

АГРОС



AGROS

№ 2, 2020

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 – Совете Федерации и Государственной Думе, Минэкономразвития РФ, Минсельхозе РФ, Минпромторге РФ, взаимодействует по вопросам экспорта отечественной продукции с российскими посольствами и торговыми представительствами в зарубежных странах.

Союз участвует в подготовке предложений по совершенствованию системы поддержки экспорта, государственных программ поддержки экспорта продукции АПК, разработке новых механизмов поддержки экспорта, а также оказывает экспортерам продукции АПК практическую поддержку в продвижении их продукции на рынки зарубежных стран.

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 продовольствия, поставщики уникальной продукции, а также организации, содействующие развитию экспорта: страховые и юридические компании, выставочные организации, консалтинговые фирмы.

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;
 - 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

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
www.prodexport.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера

Глобальные рынки продовольствия по-прежнему готовятся к неопределенности в 2020-2021 годах из-за COVID-19	6
---	---

Анонсы

XIV Международная конференция «Тенденции в производстве комбикормов для эффективного развития животноводства: реалии и стратегия»	9
---	---

Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика	11
Ближнее зарубежье	15
Дальнее зарубежье	20

Российские компании на внешних рынках

Объединение Краснодарский чай	22
Торговая марка «Лакомства для здоровья». <i>Новая линейка продукции – иммунные коктейли</i>	26
Настоящий подарок Алтая	28
Холдинг «АЛТАМАР»	30

Наши зарубежные партнеры

ADEGA DO FAVAIOS	32
MIGUELS	35
NICOLA и CHAVE D'OURO	36

Новости выставочной сферы

Безопасность производства продуктов питания в условиях эпидемии – что заберем с собой в новую жизнь	38
---	----

Практические вопросы продвижения продукции

<i>С.Илюха</i> Новая логика win-win в коммерческих переговорах	40
<i>М.Семенко.</i> Новое в налоговых отношениях в период карантина	47

CONTENTS

Special Topic

Global food markets are still under preparation to an uncertainty in 2020-2021 due to COVID-19	6
--	---

Announcements

XIV International conference "Trends in mixed fodder production for effective livestock development: realities and strategy"	9
--	---

Export & import Policies of Foreign Countries

World and regional policy	11
Neighboring Countries	15
Far-Abroad Countries	20

Russian companies on foreign markets

Association "KRASNODAR TEA"	22
Trade mark "Delicacies for health". <i>New product line - immune cocktails</i>	26
The real gift of Altai	28
Holding "ALTAMAR"	30

Our Foreign Partners

ADEGA DO FAVAIOS	32
MIGUELS	35
NICOLA and CHAVE D'OURO	36

Exhibition News

Food safety in an epidemic - that we're taking with us into our new lives	38
---	----

Product promotion

<i>S.Ilyuha</i> New win-win logic in commercial negotiations	40
<i>M.Semenko</i> New in tax relations during quarantine	47

ТЕМА НОМЕРА

ГЛОБАЛЬНЫЕ РЫНКИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ ПО-ПРЕЖНЕМУ ГОТОВЯТСЯ К НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В 2020-2021 ГОДАХ ИЗ-ЗА COVID-19

**В докладе «Продовольственный прогноз» приводится оценка
глобального спроса и предложения по основным видам сырьевых
продовольственных товаров**



Выращивание риса на Филиппинах. Фото: ©ФАО/Veejay Villafranca

Продовольственным рынкам предстоит не один месяц неопределенности из-за COVID-19, однако агропродовольственный сектор должен продемонстрировать больше устойчивости к кризису пандемии, чем остальные сектора. Об этом говорится в новом докладе, опубликованном сегодня Продовольственной и сельскохозяйственной организацией Объединенных Наций (ФАО).

В докладе «Продовольственный прогноз» приводятся первые прогнозы

по тенденциям в производстве и на рынке в 2020-2021 годах в отношении наиболее широко торгуемых в мире видов продовольственных сырьевых товаров - зерновых, масличных культур, мяса, молочной продукции, рыбы и сахара.

«Воздействие пандемии COVID-19 ощущается - в различной степени - во всех секторах продовольствия, которые анализируются ФАО. Тогда как COVID-19 создал серьезную угрозу для продовольственной безопасности, в

целом, как показывает наш анализ, с глобальной точки зрения, рынки сельскохозяйственных сырьевых товаров оказываются более устойчивыми к пандемии, чем многие другие сектора. При этом, конечно, из-за масштабов вызова и огромной неопределенности, связанной с ним,

международному сообществу следует не терять бдительности и быть готовым реагировать, если и когда потребуется», - сказал Бубакер Бен-Белхассен, директор Отдела торговли и рынков ФАО.

Основные тенденции и перспективы в отношении основных продовольственных сырьевых товаров в 2020-2021 годах

Зерновые

Несмотря на неопределенность, вызванную пандемией, первые прогнозы ФАО на сезон 2020-2021 годов указывают на неплохую ситуацию в области спроса и предложения для зерновых. Первые данные о видах на урожай позволяют предположить, что производство зерновых в мире в 2020 году превысит рекордный уровень прошлого года на 2,6 процента.

Объем торговли зерновыми в мире в 2020-2021 годах, по прогнозам, составит 433 млн тонн, что на 2,2 процента (9,4 млн тонн) выше по сравнению с 2019-2020 годами, и достигнет нового рекордного уровня в свете ожидаемого роста торговли всеми основными видами зерновых.

Мясо

По прогнозам, производство мяса в 2020 году упадет на 1,7 процента из-за болезней животных, связанных с COVID-19 нарушений в работе рынка и все еще ощущаемых последствий засухи.

Международная торговля мясом должна достичь небольшого прироста, - хотя существенно меньшего, чем в 2019

году, - главным образом, за счет повышенного импорта со стороны Китая.

Международные цены на мясо с января 2020 года упали на 8,6 процента, причем самое резкое падение пришлось на баранину, за которой следуют мясо птицы и свинина, все из-за воздействия мер, связанных с COVID-19, включая последовавшие за ними перебои в логистике, резкий спад в глобальном импортном спросе и значительные объемы нераспроданных мясных продуктов.

Рыба

Пандемия COVID-19 в этом году продолжит серьезно сказываться на рынках морепродуктов, особенно свежей продукции и популярных в ресторанах видов рыбы. Что касается предложения, рыбопромысловые флота бездействуют, а производители аквакультуры резко сократили планы по созданию товарных запасов.

Пандемия нанесет особенно серьезный удар по глобальному производству креветки и лосося. Сезон разведения креветки в Азии, который обычно начинается в апреле, теперь

отложен до июня-июля. Например, в Индии, объемы выращивания креветки, как ожидается, упадут на 30-40 процентов.

Кроме того, в мире значительно снижается спрос как на свежую, так и на замороженную креветку, а спрос на лосося в 2020 году должен сократиться как минимум на 15 процентов. Сильно упали розничные цены, в особенности на свежего лосося и форель, и они вряд ли восстановятся в ближайшее время.

Сахар

Согласно прогнозам, производство сахара в мире в 2019-2020 годах сократится второй год подряд и упадет ниже уровня оценки глобального потребления - впервые за три года.

Торговля сахаром, как ожидается, вырастет благодаря низким ценам и пополнению запасов рядом традиционных стран-импортеров.

Пока ожидание дефицита в производстве сахара в мире в сезоне 2019-2020 годов практически никак не сказалось на международных ценах на сахар, которые падают с середины 2017 года и находятся ниже оцениваемого уровня производственных затрат для большинства мировых производителей.

Молоко

Несмотря на нарушения на рынках из-за пандемии COVID-19, производство молока в мире демонстрирует устойчивость и, возможно, подрастет в 2020 году на 0,8 процента. Однако экспорт молочной продукции в мире должен сократиться на 4 процента ввиду неустойчивого спроса на импорт.

Масличные культуры

Несмотря на вялые перспективы спроса, связанные, помимо прочего, с пандемией, последние прогнозы ФАО на 2019-2020 годы по масличным семенам и продуктам из них указывают на ужесточение ситуации в области спроса и предложения в мире, вызванное заметным сокращением производства.

Согласно предварительным прогнозам на 2020-2021 годы, спрос может по-прежнему превышать предложение.

COVID-19: От глобального кризиса здравоохранения к глобальному продовольственному кризису?

В доклад включена отдельная статья, в которой проводится сравнение текущего кризиса COVID-19 в области здравоохранения с кризисами 2007-2009 годов, выявляются отличия и сходства в разрезе стран и продовольственных сырьевых товаров, а также анализируются текущие и вероятные последствия пандемии, главным образом, для международных рынков продовольствия.

Также предлагается информативный анализ того, как вернуть рынки к нормальной работе, даже если темпы распространения инфекции не будут поставлены под контроль.

В заключение в статье делается вывод, что, по сравнению с глобальным кризисом продовольственных цен 2007-2008 годов, мир теперь справляется лучше: глобальные перспективы в производстве продовольствия остаются положительными, запасы высокими,

международные цены на продовольствие низкими, а торговля имеет более широкую базу и охватывает большее число стран-импортеров и экспортеров. Кроме того, теперь директивные органы получили опыт работы в условиях глобального кризиса, лучше информированы и подготовлены.

