

# АГРОС

**Агропромышленный комплекс России:  
внешнеэкономические связи**

*Издается при поддержке Национального союза  
экспортеров продовольствия*



**AGROS**  
**Agri-Food Russia**  
*№ 3*  
*2018*

---

**Главный редактор Д.С.Булатов**

109388, Москва, ул. Гурьянова, 73-68.

Тел./факс: + 7 (495) 354-39-08

nfeu2000@mail.ru

Журнал зарегистрирован Комитетом Российской Федерации по печати

Рег. № 017582 от 13 мая 1998 г.

© «АГРОС». 2018

**Национальный союз экспортеров продовольствия** является добровольной некоммерческой организацией, созданной для объединения усилий, координации деятельности, представления и защиты общих интересов действующих и потенциальных экспортеров российского продовольствия, сырья и сельскохозяйственной продукции.

Союз представляет интересы российских экспортеров АПК в государственных органах законодательной и исполнительной власти - Государственной Думе, Минэкономразвития РФ, Минсельхозе РФ, Минпромторге РФ, взаимодействует по вопросам экспорта отечественной продукции с российскими торговыми представительствами за рубежом и Посольствами иностранных государств в РФ.

Участвует в подготовке государственных программ поддержки экспорта, ежегодных планов организационной, информационной и финансовой поддержки российских экспортеров АПК за рубежом.

Учредителями Союза в 1999 г. были три организации: крупнейший в России производитель соковой продукции группа компаний «Вимм-Билль-Данн», крупнейший производитель растительного масла ОАО «Эфирное» и представитель мясной индустрии - компания «Протеин-Продукт».

В настоящее время в числе участников Союза крупнейшие производители и экспортеры российского продовольствия,

поставщики уникальной продукции, а также организации, содействующие отечественным производителям в продвижении их продукции на внешний рынок: страховые и юридические компании, выставочные организации, консалтинговые фирмы, издательства, высшие учебные заведения.

Членство в Союзе дает его участникам ряд возможностей и преимуществ:

- помощь в поиске новых рынков и партнеров;
  - деловые миссии в зарубежные страны;
  - «пресс-промоушн» в России и за рубежом (публикации в журнале «АГРОС»);
  - содействие в получении юридической поддержки;
  - устранение барьеров на пути развития экспорта;
  - содействие в привлечении иностранных инвесторов;
  - направление коммерческих предложений;
  - участие в конкурсах («За изобилие и процветание России», «Лучший российский экспортер»);
  - размещение логотипа на сайте Союза;
  - приглашения на обсуждения (Государственная Дума, Аналитический центр при Правительстве РФ, Минэкономразвития, Минсельхоз, Торгово-промышленная палата России, Ассоциация отраслевых союзов АПК, международные организации), возможность внесения своих предложений.
- Более подробную информацию о деятельности Союза можно получить по тел.: +7 (495) 354-39-08, E-mail: nfeu2000@mail.ru, а также на сайте Союза [www.prodexport.ru](http://www.prodexport.ru)

**National Union of Food Exporters** is a voluntary non-profit organization created to bring together, coordinate and represent the common interests of exporters of Russian food and agricultural products.

The Union was founded in 1999 by three Russian food producers: the largest Russian producer of juices ("Wimm-Bill-Dann"), the largest producer of vegetable oil ("Efirnoye") and the meat producing company "Protein Product".

Currently, among the members of the Union are the largest producers and exporters of Russian foodstuffs, suppliers of unique products, insurance and legal companies, exhibition organizations, consulting firms, publishing houses, academies.

**National Union of Food Exporters** represents the interests of Russian exporters of agricultural and food products in legislative and executive authorities - the State Duma, Ministry of Economic Development, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation.

Union representatives are members of the Committee on development of agro-industrial complex of Chamber of Commerce and Industry of Russia, Committee on foreign economic relations of CCI and Association of agro-industrial unions.

National Union of Food Exporters interacts with Russian trade missions abroad and foreign embassies in Russia.

National Union of Food Exporters takes part in the preparation of state programs and annual plans.

Membership in the Union gives its members a number of benefits:

- assistance in finding new markets and partners;
- business missions to foreign countries;
- press promotion in Russia and abroad (publications in the journal "AGROS");
- assistance in obtaining legal support;
- eliminating trade barriers;
- assistance in attracting foreign investors;
- sending commercial offers;
- participate in contests ("For the wealth and prosperity of Russia", "Best Russian Exporter");
- Logo placement on the website of the Union;
- invitations to discussions (the State Duma, the Analytical Centre of the Government of the Russian Federation, Ministry of Economic Development, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry and Commerce of Russia, Association of Industrial Unions agribusiness, international organizations).

More information on National Union of Food Exporters is available by phone.: +7 (495) 354-39-08,

E-mail: [nfeu2000@mail.ru](mailto:nfeu2000@mail.ru)

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

# СОДЕРЖАНИЕ

## Новости

«Краснодарский чай «ВЕКА» стал обладателем высшего знака качества «Сделано на Кубани»	6
ФАО представила обзор агропродовольственной торговой политики в постсоветских странах	7
Форум «Качественные продукты – здоровая нация!»	9
Выставка “Portugal Exportador”	10
Совместное заседание Комитета ТПП РФ по развитию АПК и Совета Ассоциации отраслевых союзов АПК	11
Заседание «круглого стола» в Совете Федерации по вопросам продвижения сельхозпродукции на внешние рынки	14
ФАО провела «круглый стол» в МГИМО по случаю Всемирного дня продовольствия	15

## Анонсы

XII Международная конференция «Кондитерские изделия XXI века»	16
II бизнес-форум «Развитие производства специализированной пищевой продукции – новый формат взаимодействия индустрии и медицины»	18

## Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика	19
Ближнее зарубежье	24
Дальнее зарубежье	29

## Российские компании на внешних рынках

Объединение Краснодарский чай	31
Настоящий подарок Алтая	35
Холдинг «АЛТАМАР»	37

## Наши зарубежные партнеры

ADEGA DO FAVAIOS	39
MIGUELS	40
NICOLA и CHAVE D'OURO	41

## Новости выставочной сферы

Международная выставка португальских напитков и продуктов питания SISAB PORTUGAL 2019	43
Вторая международная российско-узбекская промышленная выставка «EXPO-RUSSIA UZBEKISTAN 2019»	44
Саммит «Аграрная политика России». «Протеин: вчера, сегодня, завтра. Эволюция белковых ресурсов животного и растительного происхождения Еда будущего»	45
«Мясная промышленность. Куриный король. Индустрия холода для АПК 2019» открывает новые возможности	47
Календарь выставок и мероприятий 2019-2022	50

## Практические вопросы продвижения продукции

С.Илюха Как начать выгодные поставки на российский рынок	51
--	----

# CONTENTS

## News

"Krasnodar tea" VEKA "became the owner of the highest quality mark "Made in the Kuban"	6
FAO presented an overview of the agrifood trade policy in the post-Soviet countries	7
Forum "Quality products - a healthy nation!"	9
Exhibition "Portugal Exportador"	10
Joint meeting of the Agricultural Committee of the CCI of Russia and the Council of the Association of Industrial Unions	11
"Round table in the Federation Council on the promotion of agricultural products to foreign markets	14
FAO held a round table at MGIMO devoted to World Food Day	15

## Announcements

XII International Conference "Confectionery Goods of the XXI Century"	16
II Business Forum "Development of production of specialized food products - a new format of interaction between industry and medicine "	18

## Export & import Policies of Foreign Countries

World and regional policy	19
Neighboring Countries	24
Far-Abroad Countries	29

## Russian companies on foreign markets

Association "KRASNODAR TEA"	31
The real gift of Altai	35
Holding "ALTAMAR"	37

## Our Foreign Partners

ADEGA DO FAVAIOS	39
MIGUELS	40
NICOLA and CHAVE D'OURO	41

## Exhibition News

International Exhibition of Portuguese Drinks and Food Products SISAB PORTUGAL 2019	43
Second International Russian-Uzbek Industrial Exhibition "EXPO-RUSSIA UZBEKISTAN 2019"	44
Summit "Agricultural Policy of Russia". "Protein: yesterday, today, tomorrow. The evolution of animal and plant protein resources. Food of the Future "	45
"Meat industry. Chicken King. Cold Industry for AIC 2019 " opens up new opportunities	47
Calendar of exhibitions and events 2019-2022	50

## Product promotion

<i>S.Ilyuha</i> How to start a profitable supply to the Russian market	51
--	----

## НОВОСТИ

**«Краснодарский чай «ВЕКА» стал обладателем высшего знака качества «Сделано на Кубани»**



«Объединение Краснодарский чай» - участник Национального союза экспортеров продовольствия - представило на краевой конкурс 5 наименований своей продукции: чай черный пакетированный с чабрецом и душицей, чай зеленый фасованный «Краснополянский», чай зеленый фасованный, черный пакетированный и черный фасованный чай.

По итогам конкурса все 5 образцов удостоены знака качества «Сделано на Кубани».

Получить из рук губернатора Краснодарского края В.И. Кондратьева диплом лауреата смогли всего около 40 производителей Кубани.

По словам главы края, создание бренда «Сделано на Кубани» - это первый шаг по защите интересов региона как производителя

качественных и экологически чистых продуктов.

«Сегодня много желающих реализовывать свою продукцию под видом кубанской. Знак "Сделано на Кубани" нельзя купить, его можно только заслужить. Это, в первую очередь, доверие к нашему производителю», — отметил В.И. Кондратьев.

Губернатор отметил, что необходимо создать систему господдержки и налоговых преференций бизнесу, который обладает таким знаком, чтобы они смогли максимально вложиться в развитие собственного производства.

«Мы стали первыми обладателями знака, а это говорит о том, что наш краснодарский чай соответствует самой высокой планке качества не только в регионе, но и по всей стране. Место происхождения товара — одна из составляющих регионального бренда, гарантирующее потребителю особые качества продукции. Можно смело говорить, что продукция под маркой «Сделано на Кубани» качественная» - прокомментировал гендиректор «Объединение Краснодарский чай» Серафим Тимченко.

В ближайшее время на полках магазинов появится продукция «Объединения Краснодарский чай» со знаком «Сделано на Кубани».

**ФАО представила обзор  
агропродовольственной  
торговой политики  
в постсоветских странах**

18 декабря 2018 года в зале Ученого Совета ФГБНУ ЦНСХБ, состоялось представление публикации ФАО «Обзор агропродовольственной торговой политики в постсоветских странах 2016-2017».

Данный обзор является третьим выпуском в серии публикаций, посвященных анализу последних изменений в сельскохозяйственной торговле и развитию торговой политики в постсоветских странах. Публикация подготовлена в рамках Региональной инициативы ФАО в Европе и Центральной Азии «Развитие агропродовольственной торговли и доступа к международным рынкам». Цель данной инициативы заключается в оказании поддержки странам-членам в усовершенствовании внешнеторговой политики и создании благоприятной среды для участия малого и среднего агробизнеса в международной торговле.

Эксперты ФАО провели мониторинг изменений в политике 12 постсоветских государств, которые сказались на структуре и динамике торговли, и затем суммировали свои выводы в обстоятельном обзоре.

Особое внимание в обзоре уделено таким государствам региона, как Азербайджан, Армения, Беларусь, Грузия, Россия, Казахстан, Узбекистан, мерам сельскохозяйственной торговой политики в этих странах, импортной и экспортной политике, торговым соглашениям.

Основным докладчиком выступила экономист Отдела торговли и рынков ФАО Ирина Кобута. Содокладчиками были заведующая Отделом аграрной политики НИУ ВШЭ Рената Янбых и Президент Национального союза экспортёров продовольствия Дмитрий Булатов.

«Прозрачность информации об изменениях в торговле и торговой политике необходима», – отметила Ирина Кобута. «Обзор отражает ситуацию на постсоветском пространстве с тем, чтобы способствовать установлению партнерства и стабилизации торговых отношений».

В обзоре отмечено, что в последние годы наблюдается переориентация торговых потоков с традиционных рынков постсоветских стран и увеличение экспорта в другие страны мира. Большинство из 12 стран увеличили бюджетное финансирование сельскохозяйственных производителей, используя, в частности, такие методы, как льготное кредитование и налогообложение, программы агрострахования, государственные интервенции.

Эксперт ФАО констатирует, что торговля сельскохозяйственными товарами в целом оказалась более устойчивой к макроэкономической нестабильности, чем выход на рынки, внешние и внутренние, с товарами других категорий. ФАО считает, что дальнейшая либерализация рынков может привести к снижению относительно высокой защиты сельскохозяйственного сектора и

стимулировать рост сельскохозяйственной торговли.

В 2016-2017 годах на фоне динамичного роста производства зерновых и необходимости диверсифицировать рынки многие постсоветские страны стали активно разрабатывать и внедрять программы продвижения экспорта. «Успешная реализация данных программ позволит создавать качественные экспортные продукты и наладить отношения с новыми торговыми партнерами, что будет способствовать росту устойчивости агропродовольственной торговли к макроэкономическим, климатическим и другим глобальным изменениям», подчеркнула в заключение Ирина Кобута.

Отдельной темой, прозвучавшей на вебинаре, стали параметры 12 национальных проектов в России и способы их осуществления. Предполагается, в частности, достичь до 2024 года объема экспорта несырьевых неэнергетических товаров в размере 250 млрд долларов в год, в том числе продукции агропромышленного комплекса — 45 миллиардов долларов. Хотя структура экспорта АПК довольно однообразна: злаки — 36,2%, рыба — 16,8%, растительное масло и жиры — 13,1% (данные за 2017 год), в последние годы, заявила в своей презентации Рената Янбух, отмечается рост поставок за рубеж. В 2016 году — 17,2 млрд долларов (впервые выручка превзошла доходы от продажи вооружений); в 2017 году — 20,8 млрд долларов.

Тем не менее, не используются многие резервы повышения действенности поддержки экспортеров. «Требуется наладить эффективное взаимодействие между звеньями системы, прежде всего взаимодействие РЭЦ (Российский экспортный центр) с торгово-промышленными палатами и объединениями экспортеров», — подчеркнул Дмитрий Булатов. Важным вкладом в общее дело могла бы стать Стратегия развития экспорта продукции АПК и принятие Федерального закона «О поддержке экспорта».

