других конфессий, а также тех, кто называет себя атеистами, стоит рассказать потребителям о том, что такое халяль или кошер. Чем такие продукты хороши и в чем заключается их отличие от обычных продуктов питания.

*«Я советую избегать прямой рекламы халяльных продуктов, нацеленных на немусульманскую аудиторию. В этом случае возникает риск потерять религиозных, высоко лояльных потребителей».*

**Имеет ли смысл позиционировать продукты «халяль» как исключительно религиозные? Как, не потеряв потребителей-мусульман, привлечь широкий круг потребителей?**

– Я бы советовал избегать прямой рекламы халяльных продуктов, нацеленных на немусульманскую аудиторию. В этом случае возникает риск потерять религиозную, высоко лояльную аудиторию – для них продукт может начать восприниматься как недостаточно «правильный». Особенно, если некий конкурент на этом фоне заявит – «вот у нас-то продукт настоящий, мы не продаем его неверным». Думаю, имеет смысл рассматривать нерелигиозную публику как вторичную по важности аудиторию, которую можно в фоновом режиме информировать о плюсах данной категории продуктов. Но рассматривать данный сегмент потребителей как основную аудиторию религиозных по своей сути продуктов в нашей стране я бы не советовал.

Так как Россия все же православная страна (доля всех прочих конфессий по данным ВЦИОМ не превышает 7%), ниша халяльных и кошерных продуктов не может быть значительной.

**Основные ошибки:**

- позиционирование продуктов «халяль» как исключительно религиозных, предназначенных только для мусульман, а не обычных продуктов, разрешенных в том числе и для мусульман (например, так называемые «постные продукты» почему-то связывают только с православной традицией, хотя они могут быть халяльными и предназначаться для мусульман);
- использование в маркировке видов мечетей, полумесяцев и другой мусульманской символики;
- боязнь производителей и торговых сетей быть обвиненными силовыми структурами в пропаганде исламского образа жизни и способствованию мусульманскому экстремизму (тот же страх свойственен руководителям некоторых территориальных духовных управлений мусульман);
- запуск новой продуктовой линейки при отсутствии полной информации об особенностях производства и торговли продукцией «халяль» у технологов, начальников производственных участков, а также продуктовых ритейлеров. **MC**

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

**25–28 СЕНТЯБРЯ**  
**МОСКВА, «КРОКУС ЭКСПО»**

**ВЫСТАВКА**

# ПИР

*15 лет*



**«Благодарим вас за то, что мы с вами»**

*Елена и Иван Меркуловы*



Генеральный партнер выставки



Официальный технический партнер выставки



Официальный партнер выставки по посуде



Технический партнер выставки по инвентарю



Технический партнер выставки



Технический партнер выставки



Технический партнер выставки



Стратегический партнер



Официальная страховая компания выставки



Технический партнер выставки



Технический партнер выставки



Технический партнер выставки



Генеральный партнер форума «Итальянская кухня»



Официальный партнер форума «Итальянская кухня»



Соорганизатор мероприятий



Соорганизатор мероприятий



Партнер форума «Кофе и Чай»



Генеральный информационный партнер



Генеральный интернет-партнер



Официальный интернет-партнер



Тематический информационный партнер



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

# АГРО ПРОД МАШ

ЦВК «Экспоцентр», Москва, Россия

**8-12 октября 2012**



**ПЕРВЫЙ  
В ИННОВАЦИЯХ**

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

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

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

# MATIMEX

www.matimex.at

010104

Промышленные вакуумные шприцы Handtmann для малых предприятий VF 608 plus и VF 610 plus

**handtmann**

- высокое качество продукции
- точное порционирование
- простота в обслуживании
- низкие эксплуатационные затраты
- быстрая чистка и образцовая гигиена



MATIMEX GmbH  
Großbauerstraße 8,  
1210 Wien, Austria  
Tel. +43 1 2905173  
matimex@matimex.at

ООО «МАТИМЭКС»  
121357, Россия  
Москва, ул. Вереysкая 29, стр.134  
Тел. +7 495 7877797  
matimex@mtmx.ru





part of Matimex Group

**PREMIUMPACK** –

австрийская компания, специализирующаяся на производстве 9-ти слойных высоко-барьерных термосадочных пленок и пакетов на базе EVOH, а так же классических высоко-барьерных пленок и пакетов.

Упаковочные материалы от **PREMIUMPACK** сохраняют качество конечного продукта и продлевают срок его хранения. Широкая палитра наших продуктов включает в себя упаковочные пленки и пакеты для упаковки свежего и охлажденного мяса, мяса на кости, мясной продукции и полуфабрикатов, сыра, рыбы и морепродуктов.

PREMIUMflex

PREMIUMmax

PREMIUMfresh

PREMIUMcheese



[www.premiumpack.at](http://www.premiumpack.at)





КРЕАТИВНЫЕ И ННОВАЦИИ

**Ярмарка идей**

**НУЖНЫ ИДЕИ**  
для расширения ассортимента?

## **МЯСНОЙ СЭНВИЧ ДЛЯ ТОСТЕРА**

Мясной тост или многослойный мясной сэндвич с начинкой посередине – выбор на усмотрение потребителя. Это удобно, быстро и вкусно!



И мясной тост, и сэндвич легко загружаются в тостер, равномерно обжариваются, сохраняют постоянную форму, а начинка всегда остается внутри. Секрет – отработанная рецептура фарша с применением стабилизатора Гелеон 180 М-П и термостабильные овощные начинки «Денфрут».

**УНИКАЛЬНОЕ  
СВОЙСТВО  
ПРОДУКТА**

возможность вертикальной кулинарной обработки и отсутствие миграции наполнителей из трёхслойного горячего сэндвича на греющую поверхность

Эта и другие идеи на сайте:

[www.yarmarka.ssnab.ru](http://www.yarmarka.ssnab.ru)



Нашими специалистами для вас:

- разработаны ингредиентный состав и рецептура
- отработана технология производства
- подобрано оборудование для производства

«Ярмарка идей» – проект группы компаний «СОЮЗСНАБ»

+7 (495) **937 87 34**  
email: [mail@ssnab.ru](mailto:mail@ssnab.ru)



СЫРЬЁ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ВСЕХ ОТРАСЛЕЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В мае 2011 г. ГК «Союзснаб» запущен проект «Ярмарка идей». Изучив основные тенденции и новинки мирового рынка продуктов питания, мы предложили нашим клиентам самые интересные идеи, адаптированные под вкусы российских потребителей.

**Каждая идея** – это готовое решение для развития бизнеса наших клиентов.

**Каждый продукт** проработан специалистами ГК «Союзснаб» от ингредиентного состава до технологии производства, упаковки и особенностей позиционирования.



[www.yarmarka.ssnab.ru](http://www.yarmarka.ssnab.ru)



# UNITY

FOOD MACHINERY

С 8 ПО 12 ОКТЯБРЯ  
"ЭКСПОЦЕНТР"  
павильон 2, зал 3  
стенд 23 В 60



АГРО  
ПРОД  
МАШ  
2012



Гигиена  
предприятия

Оборудование  
для мясopереработки

Вспомогательное  
оборудование