Однако при том, что в мире достаточно еды для всех, значительный спад в экономическом развитии из-за пандемии вылился в проблему доступа к продовольствию, ограничив возможности граждан получать достаточно питательную пищу или ее достаточное количество, в особенности в странах, и до COVID-19 страдавших от голода и других кризисов.

Обновление индексов цен на продовольствие ФАО

В докладе сообщается об улучшениях в индексах цен на продовольствие ФАО, в частности, в ежемесячном Индексе продовольственных цен ФАО (FFPI), широко признанном в качестве ведущего показателя динамики цен на международных рынках продовольствия, который публикуется в первый четверг каждого месяца. В числе доработок в индексе FFPI - смещение базового периода с 2002-2004 годов на 2014-2016 года и расширение охвата с 73 до 95 котировок цен. ФАО приступит к публикации обновленного ежемесячного Индекса продовольственных цен с июля.

АНОНСЫ

XIV МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ТЕНДЕНЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ КОМБИКОРМОВ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА: РЕАЛИИ И СТРАТЕГИЯ»

Срок проведения: 6 - 7 октября
2020 г.

ОРГАНИЗАТОРЫ:

- Международная промышленная академия
- Союз комбикормщиков
- ОАО «Всероссийский научно-исследовательский институт комбикормовой промышленности»

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

- Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
- Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору
- Национального Союза свиноводов

- Российского птицеводческого Союза
- Национального Союза производителей говядины

В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Вызовы мясной отрасли и комбикормовой промышленности в связи с пандемией коронавирусной инфекции COVID-2019
- Качество и безопасность комбикормов - основной фактор эффективного роста животноводческой продукции, ориентированной на внутренний рынок и развития экспорта. Кормовая базы для производства комбикормов и обеспеченность ее ключевыми компонентами в условиях нестабильности рынка
- Инновации в технике и технологии производства широкого ассортимента комбикормов, премиксов, кормовых добавок, в том числе комплексного и направленного действия
- Новые подходы в строительстве, модернизации и реконструкции комбикормовых предприятий. Современные требования промышленной безопасности при проектировании и эксплуатации
- Маркетинговая и ценовая политика предприятий в условиях жёсткой конкуренции на рынке комбикормовой продукции, обеспечивающая финансовую устойчивость бизнеса
- Технические регламенты и стандарты, их роль в стабилизации качества и безопасности сырья и комбикормовой продукции. Ветеринарный и фитосанитарный контроль. Современные методы и

приборы контроля качества и безопасности сырья и кормов

В РАМКАХ КОНФЕРЕНЦИИ ПРЕДУСМОТРЕНЫ:

- Выставка ведущих отечественных и зарубежных фирм - производителей оборудования, кормовых добавок, премиксов и ветеринарных препаратов, отраслевой научно-производственной и нормативно-технической литературы

- Деловые встречи и переговоры

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

Для участия в конференции приглашаются руководители и специалисты комбикормовых предприятий, птицефабрик, свиноводческих и животноводческих комплексов, холдингов и компаний, федеральных и региональных органов управления АПК, ведущих отечественных и зарубежных фирм-производителей оборудования, ветеринарных препаратов и компонентов для производства комбикормов, ученые НИИ и ВУЗов (университетов), представители отраслевых СМИ.

Справки и заявки:

Руководитель Центра «Современное производство и использование комбикормов»:

Профессор Щербакова Ольга Евгеньевна, тел./факс (495)959-71-06, scherbakovaoe@grainfood.ru

Доцент Агеева Ксения Михайловна, тел/факс: (499) 235-48-27, a89057777955@yandex.ru

Профессор Галкина Лариса Сергеевна - тел.: (495) 959-66-76

ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

Цены на продовольственные сырьевые товары в мире возобновили свой рост в июне

ФАО ожидает нового рекордного объема производства и комфортных уровней запасов зерновых в мире в сезоне 2020-2021 годов, при этом необходимость в продовольственной помощи продолжает расти.

В июне международные цены на продовольственные сырьевые товары выросли впервые с начала года в результате возобновления роста котировок на растительные масла, сахар и молочную продукцию. Однако на рынках зерновых и мяса цены в основном оставались под воздействием понижающего давления в условиях вызванной пандемией COVID-19 неопределенности на рынке.

Среднее значение Индекса продовольственных цен ФАО, которым отслеживается динамика международных цен на наиболее широко торгуемые продовольственные сырьевые товары, составило в июне 93,2 пункта - почти на 2,4 процента выше показателя предшествующего месяца.

Начиная с июля 2020 года, в Индексе продовольственных цен был

расширен охват цен и изменен базовый период - с 2002-2004 на 2014-2016 годы. Более подробные сведения об этом пересмотре можно найти в статье, опубликованной в Продовольственном прогнозе ФАО за июнь 2020 года. В другой статье в выпуске прогноза за ноябрь 2013 года содержатся более подробные технические сведения о прежней структуре индекса.

Индекс цен на растительные масла ФАО в июне прирос на 11,3 процента после падения в течение четырех месяцев подряд. Восстановление роста отражает главным образом резкое увеличение цен на пальмовое масло в связи с восстановлением в мире импортного спроса вслед за ослаблением в ряде стран мер, связанных с карантином COVID-19, и снижением опасений относительно возможного сокращения производства в условиях продолжительного дефицита рабочей силы мигрантов. Также выросли котировки цен на соевое, подсолнечное и рапсовое масло.

Индекс цен на сахар ФАО вырос на 10,6 процента в июне по сравнению с предыдущим месяцем. Рост цен на нефть оказал сильное поддерживающее влияние на рынки сахара, подтолкнув сахарозаводы в

Бразилии к тому, чтобы направить больше сахарного тростника на производство этанола вместо сахара, что тем самым сказалось на экспортном предложении сахара и ценах на него.

Индекс цен на молочную продукцию ФАО с мая вырос на 4,0 процента, показав увеличение впервые после четырех месяцев неуклонного падения. В основе недавнего роста цен лежит возобновление импортного спроса на условиях спотовых поставок, особенно со стороны стран Ближнего Востока и Восточной Азии, вкупе с сезонным снижением предложения в Европе и ограниченным объемом свободного предложения в Океании.

Индекс цен на зерновые ФАО с мая снизился на 0,6 процента. Понижающее давление на цены на пшеницу в июне отчасти обусловлено новыми урожаями в северном полушарии и улучшившимися видами на урожай в ряде основных стран-экспортеров, включая регион Черного моря.

Индекс цен на мясо ФАО с мая упал на 0,6 процента, и его среднее значение было на 6,0 процентов ниже показателя в июне 2019 года. Котировки цен на говядину и мясо птицы упали в основном вследствие увеличения экспортного предложения в основных регионах-производителях, тогда как в ценах на свинину наметился небольшой рост, главным образом в Европе, под влиянием ожиданий дальнейшего ослабления ограничений на рынке, введенных в связи с COVID-19.

Рекордный объем производства в мире приведет к увеличению запасов

Производство зерновых в мире в 2020 году должно выйти на новый рекордный уровень в 2 790 млн т - на 9,3 млн т выше майского прогноза, - превысив рекорд, установленный в 2019 году, на целых 3,0 процента. Об этом говорится в опубликованной ФАО Сводке предложения зерновых и спроса на зерновые.

Прогнозы по производству пшеницы были повышены для Индии и Российской Федерации, с лихвой компенсировав сокращение прогнозируемых объемов по ЕС и Великобритании.

Прогноз производства фуражного зерна в мире в 2020 году также был пересмотрен в сторону увеличения до 1 519 млн т, что на 5,7 млн т больше по сравнению с предыдущим месяцем и отражает ожидания более высоких объемов производства ячменя в Австралии, ЕС и Турции.

Прогноз ФАО по общемировому производству риса на 2020 год теперь зафиксирован на отметке в 509,2 млн т, то есть на 400 000 т выше июньского показателя, отражая главным образом улучшенные виды на урожай для стран Южной Америки, где благоприятные погодные условия позволяют надеяться на рекордный урожай.

Объем потребления зерновых в предстоящий год, согласно прогнозам, должен вырасти до 2 735 млн т - на 1,6 процента выше прогноза предшествующего месяца - главным

образом за счет увеличения использования фуражных зерновых в кормовых и промышленных целях по сравнению с прежними прогнозами. Потребление риса в мире в сезоне 2020-2021 годов также должно достичь нового пикового значения в 510,4 млн т, то есть вырасти на 1,6 процента по сравнению с июньским показателем, за счет увеличения пищевого потребления.

С учетом новых прогнозов производства и потребления теперь ФАО ожидает, что объем запасов зерновых в мире к концу сезонов 2021 года достигнет 929 млн т и составит уверенный рост в 6,0 процентов в годовом исчислении. Это приведет к росту соотношения запасов зерновых в мире к их потреблению в сезоне 2020-2021 годов до наивысшего за двадцать лет показателя в 33,0 процента, указывая на неплохие перспективы в отношении общемирового предложения в новом сезоне.

Необходимость увеличения продовольственной помощи из-за воздействия пандемии на доходы

Конфликты и погодные потрясения остаются важнейшими факторами, обуславливающими высокую распространенность тяжелой формы отсутствия продовольственной безопасности в странах, которым требуется внешняя продовольственная помощь, но пандемия COVID-19 также сопряжена с широкомасштабными и тяжелыми последствиями, особенно из-за потери дохода. Об этом говорится в ежеквартальном докладе «Виды на урожай и продовольственная ситуация».