В ходе дискуссии Евгения Серова, директор Института аграрной политики НИУ ВШЭ, обратила внимание на необходимость избавиться от двух «детских болезней». По мнению Серовой, сегодня приоритизация импортозамещения сменилась идеей «экспорта ради экспорта». Во-первых, с учетом ограниченного ассортимента российской экспортной продукции (более половины составляют злаки, рыба и морепродукты), а также падения глобального спроса на зерновые, нужно строить реалистические планы на будущее. Во-вторых, нельзя забывать о поддержании устойчивости сельского хозяйства и самочувствии отечественных потребителей, чьи налоги могут пойти на субсидирование экспорта на внешние рынки вместо того, чтобы поддержать внутренний спрос через рост покупательной способности.

В свою очередь Дмитрий Хомяков, Заведующий кафедрой агроинформатики Факультета почвоведения МГУ, выразил обеспокоенность в связи с

перспективами выполнения федеральных программ. Хомяков считает, что предстоящий год сулит мало радостей сектору личных подсобных хозяйств. Между тем, именно этот сектор отечественного АПК насчитывает 15 миллионов производителей, которые совокупно производят 34% всей агропродовольственной продукции в России, отметил профессор Хомяков, перечислив факторы, которые могут негативно повлиять на перспективы наращивания экспортного потенциала. В частности, в новом году вышеупомянутых производителей ожидают 20%-й НДС, рост тарифов, фактическое отлучение малого бизнеса от субсидируемых кредитов, продолжающаяся нехватка квалифицированных кадров.

### **Форум «Качественные продукты – здоровая нация!»**

5 декабря Руководители Национального союза экспортеров продовольствия приняли участие в Форуме «Качественные продукты – здоровая нация!», который Торгово-промышленная палата Российской Федерации провела в рамках Российской недели здравоохранения.

ТПП РФ уже более двух лет реализует федеральный проект «АГРО: За качество!», целью которого является комплексная поддержка развития региональных производителей и переработчиков пищевой и сельскохозяйственной продукции.

Участниками мероприятия стали предприниматели, производители и

поставщики, работающие в агропромышленном комплексе во всех регионах России; представители органов государственной власти; надзорных органов; торговых сетей и территориальных торгово-промышленных палат.

Участники форума «Качественные продукты — здоровая нация!» обсудили ключевые вопросы взаимодействия представителей торговых сетей и отечественных производителей, практические инструменты для вхождения поставщиков в сети. Также участники форума обсудили предквалификацию поставщиков при госзакупках по №44-ФЗ как инструмент доступа качественной продукции в госучреждения, снижение доли фальсификата на продовольственном рынке и другие вопросы. В дополнение к участию в деловой программе форума производители смогли посетить крупнейшие в России международные выставки «Здравоохранение» и «Здоровый образ жизни», проходящие в рамках Российской недели здравоохранения.

Представители Национального союза экспортеров продовольствия проинформировали участников форума о том, какую поддержку отечественным поставщикам при продвижении продукции на внешний рынок оказывают объединения экспортеров, как идет формирование системы поддержки экспорта, какие проблемы возникают при продвижении на внешний рынок и как они решаются.

## Выставка "Portugal Exportador"

14 ноября 2018 г. в Лиссабоне состоялась международная выставка "Portugal Exportador" – крупнейшее национальное мероприятие, посвященное интернационализации португальского бизнеса.



Выставка ориентирована, прежде всего, на малые и средние предприятия, которые делают первые шаги на международных рынках или же хотят диверсифицировать свои экспортные поставки.

В мероприятии традиционно участвуют дипломатические представительства, аккредитованные в Португалии, а также двусторонние торгово-промышленные палаты и деловые советы.



В выставке приняли участие представители стран ЕС, Африки, Латинской Америки, а также Юго-Восточной Азии.

При поддержке Посольства России в Португалии на "Portugal Exportador" впервые был организован российский стенд, на котором были размещены экспозиции компаний, входящих в Национальный союз экспортеров продовольствия (каталоги, рекламные листки, проспекты и буклеты).



"На полях" выставки прошли встречи в формате B2B. Португальские партнеры были проинформированы об особенностях ведения бизнеса с Россией, а также о возможностях экспорта товаров и услуг участниками Союза.



В работе выставки приняли участие президент НСЭП Д.С.Булатов, а также помощник руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) А.Н.Алексеевко.

## **Совместное заседание Комитета ТПП РФ по развитию АПК и Совета Ассоциации отраслевых союзов АПК**

К 2024 году экспорт сельхозпродукции из России должен вырасти в денежном выражении до 45 млрд долларов. Что нужно сделать для того, чтобы эти планы осуществились? И насколько действующая в стране система поддержки экспорта справляется со своей задачей? Как помочь отечественному сельхозпроизводителю? Эти и другие вопросы обсудили на совместном заседании Комитета ТПП РФ по развитию агропромышленного комплекса и Совета Ассоциации отраслевых союзов АПК. Его открыл председатель комитета Виктор Семенов.

Проблемы производителей сельхозпродукции всегда были в центре внимания Торгово-промышленной палаты России. Особенно активизировалась эта работа сейчас. Федеральная палата активно продвигает проект «АГРО» За качество!», который, по сути, стал обобщенным результатом предложений бизнесменов, ведущих свое дело на селе. К сожалению, правила закупок продукции для государственных нужд стали для них непреодолимым барьером. Поставляемые добросовестными предпринимателями качественные продукты проигрывали в соревновании с продовольственным фальсификатом, так как главным критерием в выборе победителя выступала наименьшая цена.

Сейчас, благодаря последовательной позиции ТПП РФ, и в Федеральной антимонопольной службе, и в правительстве поняли, что для поставок продуктов, по меньшей мере, в детские сады, школы и больницы должен быть введен институт предквалификации. Удалось добиться и отказа от комплексных закупок, которые играли на руку перекупщикам. Поэтому работа по развитию сельскохозяйственного бизнеса – это важное дело, которое лучше делать сообща, сказала в своем приветственном слове вице-президент ТПП РФ Елена Дыбова.

Надо заметить, что в развитии отечественного АПК заинтересовано и государство. Учитывая реалии рыночной экономики, основным механизмом влияния на положение дел в этой сфере остается механизм субсидирования. Деньги на поддержку сельхозпроизводителей выделяются немалые. Однако здесь есть и серьезные проблемы. Начнем с того, что получатели субсидий не привязаны к конечным результатам своей деятельности. Имеешь право на помощь по формальным критериям – можешь ее получить. Больше ничего не требуется. Это – следствие более общей проблемы – отсутствия единой бюджетной политики в АПК.

Для изменения существующего положения дел руководитель Центра отраслевой экономики НИФИ Минфина РФ Инна Рыкова предлагает активнее использовать возможности цифровых технологий. У каждого сельхозпроизводителя будет свой личный электронный кабинет. Там есть возможность проследить все его

действия. По результатам производитель получит некоторое число баллов, которые в свою очередь определяют его место в очереди получателей субсидий. А совокупность данных всех сельхозпроизводителей поможет создать экономическую модель отрасли, отследить проблемы ее развития. Кроме того, в личном кабинете можно работать и с контролирующими органами. Производителей, особенно фермеров, личный кабинет избавит от бумажного документооборота и поездок с отчетами.

И это не такое уж далекое будущее. В Башкортостане 15 тысяч получателей субсидий уже получили цифровую подпись. Пять регионов готовы стать пилотными, и предполагается, что протестировать эту систему удастся в следующем году.

Предложение, конечно, интересное, однако есть детали, которые несколько портят общую картину. Пока система распределения субсидий непрозрачна, трудно рассчитывать на ее объективность. Как отметила советник директора Аналитического центра Минсельхоза России Елена Тюрина, три четверти субсидий пришлось на долю 25 компаний, а оставшуюся часть средств распределили между 5 тысячами получателей. Ее поддержал и директор ЗАО «Совхоз имени Ленина» Павел Грудинин.

По его словам, в голове очереди за субсидиями будут стоять агрохолдинги. И если денег на всех не хватит, то фермер вряд ли их получит.

Вместе с тем, нельзя не согласиться с мнением Елены Тюриной, что внедрение предложенной системы распределения субсидий поможет сделать этот процесс более прозрачным и предсказуемым.

Чем может помочь Минсельхозу и сельхозпроизводителям ТПП РФ? вице-президент федеральной Палаты Елена Дыбова предложила сначала посоветоваться с теми, для кого, собственно говоря, эти субсидии предназначены. Обсудив с использованием возможностей региональных палат концепцию на местах (а речь идет минимум о 15 субъектах федерации), можно понять ее перспективы.

Как и перспективы экспорта сельхозпродукции, который должен вырасти до 2024 года больше чем в два раза. Об этом шла речь в докладе Елены Тюриной. Однако на пути к этой цели стоят серьезные как внешние, так и внутренние барьеры. Если с внешними (а это в первую очередь заградительные ввозные пошлины) все более-менее понятно, то с внутренними нужно разбираться предметно.

С одной стороны, для развития экспорта в стране делается немало. Созданы специальные структуры для помощи экспортерам, в том числе Российский экспортный центр. Государство выделяет немалые средства для того, чтобы национальный бренд «Сделано в России» служил своеобразным ключом, открывающим двери внешних рынков. Однако, как считает президент Российского зернового союза Аркадий Злочевский,

главный барьер, препятствующий развитию экспорта, расположен именно у нас. В первую очередь это связано с отсутствием инструментария повышения конкурентоспособности нашей продукции. Мы можем произвести, а вот продать удается далеко не всегда.

Участники совместного заседания обменялись мнениями по реализации экспортного потенциала российского АПК, и поддержали предложение Елены Дыбовой еще раз обсудить этот вопрос на отдельном заседании. Кроме того, они рассмотрели особенности продвижения органической продукции на рынки и организационные вопросы.

### **Заседание «круглого стола» в Совете Федерации по вопросам продвижения сельхозпродукции на внешние рынки**

30 октября в Совете Федерации прошло заседание «круглого стола» на тему «О мерах по продвижению сельскохозяйственной продукции отечественных производителей на внешние рынки. Практика работы во Всемирной торговой организации. Проблемы фальсификации пищевой и сельскохозяйственной продукции».

Провел заседание председатель Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Алексей Майоров.

Сенатор напомнил, что в Послании Президента России Владимира Путина Федеральному

Собранию 1 марта 2018 г. одним из приоритетов был определен рост экспорта продовольствия на мировые рынки, прежде всего товаров высокого передела, до объемов, превышающих объемы его ввоза в страну. В Указе Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» поставлена задача в части создания в агропромышленном комплексе высокопроизводительного экспортно ориентированного сектора, достижения объема экспорта (в стоимостном выражении) продукции агропромышленного комплекса — 45 млрд долларов США в год, ориентации промышленной, аграрной и торговой политики, включая применяемые механизмы государственной поддержки, на достижение международной конкурентоспособности российских товаров (работ, услуг) в целях обеспечения их присутствия на внешних рынках.

В ходе заседания было отмечено, что реализация экспортного потенциала АПК позволит национальной экономике стимулировать производство конкурентоспособной на мировых рынках продукции АПК и экспортировать ее в значительных объемах по мировым ценам. Ключевым условием экспорта сельскохозяйственной и пищевой продукции является возможность доступа на новые рынки.

Участники встречи обращали внимание, что необходимо устранять торговые барьеры, обеспечивать выполнение санитарных и

ветеринарных требований для расширения доступа на внешние рынки, прежде всего, это перспективные рынки Китая, Индии, стран Юго-Восточной Азии, Африки, Персидского залива.

В ходе заседания было отмечено, что в настоящее время факторами, сдерживающими качественное увеличение объемов экспорта продукции АПК, являются недостаточность объемов производства сельхозпродукции, недостаточная ее конкурентоспособность, ограничения логистической инфраструктуры, в том числе дефицит мощностей по хранению сельхозпродукции, оптово-распределительных центров, специализированного подвижного состава, необходимость совершенствования системы ветеринарной и фитосанитарной сертификации продукции АПК, недостаточно эффективная система продвижения российской продукции на внешних рынках, нехватка квалифицированных кадров по ведению внешнеэкономической деятельности в сфере АПК.

По итогам обсуждения были приняты рекомендации в адрес Правительства РФ и профильных министерств.

### **ФАО провела «круглый стол» в МГИМО по случаю Всемирного дня продовольствия**

Искоренение голода, достижение продовольственной безопасности, улучшение питания и обеспечение устойчивости сельского хозяйства к 2030 году – дата, когда

заканчивается действие Повестки дня в области устойчивого развития до 2030 года - и роль России в достижении этих задач – находились в центре внимания участников круглого стола, состоявшегося 16 октября 2018 года в МГИМО по случаю Всемирного дня продовольствия.

«Нулевой голод» - это цель 2 из 17 Целей в области устойчивого развития (ЦУР), которые страны мира приняли в сентябре 2015 года для решения глобальных проблем, связанных с искоренением нищеты, голода и недоедания, изменением климата, обеспечением инклюзивного роста и устойчивым управлением природными ресурсами.

Организаторами мероприятия выступили Отделение Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО) для связи с РФ и Информационный центр ФАО при МГИМО. Круглый стол, модератором которого стал Главный эксперт-консультант Информационного Центра ФАО при МГИМО Игорь Щербак, прошел под лозунгом Всемирного дня продовольствия 2018 года «Наше будущее в наших руках».

В работе круглого стола приняли участие ректор МГИМО Анатолий Торкунов, и.о. руководителя московского офиса ФАО Агаси Арутюнян, директор департамента международных организаций МИД РФ Петр Ильичёв, директор департамента международного сотрудничества Министерства сельского хозяйства РФ Максим Маркович, директор по аграрной

политике ВШЭ Евгения Серова, академик РАН Ирина Донник, директор Информационного центра ООН Владимир Кузнецов, другие видные эксперты.

Заседание открылось показом видеообращения Генерального директора ФАО Жозе Грациану да Силвы, в котором руководитель Организации выразил обеспокоенность ростом числа голодающих и людей, страдающих от дефицита питательных микроэлементов и ожирения. Он призвал международное сообщество принять неотложные меры для исправления сложившейся ситуации.

Владимир Кузнецов, директор Информационного центра ООН, зачитал приветствие Генерального секретаря ООН Антониу Гутерриша. «Каждый из нас должен внести свою лепту в построение мира без голода. Это задача коллективная, и главное место здесь занимает ФАО и ООН в целом», - отмечалось в этом документе.

