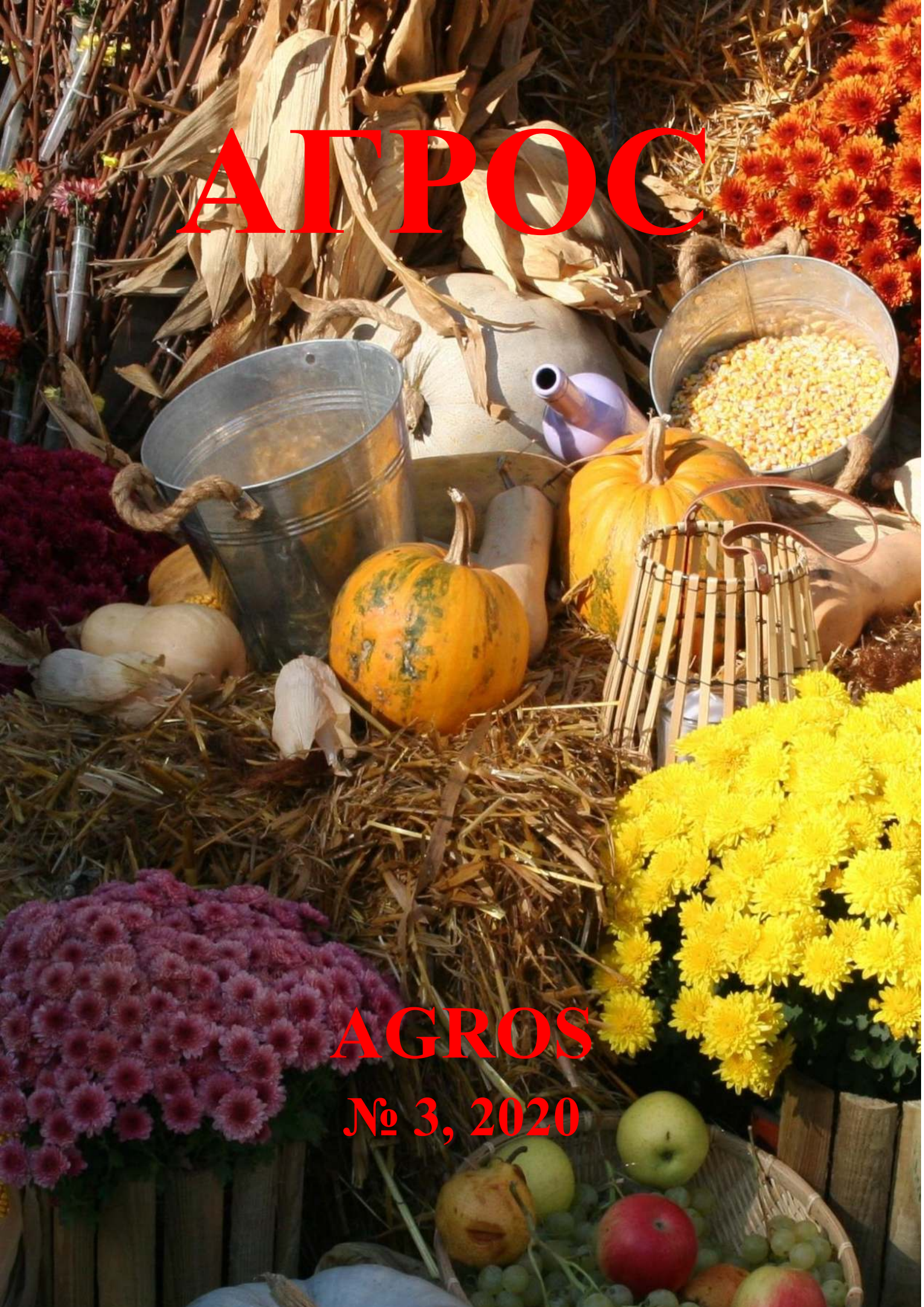


A detailed autumn-themed still life composition. The scene is filled with harvest-related items: several pumpkins of various sizes and colors (orange, green-striped, and white), ears of corn with husks, and baskets of corn kernels. There are also clusters of flowers in shades of orange, yellow, and purple. A small purple bottle and a woven basket are also visible. The background is a dense arrangement of these elements, creating a rich, textured scene.

АГРОС

AGROS

№ 3, 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

ФАО: этапы большого пути. 75 лет на службе прогресса	6
--	---

Новости

Торговле не до барьеров	10
Перспективы развития агропродовольственного рынка ЕАЭС	
обсудили в рамках «Продэкспо-2020»	11
Внутренняя защита от торговых войн	12
В ЕАЭС будет формироваться единый рынок органической продукции	13
Михаил Мишустин подписал постановление о поддержке	
экспорта сельхозпродукции	14
ЕЭК формирует новые механизмы стимулирования кооперации	
и экспорта в сфере сельхозмашиностроения	14
Коллегия ЕЭК приняла рекомендацию в сфере защиты прав потребителей	15

Анонсы

Бизнес-вебинар «Мясное скотоводство: развитие и модернизация бизнеса. Эффективность современных типовых моделей»	16
--	----

Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика	17
Ближнее зарубежье	21
Дальнее зарубежье	25

Российские компании на внешних рынках

Объединение Краснодарский чай	27
Торговая марка «Лакомства для здоровья».	
<i>Новая линейка продукции – иммунные коктейли</i>	31
Настоящий подарок Алтая	33
Холдинг «АЛТАМАР»	35