В докладе содержится отдельная статья с анализом воздействия пандемии по регионам.

Несмотря на все эти проблемы, как ожидается, заготовка зерновых в мире вырастет во всех регионах, кроме Европы. Производство зерновых в Африке в 2020 году, согласно прогнозу, должно вырасти на 1,0 процент, хотя в северном, западном и центральном регионах континента ожидается снижение.

Прогноз ФАО относительно совокупного объема производства зерновых в странах с низким уровнем дохода и дефицитом продовольствия в сезоне 2020-2021 годов составляет 492,7 млн тонн, что на 6,0 процентов выше среднего и указывает на увеличение объема производства пятый год подряд. Однако численность населения растет еще более быстрыми темпами, и совокупная потребность в импорте зерновых в странах с низким уровнем дохода и дефицитом продовольствия оценивается на уровне 73,4 млн тонн, то есть примерно на 5 процентов больше, чем в предшествующем году, что отражает также падение объемов производства в ряде стран.

В докладе перечислены следующие 44 страны, нуждающиеся во внешней продовольственной помощи, 34 из которых находятся в Африке: Афганистан, Бангладеш, Буркина-Фасо, Бурунди, Венесуэла, Гвинея, Гаити, Демократическая Республика Конго, Демократическая Народная Республика Корея, Джибути, Замбия, Зимбабве, Ирак, Йемен, Кабо-Верде, Камерун,

Кения, Конго, Лесото, Либерия, Ливия, Мавритания, Мадагаскар, Малави, Мали, Мозамбик, Мьянма, Намибия, Нигер, Нигерия, Пакистан, Сенегал, Сирийская Арабская Республика, Сомали, Судан, Сьерра-Леоне, Танзания, Уганда, Центральная Африканская Республика, Чад, Эритрея, Эсватини, Эфиопия и Южный Судан.

Эксперты Oil World повысили прогноз мирового производства сои в 2020/21 МГ

Эксперты Oil World прогнозируют мировое производство соевых бобов в 2020/21 МГ на уровне 363,4 млн тонн, что может на 26,5 млн тонн превысить показатель сезона-2019/20 (336,8 млн тонн). Данный прогноз Oil World превышает прогноз USDA, согласно которому мировое производство сои в будущем сезоне может составить 362,8 млн тонн.

Аналитики ожидают рост производства в США – до 114 (+17,2) млн тонн и Бразилии – до 129 (+5) млн тонн. Помимо этого, прирост производства масличной в будущем сезоне прогнозируется в Аргентине – до 51 (+1) млн тонн, Китае – до 18 (+2,2) млн тонн, Индии – до 9,2 (+0,7) млн тонн.

Мировой спрос на соевые бобы эксперты ожидают на уровне 355,7 млн тонн (+9 млн тонн за сезон) благодаря повышению спроса Китая, который будет наращивать импорт масличной культуры ввиду растущего внутреннего спроса на соевый шрот.

На фоне значительного повышения мирового производства сои

эксперты ожидают также наращивания мировых конечных запасов масличной культуры – до 108,8 млн тонн, что на 8 млн тонн может превысить ожидаемый результат текущего сезона (101,1 млн тонн). При этом наиболее значительно запасы соевых бобов могут увеличиться в США – с 15,5 до 18,3 млн тонн, а также в Аргентине – до 37 (35) млн тонн и Бразилии – до 30 (27,7) млн тонн.

Еврокомиссия разработала предложения по развитию органического производства сельхозпродукции

Еврокомиссия предложила ряд мер, направленных на развитие органического сельхозпроизводства в странах ЕС.

В частности, к 2030 г. планируется сократить в странах ЕС использование пестицидов на 50% от текущего уровня, химических удобрений – на 20%, продажи противомикробных препаратов для животноводства и рыбководства – на 50% к 2030 г.

Помимо этого, предложения включают в себя перераспределение земельных ресурсов. В частности, доля земель для органического фермерства должна быть увеличена до 25% к 2030 г.

В то же время, ряд европейских фермерских объединений выступили с критикой данных планов, мотивируя свою позицию тем, что органическое производство, как правило, дает меньшую урожайность сельхозкультур и ограничивает возможности аграриев реагировать на рост спроса.

В июле-августе в ЕАЭС будет действовать особый режим экспорта семян подсолнечника

Коллегия Евразийской экономической комиссии приняла решение установить до конца августа с.г. особый режим вывоза семян подсолнечника с территории ЕАЭС.

«В настоящее время в отношении данной продукции действует запрет на экспорт, который закончится 30 июня 2020 года. После этого и до 31 августа будет работать разрешительный порядок по экспорту», - отметили в пресс-службе без пояснения дополнительных подробностей.

Как отметил министр по торговле ЕЭК Андрей Слепнев, введение особого режима вывоза семян подсолнечника обусловлено повышенным спросом на мировом рынке и связано с формированием запасов иностранными партнерами.

«До сбора нового урожая в странах ЕАЭС необходимо обеспечить семенами подсолнечника внутренний рынок, предупредив образование возможного дефицита», - подчеркнул министр.

«Учитывая большой объем мощностей по производству подсолнечного масла, который был создан в государствах-членах ЕАЭС в последние годы, в ЕЭК не видят опасностей затоваривания или формирования чрезмерно низких цен на продукцию со стороны потребителей сырья. А с учетом того, что РФ является одним из крупнейших экспортеров на данном рынке, принятая мера способна дополнительно простимулировать переработку семян подсолнечника на таможенной территории Союза с последующей продажей в дальнейшем зарубежье уже готовых товаров», - резюмируется в сообщении.

Ближнее зарубежье

Украина стала второй страной в мире по валютной выручке от экспорта зерна

Украина в 2019/20 МГ заработала \$9,6 млрд на поставках зерновых и стала второй страной в мире по валютной выручке от экспорта зерна. Об этом сообщил глава Украинской зерновой ассоциации Николай Горбачев.

Глава УЗА также отметил, что Украина может выйти на новые рынки

сбыта зерна и нарастить объемы поставок в Европу, где в этом году был низкий урожай.

«Главным перспективным рынком для Украины будет Азия, особенно Китай и Индонезия. Там подрастает новое поколение, которое потребляет меньше риса, но больше пшеницы; кроме того, там наблюдается положительная демографическая ситуация. Также перспективным направлением остается Европа, куда в

прошлом году мы экспортировали 10 млн тонн кукурузы, а годом ранее - 14 млн тонн. В этом сезоне в Европе был не очень хороший урожай, поэтому можно также ожидать увеличения экспорта», - сказал эксперт.

По словам Н.Горбачева, Украина производит в три раза больше зерновых, чем потребляет, и в ближайшие годы вряд ли сможет нарастить внутреннее потребление, поэтому потенциально может увеличивать экспорт и доходы в валюте.

Украинские производители экспортеры рапсового шрота одобрены для экспорта в КНР

Китайская Народная Республика приняла перечень украинских производителей рапсового шрота для экспорта на китайский рынок. Теперь в указанный перечень внесены мощности по производству рапсового шрота компаний ALLSEEDS BLACK SEA, Oliyar, ADM Illichivsk и Vinnitsa Oil Seeds Crushing Factor.

Ранее был подписан Протокол ветеринарно-санитарных и фитосанитарных требований по экспорту шрота рапсового из Украины в КНР между Госпродпотребслужбой Украины и Главным таможенным управлением КНР. Подписания протокола свидетельствовало об официальном открытии китайского рынка для украинского рапсового шрота», – пояснили в ведомстве.

Как отметили в Госпродпотребслужбе, расширение рынков сбыта и создание мощного экспортного потенциала является одним

из главных аспектов внешнеэкономической деятельности Украины, в частности в исполнении Экспортной стратегии Украины.

В Казахстане отменено квотирование экспорта сельхозпродукции

В Казахстане отменено квотирование экспорта из страны всех видов сельхозпродукции. Данное решение закреплено вступившим в силу с 1 июня приказом Минсельхоза республики «О признании утратившими силу некоторых приказов министра сельского хозяйства РК».

Как следует из текста документа, приказом признаются утратившими силу приказы министра сельского хозяйства от 2 апреля с.г. №111 «О некоторых вопросах вывоза отдельных товаров с территории Республики Казахстан», а также от 14 апреля с.г. №123 «О внесении изменений в приказ от 2 апреля 2020 г. №111».

Напомним, что данными приказами был введен, в частности, механизм квотирования экспорта из Казахстана пшеницы, пшеничной муки и подсолнечного масла, действовавший в течение апреля-мая с.г.

АПК Беларуси наращивает объемы производства и экспорта, несмотря на COVID-19

Агропромышленный комплекс Беларуси наращивает объемы производства и экспорта, несмотря на пандемию COVID-19. Данный факт

отметил начальник главного управления внешнеэкономической деятельности Минсельхозпрода РБ Алексей Богданов.

Как уточнил чиновник, по итогам I квартала уровень валового производства в аграрном секторе вырос на 5,5%, а экспорт продовольствия увеличился на 9,8%.