Агаси Арутюнян, и.о. руководителя московского офиса ФАО, выступая с презентацией «Проекты и партнерство ФАО для достижения нулевого голода», привел тревожную статистику: в 2017 году в мире 821 миллион человек страдал от голода, 1,5 миллиарда человек – от дефицита питательных микроэлементов, более 672 миллионов человек – от ожирения. От голода сейчас умирает больше людей, чем от малярии, СПИДа и туберкулеза вместе взятых. При этом, глобальные экономические потери от ожирения ежегодно составляют около 2 триллионов долларов США.

«Мы должны принять во внимание то, что концепция «Нулевой голод» не ограничивается только борьбой с хроническим недоеданием. Она направлена на обеспечение людей необходимыми питательными веществами для ведения здорового образа жизни. Нулевой голод подразумевает ликвидацию всех форм неполноценного питания», – отметил Арутюнян. В заключение Арутюнян поблагодарил Россию за активную и щедрую помощь и выразил надежду на продолжение сотрудничества с ФАО.

Максим Маркович, директор департамента международного сотрудничества Министерства сельского хозяйства РФ, отметил, что сотрудничество ФАО с Россией неуклонно расширяется и указал, что РФ входит в первую двадцатку стран-доноров Организации. Он подробно остановился на некоторых проектах, финансируемых РФ. Речь шла о проектах по борьбе с распространением устойчивости к противомикробным препаратам в ряде стран СНГ, по содействию странам Центральной Азии в сфере продовольственной безопасности, питания и сельского хозяйства, по Глобальному почвенному партнерству, по поддержке стран, пострадавших от вооруженных конфликтов, в частности, Сирии.

Евгения Серова, директор по аграрной политике ВШЭ, напомнила, что в России проблема искоренения голода давно решена. «Для нас важной является ЦУР 12, а именно, ответственное и рациональное потребление природных ресурсов. Мы

должны думать не о себе, а о наших детях, внуках и правнуках. И главное здесь – вопрос сокращения пищевых отходов. Зачастую власти решают проблему утилизации отходов вместо того, чтобы задуматься, как их сократить», – подчеркнула она.

Людмила Орлова, президент Национального движения берегающего земледелия, предложила решать проблему неполноценного питания за счет применения методов ресурсосберегающего сельского хозяйства, надлежащего контроля, обмена знаниями, создания экспериментальных площадок для проведения исследований. По ее словам, эти методы позволят повысить производительность и качество пищевых продуктов, а также снизить потери. «Государство и общество

должны стимулировать сельхозпроизводителя в целях повышения качества продукции через внедрение ресурсосберегающих и почвозащитных агротехнологий, обеспечивающих высокую производительность», - отметила она.

Участники круглого стола выразили удовлетворение состоявшейся дискуссией и согласились с тем, что решить проблему голода и неполноценного питания можно только сообща, коллективными усилиями. Они указали, что празднование Всемирного дня продовольствия – это хороший повод напомнить мировому сообществу о своих обязательствах в данной области.

## АНОНСЫ

### **XII МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ XXI ВЕКА»**

**Срок проведения:** 25 - 27 февраля 2019 г.

**Организаторы конференции:**

- Ассоциация предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД»
- ВНИИ кондитерской промышленности - филиал ФГБНУ «ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова» РАН

• Международная промышленная академия

**Генеральный спонсор:**

- Холдинг «Объединенные кондитеры»

**При поддержке:**

- Министерства сельского хозяйства РФ
- ФИЦ питания и биотехнологии

- ФГБНУ «ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова» РАН
- Союза производителей пищевых ингредиентов

**В программе конференции:**

- Современное состояние и перспективы развития кондитерской промышленности в странах ЕАЭС и за рубежом
- Нормативно-правовое регулирование внешней и взаимной торговли на единой таможенной территории
- Перспективы и проблемы развития экспорта кондитерских изделий
- Реформа технического регулирования стран ЕАЭС
- Техническая и технологическая модернизация отрасли
- Научное обеспечение производства кондитерских изделий в России. Научные принципы получения изделий с гарантированным составом, структурой и свойствами
- Новые предложения от производителей технологического оборудования
- Сырье, пищевые добавки и другие ингредиенты: инновации от производителей, новые возможности
- Программа разработки национальных и межгосударственных стандартов на кондитерские изделия и методы их испытания
- Качество и безопасность кондитерских изделий: обеспечение и контроль
- Упаковка и маркировка кондитерских изделий

- Маркетинг в кондитерской промышленности
- Информационное и кадровое обеспечение отрасли

**В рамках конференции предусмотрены:**

- Пленарные заседания и тематические фокус-сессии
- IX Международный смотр качества кондитерских изделий «Инновации и традиции»
- Выставка продукции, представленной на IX Международный смотр качества кондитерских изделий
- Выставка отечественных и зарубежных предприятий и фирм-производителей оборудования, сырья, пищевых добавок, вспомогательных и упаковочных материалов
- Выставка-продажа отраслевой научно-производственной и нормативно-технической литературы
- Деловые встречи, переговоры

**Справки и заявки:**

Заместитель заведующего кафедрой пищевых производств

Устинова Лариса Васильевна,  
тел./ф (495) 959-74-10,  
ustinova@grainfood.ru

Доцент кафедры пищевых производств

Маслова Анна Сергеевна, тел./ф  
(495) 959-66-52, maslova@grainfood.ru

Ведущий методист кафедры пищевых производств

Чибисова Елена Серафимовна,  
тел./ф (495) 959-66-86,  
chibisovaelena@grainfood.ru

Деканат - тел./факс (499) 235-95-79, dekanat@grainfood.ru

## **II БИЗНЕС-ФОРУМ «РАЗВИТИЕ ПРОИЗВОДСТВА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ – НОВЫЙ ФОРМАТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИНДУСТРИИ И МЕДИЦИНЫ»**

**Срок проведения: 22 - 23 мая**

**2019 г.**

Организатор:

- ФИЦ питания и биотехнологии
- Международная промышленная академия

**Справки и заявки:**

Заместитель заведующего кафедрой пищевых производств  
Устинова Лариса Васильевна,  
тел./ф (495) 959-74-10,  
ustinova@grainfood.ru

**При поддержке:**

- Совета Федерации ФС РФ
- Министерства сельского хозяйства РФ
- Министерства здравоохранения РФ
- Роспотребнадзора
- Министерства науки и высшего образования Российской Федерации

Заведующий учебно-методическим отделом  
Масальцева Ольга Ивановна,  
тел. (495) 959-71-01,  
masaltseva@grainfood.ru

Доцент кафедры пищевых производств

Маслова Анна Сергеевна, тел./ф (495) 959-66-52, maslova@grainfood.ru

В

едущий методист кафедры пищевых производств

Чибисова Елена Серафимовна,  
тел./ф (495) 959-66-86,  
chibisovaelena@grainfood.ru

Деканат - тел./факс (499) 235-95-79, dekanat@grainfood.ru

**В рамках бизнес-форума предусмотрено:**

- Выставка отечественных и зарубежных предприятий и фирм-производителей оборудования, сырья, ингредиентов, вспомогательных и упаковочных материалов для производства пищевых продуктов
- Деловые встречи и переговоры
- Выставка-продажа отраслевой научно-производственной и нормативной литературы

# ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

## Мировая и региональная политика

### **Эксперты ФАО снизили прогноз производства зерновых культур в 2018/19 году**

Эксперты Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО в своем декабрьском отчете несколько снизили прогноз мирового производства зерновых культур в 2018/19 году (с июля по июнь) – до 2,595 млрд. тонн в сравнении с 2,601 млрд. тонн по ноябрьской оценке, что на 2,4% (62,5 млн. тонн) уступает рекордному показателю в 2017/18 МГ (2,657 млрд. тонн).

В частности, аналитики понизили оценку мирового производства пшеницы в текущем сезоне - на 2,8 млн. тонн, до 725,1 млн. тонн, по причине снижения данного показателя для Турции и России.

При этом ожидается, что объемы мировой торговли пшеницей в 2018/19 году могут снизиться до 172,5 млн. тонн, что на 2,1% ниже показателя сезоном ранее, в основном за счет сокращения закупок зерновой Алжиром, Марокко и Индией.

Прогноз мировых конечных запасов пшеницы в 2018/19 году эксперты ФАО озвучивают на уровне 264,5 млн. тонн, что на 12% (на 4,4 млн. тонн) уступает рекордному показателю предыдущего сезона. Как уточнятся,

снижение запасов зерновой ожидается в ключевых странах-экспортерах.

Также отметим, что оценку производства фуражных зерновых в текущем сезоне эксперты снизили до 1,357 млрд. тонн, что на 3 млн. тонн уступает предыдущему прогнозу (1,360 млрд. тонн), а также значительно ниже показателя в 2017/18 МГ (1,391 млрд. тонн). В свою очередь, прогноз объемов мировой торговли фуражом был повышен на 1,5 млн. тонн - до нового рекордного показателя в 197 млн. тонн.

В частности, ожидается, что объемы мировой торговли кукурузой в 2018/19 году могут составить 157,2 млн. тонн (+1,4% в год) за счет высокого спроса ЕС. При этом в условиях активизации мировой торговли кукурузой конечные запасы зерновой по итогам сезона могут снизиться до 320,8 млн. тонн, что ниже ноябрьской оценки (321 млн. тонн), а также уступает показателю предыдущего МГ (366,2 млн. тонн).

### **USDA повысил прогнозы мирового производства и экспорта кукурузы в 2018/19 году**

Аналитики USDA в своем декабрьском отчете повысили прогноз мирового производства кукурузы в

2018/19 году на 1 млн. тонн в сравнении с оценкой предыдущего месяца - до 1,099 млрд. тонн, что на 23,7 млн. тонн превышает показатель минувшего сезона.

Как уточняется, прогноз был повышен для Украины – на 1,5 млн. тонн, до 35 млн. тонн, что также на 10,9 млн. тонн превышает показатель в 2017/18 году (24,1 млн. тонн) и является максимальным уровнем для страны за последние 5 сезонов. Кроме того, оценка производства зерновой была повышена для ЕС – до 60,4 (59,5; 62,1) млн. тонн. В свою очередь, снижение урожая ожидается в Канаде – до 13,9 (14,5; 14) млн. тонн и ЮАР – до 12 (13; 13,5) млн. тонн.

Мировые конечные запасы кукурузы по итогам сезона оцениваются в 308,8 млн. тонн против 307,5 млн. тонн по ноябрьскому прогнозу, что уступает показателю прошлого сезона (340,1 млн. тонн). Как уточняется, оценка данного показателя была повышена для США – до 45,2 (44,1; 54,3) млн. тонн и ЕС – до 6,7 (6; 9,8) млн. тонн, но снижена для Бразилии – до (9; 10,5; 9) млн. тонн и Канады – до 1,9 (2; 2,3) млн. тонн.

### **Годовой прирост мирового производства масличных культур в 2018/19 году превысит 20 млн. тонн**

Эксперты Oil World в своем декабрьском отчете прогнозируют мировое производство масличных культур в 2018/19 МГ на уровне 586,4 млн. тонн, что на 21 млн. тонн превышает показатель прошлого

сезона. При этом с учетом роста производства, а также снижения годового прироста мирового потребления масличных культур до 9,4 млн. тонн против 22,9 млн. тонн в 2017/18 МГ мировые конечные запасы маслосемян также могут увеличиться на 12,8 млн. тонн и составить 124,7 млн. тонн.

В частности, отмечается, что годовой прирост мирового производства соевых бобов может составить 25,2 млн. тонн при урожае 366,5 млн. тонн, что также выше ноябрьской оценки экспертов (365,8 млн. тонн). Однако уточняется, что в странах Латинской Америки наблюдаются неблагоприятные погодные условия, а именно - засуха в Бразилии и избыточные осадки в Аргентине, по причине чего аналитики Oil World могут провести корректировки прогноза урожая сои в указанных странах в следующем отчете.

Также эксперты повысили прогноз мирового производства семян подсолнечника до 52,3 млн. тонн, что на 2,8 млн. тонн выше показателя предыдущего сезона, благодаря наращиванию урожая масличной в Украине и России. Кроме того, эксперты ожидают, что в текущем сезоне переработка подсолнечника увеличится на 2,1 млн. тонн в сезон - до 47,1 млн. тонн.

В свою очередь, прогноз мирового производства рапса и канолы снижен до 63 млн. тонн, что уступает ноябрьской оценке экспертов (64,1 млн. тонн) и на 3,5 млн. тонн ниже валового сбора в прошлом сезоне (66,5 млн.

тонн). Сокращение данного показателя обусловлено проведением понижительных корректировок урожая рапса в ЕС (-2,3 млн. тонн в год), Канаде (-1 млн. тонн), Австралии (-1,4 млн. тонн) и Индии (-0,3 млн. тонн).

### **Эксперты повысили прогноз мирового производства и переработки семян подсолнечника в 2018/19 году**

Эксперты Oil World в своем декабрьском отчете повысили прогноз мирового производства семян подсолнечника на 0,3 млн. тонн в сравнении с предыдущей оценкой - до 52,29 млн. тонн, преимущественно за счет повышения данного показателя для России до рекордного уровня в 12 (+0,4) млн. тонн.

Также аналитики повысили оценку объема переработки семян подсолнечника в РФ в текущем сезоне - до 11,2 млн. тонн, что превышает показатель предыдущего сезона (10,7 млн. тонн).

Объемы переработки масличной по итогам сезона могут увеличиться также и в Украине - до 15,1 млн. тонн, при производстве на уровне 15,5 млн. тонн.

В целом, суммарный прогноз мировой переработки подсолнечника в 2018/19 МГ был повышен до 47,18 млн. тонн против 46,91 млн. тонн по ноябрьской оценке, что также превышает показатель прошлого МГ (44,71 млн. тонн).

### **Мировое производство семян льна в 2018/19 году может увеличиться**

В своем декабрьском отчете аналитики Oil World обнародовали первый прогноз мирового производства семян льна в 2018/19 МГ, которое может несколько превысить показатель предыдущего сезона и составить 2,61 млн. тонн против 2,56 млн. тонн в 2017/18 МГ.

В частности, аналитики ожидают повышения объемов валового сбора масличной в странах СНГ до 1,27 млн. тонн против 1,13 млн. тонн в предыдущем сезоне, что может стать максимальным показателем за последние 4 сезона.