«Полученная в I квартале валютная выручка в \$1,4 млрд, с приростом к уровню аналогичного периода 2019 г. более чем на \$125 млн, позволила белорусским аграриям впервые довести долю АПК в общем экспорте страны до рекордных 21,8%. Не скажу, что нам было легко этого добиться, но та системная работа по диверсификации экспорта, которую проводит министерство на протяжении ряда лет, позволила с наименьшими потерями переориентировать торговые потоки с падающих рынков на более привлекательные», - отметил А.Богданов.

Также он добавил, что при снижении доли российского рынка на 3,9 процентного пункта доля стран СНГ (без учета России) увеличилась на 1,5 процентного пункта, а стран дальнего зарубежья - на 2,4 процентного пункта. Поставки в Китай выросли в 2,4 раза, в США - на 14%, страны Европейского союза - на 54%, Саудовскую Аравию и ОАЭ - более чем в 7 раз. Кроме того, удалось организовать поставки на ряд новых рынков, в числе которых Индия, Шри-Ланка, Малайзия, Оман, Мьянма, Гвинея, Нигер.

«По итогам т.г. планируем экспортировать сельскохозяйственной продукции и продуктов питания на

сумму \$5,7 млрд с темпом роста 104,2% к 2019 г.», - резюмировал глава департамента.

Казахстан экспортирует 90% производимой органической продукции

С учетом того, что в настоящее время органическим земледелием в Казахстане занимаются порядка 70 производителей (на общей площади в 270 тыс. га), данное направление можно считать развивающимся. Такое мнение высказал заместитель генерального директора ТОО «Национальный центр аккредитации» Кайнар Тайжанов.

«Другое дело, что производимые ими биопродукты не находят массового спроса внутри страны, поэтому 90% уходит на экспорт. В среднем органическое производство на 40% дороже традиционного, и наши потребители не могут себе этого позволить в отличие от жителей Евросоюза, Китая, США. В этом году оборот мирового рынка органической продукции превысил \$100 млрд, доля Казахстана составляет \$10 млн, это очень мало. И все же это прибыль, поскольку стоимость органических продуктов растет во всем мире», - сказал чиновник.

Также К.Тайжанов назвал Закон РК «Об органическом земледелии», принятый в 2016 г., «усеченным документом», который не в полной мере соответствует международным стандартам производства органической продукции.

«У нас есть порядка трех стандартов качества органической

продукции, однако основаны они не на требованиях ВТО. Например, есть знак органической продукции, но не качества самого продукта, а только упаковки. В итоге фермеры вынуждены заниматься производством и экспортом продукции, соответствуя казахстанскому и европейскому законодательствам. Что касается внутреннего рынка, то здесь, еще раз повторю, многое зависит от наличия массового спроса, которого нет», - резюмировал эксперт.

Союз зернопереработчиков Казахстана требует коренного пересмотра правил квотирования экспорта муки

Действующие в Казахстане ограничения экспорта пшеничной муки являются непродуманными и необоснованными, что может иметь тяжелейшие последствия для зерноперерабатывающей отрасли республики. Об этом говорится в направленном в адрес вице-премьера РК Романа Скляра письме ОЮЛ «Союз зернопереработчиков Казахстана».

Также отмечается, что Союз неоднократно предлагал снять ограничения по экспорту муки с условием гарантированных поставок на внутренний рынок 20% от объема экспорта муки. Тот же факт, что мука, поставляемая казахстанским мукомолами по гарантированным обязательствам (и по сниженным ценам), не выбирается, более чем убедительно свидетельствует о том, что внутренний рынок мукой насыщен и дефицита муки нет.

Кроме того, размытость формулировок действующих правил распределения квот позволяет любой компании подавать заявку на экспорт муки без подтверждения фактической возможности заявителя обеспечить поставку заявленного объема муки на экспорт и выполнения обязательств по гарантированным поставкам муки на внутренний рынок.

Как заявляют в организации, если же по тем или иным причинам будет принято решение о сохранении в дальнейшем квотирования экспорт муки, Союз зернопереработчиков РК считает необходимым коренным образом переработать действующие Правила расчета и распределения количественных ограничений (квот) «в части внесения в них четких критериев отбора претендентов на получение квот на экспорт муки и на все последующие механизмы».

В Казахстане упрощается процедура подтверждения происхождения экспортируемых товаров

В Казахстане вступила в силу обновленная редакция перечня документов, подтверждающих происхождение товара на экспорт. Это определено приказом министра торговли и интеграции РК от 9 апреля 2020 г. №72-НК, которым внесены изменения в приказ министра индустрии и новых технологий РК от 8 июля 2014 г. №257 «Об утверждении перечня документов, подтверждающих происхождение товара».

В новой редакции перечня приведены в соответствие с действующим законодательством документы, подтверждающие статус заявителя; проведена конкретизация и разграничение документов в зависимости от группы товаров; исключено обязательное предоставление ветеринарного сертификата, зерновой расписки; осуществлена конкретизация документов для товаров, реэкспортируемых из Казахстана; в соответствии с международными договорами добавлены документы, подтверждающие факт вывоза товара, для получения сертификата о происхождении товара впоследствии.

Указанные меры были предприняты «с целью снижения барьеров для субъектов предпринимательства при экспорте товаров, и учитывая многочисленные предложения».

Правительство Грузии будет субсидировать импорт в страну мукомольной пшеницы

Правительство Грузии будет субсидировать импорт в страну пшеницы, которая в дальнейшем будет использоваться для производства муки первого сорта. Об этом заявил исполнительный директор Ассоциации производителей зерна и муки Грузии Леван Силагава.

В рамках указанной программы планируется субсидировать ввоз в страну 40 тыс. тонн пшеницы, для чего будет выделено 5,2 млн лари (около \$1,7 млн).

Согласно условиям программы импортер, который ввезет в Грузию от 2 до 40 тыс. тонн пшеницы, получит от государства субсидию в размере \$40 за тонну в эквиваленте в лари.

«Субсидирование получат те компании, которые обязуются в течение 3 месяцев держать цену за один мешок муки первой категории на уровне 51 лари. Эта цена приемлема сегодня для производителей хлеба, чтобы он не дорожал и социально значимый продукт был на стабильном уровне. Реально хорошая помощь, в том числе и конкурентоспособный механизм, так как не подразумевает, что одна компания должна завезти все 40 тыс. тонн. Те компании, которые потребуют меньше субсидии, попадут в программу», - подчеркнул Л.Силагава.

Таджикистан ввел запрет на экспорт сельхозпродукции

Таджикистан ввел временный запрет на экспорт некоторых видов продукции сельского хозяйства. Такое решение было принято по результатам заседания Республиканского штаба по профилактике распространения коронавируса.

Введенный запрет распространяется на отгрузки из страны всех видов зерновых и бобовых культур, риса, пшеничной муки, яиц, картофеля, а также всех видов мяса.

«Данное решение принято с целью защиты продовольственного рынка и обеспечения рынков страны продукцией отечественного производства», - подчеркивается в сообщении.

Дальнее зарубежье

США и Бразилия опротестовали введенные Таиландом ограничения импорта сельхозпродукции

США и Бразилии обратились с официальным протестом во Всемирную торговую организацию касательно планируемого ввода Таиландом запрета на импорт в страну пестицидов, сообщает Reuters.

Как уточняется, правительство Таиланда с целью защиты здоровья населения внесло с 1 июня т.г. в список особо опасных веществ пестициды паракват и хлорпирифос, что вводит запрет на поставки в страну сельхозпродукции, произведенной с применением указанных химических веществ. В частности, по прогнозам ООН, указанный запрет может существенно сократить объемы поставок в Таиланд пшеницы и сои из США и Бразилии.

«Действия Таиланда вызывают обеспокоенность, т.к. данные меры могут ограничивать торговлю более, чем необходимо. В то же время многие страны, которые сегодня запрещают использовать паракват или хлорпирифос внутри страны, по-прежнему разрешают импорт продуктов питания, содержащих остатки веществ, в соответствии со стандартами MRL», - отметил советник по сельскому хозяйству посольства США в Таиланде Russ Nicely.

Справочно: США и Бразилия являются ключевыми поставщиками сои в Таиланд: в 2019 г. импорт данной культуры из указанных стран

оценивается на уровне \$525 млн и \$602 млн соответственно.

Китай планирует активизировать импорт зерновых и масличных на фоне опасений относительно второй волны коронавируса

Правительство Китая просит трейдинговые компании и переработчиков страны увеличить запасы зерновых и масличных культур в связи с опасениями относительно возможности второй волны пандемии коронавируса, сообщает Reuters.

В частности, правительство страны обратилось к частным и государственным компаниям с запросом относительно возможности увеличения закупок соевых бобов, соевого шрота и масла, а также кукурузы.

При этом участники рынка в настоящее время несколько обеспокоены возможными задержками поставок соевых бобов из Южной Америки, в частности из Бразилии, на фоне пандемии. В свою очередь, китайские импортеры активизировали закупку масличной из США, законтрактовав в текущем месяце 374 тыс. тонн американской сои будущего урожая.

За 10 лет Китай увеличит годовой импорт сои почти до 100 млн тонн

Китай в ближайшие годы будет наращивать импорт соевых бобов на фоне пандемии коронавируса и

высокого уровня потребления масличной культуры в стране.

Согласно прогнозам минсельхоза КНР, закупки масличной культуры на внешних рынках по итогам с.г. могут составить 92,48 млн тонн, к 2025 г. данный показатель вырастет до 96,62 млн тонн, а к 2029 г. – до 99,52 млн тонн.

Кроме того, производство соевых бобов в Китае в 2020 г. министерство ожидает на уровне 18,81 млн тонн (+3,9% в год), а переработка масличной может составить около 85,98 млн тонн.

При этом внутреннее потребление сои в Китае продолжит стабильно увеличиваться, а темпы увеличения в ближайшие 10 лет будут определяться динамикой роста импортных поставок.

Китай вводит антидемпинговую и антидотационную пошлины на импорт австралийского ячменя

Правительство Китая приняло решение о введении с 19 мая антидемпинговой и антидотационной пошлин на импорт ячменя из Австралии в размере 80,5% сроком на 5 лет.

Как уточняется, антидемпинговая пошлина на зерновую будет взиматься со всех компаний, осуществляющих поставку ячменя из Австралии и составит 73,6%, а антидотационная пошлина - 6,9%.

Причиной данного решения, по информации китайской стороны, стало выявление случаев демпинга со стороны Австралии при поставках ячменя, что нанесло значительный урон внутренней промышленности страны.

Отметим, что Австралия является крупнейшим поставщиком ячменя в Китай, при этом альтернативные рынки сбыта зерновой для страны достаточно ограничены. Не исключается, что в сложившихся условиях австралийские экспортеры могут начать поставки ячменя в Саудовскую Аравию. В свою очередь, КНР может переориентироваться на закупки зерновой из Франции, Канады, Аргентины и ряда других европейских стран.

Индонезия продлила действие нулевой экспортной пошлины на пальмовое масло

Правительство Индонезии приняло решение о продлении до конца июня с.г. действия нулевой пошлины при экспорте пальмового масла.

Кроме того, референтная цена на данный продукт в июне установлена на уровне \$568,94 за тонну, что ниже, чем месяцем ранее (\$635,15 за тонну). Также не будет взиматься экспортный сбор, который применяется в случае, если референтная цена на пальмовое масло превышает \$570 за тонну.

*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. Чай черный ручного сбора привез на Кубань высшую награду – Гран-При «Лучший продукт - 2018».



ТОРГОВАЯ МАРКА «ЛАКОМСТВА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ»

Новая линейка продукции – иммунные коктейли



Торговая марка «Лакомства для здоровья» появилась на российском рынке в 2010 году. Главной идеей и миссией бренда явилось создание широкого ассортимента кондитерских изделий на основе только полезных для здоровья, полностью натуральных ингредиентов.

Первым продуктом марки, запущенным в серийное производство, стал горький шоколад (77 % какао-продуктов) с отрубями, вкусовые качества которого были высоко оценены сначала собственными сотрудниками компании, а потом и конечными потребителями. Важное отличие этого продукта от традиционных шоколадных плиток заключается в сниженной на 10 % калорийности. Кроме того, шоколад с отрубями поставляется в организм

человека натуральную клетчатку, способствующую улучшению метаболизма, что особенно ценно для людей, ведущих ограниченно подвижный образ жизни.

Сегодня в каталоге бренда «Лакомства для здоровья» более 60 кондитерских изделий, многие из которых не имеют аналогов ни на российском, ни на зарубежном рынке. Традиционные составляющие рецептов сладостей дополняются отварами целебных трав, натуральной овощной клетчаткой, специями – и в результате получаются неожиданные, но очень приятные вкусы, покоряющие покупателей с первой дегустации.

В основе энтузиазма специалистов бренда, создающих все новые и новые рецептуры полезных

лакомств, лежит убеждение: забота о здоровье должна быть постоянной. Необходимо не мучить себя время от времени диетами, а выстроить систему питания таким образом, чтобы, получая наслаждение от каждого приема пищи, насыщать свой организм максимально возможным количеством полезных компонентов – витаминов, минералов, клетчатки и других веществ, несущих неоценимую пользу здоровью.



В апреле 2020 года бренд «Лакомства для здоровья» выпустил линейку иммунных коктейлей, включающую в себя 5 разных по вкусу составов – 3 ягодно-кисельных и 2 супа-пюре. Приготовленные из натуральных ингредиентов, рекомендуемых к употреблению как натуропатами, так и представителями официальной медицины, эти коктейли радуют потребителей нежной консистенцией и высокими вкусовыми качествами. Они могут употребляться в качестве легкого самостоятельного перекуса или в составе меню комплексного обеда. В любом случае все полезные вещества из них будут легко усвоены организмом и внесут свой вклад в укрепление его защитных сил.

Растительную вкусовую основу ягодных коктейлей составляют дегидратированные соки облепихи, черноплодной рябины, клубники, черники, лимона, а также лепестки гибискуса, богатые натуральным витамином С. Богатый вкус супов обусловлен присутствием разнообразных ароматных пряностей: петрушки, чеснока, паприки, пажитника, перца, базилика.

Два мощных антимикробных компонента, входящих в каждый состав – куркума и имбирь – придают готовым киселям и супам приятную терпкость. Также во все коктейли добавлен витамин D3, рекомендованный медиками в качестве средства для профилактики воспалительных заболеваний.



В настоящее время иммунные коктейли марки «Лакомства для здоровья» реализуются в торговых сетях, в том числе аптечных. Объем их продаж планомерно увеличивается, так как продукция в полной мере соответствует потребностям покупателей в обогащении повседневного рациона полезными и вкусными блюдами.

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.



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».



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.



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

Истоки Favaios уходят в древность. Считается, что слово происходит от Flavius, названия древнеримского поселения.



Adega de Favaios, расположенная в регионе Дору, была основана в 1952 году и стала одним из крупнейших и наиболее признанных кооперативов страны благодаря отличному качеству Moscatel Favaios.

Favaios ассоциируется с москателем, напитком региона Дору, который высоко ценится за мягкость и аромат. Вино способствовало развитию деревни, и это оказало большое влияние на местную экономику и архитектуру.

Мускатель из района реки Дору отличается изысканным вкусом и восхитительным ароматом.

Признавая требования рынка, Адега де Фавайос решила вложить крупные средства в модернизацию и возрождение инфраструктуры винодельни. Она также инвестировала в

модернизацию линий розлива и центра винификации.

Она обладает самыми современными технологиями, которые в сочетании со светскими традициями создают разницу в качестве вина. Кроме того, строительство нового центра винификации создало условия для обработки на его территории белого и красного винограда, выращенного участниками кооператива.

Миссия винодельни состоит в том, чтобы развивать бренд Moscatel de Favaios как одного из важнейших эталонов в национальной категории вин и, как, например, в случае Port Wine, расширять свой международный рынок.



Adega Cooperativa de Favaios была основана в 1952 году сотней фермеров, которые очень усердно работали, чтобы осуществить свою мечту. Со временем их число выросло, и сегодня кооператив насчитывает более 550 участников.

К 1930 году производство мускателя и портвейна было настолько интенсивным и неконтролируемым, что заставило реформировать сектор. Для регулирования этого производства были созданы регулирующие учреждения, такие как Каса-ду-Дору (Casa do Douro) и Институт портвейна. К 1935 году Каса-ду-Дору запретила добавлять винный спирт в производство мускателя и портвейна на высоте выше 500 метров над уровнем моря. Плато Фавайуш находится выше этого уровня.



Фермеры сочли это правило несправедливым, поскольку добавление винного спирта необходимо для производства мускателя. Виноделы были недовольны и заявили Каса-ду-Дору, что они не принимают во внимание особое положение Фавайуш. За последующие 20 лет мало что изменилось. Эти ограничения в производстве побудили группу фермеров вновь представить вопрос перед Каса-ду-Дору, и они обратили основное внимание на несправедливое законодательство в отношении мускателя. Решением этой проблемы было создание ассоциации виноградарей, которая стала началом Adegа Cooperativa de Favaios.

Identity

The origins of Favaios are remote. It is believed that the etymology comes from Flavius, the name of the settlement that belonged to Terra de Panóias.

The Adegа de Favaios, in the Demarcated Region of the Douro, was founded in 1952 and has become one of the largest and most recognized cooperatives of the country due to the distinct quality of the Favaios Moscatel



Favaios is synonymous with Moscatel, a liqueur of the Douro Region, highly appreciated for its sweetness and aromas.

The wine enabled the development of the village and it had a great impact in the local economy and architecture.

'Douro Moscatel is remarkable for its exquisite taste and delicious aroma'

Mission and vision

Recognizing the market requirements Adegа de Favaios decided to invest in the modernization and revitalization of the winery infrastructure through a high investment. It also invested in the modernization of bottling lines and the vinification center. It has the most modern technology which combined with

the secular traditions makes all the difference in the quality of the wine.

Moreover, the construction of the new vinification center created conditions to treat on its premises the white and red grapes grown by the members.



The mission of the winery is to develop the brand of the Moscatel de Favaios as one of the most important references in

the national wine category and, such as in the case of Port Wine, expand their international market.

History

The Adega Cooperativa de Favaios was founded in 1952 by a hundred farmers that worked very hard to make the dream come true. The number of members has grown over time and today the cooperative has more than 550 members.