В то же время, общее мировое предложение семян льна в текущем сезоне может снизиться до минимального уровня за последние 4 года по причине сокращения начальных запасов масличной до 0,38 млн. тонн против 0,49 млн. тонн в 2017/18 МГ.

Кроме этого, мировые конечные запасы семян льна по итогам текущего МГ также могут снизиться - до 0,33 млн. тонн в сравнении с 0,38 млн. тонн сезоном ранее.

### **Индекс мировых цен на продовольствие в ноябре снизился до минимума за последние 1,5 года**

По итогам ноября с.г. индекс мировых продовольственных цен, определяемый аналитиками ФАО, снизился до 160,8 пункта, что стало самым низким показателем, начиная с

мая 2016 г., и почти на 15 пунктов (на 8,5%) ниже показателя за соответствующий период прошлого года.

«Основным фактором указанного снижения в ноябре было значительное падение цен на растительное масло, молочную продукцию и зерновые. Наблюдалось также небольшое снижение цен на мясо, а цены на сахар выросли»,

Так, среднее значение индекса цен на зерновые составило 164 пункта, что почти на 1,7 пункта (на 1,1%) ниже октябрьского показателя и на 11 пунктов (на 7,1%) - среднего значения за ноябрь 2016 г.

«Большие объемы экспортных поставок способствовали снижению цен на пшеницу, а усиление экспортной конкуренции оказало влияние на снижение котировок кукурузы. Снижению экспортных котировок риса по-прежнему способствовало поступление на рынки продукции нового урожая, которое в определенной степени уравновешивалось спросом со стороны Филиппин и прогнозами сокращения производства ароматных сортов риса в некоторых ключевых странах-экспортерах», - поясняют эксперты.

Среднее значение индекса цен на растительные масла ФАО в ноябре составило 125,3 пункта, что на 7,6 пункта на (5,7%) ниже октябрьского показателя. При этом снижение значения данного индекса продолжается десятый месяц подряд, и в результате он достиг минимального за последние 12 лет уровня.

Падение индекса отражает снижение цен по всему сектору растительных масел. Мировые котировки пальмового масла заметно снизились в силу как сохранения больших складских запасов в ведущих странах-экспортерах, так и падения мировых цен на растительные масла в последнее время. В то же время цены на соевое и подсолнечное масло упали в связи с наличием значительных объемов предложения в США, ЕС и на нескольких новых рынках, а также ввиду хороших видов на урожай в Черноморском регионе», - пояснили в ФАО.

Индекс цен на мясо в ноябре незначительно снизился в сравнении с уровнем предыдущего месяца - до 160 пунктов, на молочные продукты - на 3,3%, до 175,8 пункта, тогда как на сахар вырос на 4,4% - до 183,1 пункта.

### **Ежегодно до 20% спроса на органическую продукцию остается неудовлетворенным**

В связи с тем, что спрос на органическую продукцию растет быстрее, чем предложение, ежегодно 15-20% спроса остается неудовлетворенным. Об этом сообщила представитель торговой компании ED Organics BV (Нидерланды) Елена Власова.

По ее словам, ежегодно рост рынка органической продукции ЕС составляет 10-15%, что предоставляет возможность казахстанским аграриям занять существующую нишу.

Эксперт также отметила, что на сегодняшний день основными

поставщиками органической продукции для компании являются Украина, Россия, Восточная Европа, Китай, а также страны Африки и Латинской Америки. Продукция реализуется на рынках Германии, Швейцарии, Италии, Нидерландов, Испании, США, Канады, стран Бенилюкс и Скандинавии.

Так, в 2017 г. компанией реализовано 63 тыс. тонн продукции, при этом в 2018 г. объем поставляемой продукции составит 95 тыс. тонн, а в 2019 г. может увеличиться до 140 тыс. тонн. При этом наибольший объем (38%) закупаемой продукции приходится на сою и жмых, также около 15% из общего объема составляет кукуруза, 13% - пшеница, 8% - подсолнечный жмых, 4% - ячмень и 12% - рожь, люпин, горох, нут и т.д.

### **ЕЭК утвердила проект измененных фитосанитарных требований для подкарантинной продукции**

Коллегия Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) одобрила проект решения совета комиссии о внесении изменений в Единые карантинные фитосанитарные требования, предъявляемые к подкарантинной продукции и подкарантинным объектам на таможенной границе и таможенной территории Евразийского экономического союза.

Проект предполагает уточнение требований к ввозимым и перемещаемым в странах союза семенному материалу растений, зерну,

семенам злаковых, бобовых и масличных культур и продуктам их переработки и т.д. Утверждаются требования к предприятиям, которые перерабатывают соевые бобы, зараженные пурпурным церкоспорозом, а также будут изменены нормы, касающиеся производства ряда видов подкарантинной продукции в зонах, свободных от карантинных вредных организмов.

«Это облегчит исполнение предпринимателями фитосанитарных требований при ввозе и перемещении в союзе товаров растительного происхождения. Таким образом, охраняя культурные растения от вредителей, комиссия упрощает торговые процедуры и снижает издержки бизнеса», - говорится в сообщении.

Отмечается, что совет ЕЭК может принять изменения уже в первой половине 2019 г.

### **Совет по сельскому хозяйству ЕАЭС определил приоритетные направления развития отрасли**

С целью углубления интеграционного развития агропромышленного комплекса Евразийского экономического союза (ЕАЭС) Совет рассмотрел и одобрил проект Плана мероприятий согласованной (скоординированной) агропромышленной политики государств-членов ЕАЭС.

Документ предусматривает выстраивание работы по снятию

ограничений во взаимной торговле семенами и племенной продукцией, развитию сотрудничества в рамках чувствительных сельхозтоваров, обеспечению продовольственной безопасности, формированию согласованных подходов в сфере органического сельского хозяйства, созданию евразийской сети оптово-распределительных центров, а также углублению интеграции в рамках основных направлений согласованной агропромышленной политики.

Принято решение определить в ближайшее время приоритетные экспортные направления, что поможет

сформировать перечень приоритетных торговых партнеров для заключения соглашений о свободной торговле.

Также в ближайшее время члены совета рассмотрят вопросы информационного взаимодействия в рамках интеграции существующих информационных систем в сфере формирования единой цифровой модели данных для обеспечения ветеринарного и фитосанитарного контроля и обеспечения безопасности производства пищевой продукции.

## Ближнее зарубежье

### **АПК Украины требует не менее 75 млрд гривен инвестиций в год**

По расчетам Института аграрной экономики, для развития сельское хозяйство Украины требует не менее 75 млрд гривен инвестиций ежегодно. Об этом рассказал директор института Юрий Лупенко на заседании президиума Национальной академии аграрных наук.

Отмечается, что наиболее активно в сельское хозяйство Украины инвестируют Кипр, Виргинские Острова, Германия, Дания и Великобритания. Больше всего иностранных инвестиций приходится на растениеводство – 86% и животноводство – почти 11%.

По словам Ю.Лупенко, для улучшения условий инвестирования сельского хозяйства необходимо поддерживать инновационную

деятельность производителей: обеспечить кредитную поддержку инновационных проектов, способствовать проектам в научно-технической деятельности, развивать международное сотрудничество, восстанавливать материально-техническую базу субъектов инновационной инфраструктуры агропромышленного производства.

«Институт аграрной экономики активно сотрудничает с бизнесом, предоставляет расчеты, предложения, аналитические данные, которые бизнес активно использует. Все научные учреждения должны идти этим путем, теснее сотрудничать с реальным сектором в направлениях внедрения инновационных проектов», - добавил президент Национальной академии аграрных наук Ярослав Гадзало.

## **Украина экспортирует около 80% всей произведенной органической продукции**

На сегодняшний день около 80% органической продукции, произведенной в Украине, реализуется на внешние рынки. Об этом рассказала соучредитель BIO ORGANIC FARM Светлана Вязловская.

Она отмечает, что за последние несколько лет Украина стала важным поставщиком органической продукции на западный рынок, в частности стран ЕС.

«Рынок органической продукции один из самых динамичных в мире. Ежегодно прирост органической продукции растет на 10-20%. Цены на здоровые продукты на полках европейских магазинов выше на 20-25% их аналогов традиционного производства. На Западе получить здоровую кормовую базу практически невозможно из-за малого количества посевных площадей и истощенности земли, поэтому сельхозпроизводители закупают органическое сырье в странах бывшего СССР, Латинской Америки, в Индии для производства органической, здоровой пищи», - пояснила эксперт.

## **Производство органической сельхозпродукции в Беларуси**

В Беларуси производством органической сельскохозяйственной продукции занимаются более 20 организаций, включая фермерские и личные подсобные хозяйства, сельскохозяйственные и другие

организации. Об этом заявил заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия Беларуси Владимир Гракун.

При этом 7 зарегистрированных организаций аккредитованы в Евросоюзе по выдаче сертификатов на производство органической продукции. В целом около 1,5 тыс. га сельскохозяйственных земель страны сертифицировано данными организациями.

«В последние годы органическое сельское хозяйство в Беларуси развивается в нескольких направлениях: создание законодательной и производственной базы, информирование и обучение специалистов, проведение научных исследований. Разработки включают вопросы растениеводства, животноводства, продуктов переработки, производства микробиологических препаратов, специализированной техники, изучение общих экономических вопросов и т.д. В дальнейшем планируется продолжить изучение международного опыта по развитию органического сельского хозяйства, работу по созданию национального законодательства и формированию гармонизированной нормативной правовой базы, соответствующей общепринятым международным нормам», - уточнил замминистра.

Напомним, что 9 ноября 2018 г. президент Беларуси Александр Лукашенко подписал закон №144-З «О производстве и обращении органической продукции», который

направлен на развитие производства органической продукции, обеспечение ею населения, рациональное использование природных ресурсов в процессе ее производства.

### **В Казахстане планируется создать представительство «Органик Стандарт»**

Важную роль в развитии органического производства в Казахстане играет привлечение международных органов сертификации. Так, достигнута договоренность о создании представительства «Органик Стандарт» на территории Казахстана, что может привести к снижению расходов на оказываемые сертификационные услуги. Об этом 29 ноября в ходе выступления на первой международной конференции Qazaq Organic Food сообщил ответственный секретарь Министерства сельского хозяйства РК Асылжан Мамытбеков.

По его словам, для развития органического производства на сегодняшний день утверждены национальные стандарты, определяющие требования к производству органической продукции и к органам подтверждения соответствия продукции, технические требования и требования к маркировке. Также был разработан зонтичный бренд «Qazaq Organic Food». Спикер отметил, что национальное регулирование должно быть гармонизировано с международными требованиями и формироваться с учетом ориентира на приоритетные рынки сбыта, так как экспортный потенциал Казахстана тесно

связан с производством органически чистой продукцией.

«Хочу выразить позицию министерства. Мы в целом заинтересованы в развитии органического земледелия и системы сертификации. На сегодняшний день существует мнение, что органическое производство дорогое, поэтому требует субсидирования с целью возмещения расходов. Да, производство дороже, но и цена такой продукции выше в 3 раза. Поэтому мы не должны возмещать расходы по принципу «дорого», а должны поддерживать то, что конкурентоспособно. Цена органически чистой пшеницы в 2, а то и в 3 раза выше на европейских рынках. Поэтому с нашей стороны не будет возмещения повышенных расходов, а поддержка будет оказываться по части распространения информации в данной сфере, сертификационной системы, в области нормативного регулирования», - уточнил А.Мамытбеков.

### **Емкость рынка органической продукции в Казахстане за последние 5 лет сократилась в 2 раза**

В 2017 г. емкость рынка органической продукции в Казахстане по сравнению с 2012 г. в долларовом эквиваленте сократилась в 2 раза - с \$630 млн. до \$315 млн. Об этом 29 ноября на первой международной конференции Qazaq Organic Food сообщил руководитель проекта «Экономика органического сельского хозяйства», академик НАН РК Владимир Григорук.

По его словам, несмотря на то, что за отчетный период население увеличилось на 1,2 млн. чел., количество потенциальных потребителей уменьшилось на 19%, так как качественно изменился и рацион населения, что свидетельствует об ухудшении основных показателей качества жизни. Так, дальнейшие прогнозы развития емкости рынка зависят от социально-экономического развития страны.

«Подчеркивая перспективность развития органического сельского хозяйства, в то же время не следует противопоставлять его существующей неоклассической индустриальной системе агропроизводства. Всегда будет необходим синтез или сбалансированное развитие обоих типов сельского хозяйства. Важно не впадать в крайность и не снижать, и тем более не отказываться от использования минеральных удобрений и средств защиты растений. Ведь масштабы и темпы органического земледелия пока сильно отстают от желаемых», - подчеркнул В. Григорук.

### **В Казахстане отсутствуют господдержка для снижения себестоимости органической продукции**

В Казахстане конкретные меры в виде государственных субсидий, которые могли бы повлиять на снижение себестоимости органической продукции, академик НАН РК Владимир Григорук.

«Экологические методы обработки земли не гарантируют высокой урожайности, а экопродукция дороже на 20-30%. Первоначально затраты на экотехнологии могут быть больше, чем на традиционные, на производство требуется значительное количество ручного труда и себестоимость получается более высокой. При этом фермер не имеет уверенности, что он реализует органическую продукцию по ценам, адекватным затратам на ее производство, а на внутреннем рынке органические сельхозпродукты практически не востребованы. Чтобы рисковать и «вкладываться» в такой бизнес, нужно иметь ресурсы, а подавляющее большинство наших фермеров сейчас достаточных ресурсов не имеют», - уточнил спикер.

По словам эксперта, за последние годы Казахстан незначительно увеличил как площадь, так и количество органических фермеров, несмотря на то, что более 50% пашни и 70% пастбищ не загрязнены и по естественным признакам пригодны для производства экологически чистой продукции. Кроме того, большинство посевов вообще не удобряются. Так, в 2017 г. удобрения вносились на 9% от общей посевной площади. Аналогичная ситуация и с обработкой посевов ядохимикатами, поскольку химическими средствами в основном удобряются овощи, картофель и технические культуры.

## **Органический лен из Казахстана пользуется наибольшим спросом среди импортеров**

Согласно агрегированным данным «Органик Стандарт», который сертифицирует большую часть органических производителей и экспортеров в Казахстане, последние 3 года в отгрузках за рубеж самой популярной органической сельхозкультурой является лен. Так, общий экспорт масличной урожая 2015-2017 гг. составил более 20 тыс. тонн (суммарно по клиентам «О.С.»), что составляет 92% совокупных объемов по всем с/х культурам. Всего же органических зерновых и масличных за отчетный период экспортировано 21,8 тыс. тонн на сумму около 12 млн. евро.