By 1930 the production of Moscatel and Port wine was so intense and uncontrolled that forced the sector to reform. Regulatory institutions such as Casa do Douro and the Port Wine Institute were created to regulate that production.

By 1935 Casa do Douro ruled that 500 meters above sea level it was forbidden to add wine spirit to the production of moscatel and port wine.

The plateau of Favaios is above that range so the farmers of Favaios considered that rule unfair because the addition of wine spirit is essential to the production of the Moscatel.



The winegrowers were not happy and protested to Casa do Douro saying that they were not taking into account the special situation of Favaios.



During almost 20 years little changed. These restrictions in production motivated a group of Favaios farmers to submit, again, the issue to Casa do Douro and they highlighted the unfair legislation applied to Moscatel wine. The solution to the problem was to set up an association of winegrowers which was the start of the Adega Cooperativa de Favaios.

MIGUELS WINES



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 a 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

Безопасность производства продуктов питания в условиях эпидемии - что заберем с собой в новую жизнь

22 июля в 11.00 компания Асти Групп совместно с Россельхознадзором и отраслевыми ассоциациями и союзами, проведет трехчасовую онлайн-конференцию **«Безопасность производства продуктов питания в условиях эпидемии - что заберем с собой в новую жизнь».**



Вплоть до сегодняшнего дня открытые источники информируют о вспышках коронавируса на фасовочных, овощных и мясных предприятиях США и Европы, что вызывает опасения по поводу нехватки рабочей силы и перебоев в цепочках поставок. Вспышки заболеваний коронавирусом произошли на более чем 180 заводах по переработке мяса в США. В отрасли идет обсуждение необходимости серии реформ в мясной промышленности, например, таких как запрет на привлечение внешних подрядчиков для предприятий, основным видом деятельности которых является забой скота и переработка мяса и др.

На конференции будет рассмотрен опыт обеспечения безопасности производства во время

пандемии и конкретные решения, принятые для устранения угроз и сохранения объемов производства.

Эксперты отрасли поделятся конкретными кейсами, выработанными в текущей непростой ситуации: как в конкретном случае были решены возникшие проблемы, чтобы распространить их позитивный опыт на другие предприятия и использовать этот опыт в будущем.



На онлайн-конференцию приглашаются представители мясоперерабатывающих предприятий, специалисты сектора животноводства, птицеводства и смежных отраслей.

Мероприятие станет своего рода анонсом Саммита предприятий мясной отрасли «Аграрная политика России: безопасность и качество мясной продукции «от поля до стола», который состоится в Москве 6 - 8 октября 2020 г.

По вопросам участия в предстоящих мероприятиях просьба обращаться по тел.: **+7 (495) 797 69 14** и e-mail **conference@astigroup.ru**

МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК
Russia 2020



FROM FEED TO FOOD

400

компаний

36

стран



РОССИЯ,
МОСКВА,
КРОКУС-ЭКСПО



06-08 2020
ОКТЯБРЯ

Крупнейший международный
специализированный форум
в области животноводства,
свиноводства, птицеводства,
кормопроизводства и здоровья
сельскохозяйственных животных



MAP
MEAT AND POULTRY
RUSSIA

+7 (495) 797 69 14 | info@meatindustry.ru | www.vivrussia.ru | www.meatindustry.ru

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

НОВАЯ ЛОГИКА WIN-WIN В КОММЕРЧЕСКИХ ПЕРЕГОВОРАХ

Очень часто я являюсь свидетелем ожесточенных споров между поставщиками и закупщиками на тему «Возможен ли результат «win-win» (обе стороны в выигрыше) в коммерческих переговорах?» Закупщики говорят, что «настроены на долгосрочное сотрудничество», поэтому ищут взаимовыгодные решения. Поставщики говорят, что у закупщика сильная позиция и они «выкручивают руки». В этой ситуации о взаимной выгоде не может быть и речи. Я не согласен с позицией поставщиков и поэтому сформулировал несколько правил коммерческих переговоров, которые отражают реальности современного российского бизнеса:

В первую очередь для проведения эффективных коммерческих переговоров надо выделить вопросы, которые стоят денег уже сейчас (товары, действия, трудозатраты, износ оборудования).

После этого надо понять возможные неденежные выгоды свои и партнера: репутация, имидж, узнаваемость и т.д. И третий шаг: оценить возможности и сроки конвертации неденежных выгод в доходы или расходы.

Переговоры выигрывает тот, кто сумеет, спекулируя выгодами оппонента, забрать себе больше уже сейчас.



On-line тренинг
«Жесткие переговоры.
Что делать, когда поставщик
диктует условия»

NEW

20 – 23 июля 2020 года
Вебинары+задания с проверкой и консультацией Сергея Илюхи

И, да! Мое мнение: без ощущения выгоды обоими партнерами сделка невозможна!

Рассмотрим, как можно представить переговоры в виде жесткого алгоритма.

Правило 1. Определите весь круг обсуждаемых вопросов.

Все вопросы, обсуждаемые в процессе коммерческих переговоров, и подразумевающие доходы или расходы, можно разделить на следующие группы.

Таблица 1. Вопросы, обсуждаемые при коммерческой сделке

Аспект	Показатель
Стоимость	Цена товара
	Цена доп. сервиса
	Цена доп. гарантий
	Бонус
	Рекламные бюджеты (в случае необходимости)
	Форма оплаты
	Сроки оплаты
Доставка и установка	Срок поставки (выдачи)
	Место поставки
	Кто осуществляет поставку
	Кто осуществляет сборку и наладку
	Кто осуществляет вывоз мусора
Гарантии	Объем гарантий, входящих в стоимость товара
	Частота и объем гарантийного обслуживания
	Процедура предъявления претензий
	Процедура получения возмещения
	Сроки получения возмещения

Отмечу, что под ценой товара подразумевается сумма сделки, т.е. произведение стоимости единицы продукции на количество закупаемого товара или стоимость комплекта. Тут возможны всевозможные варианты.

Все показатели имеют свою приоритетность. Но как оценить свои реальные цели в переговорах? На своих тренингах при таком количестве признаков я предлагаю слушателям распределить между показателями 15 «баллов полезности» по следующим правилам:

Приоритетный показатель – 4 балла

Важный показатель – 2 балла

Показатель, интересный для обсуждения – 1 балл

Второстепенный показатель, на обсуждение которого жаль тратить время и можно согласиться на вариант «по умолчанию» - 0 баллов

Допустим, мы ведем переговоры по закупке оборудования. При этом у нас произошла авария и нам необходимо запустить оборудование в течение 5 дней. Если мы это не сделаем, мы сорвем выполнение контракта и вынуждены будем оплатить большую неустойку. О поставщике мы знаем, что он единственный, который может так быстро установить оборудование, и у него есть финансовые проблемы, связанные с кассовым разрывом. Т.е. ему нужны деньги как можно быстрее, максимум в течение 10 дней.

Как видим, в позициях обеих сторон есть уязвимые места, поэтому они не будут применять жесткие техники, а будут стараться договориться.

Если бы перед участниками переговоров не стояло специальных задач, таблица значимости обсуждаемых вопросов выглядела бы приблизительно так:

Таблица 2. Значимость вопросов при отсутствии специальных задач

Аспект	Показатель	Важность показателей	
		Для покупателя	Для продавца
Стоимость	Цена товара	2	2
	Цена доп. сервиса	1	1
	Цена доп. гарантий	0	0
	Бонус	2	2
	Рекламные бюджеты (в случае необходимости)	1	1
	Форма оплаты	1	1
Доставка и установка	Сроки оплаты	1	1
	Срок поставки (выдачи)	1	1
	Место поставки	1	1
	Кто осуществляет поставку	1	1
	Кто осуществляет сборку и наладку	1	1
	Кто осуществляет вывоз мусора	1	1
Гарантии	Объем гарантий, входящих в стоимость товара	1	1
	Частота и объем гарантийного обслуживания	1	1
	Процедура предъявления претензий	0	0
	Процедура получения возмещения	0	0
	Сроки получения возмещения	0	0
		15	15

Правило 2. Значимость обсуждаемых вопросов не одинакова. До начала переговоров необходимо выделить вопросы, на которые следует обратить особое внимание, и понять, на обсуждение каких нет смысла тратить время.

Пресловутый метод Win-Win, адептами которого сегодня становятся многие «эксперты» по переговорам и даже некоторые практики гласит, что Переговорщики собираются, озвучивают, что им важно, забирают то, что не важно для оппонента, отдают то, что не важно для них, остальное делят поровну.

Дополню метод пояснением... В случае взаимной, но не одинаковой заинтересованности, выгоды делятся пропорционально взаимной заинтересованности.

А теперь вернемся к кейсу.

Для обоих переговорщиков важна цена поставки и бонусы. Так же вопросами обсуждения будут являться сроки поставки, порядок поставки и установки, рекламные бюджеты. Обе стороны согласны на некий средний на рынке уровень гарантий и «принятую» форму оплаты.

В этом случае переговоры будут проходить приблизительно так:

Продавец:

Мы предлагаем Вам купить наше оборудование за 100 тысяч рублей, премия 5 % как новому клиенту. При такой цене мы сможем поставить оборудование через 30 дней. Сборка за наш счет, оплата 50 % при заключении контракта, 50 % после сборки и наладки. Стандартный объем гарантий.