В частности, что касается географии поставок органических сельхозкультур, то урожай 2015-2017 гг. в основном отгружался в Германию – 64% суммарно за весь период. Далее в рейтинге стран-импортеров Нидерланды – 24%, Чехия – 8%, Польша – 3% и Австрия – 1%.

## **Казахстан и США намерены создать совместное предприятие по производству семян кормовых культур**

Американская компания Baumgartner Agriculture Science and Service (BASS) и казахстанская Kusto Group подписали меморандум о намерениях по созданию предприятия

по производству семян кормовых культур KAZSEED.

В реализацию проекта планируется инвестировать порядка \$25 млн. с дальнейшим увеличением. Основной целью создания совместного предприятия является обеспечение аграриев Казахстана качественными, адаптированными к климатическим условиям страны семенами, в долгосрочной перспективе - выход на рынок СНГ.

По словам заместителя премьер-министра Республики Казахстан - министра сельского хозяйства Умирзака Шукеева, производство высококачественных семян непосредственно повлияет на урожайность культур и станет основой роста кормопроизводства страны. Также использование казахстанскими фермерами качественных семян сможет значительно снизить себестоимость затрат аграриев и повысить рентабельность растениеводства.

## **Минсельхоз Молдовы намерен до 2021 года повысить конкурентоспособность сельхозпродукции**

В число приоритетных задач Министерства сельского хозяйства, регионального развития и окружающей среды Молдовы входит до 2021 г. повысить конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции. Об этом заявил министр сельского хозяйства Николае Чубук.

По его словам, после снижения цен на сельхозпродукцию в текущем году для увеличения инвестиций

планируется пересмотреть механизм предоставления субсидий на развитие инфраструктуры на этапе после сбора урожая. Тем не менее, планируется продление инвестиций в многолетние плантации, а также в развитие зоотехнического сектора и инфраструктуры на этапе после уборки урожая.

«Мы планируем приложить больше усилий для предоставления большего количества денежных средств этому сектору, чтобы таким образом увеличить наши инвестиции и способствовать решению проблем, связанных с рынком сбыта», - уточнил министр.

## Дальнее зарубежье

### **Турецкий Eximbank усилит поддержку экспорта сельхозпродукции**

Экспортный кредитный банк Турции Eximbank в рамках Программы сезонной кредитной поддержки до конца 2018 г. выделит турецким экспортерам сельхозпродукции \$200 млн. Об этом заявила министр торговли Турции Рухсар Пекджан.

По словам Р.Пекджан, сельское хозяйство имеет для Турции стратегическое значение с точки зрения занятости населения и развития промышленности. Поэтому Eximbank принял решение увеличить финансирование экспортно-ориентированных отраслей сельского хозяйства.

«В Турции действуют 12 представительств и 14 коммуникационных центров Eximbank, который придает важное значение максимальному использованию экспортными предоставленными возможностями. Eximbank оказывает активную поддержку компаниям-

экспортерам, организует визиты, встречи, различные семинары и курсы», - уточнила она.

### **Иран отменил сезонный запрет на импорт риса**

Иран с 28 ноября отменил действие сезонного запрета на импорт в страну риса. Об этом говорится в официальном письме, подписанном замминистра сельскохозяйственного развития Ирана Али Акбаром Мехрфардом.

Отметим, что правительство Ирана традиционно вводит указанный запрет в период уборки риса в стране в целях поддержки внутренних цен на зерновую.

В текущем году ограничение на поставки риса было введено в конце июля.

Иран ежегодно потребляет порядка 3 млн. тонн риса в год, из которых примерно треть импортируется, в основном, из Индии и Пакистана.

## **Индонезия планирует расширить географию рынков сбыта пальмового масла**

Индонезия планирует расширить географию рынков сбыта пальмового масла на фоне негативных настроений к поставкам продукта среди стран Евросоюза.

Напомним, что, по данным экспертов Oil World, с января по сентябрь с.г. экспорт пальмового масла из Индонезии в ЕС сократился до 2,8 млн. тонн против 3,05 млн. тонн в аналогичный период прошлого года.

В связи с этим министерство торговли Индонезии заинтересовано поставлять продукцию в страны Персидского залива, а именно в Саудовскую Аравию, Оман, Бахрейн, Кувейт, ОАЭ и Катар. Кроме того, среди стран Латинской Америки перспективным рынком сбыта масла Индонезия считает Чили, а среди стран Восточной Европы – Россию, Казахстан, Узбекистан и другие постсоветские страны. Среди стран Африки министерство торговли Индонезии планирует провести переговоры о поставке продукта в Мозамбик, Тунис, Марокко и Алжир.

Кроме того, министерство рассматривает возможность увеличить экспорт пальмового масла в Индию, которая в т.г. (январь-сентябрь), по

данным Oil World, закупила 4,5 млн. тонн масла (-19% в год), Пакистан – 1,5 млн. тонн (-4%) и Бангладеш – 1,1 млн. тонн (+21%).

## **Фермеры Нигерии требуют введения запрета на импорт кукурузы в страну**

Ассоциация производителей кукурузы Нигерии обратилась к правительству страны с требованием запретить импорт данной зерновой для поддержки внутреннего производителя.

Согласно оценкам ассоциации, объемы собственного производства кукурузы способны полностью обеспечить внутренние потребности страны в зерновой. В частности, в 2017 г. валовой сбор кукурузы в Нигерии оценивается в 15 тыс. тонн, а в текущем году – в 20 млн. тонн при годовом потреблении на уровне 8 млн. тонн.

При этом отмечается, что представители ассоциации также выступили с предложением к импортерам кукурузы закупать не кукурузу, а ее семенной материал, чтобы оказывать поддержку местным фермерам и стимулировать внутреннее производство зерновой.

*По материалам  
информационного агентства  
«АПК-Информ»*

# РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

## ОБЪЕДИНЕНИЕ КРАСНОДАРСКИЙ ЧАЙ



Компания «Объединение Краснодарский чай» была создана в 2014 году. На сегодняшний день продукция объединения представлена на полках крупнейших ритейлеров по прямым федеральным контрактам. Также ведется большая работа по представленности нашей продукции на полках региональных локальных сетей. Сегодня нашу продукцию можно увидеть в 57 региональных сетях.

На сегодняшний день объединение выпускает 45 наименований продукции под торговыми марками «Краснодарский», «Домбайский» и «Краснополянский». Также мы выпускаем ассортимент сувенирной и подарочной продукции.

Целью создания данного предприятия было объединение всех чайсовхозов, которые занимаются выращиванием краснодарского чая на территории Большого Сочи, возрождение уникальной чаеводческой отрасли в России, сохранение, популяризации торговой марки «Краснодарский чай» на внутреннем и зарубежном рынках.

Одним из партнеров объединения стал Солохаульский чайсовхоз. Его чайные плантации расположены в субтропической заповедной, экологически чистой зоне среди горных массивов Кавказского горного хребта. Именно там был высажен первый чайный куст в 1901 году Иудой Кошманом.

Именно с этих плантаций собирается урожай и делается легендарный советский купаж. Компания является автором и инвестором проекта по строительству «Сочинского агропромышленного

комплекса», в котором будет организован полный технологический цикл производства – от выращивания и сбора чайного листа до расфасовки готовой продукции.

Производственные мощности будут оснащены современными

линиями по переработке и производству черного, зеленого и гранулированных чаев. Планируемый объем к 2019 году будет составлять около 30 тонн зеленого листа в сутки.

### **Проект «Сочинского агропромышленного комплекса»**



Проект также предусматривает строительство гостинично-спортивного комплекса, дегустационных чайных домиков и гостиницу чайного агротуризма. Проект должен окупиться через семь лет.

«Объединение Краснодарский чай» стало инициатором создания Первого чайного кооператива в России. Впервые с советских времен чаеводы Кубани решили объединиться.

На сегодняшний день в кооперацию вошли ОАО «Солохаульский чай», ЗАО «Хоста чай». В Сочи были подписаны документы о

создании сельскохозяйственного потребительского снабженческо-сбытового и перерабатывающего кооператива «Краснодарский чай».





Задача всего коллектива «Объединения Краснодарский чай» - это контроль качества и безопасности выпускаемой продукции - как визитной карточки Краснодарского края. Над ее решением работает штат

высококвалифицированных специалистов. Технологи и титестеры постоянно работают над расширением ассортимента выпускаемой продукции.





Продукция «Объединения Краснодарский чай» неоднократно становилась победителем и призером международных выставок. Наша продукция является обладателем звания «Лучший продукт года-2017» в

рамках международной дегустационной выставке «Продэкспо-2017» и отмечена 7 золотыми медалями. В этом году чай черный ручного сбора привез на Кубань высшую награду – Гран-При «Лучший продукт -2018».



## НАСТОЯЩИЙ ПОДАРОК АЛТАЯ



Алтай – прекрасный край, наполненный силою величественных гор, сверканием чистейших рек, простором целительных озер и бескрайних полей, ароматом холмистых лугов и потрясающей глубины истории человеческой.

Алтай – это царство чистой природы и настоящих продуктов.

Алтай – это подарок.

Коллектив «Студия 3» на протяжении 15 лет разрабатывает комплексы подарочной продукции, которые максимально являются отражением Алтая и сохраняет натуральность продуктов.

«Душа Алтая» - это подарочные наборы, в которых объединяются основные направления народных промыслов жителей Алтая, максимально сохраняются природные качества продуктов и натуральность упаковки.

Содержимое наборов функционально и объединяет основные направления народных промыслов:

- бочонок выточен из цельного куска липы, обработан настоящим пчелиным воском;

- мед для коллекции "Душа Алтая" фасуется вручную без подогрева;

- травяные сборы эксклюзивно разработаны для коллекции подарков "Душа Алтая";

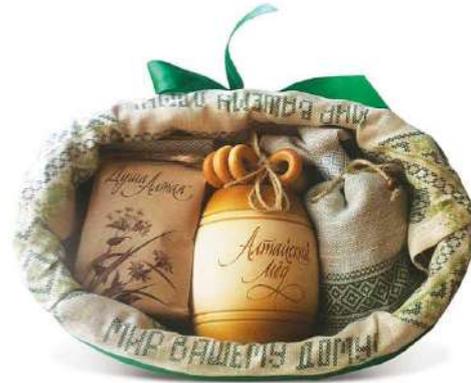
- глиняные изделия сделаны из красной глины и обработаны пищевой глазурью;

- и даже ложемент разработан на основе натуральных материалов - льняной мешковины и сизалевого волокна.

Подарок из коллекции «Душа Алтая» – это эксклюзив, который вы презентуете своим деловым партнерам и близким людям.



Упаковка каждого отдельного подарка уникальна и является отражением креативных производственных и дизайнерских решений «Студия 3». В линейку продукции «Душа Алтая» входят категории подарков от эконом до VIP вариантов.



Набор является отражением русских традиционных продуктов. На конкурсе было отмечено, что набор - Русский лесной чай «Шиповник и лист смородины» - это наиболее устойчивое сочетание на основе трав и ягод, которое сложилось за многие века на Руси.



Подарочная коллекция «Душа Алтая» является победителем краевого конкурса «Сувенир года 2015» в номинации «БРЕНД АЛТАЯ».

Также необходимо отметить, что набор «Душа Алтая» - «Золотая» был удостоен второго места во Всероссийском фестивале-конкурсе «Туристический сувенир».



В 2016 году был реализован проект новой коллекции подарков «Достояние Алтая». Коллекция представляет собой отображение всех красот Алтайского края.

Сегодня в планах компании "Студия 3" реализация новых интересных идей и замыслов.

## ХОЛДИНГ «АЛТАМАР»

Оздоровительный центр «Легенды Алтая» холдинга «Алтамар» (Алтамар — от слов **Алтайский марал**) расположен в мараловодческом комплексе «Никольское» Алтайского района Алтайского края.



Площадь маральника почти 4500 га.

Здесь содержатся более 1100 животных.



На территории работают два круглогодичных гостиничных комплекса.

Основная оздоровительная процедура в центре «Легенды Алтая» - натуральные пантовые ванны с использованием концентрата пантового отвара из свежесрезанных или замороженных пантов марала.



Залогом высокого качества пантовой продукции является прежде всего использование сырья собственного производства. Это пищевые и биологически активные добавки к пище из пантов и концентрата крови маралов, панты в меду, пантовые фитобальзамы, пантовые ванны для использования в домашних условиях и т. д.

В настоящее время показано благотворное воздействие пантовых ванн на омоложение организма, снятие физической усталости и умственного переутомления, повышение иммунитета.

Рекомендовано применение процедур при заболеваниях опорно-двигательного аппарата, при нарушении сна, ожирении и нарушении обменных процессов.

В 2012 году Российским обществом врачей восстановительной медицины РАМН (г. Москва) разработана комплексная программа оздоровления и активного долголетия «Алтай-SPA», куда вошли результаты исследований центра «Легенды Алтай» холдинга «АЛТАМАР».



После принятия процедур для восстановления водного баланса организма весьма полезны прохладные и горячие напитки с безалкогольными пантовыми фитобальзамами серии «Легенды Алтай».



Для повышения резервов физического и психического здоровья даже у практически здоровых лиц после длительного психоэмоционального перенапряжения, хронического стресса или физических нагрузок рекомендовано применение алтайского мёда с пантами.

Повышению защитных сил организма, умственной и физической работоспособности, замедлению процессов старения способствуют продукты глубокой переработки сырья пантового мараловодства. Это

«Пантогематоген «Дар Алтай» жидкий», пантогематоген сухой в капсулах «Алтамар-1» и «Пантомар-С» в капсулах «Легенды Алтай».



Предприятия холдинга «Алтамар» выпускают пантовую продукцию на основе высококачественного сырья собственного производства. Номенклатура насчитывает более 30 наименований.

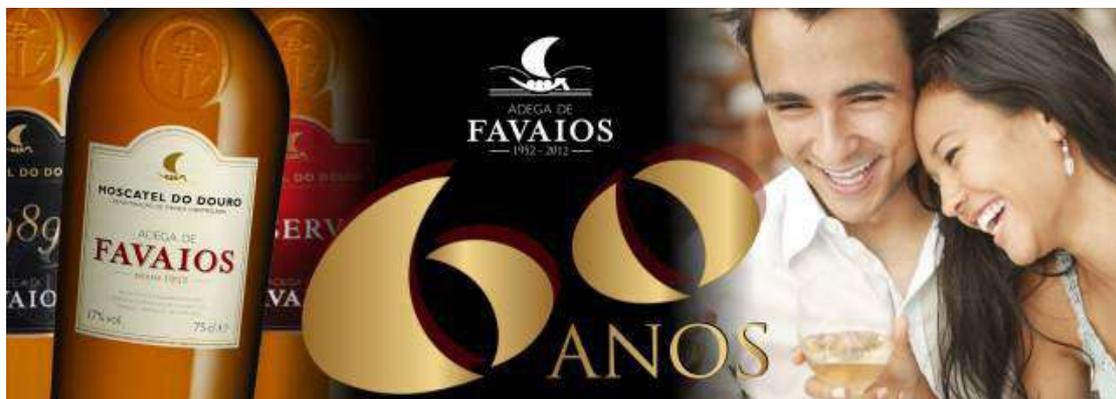


Из них можно особенно выделить продукты отмеченные золотыми медалями Международного конкурса качества «Лучшие товары и услуги — ГЕММА» (г. Новосибирск), проводимого между предприятиями Казахстана, Китая, Поволжья, Урала, Сибири и Дальнего Востока.

## НАШИ ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

*Представляем Вашему вниманию зарубежные компании, заинтересованные в продвижении на российский рынок*

### ADEGA DO FAVAIOS



История португальской винодельни Адега ду Фавайуш теряется в веках. Её название происходит от слова «Флавиус». Так называлось древнее римское поселение, которое расположилось в регионе Паноиаш. И его история тесно переплелась с историей наших королевских династий.

В 1211 году король Дон Афонсу II пожаловал этому поселению вольную грамоту. В 1270 году Дон Афонсу III вручил жителям этого местечка первую королевскую грамоту, позволяющую учредить Совет и закрепляющую законы. В 1284 году Дон Диниш подтвердил право жителей на эту привилегию, которая была возобновлена в 1514 году решением Дона Мануэля. Фавайуш была административным центром до 1853 года.

Именно в этом поселке в 1952 году была основана винодельня Адега де Фавайуш, которая прославилась на всю страну. И именно в винодельческом

регионе Алту-Доуру производятся уникальные вина, принесшие известность Адега ду Фавайуш, в частности знаменитые аперитивы и москатель.

#### **АДЕГА ДУ ФАВАЙУШ**

580 членов организации.

Приблизительная площадь виноградников – 1000 га

Высота расположения виноградника – от 300 до 650 метров над уровнем моря.

Среднегодовой объем производства винограда – около 7500 тонн

В среднем в год производится 5,7 миллионов литров вина. Из них:

- 3 миллиона литров москателя
- 1,2 миллиона литров портвейна
- 1,3 миллиона литров красного вина
- 0,7 миллиона литров белого вина

#### **Контактная информация:**

[www.adegadefavaios.pt](http://www.adegadefavaios.pt),

[www.favaito.pt](http://www.favaito.pt)

[manuelamonteiro@adegadefavaios.com.pt](mailto:manuelamonteiro@adegadefavaios.com.pt)

# MIGUELS WINES



## MIGUELS

MIGUELS ассоциируется с почти 100-летней семейной традицией.

Мы предлагаем широкий ассортимент вин из основных регионов производства Португалии: Дору и Порту, Байрада, Дау, Виньюш Вердеш.

Мы ориентируемся на производство высококачественных вин с очень хорошим соотношением цена-качество.

В портвейнах наша линейка простирается от традиционных Тони Порт, Руби и Розе до 10, 20, 30 и 40 лет, имея, кроме того, обширный ассортимент старых портвейнов, начиная с 1947 года и до наших дней.

Мы, по сути, один из немногих, кто может предложить очень качественные старые порты.

В MIGUELS мы гордимся нашей семейной историей с ее трудностями и успехами, И хочется думать, что все приходит на благо, и мы рады, что вы можете попробовать немного нашей семейной истории в бутылке ..

MIGUELS is associated with a almost 100 years old family tradition.

We offer a range of wines from the major producing regions of Portugal: Douro and Porto, Bairrada, Dão, Vinhos Verdes.

We are focused on producing high quality wines with very good price-quality relationship, benefiting from na experienced team.

In Port wines, our range extends from traditional Tawny Port, Ruby and Rosé, to the blends of 10, 20, 30 and 40 years, having, in addition, an extensive range of old Ports, dating from 1947 to the present day.

We are, in fact, one of the few that can offer very high quality Old Ports.

In Miguels we praise our family history with it's difficulties and successes,

And like to think that everything comes for good and we are delighted you can taste a bit of our family history in a bottle...



## NICOLA И CHAVE D'OURO



Nicola и Chave D'Ouro - два из самых старых и известных португальских брендов, первый из которых существует с 1789 года, а второй - с 1916 года. Рождение обеих марок происходит от традиционных кофеен в центре Лиссабона, где ежедневно жарили кофе. Сегодня мы принадлежим к Massimo Zanetty Beverage Group, и мы являемся ведущим поставщиком горячих напитков и крупным игроком на рынке кофе в Португалии, где оба бренда имеют важное признание и долю на рынке. Наша основная деятельность включает обжаривание, измельчение, упаковку и распределение.

Наиболее значимые ценности брендов тесно связаны с опытом, инновациями, взаимоотношениями, этикой и преданностью. Оба бренда ориентированы на развитие кофейного бизнеса, создание решений, которые

*Nicola and Chave D'Ouro are two of the oldest and famous Portuguese brands, the first existing since 1789 and the second since 1916. The birth of both brands goes back to traditional coffeehouses in the downtown area of Lisbon that roasted coffee daily. Later both invested in production units and in the commercialization of coffee. Today we belong to Massimo Zanetty Beverage Group and we are a leading service provider of hot drinks and a major player in the Portuguese coffee market where both brands have an important recognition and market share. Our main activities include roasting, grinding, packaging and distribution.*

*Nicola and Chave D'Ouro have countrywide coverage and multichannel distribution reaching over 10.000 clients with over 1 million coffees served every day. The most relevant values of the brands are strongly linked to*

привлекают потребителей и приносят прибыль, благодаря опыту, качеству продукции, гибкости и истинному духу делового партнерства. Благодаря разнообразным кофейным смесям с различной интенсивностью и особенностями мы имеем сегментированные портфели в зависимости от канала, на котором мы работаем.

За последние три года сегмент капсул вырос, и Nutricafés сегодня является одним из лидеров в капсулах, которые совместимы с кофеварками Nespresso \* и Dolce Gusto \*. На внутреннем рынке мы являемся лидерами с долей рынка более 40%.

Сегодня мы присутствуем в более чем 30 странах мира через дистрибьюторов или соответствующих партнерских отношений со значительными розничными сетями. Наша ориентация на международные рынки очень важна, и обе марки планируют продолжать инвестировать в присутствие за рубежом. Наши традиции и знания в обжаривании и смешивании кофе различного происхождения были высоко оценены, и мы помогаем растущим интересам во всем мире, особенно в нашем кофе эспрессо.

\* Бренд, зарегистрированный компанией, не связанной с Nutricafés, SA.

*Experience, Innovation, Relationship, Ethics and Dedication. Both brands are focused on developing the coffee business, creating solutions that attract consumers and generate profitability, through experience, quality of products, flexibility and true spirit of business partnership. Through a variety of coffee blends with different intensities and features, we have segmented portfolios depending on the channel where we are operating.*

*In the last three years the capsule segment has grown and Nutricafés is today one of the leaders in capsules that are compatible with Nespresso\* and Dolce Gusto\* Coffee machines. In the domestic market we are leaders with more than 40% market share.*

*The focus on exportation has been more relevant in the last years and today we are present in more than 30 countries worldwide through distributors or relevant partnerships with significant retail chains. Our focus on the international markets is very important and both brands plan to continue investing in a presence abroad. Our tradition and knowledge in roasting and blending coffee of different origins as been greatly appreciated and we assist a worldwide growing interest especially in our espresso coffee.*

*\*Brand registered by a company not related with Nutricafés, SA.*

# НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

## МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОРТУГАЛЬСКИХ НАПИТКОВ И ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ SISAB PORTUGAL 2019



Национальный союз экспортеров продовольствия организует делегацию российских деловых кругов для поездки на 24-ый выпуск SISAB PORTUGAL 2019 – Международной Выставки Португальских Напитков и Продуктов Питания – будет проводиться с 25 по 27 февраля 2019 г. в выставочном павильоне «Altice Arena» в г. Лиссабон, Португалия.

Это крупнейшая выставка престижных продуктов и брендов наивысшего качества, предназначенная для международного рынка, где представлены около 500 португальских экспонентов из 28 отраслей: Вина, Алкогольные и Безалкогольные напитки, Рыба и морепродукты, Мясо, Молочные продукты, Кондитерские изделия, Фрукты и Овощи, Био-продукты, и пр. Также, для дополнения Вашего опыта на выставке, предлагаются такие сопутствующие отрасли как Посуда, Столовые приборы, Пластик и аксессуары, Логистика и Транспорт.

Эта инициатива признана международным рынком как «Крупнейшая ежегодная встреча в секторе, специализирующемся на импорте португальских продуктов питания». Допуск на выставку ограничен для зарегистрированных

профессиональных участников и закрыт для общей публики с целью создания эксклюзивной деловой обстановки, что выгодно для всех присутствующих.

Допуск на выставку ограничен для зарегистрированных профессиональных участников и закрыт для общей публики с целью создания эксклюзивной деловой обстановки, что выгодно для всех присутствующих.

Выставку посетят 1.600 международных покупателей, представляющих все основные рынки, импортирующие португальские напитки и продукты питания. Участие в выставке дает возможность познакомиться с 500 национальными экспортными компаниями: производителями, администраторами, коммерческими менеджерами и директорами по маркетингу португальских компаний.

На выставке будут работать переводчики с английским, португальским и русским языком.

*Информацию о льготных условиях участия российских представителей в предстоящей поездке на выставку можно получить по тел (495) 354-39-08, e-mail: nfeu2000@mail.ru*



Вторая международная российско-узбекская промышленная выставка «EXPO-RUSSIA UZBEKISTAN 2019» будет проходить с 24 по 26 апреля 2019 года во Дворце творчества молодежи, пр. Мустакиллик, д. 2, г. Ташкент, Узбекистан.

Ожидается участие делегации правительств двух стран, руководителей субъектов Российской Федерации и областей (туманов) Республики Узбекистан, руководителей муниципальных образований, представителей деловых кругов, а также аккредитованных в Узбекистане членов дипкорпуса.

Организаторами выставки являются ОАО «Зарубеж-Экспо» и Международная ассоциация фондов мира (МАФМ) с российской стороны и Торгово-промышленная палата Республики Узбекистан с узбекской стороны. Мероприятие проводится при поддержке МИД РФ, Минпромторга России, Минэкономразвития, Минсельхоза, других министерств и ведомств России и Узбекистана, а также Посольства и Торгового представительства России в Узбекистане, Посольства Узбекистана в России, под патронатом ТПП РФ и Московской торгово-промышленной палаты.

Более двухсот компаний из разных регионов Российской

Федерации, Республики Узбекистан и других стран Центральной Азии будут участвовать в выставке. На выставке будут представлены различные отрасли промышленности, в том числе энергетика, нефть и газ, машиностроение, металлургия, строительство, транспорт, телекоммуникации и связь, агропромышленный комплекс, химическая промышленность, медицина и фармацевтика, образование и наука и другие.

На полях выставки состоится Ташкентский бизнес-форум, контактно-кооперационная биржа в формате B2B, шесть круглых столов по основным отраслям с участием министерств. Выставку сопровождает обширная культурная программа. В рамках культурной программы состоится Фестиваль «Свидание с Россией» и флористическое шоу.

Выставка организуется с целью содействия дальнейшему развитию торгово-экономических связей между Россией и Узбекистаном и другими странами, диверсификации форм и направлений экономического сотрудничества, расширения сотрудничества в социально-гуманитарной сфере.

Тел/факс: +7 (495) 721-32-36  
info@zarubezhexpo.ru  
www.zarubezhexpo.ru

## **САММИТ «АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ» «Протеин: вчера, сегодня, завтра. Эволюция белковых ресурсов животного и растительного происхождения. Еда будущего»**

Саммит-2018 состоялся, в этот раз площадкой для проведения Саммита стал выставочный комплекс ВДНХ, где в рамках деловой программы выставки «Золотая Осень» и при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации прошло мероприятие.



Открыл Саммит Мамиконян Мушег Лорисович, известный в аграрном мире эксперт и Председатель Совета Премии им. П.А.Столыпина. Он сказал, что Саммит – это первая часть большой майской конференции, так как производство белка – животного и растительного происхождения, производство кормовых культур и производство белков из насекомых – и для кормления животных, и для питания людей – вопросы всеобъемлющие, глобальные.

Затем с большим докладом выступил представитель Рабобанка – г-н Нан-Дирк Мюлдер, руководитель направления исследований пищевых продуктов и агро-индустрии. Он сделал

обзор мирового рынка производства и потребления белков животного и растительного происхождения.

Ключевые выводы – в ближайшие десятилетия мировой спрос на животный протеин вырастет на 35%. Протеин из мяса птицы – находится на первом месте по потреблению, но все виды протеина продолжают свой рост, включая альтернативные источники. Производство в России переходит на новую стадию развития – становится более диверсифицированным, более эффективным, и более ориентированным на международный рынок.

Два спикера от Совета по экспорту сои США (USSEC) – партнера Саммита – углубились в тему протеина с точки зрения кормления животных. Д-р Яни Кихайя, консультант USSEC, Президент Румынского союза производителей комбикормов в своем докладе "Настало время достичь большего при наименьших затратах» рассказал и привел научные обоснования, как получить дополнительную пользу из обычных, альтернативных и новых белковых ингредиентов при устойчивом и прибыльном кормлении животных и птицы. Он особо подчеркнул, что при всем разнообразии существующих источников белка сегодня соя

продолжает оставаться золотым стандартом растительных белковых ингредиентов, используемых в кормлении животных.