Покупатель:

Мы хотели бы купить оборудование за 85 тысяч рублей.

Продавец:

А давайте договоримся 95 тысяч и премия 6 %.

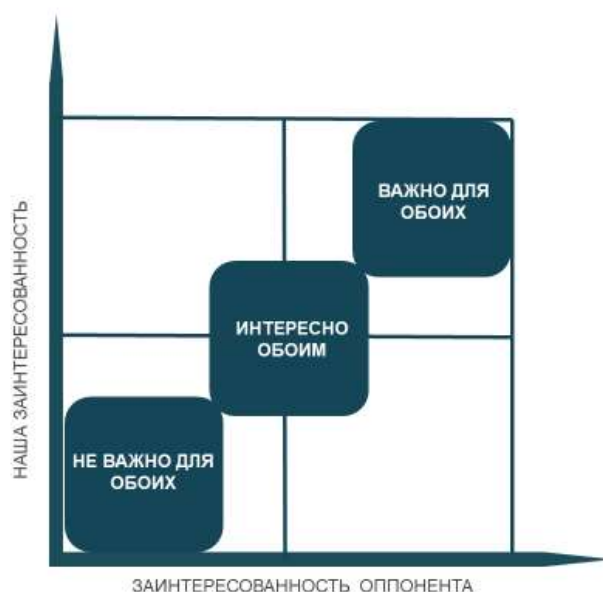
Покупатель:

А давайте! Присылайте типовой договор.

Это классический вариант переговоров Win-Win двух непрофессионалов. Так обычно покупают помидоры на рынке...

То, что это «неправильные» переговоры видно даже из матрицы ценностей, которая «вырождается», существенно снижая возможности ведения переговоров, и принимает вид, приведенный на рис. 1.

Рис. 1. Матрица ценности при переговорах с одинаковой ценностью обсуждаемых вопросов



В реальности у сторон есть особые пожелания, вопросы, решение которых им особенно важно в процессе обсуждения.

Вернемся к нашему примеру.

Что важно для покупателя: ему важно заключить сделку на приемлемых для компании условиях, в кратчайшие

сроки и по возможности получить отсрочку платежа.

Что важно для продавца (Таблица 4): он очень хочет начать работу, при этом ему важна цена продажи для выполнения плана и быстрое получение денег, так как стоит специальная задача по получению денег в течении 10 дней.

Логика переговоров заключается в том, что наличие острой нужды ослабляет силу позиции. Иначе говоря, для того, чтобы получить желаемое, при обсуждении условий контракта придется чем-то пожертвовать. Правило «15 баллов» позволяет наглядно продемонстрировать это. Так, в связи с тем, что оборудование необходимо срочно, покупатель готов согласиться на

стандартный объем гарантий и любую форму оплаты, а продавец ради быстрого получения денег так же готов не обсуждать эти вопросы.

Правило 3. Ценность вопросов не одинакова для оппонентов. За решение важных для оппонента вопросов можно получить больше.

Таблица 3 Значимость вопросов при наличии специальных задач

Аспект	Показатель	Важность показателей	
		Для покупателя	Для продавца
Стоимость	Цена товара	2	2
	Цена доп. сервиса	1	1
	Цена доп. гарантий	0	0
	Бонус	2	2
	Рекламные бюджеты (в случае необходимости)	1	1
	Форма оплаты	0	0
	Сроки оплаты	1	4
Доставка и установка	Срок поставки (выдачи)	4	1
	Место поставки	1	1
	Кто осуществляет поставку	1	1
	Кто осуществляет сборку и наладку	1	1
	Кто осуществляет вывоз мусора	1	1
Гарантии	Объем гарантий, входящих в стоимость товара	0	0
	Частота и объем гарантийного обслуживания	0	0
	Процедура предъявления претензий	0	0
	Процедура получения возмещения	0	0
	Сроки получения возмещения	0	0
		15	15

С точки зрения западного гуру переговоры должны проходить следующим образом:

Продавец:

Мы предлагаем Вам купить наше оборудование за 100 тысяч рублей, премия 5 % как новому клиенту. При такой цене мы сможем поставить оборудование через 30 дней. Сборка за наш счет. Предоплата 100 %.

Покупатель:

Мы согласны на такие условия в случае, если сборка оборудования будет произведена в течении 5 дней.

Продавец:

Отлично. Мы пришлем Вам договор сегодня.

Казалось бы, все должны быть довольны. Стороны объявили свои требования. Имел место формальный торг и сближение позиций... Да вот это тоже переговоры для любителей.

На практике можно пойти другим путем.

Правило 4. Значимость вопросов субъективна. Завысив важность решения вопроса для оппонента можно получить от него больше.

Если одна сторона значительно сильнее другой, она имеет право диктовать свои условия, в том числе определять ценность обсуждаемых вопросов для другой стороны.

Допустим, в нашем кейсе поставщик является монополистом, и прекрасно знает, что, если новое оборудование не будет смонтировано в кратчайшие сроки покупатель не выполнит свои обязательства по крупному контракту и выплатит огромную неустойку. В этом случае он «раздувает» значимость только одного аспекта контракта, забирая себе все.

Предположим, объективно ситуация не изменилась и соответствует приведенной в таблице 2. Но продавец построил переговоры так, что в понимании покупателя вся ценность сконцентрировалась на сроке поставки и «абстрактных ценностях», напрямую не относящихся к контракту (его потерях при невыполнении условий контракта с некоей третьей фирмой). В результате «отдал» все без обсуждения.

Как выглядели переговоры:

Продавец:

Мы предлагаем Вам купить наше оборудование за 150 тысяч рублей. Мы слышали, что у Вас проблемы с выполнением контракта из-за поломки и специально для Вас отказали одному из наших постоянных покупателей для того, чтобы помочь Вам. Вы знаете, что при обычных условиях срок доставки и монтажа оборудования не менее 30 дней. А мы готовы, в случае предоплаты и самовывоза оборудования, смонтировать его за неделю. Понятно, что в этом случае объем гарантий будет несколько сокращен. Приступаем, а то время уходит!

Покупатель:

150 тысяч это дорого. Мы хотели бы за 100. Это рыночная цена.

Продавец:

Мне надо обдумать это. Позвоню Вам через пару дней. Думаю, при такой цене монтаж займет стандартные 30 дней.

Покупатель:

Хорошо. Мы согласны на 150 тысяч. Присылайте документы.

Что произошло с точки зрения нашей таблицы ценностей?

Таблица 4. Распределение ценности при создании у оппонента восприятия завышенной ценности

Аспект	Показатель	Важность показателей		Восприятие ценностей	Распределение ценностей	
		Для покупателя	Для продавца		Для покупателя	Для продавца
Стоимость	Цена товара	2	2	0	0	4
	Цена доп. сервиса	1	1	0	0	2
	Цена доп. гарантий	0	0	0	0	0
	Бонус	2	2	0	0	4
	Рекламные бюджеты (в случае необходимости)	1	1	0	0	2
	Форма оплаты	0	0	0	0	0
Доставка и установка	Сроки оплаты	1	4	0	0	5
	Срок поставки (выдачи)	4	1	15	4	1
	Место поставки	1	1	0	0	2
	Кто осуществляет поставку	1	1	0	0	2
	Кто осуществляет сборку и наладку	1	1	0	0	2
	Кто осуществляет вывоз мусора	1	1	0	0	2
Гарантии	Объем гарантий, входящих в стоимость товара	0	0	0	0	0
	Частота и объем гарантийного обслуживания	0	0	0	0	0
	Процедура предъявления претензий	0	0	0	0	0
	Процедура получения возмещения	0	0	0	0	0
	Сроки получения возмещения	0	0	0	0	0
		15	15	15	4	26

Как обычно, предметом обсуждения были 15 баллов полезности с каждой стороны. Но продавец создал у покупателя «иллюзию» того, что вся его польза заключается в срочном решении вопроса (если не решит, его потери составят, допустим 5 млн. руб.).

Далее произошел «честный» обмен: продавец отдал покупателю его

15 баллов ценности, а себе забрал «все что осталось».

В понимании покупателя это 15 баллов, в реальности же, как видно из таблицы 4, - 26 баллов.

Матрица полезности в этом случае принимает вид, приведенный на рис. 2.

Рис. 2. Матрица полезности при завышении ценности вопросов для покупателя



Как видите, правильное использование техник убеждения и работа со слабостями оппонента позволяет забрать больше. При этом оппонент остается благодарен и чувствует себя «в выигрыше», так как решена важная для него задача на «приемлемых» условиях.

Подробнее о техниках ведения жестких переговоров я расскажу на своих on-line курсах 20-23 июля 2020 года. Присоединяйтесь и удачи в переговорах!

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

НОВОЕ В НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ В ПЕРИОД КАРАНТИНА

В настоящее время обороты набирает очередной экономический кризис, вызванный стремительным распространением коронавирусной инфекции COVID-19 по всему миру. В связи с этим, многие компании, в особенности деятельность которых связана с импортом и экспортом продукции, уже успели ощутить неблагоприятные последствия на себе.