Вслед за ним д-р Ян ван Эйс, консультант USSEC, Президент компании GANS Inc. в докладе "Оценка качества и использование энергии ингредиентов корма – не все ингредиенты созданы одинаковыми" рассказал о мировом производстве комбикормов и значении сои для современного кормопроизводства, а также рассказал о разнообразии и свойствах существующих кормовых соевых ингредиентов. Он обратил внимание слушателей на то, что соевые шроты, произведенные в разных странах, значительно различаются переваримостью аминокислот и имеют разные показатели энергии, что очень важно правильно учитывать при составлении рецептов для достижения эффективного кормления животных при наименьших затратах.

Далее Долженков Андрей – представитель компании Cargill и участник рабочей группы Минсельхоза по мониторингу рынка мясокостной муки сделал обзор современной ситуации и ценовой политики на эти ингредиенты.

От традиционных источников протеина плавно перешли к альтернативным – с интересной презентацией выступил Абалакин Игорь, технический директор компании «Энтопротек», который рассказал об опыте компании в Пензенской области по выращиванию насекомых – мухи «Черная львинка» - в качестве ингредиента кормовых добавок.

Компания – молодая, однако уже проведено 400 экспериментов, получен 1 патент, 4 заявки на экспертизе в Роспатенте и более 25 заявок в разработке.

Финальным аккордом стало выступление Павла Данилова, управляющего партнера фонда «Агротех» Сколково венчурс. Павел сделал обзор венчурной активности в сегменте «альтернативный протеин» в России и в мире по категориям «белок из насекомых», «белок из бактерий + газ», «белок из водорослей» и «функциональная еда». В России все это пока находится в стадии «прорастания», тогда как в остальном мире можно говорить уже об «активном росте и цветении», так что есть - куда расти и развиваться российским компаниям.

Саммит закончился на высокой ноте – благодарности, обмена опытом и мнениями. Темы были затронуты интересные и животрепещущие – что будет с кормлением животных и питанием населения завтра и в далеком будущем. Мы, тем временем, уже начинаем формировать деловую программу и собирать предложения от топовых спикеров выступить по той или иной проблематике. Поэтому, приглашаем всех, кому не безразличны вопросы качества белка и источников белка «сегодня и завтра» продолжить диалог в рамках деловой программы майской выставки "Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия Холода для АПК", которая пройдет 28-30 мая 2019 г. в «Крокус Экспо».



## **«МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ. КУРИНЫЙ КОРОЛЬ. ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА ДЛЯ АПК 2019» ОТКРЫВАЕТ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

Международная выставка «Мясная промышленность. Куриный король. Индустрия холода для АПК» впервые открыла свои двери для российских и иностранных участников в 2001 году.



2004 год стал годом, когда «Асти Групп» и VNU Exhibitions Europe представили VIV в России. В течение более 10 лет команда VIV по всему миру в рамках VNU Exhibitions Europe в Утрехте содействовала международным компаниям – производителям мяса птицы, яйца, свинины и поставщикам оборудования, кормов и ветпрепаратов в их торговле с Россией. «Асти Групп», возглавляемая Наринэ Багманян, со

своей стороны обеспечивала участие российских компаний в VIV Russia.

«Мы создали сильный российский фундамент с широкой поддержкой выставки», - комментирует Наринэ Багманян, руководитель «Асти Групп», – «и мы намерены совершенствовать этот проект в дальнейшем, сделав его масштабным выставочным мероприятием, где российские и зарубежные компании смогут познакомиться с инновациями, провести переговоры и найти оптимальные решения для развития аграрного сектора экономики».

В 2017 году выставку посетило 7500 специалистов отрасли из 79 стран мира, при этом посетители из России приехали на выставку из 73 регионов.

Следующая выставка «Мясная промышленность. Куриный король. Индустрия холода для АПК» пройдет в выставочном центре «Крокус Экспо» в Москве 28-30 мая 2019 года.

Площади активно бронируются экспонентами, потому что агропромышленный рынок в России динамично развивается: больше

собирается зерна, заготавливается кормов, растет производство мяса КРС, свинины, птицы, производство яиц, увеличиваются надои молока. По данным Росстата, АПК растет в среднем на 2,5% в год.

Ежегодно запускаются инвестиционные проекты на несколько миллиардов рублей по строительству новых комплексов на всей протяженности России: от Калужской области до Сахалина.

Новые бизнесы нуждаются в оборудовании, сырье: микро- и макро-компонентах, ветпрепаратах, а также – технологиях: в решениях по переработке, упаковке и доставке сельскохозяйственной продукции до потребителя. Возможно, у иностранных компаний есть эти решения, но они не знают, где и как заявить о себе. И наша выставка призвана им в этом помочь.

Агропродовольственный сектор развивается очень активно – как глобально, так и локально. Наша выставка – традиционно представляет все новинки агротехнологий: как российские инновации, так и зарубежные технологии, о которых ещё не знают в России.

На сегодняшний день представят себя и свои технологии для АПК на выставке в мае компании из Бельгии, Германии, Дании, Израиля, Индии, Ирана, Испании, Италии, Китая, Литвы, Нидерландов, Польши, России, Сербии, США, Турции, Франции, Чехии, Швеции, Южной Кореи, Японии.

Что нового планируется представить на выставке в мае 2019 года:

- **ИННОВАЦИИ.**

Выставка оперативно реагирует на изменения в агросекторе и дополняет экспозицию необходимыми решениями для отрасли. К майской выставке уже приглашены компании с **НОВЫМИ** технологиями.

Не секрет, например, что сейчас на предприятиях остро встает вопрос о безопасности производства продукции и снижении себестоимости, а также переработке и упаковке продукции для быстрой доставки до потребителя.

На выставке будут представлены компании, предлагающие новые технологические решения и для качественной переработки, и по доставке продукции до прилавка или до ресторана.



- **САММИТ.**

В рамках деловой программы будет проведен Саммит «Протеин: вчера, сегодня, завтра», где будет продолжен диалог, начатый осенью, о белковых ресурсах для питания людей и кормления животных.

Какая государственная программа или государственная поддержка нужна, чтобы производство мяса крупного рогатого скота в России было эффективным? Насекомые – как

новый альтернативный источник протеина. Что будет с белком в 2050 году – эти и другие актуальные темы будут обсуждаться на Саммите.

- **ROUNDTABLE AREA.**

Впервые будет создано бизнес-пространство для проведения переговоров – Roundtable Area, где компании смогут назначать встречи своим партнерам и за чашкой кофе обсудить деловые вопросы.

Данная услуга предоставляется на платной основе. Заявку на проведение переговоров с указанием даты и времени можно будет подать заранее через сайт выставки.



- **DISCOVER RUSSIAN CUISINE.**

Впервые на выставке будет представлено уникальное профессиональное гастрономическое шоу Discover Russian Cuisine, старт которому компания «Асти Групп» дала в Москве в 2017 году, а в 2018 году проект вышел на международный уровень и уже с успехом прошел в Италии, Германии, Франции, а в ноябре состоялся и в Китае!

Цель данного проекта – повышение узнаваемости и популяризация российских продуктов посредством приготовления блюд

высокой кухни именитыми шеф-поварами из разных стран мира.

Блюда готовятся из российских продуктов, предоставленных компаниями-участниками данного проекта.

Участие в этом проекте помогает российским производителям не только раскрыть свой экспортный потенциал, но и найти полезные контакты для развития бизнеса в сегменте HoReCa!

Также для данного проекта будут приглашены категорийные менеджеры торговых сетей Москвы и регионов, которые смогут ознакомиться с представленной продукцией предприятий-производителей на специальной площадке проекта – Гастромаркете.



«Мясная промышленность. Куриный король. Индустрия холода для АПК» – это посредник между Вами и Вашим бизнесом. До выставки остается всего 7 месяцев. Не упустите свой шанс стать участником этого уникального мероприятия!

*Пресс-служба  
выставочной компании  
«Асти Групп»*



# КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК И МЕРОПРИЯТИЙ 2019-2022

VIV Asia 2019	13-15 марта 2019 Бангкок, Таиланд
МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК	28-30 мая 2019 Москва, Россия
САММИТ Meat & Poultry Fish & SeaFood	28-29 мая 2019 Москва, Россия
VIV Turkey 2019	13-15 июня 2019 Стамбул, Турция
VIV Qingdao 2019	19-21 сентября 2019 Циндао, Китай
POULTRY Africa 2019	2-3 октября 2019 Кигали, Руанда 
VIV health & nutrition Asia 2020	15-16 января 2020 Бангкок, Таиланд
VIV MEA 2020	9-11 марта 2020 Абу-Даби, ОАЭ
МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК VIV Russia 2020	25-27 мая 2020 Москва, Россия
VIV Europe 2022	Июнь 2022 Утрехт, Нидерланды

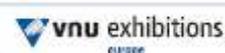
Организатор:



Асти Групп  
ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ

По вопросам участия и поездок  
обращайтесь по телефону: +7 (495) 797 6914  
E-mail: info@vivrussia.ru

Organized by:



# ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

## КАК НАЧАТЬ ВЫГОДНЫЕ ПОСТАВКИ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК, ЧАСТЬ I

Большинство иностранных производителей, с которыми мне приходилось общаться, являлись одновременно владельцами бизнеса и менеджерами по продажам. Это открытые успешные люди, погруженные в организацию производства и знающие о своем продукте все. Поэтому, принимая решение о выходе на российский рынок они идут на любые переговоры очень уверенно. А почему нет? Товар отличный, опыт ведения переговоров у меня огромный. Все получится! Это ошибка, которая очень часто приводит к тому, что тратится большое время на проведение переговоров, тратятся деньги на организацию встреч, а результата не получается.

В 2013-2014 годах я участвовал в проекте по выводу греческих оливок и оливкового масла на российский рынок. В 2014 году по всем известным причинам проект закончился, но полученный тогда опыт в сочетании с опытом последних лет позволил мне провести достаточно глубокий анализ ситуации, возникающей при выходе на российский рынок и дать рекомендации.

Работа по подписанию контракта с российскими розничными сетями включает следующие этапы:

1. Изучение российского законодательства и традиций делового оборота (для экспортеров-обязательный этап).

2. Изучение своего сектора и товаров-конкурентов.

3. Исследование рынка и выбор канала и территории сбыта.

4. Исследование рынка розничной торговли и выбор целевых сетей.

5. Исследование сети (цели, позиционирование, стандарты работы, информация для поставщиков, логистическая схема) и ее магазинов.

6. Исследование ассортимента в товарной категории и выбор стратегии «входа» в сеть.

7. Подготовка документов и промо материалов для встречи.

8. Проведение переговоров.

9. Подготовка документов (адаптация типового договора сети под требования законодательства своей страны, оценка рисков).

10. Проработать промо план в соответствии с принятыми в сети процедурами.

Как я уже писал, большинство производителей или не знает об этом

алгоритме, или же выполняет каждый этап с ошибками.

Рассмотрим ошибки, которые мои греческие партнеры допускали на каждом из этапов подготовки к работе с розничными сетями.

1. Как правило, этому этапу уделяется не очень много внимания. Основную информацию о законодательстве и традициях делового оборота потенциальный экспортер получает от таможенных брокеров, которые рассказывают о правилах ввоза и таможенного оформления продукции – эта информация полезна, но несколько однобока.

Другой источник получения информации: опыт того, кто «уже поставляет в Россию». Да вот только опыт этот не всегда полезный. Очень часто повторение ошибочных действий приводит к получению такого же отрицательного результата.

Что действительно необходимо сделать:

- Изучить Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 N 381-ФЗ – в той части, где написано, какие выплаты, кому, в каком объеме и при каких условиях может осуществлять поставщик.

- Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ – в той части, где рассказано о том, что является недобросовестной конкуренцией, доминировании, создании дискриминационных условий.

- Налоговый кодекс – в той части, где описаны системы налогообложения

и особенности взимания налогов именно в той отрасли, где работает поставщик.

- Посетить конференции, на которые ездят российские производители, которые хотят войти в сети (или пригласить к себе российских экспертов из сетей или по организации работы с сетями).

- Посетить тренинг и отработать навыки ведения переговоров с сетями.

- Почитать специальные журналы и сайты, а так же просмотреть форумы профессиональных поставщиков.

2. Рынок мои партнеры изучают достаточно поверхностно. Логика рассуждений о рынке моих греческих партнеров была следующая: На российском рынке есть масло, но греческое самое лучшее. У меня самое хорошее и натуральное масло, поэтому все сети захотят его купить. Если мое масло не купят, значит байер «на откате» у моих конкурентов или испанцев.

В реальности ситуация несколько сложнее. Для ее понимания необходимо, в первую очередь, правильно сформулировать свой сегмент рынка в зависимости от ключевого канала сбыта и свойств товара: если есть только один вид недорогого масла, то, видимо, основной канал сбыта будут дискаунтеры и конкурировать придется с другими видами масла, как оливковыми, так и нет. Если же у производителя широкий ассортимент масла в разных сегментах, то конкурировать придется именно с производителями оливкового масла на

полках магазинов с широким ассортиментом.

Источник информации: профессиональные СМИ, посещение магазинов или хотя бы изучение фото полок, изучение доступной статистики именно в целевом канале сбыта или на приоритетной территории.

3. Выбором канала сбыта иностранные производители не сильно утруждаются. Чаще всего выбор партнеров осуществляется так:

Если это работа на выставке: любому пришедшему на стенд человеку, который готов выслушать информацию о замечательном греческом оливковом масле, проводится презентация продукта. После этого следует предложение сотрудничества. Даже в случае предварительного согласия конверсия близка к нулю.

Если это деловой прием: общение ведется со случайным образом оказавшимися рядом собеседниками.

Если это официальное мероприятие, организованное, например, посольством, то на него приглашаются публичные фигуры, которые, даже если работают в розничной сети, весьма далеки от коммерции.

Прекрасно понимаете, что «традиционный» рассказ о достоинствах продукции в этом случае практически не работает.

Производителю, который хочет надолго и всерьез выйти со своей продукцией на российский рынок, необходимо, в первую очередь выбрать канал сбыта:

Самый простой: найти в своей стране представителя-закупщика импорта ведущей розничной сети и договориться с ним о прямых поставках или выпуске товара специально для сети. Простой вариант сотрудничества, но заработать много не получится. Конкурс между производителями на заключение прямых контрактов очень высокий, поэтому придется предлагать очень низкие цены.

Способ № 2. Найти стратегического партнера и развивать сеть дистрибуции. При этом варианте работы в России или в Греции находится крупная компания, возможно, даже являющаяся экспортером, которая готова или за свой счет развивать продажи на российском рынке, или делать это в партнерстве с производителем. При этом варианте можно как заработать, так и потерять. При продаже товара на территории Греции необходимо давать большие скидки, а при совместном бизнесе могут быть необоснованные расходы из-за «непрозрачных» договоренностей партнера с его покупателями.

Способ № 3. Открытие представительства в России. Этот вариант рискованный и затратный, но он позволяет полностью контролировать сбытовую цепочку и целенаправленно развивать бренд на территории. Лучше всего в этом случае привлекать российских экспертов для управления сбытовой структурой. Заработки будут больше, но проект достаточно затратный и рискованный.

Под каждую модель выхода на рынок должна быть сформирована своя

экономическая модель, продукт и методика выхода на рынок и ведения переговоров с партнерами.

4. В случае, если производитель выбирает третий вариант развития, как это ни странно, ему необходимо провести большой объем дополнительных исследований. Вариант – буду предлагать всем сетям, а вдруг согласятся... не эффективен. С маленькими сетями может быть «неинтересно» работать, а на большие – не хватить товара.

При выборе сети необходимо обратить внимание на следующие моменты:

- Соответствие целевой аудитории сети целевым покупателям продукта (если в сети только один вид оливкового масла, а у производителя 15- это не та сеть)
- Нахождение сети или ее складов на той территории, куда можно комфортно доставлять продукцию
- У производителя должна быть возможность произвести достаточный для сети объем продукции.

5. Исследование сети является особым искусством. Правильно проведя исследование можно так составить предложение, что согласие на сотрудничество будет получено уже после первой встречи. Источники получения информации: магазины сети, сайт, выступления руководителей в СМИ, комментарии в профессиональных изданиях или на форумах. Важное уточнение: исследование магазинов необходимо проводить в течение двух-трех недель, еженедельно посещая по 3-4 магазина

сети разных форматов (гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома и т.д.) Результатом изучения должно стать понимание ситуации в сети, ее проблем и целей, а так же понимание того, как наш товар может помочь в решении этих задач и вместо кого из поставщиков вы можете «встать» га полку.

Не выполнив эти пять шагов иностранный производитель оказывается в ситуации, в которой он говорит с закупщиком на разных языках, при этом не ведет переговоры, а «хвастается», рассказывая о достоинствах себя и своего продукта. А теперь подумайте сами, будь вы закупщиком, с кем бы вы заключили договор? С тем, кто предлагает вам варианты эффективного сотрудничества, или с тем, кто, как Андрей Миронов в фильме «Обыкновенное чудо», говорит «Вы привлекательны, я чертовски привлекателен... Приходите...»

Мне кажется, ответ очевиден! Готовьтесь к началу сотрудничества с российскими сетями. Один раз подготовиться значительно дешевле и эффективней, чем неподготовленным съездит на пять выставок, не «привезя» с них ни одного контракта.

*Остальные пять шагов к организации эффективного сотрудничества с сетью актуальны как для иностранных, так и для российских производителей и о них я расскажу в следующей статье.*

## ЧАСТЬ 2. И ДЛЯ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

В своей предыдущей статье я описывал алгоритм подготовки и к выходу на российский рынок, который должен знать каждый иностранный производитель.

Этот алгоритм включает следующие десять пунктов:

**Рис.1. Алгоритм начала сотрудничества с розничной сетью.**



В предыдущей статье мы остановились на исследовании выбранных для сотрудничества сетей и выборе из них приоритетных. Источниками получения информации о сети являются: магазины сети, сайт, выступления руководителей в СМИ, комментарии в профессиональных изданиях или на форумах. Важное уточнение: исследование магазинов необходимо проводить в течение двух-трех недель, еженедельно посещая по 3-4 магазина сети разных форматов

(гипермаркеты, супермаркеты, магазины у дома и т.д.) Результатом изучения должно стать понимание ситуации в сети, ее проблем и целей, а так же понимание того, как наш товар может помочь в решении этих задач и вместо кого из поставщиков вы можете «встать» на полку.

На что следует обратить внимание:

1. Роль товарной категории. Если ассортимент в категории широкий, проводится много промо акций,

категория по нашей статистике и результатам исследования рынка растёт-можно говорить о том, что категория важна для сети и закупщика. В этом случае наши цели по развитию продаж совпадают с интересами закупщика и можно строить свою презентацию на экономических показателях: росте дохода, товарооборота, количества покупателей. Если же категория представлена плохо и продвижения нет – скорее всего эта категория второстепенна: «удобство» или «специальная». Говорить об экономике здесь не имеет смысла - товароборот в категории, скорее всего, небольшой. В этом случае презентацию надо строить на удобстве и безопасности закупщика или же на решении его специальных задач в категории, если об этом есть достоверная информация.

2. Необходимо изучить требования сети к поставщикам: алгоритм и способ поставки, требования к упаковке продукции и формированию заказов- перестройка логистики- дорогостоящий процесс и при небольшом планируемом товарообороте с сетью может не окупиться.

3. Необходимо изучить типовой договор поставки сети и систему штрафов, а так же выяснить, есть ли практика его обсуждения и составления протокола разногласий. Если есть: разногласия по договору должны стать предметом обсуждения во время переговоров. Если же вы понимаете, что изменить договор не получится, необходимо оценить,

сможете ли вы работать при таких условиях и не разорят ли вас штрафы.

Далее рассмотрим ошибки при организации работы с сетями, которые допускают не только иностранные производители, но и российские менеджеры по работе с сетями с опытом работы 10, 15, 20 лет...

Не выполнив эти пять шагов иностранный производитель оказывается в ситуации, в которой он говорит с закупщиком на разных языках, при этом не ведёт переговоры, а «хвастается», рассказывая о достоинствах себя и своего продукта.

Шаг 6. Исследование ассортимента в товарной категории и выбор стратегии «входа» в сеть.

Очень часто анализ ассортимента товарной категории сводится к разовому визиту в торговую точку. При этом просто переписывается ассортимент и фиксируются цены. Эта информация при проведении переговоров неприменима, так как отвечает только на вопрос «Что стоит на полке», не давая информации о том, как стоит, зачем, какую роль выполняет товар и поставщик.

Ошибки:

1. Неправильно выбирается объект для мониторинга. Уровень управляемости: 5-15 брендов (ассортиментных линеек, коллекций, товаров, объединённых единым товарным знаком, отличающихся некоторыми важными для покупателя характеристиками) и 15-50 SKU. Согласитесь, невозможно выстроить ассортиментную стратегию работы с сетью, если в ней представлен только

один вид оливкового масла в литровой упаковке, а мы хотим ввести еще три. Надо уходить на «верхний уровень» и предлагать расширить «высокий сегмент» в растущей товарной категории «Масло растительное», в которую входит еще 20-30 наименований товара. С другой стороны, нельзя эффективно управлять и 100 или 200 SKU товара.

2. Нет анализа представленности товаров в разрезе места на стеллаже и фейсинга. А то, как расположен товар дает много информации о роли товара и поставщика.

3. Нет анализа розничных цен относительно розничных цен конкурирующих магазинов. А то, как позиционируется товар показывает, какую задачу с помощью этого товара решает сеть.

4. Нет анализа ролей поставщиков с точки зрения ролей для сети.

5. Все исследования проводятся в магазинах только одного формата, а предложение на основе этого анализа делается для сети в целом.

Устранив все эти ошибки, производитель сможет составить портрет товарной категории, проанализировав для каждого формата роли поставщиков и товаров производитель должен ответить на вопросы:

1. Зачем сети я как поставщик?

2. Зачем сети мой товар?

3. Откуда возьмется место для моего товара: вытеснение других товаров или расширение категории?

4. Я вытесню некоторые SKU или можно претендовать на замену мной другого поставщика?

5. Какой ассортимент и в какие форматы магазинов я буду предлагать?

От ответа на эти вопросы будет зависеть формат предложения и подбор доказательств.

Шаг 7. Подготовка документов и промо материалов для переговоров.

Очень важно подготовить документы и материалы, которые, с одной стороны, подтвердят, что ваше предложение должно быть принято, с другой-не перегружать оппонента информацией.

Для переговоров необходимо подготовить:

1. Коммерческое предложение, в котором предельно четко изложить, что мы предлагаем и почему наше предложение должно быть принято.

2. Два-три самых презентабельных образца товара. По возможности такие, которые будут интересно «продегустировать» лично закупщику.

3. Несколько «образцов» промо-материалов и бонусной продукции, которые могут повысить уважение к вам и вашей компании.

4. Результаты исследований, которые подтвердят факты, перечисленные в коммерческом предложении.

5. Расчеты и статистика, которые подтвердят факты, перечисленные в коммерческом предложении.

6. Информацию о фирме, которая подтвердит ее статус и надежность.

7. Матрицы для различных форматов с изображением товаров и прогнозом продаж.

8. Полный прайс-лист.

9. Варианты промо-плана с расчетами эффективности акций.

Ну и по традиции о распространенных ошибках:

1. Не дали закупщику в руки коммерческое предложение.

2. Первый лист предложения «скучный» или не информативный.

3. В начале переговоров начали «размахивать» статистикой, исследованиями и расчетами.

4. Перегрузили стол образцами.

5. Отдали закупщику весь прайс-лист, предложив ему самостоятельно сформировать ассортимент.

О том, как вести переговоры и составить эффективную программу продвижения я расскажу в следующих статьях.

Если производитель не следует этим рекомендациям, он оказывается в ситуации, в которой он «хвастается», рассказывая о достоинствах себя и своего продукта, но ничего конкретного не предлагает. Он передает инициативу закупщику, предоставляя ему право выбрать, как «вместе заработать больше». Вот только закупщик обычно выбирает вариант «как больше заработать мне» или просто отказывается от сотрудничества. Вам такие варианты нравятся?

Мне кажется, ответ очевиден! Готовьтесь к переговорам сетями. Один раз подготовиться значительно дешевле и эффективней, чем неподготовленным сходить на пять переговоров, о которых так сложно договориться!

*С.А.Илюха,  
Генеральный директор  
консалтингового агентства  
«Лига Коммерсантов»*



**ТРЕНИНГИ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ**  
В ШКОЛЕ ЛИГИ КОММЕРСАНТОВ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ:

**АКТУАЛЬНО: ТРЕНИНГ «КАК ПОДПИСАТЬ КонтРАКТ С СЕТЬЮ НА ПРОДЭКСПО 2019»**

- ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ С СЕТЬЮ
- ЖЕСТКИЕ ПЕРЕГОВОРЫ С ЗАКУПЩИКОМ
- КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ДЛЯ ПОСТАВЩИКА
- ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ В РИТЕЙЛЕ
- ПРАКТИКУМ ПО ВЫХОДУ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

**НОВЫЙ ТРЕНИНГ:  
«ИСКУССТВО ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ»**

**ТРЕНИНГИ ВЕДЕТ СЕРГЕЙ ИЛЮХА**  
член Правления Российской Ассоциации экспертов рынка ритейла, к.т.н., автор книг «Успешный путь в торговую сеть в вопросах и ответах» и «Арифметика категорийного менеджмента»

www.Liga-Commerçantov.ru  
office@Liga-Commerçantov.ru  
+7 905 110 00 20 +7 962 277 88 77

rodazhi2018  
ПРАКТИЧЕСКАЯ КО  
ОДАЖ  
20  
ference.ima  
-dia.ru

## АГРОС

«АГРОС» - ежеквартальное издание, ориентированное на развитие внешнеэкономических связей в сфере АПК.

Журнал выходит с 1998 г. и издается при поддержке Национального союза экспортеров продовольствия.

«АГРОС» - победитель конкурса «Лучший российский экспортер» в номинации «За содействие в продвижении экспорта – лучшее СМИ, освещающее вопросы российского экспорта».

Журнал содержит актуальную деловую информацию по следующим вопросам:

- основные события в области внешних связей в сфере АПК;
- анонсы международных мероприятий;
- экспортно-импортная политика зарубежных стран;
- новости выставочной сферы;
- организация и практика внешней торговли (оценки, прогнозы, консультации).

Издание распространяется среди российских организаций и предприятий АПК, экспортеров и импортеров, розничных сетей, заинтересованных министерств и ведомств. Кроме того, получателями издания являются посольства иностранных государств в Москве, а также посольства и торговые представительства России в зарубежных странах.

С последними выпусками журнала можно ознакомиться на сайте Национального союза экспортеров продовольствия [www.prodexport.ru](http://www.prodexport.ru) и на портале Министерства экономического развития России [www.ved.gov.ru](http://www.ved.gov.ru)

Размещение в журнале «АГРОС» информации о своей деятельности дает возможность распространять ее не только по России, но и за рубежом и доводить ее до сведения потенциальных партнеров в различных странах мира.

По вопросам размещения статей и рекламы просим обращаться по тел./факсу:

+ 7 (495) 354-39-08,

E-mail: [nfeu2000@mail.ru](mailto:nfeu2000@mail.ru)

## AGROS

**AGROS** is a quarterly publication aimed at the development of foreign trade in agricultural and food products.

The journalgazine is published since 1998 and now it is published with the support of the National Union of Food Exporters.

**AGROS** is a winner of the Contest "Best Russian Exporter" in the nomination "Assistance in promoting exports - the best media covering the issues of Russian exports."

Journal contains business information on the following issues:

- key developments in Russian foreign agricultural policy;
- announcements;
- new developments in the export and import policy of foreign countries;
- organization and practice of foreign trade;
- exhibition news;
- investment potential of Russian regions;
- organization and practice of foreign trade (estimates, forecasts, consultations).

The publication is distributed to Russian organizations and enterprises, exporters and importers, retailers, concerned ministries and agencies, as well as to foreign embassies in Moscow, and Russian embassies and trade missions in foreign countries.

An electronic version of the journal is available online on the website of the National Union of Food Exporters [www.prodexport.ru](http://www.prodexport.ru), as well as on the website of the Ministry of Economic Development of Russia [www.ved.gov.ru](http://www.ved.gov.ru)

Foreign companies are welcome to publish information on various products and services and thus to bring such information to potential partners in different regions of Russia.

*If you are interested in publishing articles and advertising, please contact us:*

*Tel . / Fax : + 7 ( 495) 354-39-08*

*E-mail: [nfeu2000@mail.ru](mailto:nfeu2000@mail.ru)*