Ограничения, введенные на территории Российской Федерации в связи с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции, во многом повлияли на обычное функционирование внутренней и внешней торговли в нашей стране. Органы власти за время пандемии приняли достаточно большое количество нормативных актов, регулирующих взаимоотношения не только государства и субъектов внешнеэкономической деятельности бизнеса, но и частных лиц между собой. Налоговая сфера не осталась в стороне: Правительство РФ поддержало предпринимателей и ввело мораторий на проведение выездных налоговых проверок. Новелла могла бы существенно снизить давление на трансграничную торговлю, однако на практике все оказалось не так просто.

Конкретно речь идет о Постановлении Правительства РФ от 2 апреля 2020 года №409 «О мерах по обеспечению устойчивого развития экономики», пунктом 4 которого приостановлено проведение

назначенных выездных (повторных выездных) налоговых проверок, проверок полноты исчисления и уплаты налогов в связи с совершением сделок между взаимозависимыми лицами, вынесение решений о проведении указанных проверок, а также течение сроков, установленных Налоговым кодексом в отношении таких проверок, и сроков, предусмотренных нормами о производстве по делу о налоговых правонарушениях.

Мораторий на налоговые проверки действовал до 30 июня включительно. Не исключаем, что Правительство продлит меры налоговых послаблений, которые улучшат положения экспортеров.

Нельзя не отметить положительный эффект данного нормативного акта – ФНС России в своем письме от 9 апреля 2020 г. № СД-4-2/5985@ указала, что приостановление проведения назначенных выездных (повторных выездных) налоговых проверок в данном случае влечет установление запрета на проведение всех мероприятий налогового контроля, проводимых в рамках таких проверок. Дополнительно было дано разъяснение в отношении того, течение каких именно сроков приостанавливается. Перечень достаточно большой и включает в себя, например, сроки в отношении проведения выездной налоговой проверки, приостановления проведения выездной налоговой проверки,

составления акта выездной налоговой проверки, вручения акта выездной налоговой проверки.

Налоговая служба даже несколько расширила правительственный запрет: до 01.06.2020 органам налоговой службы необходимо исключить проведение вне рамок выездных налоговых проверок мероприятий налогового контроля, связанных с непосредственным контактом с налогоплательщиками (их сотрудниками, представителями), свидетелями, иными лицами (осуществление допросов, осмотров, вызовов в налоговый орган и т.п.).

Вместе с тем, нельзя не отметить, что данный запрет никак не распространяется на истребование документов в рамках так называемых «встречных проверок». Правительство продлило срок предоставления документов, информации, пояснений по требованию налоговых органов, полученных в период с 1 марта по 30 июня 2020 года, на 20 рабочих дней.

Крайне важно, что сделана оговорка «рабочих»: Минфин в письме от 15 апреля 2020 г. № 03-02-08/29938 уточнил, что согласно пункту 6 статьи 6.1 Налогового кодекса рабочим днем считается день, который не признается в соответствии с законодательством Российской Федерации или актом Президента Российской Федерации выходным, нерабочим праздничным и (или) нерабочим днем. Получается, что выходные дни, установленные Указами Президента, в двадцатидневный срок не входят.

Михаил Семенко,
ООО «Холдсвей»

КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА

Директор ООО «Партнер-Аудит»
Михаил Григорьевич Персиц:
«Учитывая последние изменения, предприятия, деятельность которых восстановлена лишь с начала-середины июня могут испытывать затруднения с предоставлением документов в рамках «встречных проверок», поскольку их нормальная хозяйственная деятельность была парализована, а многие из запрашиваемых документов находятся в архивах. При таких обстоятельствах увеличение сроков предоставления истребуемых в рамках «встречных проверок» документов фактически не оказало должного положительного эффекта и не упростило затруднительное положение налогоплательщиков».

Одним словом, Постановление Правительства №409 – важный нормативный акт, который, с одной стороны, во многом облегчит жизнь налогоплательщикам в период карантина и выхода из него, с другой – оставляет возможность налоговым органам истребовать документы в рамках иных мероприятий налогового контроля, что, конечно, может не лучшим образом сказаться на сроках восстановления пострадавших экспорта и импорта.

Безусловно, любой экспортер заинтересован в зачете внутреннего НДС. В то же время, на практике достаточно часто возникают споры с налоговой службой в отношении правомерности зачета внутреннего НДС, в частности, когда налоговый орган сомневается реальности сделки.

В связи с этим в рамках раскрытия новелл налоговых правоотношений в «карантинный» период, нельзя обойти стороной и принятое 14 мая Верховным Судом Определение по налоговому спору АО «Специализированная производственно-техническая база «Звездочка».

Верховный Суд подробно изложил свою позицию относительно возможности отказа в предоставлении налогового вычета по НДС при неисполнении контрагентом своей налоговой обязанности в контексте статьи 54.1 Налогового кодекса. Особенно много вопросов вызывает подпункт 2 пункта 2 данной статьи, согласно которому налогоплательщик вправе уменьшить сумму налога, подлежащему уплате в бюджет, если обязательство по сделке или операции исполнено лицом, являющимся стороной договора, заключенного с налогоплательщиком, или лицом, которому обязательство по исполнению сделки или операции передано по договору или закону.

В рамках имеющегося дела Верховный Суд подчеркнул, что природа НДС – косвенного налога – достаточно своеобразна, ей обусловлена стадийность взимания данного налога, что означает следующее: использование права на вычет налога покупателем, с одной стороны, предопределяется непрерывным предъявлением налога по мере движения товаров (работ, услуг) от одного хозяйствующего субъекта к другому и принятием в связи с этим каждым из участников оборота

обязанности по уплате в бюджет предъявляемых сумм налога.

С другой стороны, как неоднократно отмечалось в решениях Конституционного Суда Российской Федерации, исполнение обязанности по уплате налогов не предполагает возложения на налогоплательщика ответственности за действия всех организаций, участвующих в многостадийном процессе уплаты и перечисления налогов в бюджет: право налогоплательщика на налоговый вычет не может быть обусловлено исполнением непосредственными контрагентами (продавцами, поставщиками) и предшествующими им лицами своей обязанности по уплате НДС, а также финансово-экономическим положением и поведением третьих лиц.

Суд пришел к выводу, что неуплата НДС как непосредственным контрагентом налогоплательщика, так и предшествующими в цепочке поставщиками не может служить самостоятельным основанием для отказа в реализации права налогоплательщика на налоговый вычет, либо доначисления якобы неуплаченных сумм НДС.

Экономколлегия Верховного Суда РФ напомнила, что неправомерно лишение права на вычет НДС налогоплательщика-покупателя, который не преследовал цели уклонения от налогообложения в результате согласованных с иными лицами действий, не знал и не должен был знать о допущенных этими лицами нарушениях, действовал в рамках поведения, ожидаемого от разумного участника хозяйственного оборота. То

есть, важно с должным образом подходить к анализу и оценке добросовестности налогоплательщика, претендующего на налоговый вычет.

Немаловажно указать и следующее: если контрагент налогоплательщика обладает достаточными для исполнения сделки экономическими ресурсами самостоятельно или с привлечением третьих лиц, то представление таким субъектом бухгалтерской и налоговой отчетности, отражающей наличие указанных ресурсов, дает разумно действующему налогоплательщику-покупателю основания ожидать, что сделка этим контрагентом будет исполнена надлежащим образом, а налоги при ее совершении – уплачены в бюджет. Следовательно, в подобной ситуации предполагается, что выбор налогоплательщиком контрагента отвечал условиям делового оборота.

В целом же, можно говорить, что Верховный Суд расширил данным Определением правовую позицию, изложенную во втором абзаце пункта 10 Постановления Пленума ВАС РФ №53 от 2006 года, в соответствии с которой налоговая выгода может быть признана необоснованной, если налоговым органом будет доказано, что налогоплательщик действовал без должной осмотрительности и осторожности и ему должно было быть известно о нарушениях, допущенных контрагентом, в частности, в силу отношений взаимозависимости или

аффилированности налогоплательщика с контрагентом, а также если налоговым органом будет доказано, что деятельность налогоплательщика, его взаимозависимых или аффилированных лиц направлена на совершение операций, связанных с налоговой выгодой, преимущественно с контрагентами, не исполняющими своих налоговых обязанностей.

КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА

Эксперт налоговой практики юридической консалтинговой компании «Холдсвей» **Денис Бахтыюзин:** *«В данном деле Верховным Судом выведена крайне необходимая презумпция добросовестности налогоплательщика – Верховный Суд указал, перечень оснований, которые могут быть достаточны для возложения бремени доказывания вопроса добросовестности на налоговые органы. Остается надеяться, что данный подход будет должным образом воспринят правоприменительной практикой».*

Действительно, такая позиция Высшей судебной инстанции в перспективе должна существенно и в положительном ключе повлиять на защищенность добросовестных налогоплательщиков, претендующих на вычет НДС. Но, пожалуй, ликовать экспортерам пока рано: единичный ли это случай или переломный момент в судебной практике – покажет только время.

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 и торговые представительства России в зарубежных странах.

С последними выпусками журнала можно ознакомиться на сайте Национального союза экспортеров продовольствия www.prodexport.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

AGROS

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

The journal 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;
- export and import policy of foreign countries;
- exhibition news;
- organization and practice of foreign trade.

The publication is distributed to Russian organizations and enterprises, exporters and importers, retailers, concerned ministries and agencies, as well as 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,

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

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». 2020