Наши зарубежные партнеры

ADEGA DO FAVAIOS	37
MIGUELS	40
NICOLA и CHAVE D'OURO	41

Новости выставочной сферы

Саммит «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции» — от проектов к бизнес-решениям	43
Международная выставка оборудования и технологий для мясной отрасли «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК & VIV»	45

Практические вопросы продвижения продукции

С.Илюха А есть ли смысл продавать за границу?	
Чек-лист для начинающего экспортера	48

CONTENTS

Special Topic

FAO: stages of the long journey. 75 years in the service of progress	6
--	---

News

Trade not before barriers	10
Outlook for the development of the EEU agrifood market discussed at Prodexpo 2020	11
Internal protection against trade wars	12
A single market for organic products will be formed in the UAE	13
Mikhail Mishustin signed a decree on supporting agricultural exports	14
EEC is creating new mechanisms to stimulate cooperation and agricultural machinery exports	14
The EEC Collegium adopted a recommendation in the field of consumer protection	15

Announcements

Business webinar "Meat Livestock Breeding: Business Development and Modernization. Efficiency of modern typical models"	16
---	----

Export & import Policies of Foreign Countries

World and regional policy	17
Neighboring Countries	21
Far-Abroad Countries	25

Russian companies on foreign markets

Association "KRASNODAR TEA"	27
Trade mark "Delicacies for health".	
<i>New product line - immune cocktails</i>	31
The real gift of Altai	33
Holding "ALTAMAR"	35

Our Foreign Partners

ADEGA DO FAVAIS	37
MIGUELS	40
NICOLA and CHAVE D'OURO	41

Exhibition News

Summit "Agrarian Policy of Russia: Safety and Quality of Products". from projects to business solutions	43
International Exhibition of Equipment and Technologies for the Meat Industry "Meat industry. Chicken King. The cold industry for agro-industrial complex & VIV"	45

Product promotion

<i>S.Ilyuha Does it make sense to sell abroad?</i>	
<i>Checklist for a beginner exporter</i>	48

ТЕМА НОМЕРА

ФАО: ЭТАПЫ БОЛЬШОГО ПУТИ.

75 ЛЕТ НА СЛУЖБЕ ПРОГРЕССА

Во Всемирный день продовольствия, проходящий в этом году под девизом «Взрастим, накормим, поддержим. Вместе» в Москве открылась выставка «ФАО: этапы большого пути. 75 лет на службе прогресса», посвященная этому славному юбилею Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединённых Наций (ФАО).

Её организовали Отделение ФАО для связи с Российской Федерацией, Дипломатическая академия МИД России, Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева, Российский государственный гуманитарный университет и Русское географическое общество.

Вернисаж прошел в формате видеоконференции между со-организаторами, Постоянным представительством Российской Федерации при ФАО и других международных организациях в Риме, другими российскими партнёрами ФАО.

Среди большого числа архивных документов и фотографий по истории ФАО были показаны материалы о вступлении России в Организацию, любезно предоставленные Мемориальной библиотекой ФАО им. Д. Любина и Архивом внешней политики Российской Федерации МИД России.

«ФАО – старейшая и самая представительная специализированная организация системы ООН. Вот уже 75 лет мужчины и женщины, работающие в ФАО в 130 странах мира, борются с голодом, способствуют укреплению продовольственной безопасности стран, развитию сельской инфраструктуры и

повышению уровня жизни населения. Сегодня четверть населения планеты проживает в сельских районах, а сельское хозяйство и смежные с ним отрасли обеспечивают источники средств к существованию почти трем миллиардам людей», – напомнил во вступительном слове директор Отделения ФАО для связи с Российской Федерацией Олег Кобяков.

«Добиться победы над голодом пока не удалось. Но мы близки к достижению этой цели. Сегодня усилия всех 194 стран-членов ФАО направлены на то, чтобы к 2030 голод как явление был бы стерт с лица планеты, и была обеспечена продовольственная безопасность всех стран, чтобы на основе здоровой и полноценной жизни всех жителей Земли человечество могло продвигаться вперед», – подчеркнул Олег Кобяков.



Фото: ©ФАО/Владимир Михеев

В своем видеообращении по случаю юбилея Генеральный директор ФАО Цюй Дунъюй заявил: «Совместно с нашими партнерами мы должны и генерировать знания, и применять их на практике во имя достижения великой цели – ликвидации нищеты, голода и неполноценного питания во всем мире».

С момента своего основания ФАО преследовала общие для всего человечества цели: повышение качества жизни за счет укрепления продовольственной безопасности. ФАО вносила вклад в выработку единых подходов к торговле сельскохозяйственными продуктами, совершенствовала международно-правовое регулирование, оказывала поддержку сельхозпроизводителям, отметил в своем выступлении заместитель Министра иностранных дел Российской Федерации Сергей Вершинин.

Став полноправным членом ФАО в 2006 году, Российская Федерация приняла на своей территории внушительную серию мероприятий, в том числе по линии Комиссии Кодекс Алиментариус, Комитетов ФАО по рыбному хозяйству и лесному хозяйству. В 2018 году российский Воронеж принял сессию Европейской региональной комиссии

ФАО – главного регионального форума Организации. При участии ФАО в России были проведены глобальный форум по вопросам питания и социальной защиты, международная конференция «Безопасность пищевой продукции и анализ риска».

Для реагирования на современные вызовы нужны скоординированные международные усилия. В этом плане «ФАО обладает уникальным мандатом и соотношением знаний и опыта... Мы высоко оцениваем работу ФАО, являемся ее надежным партнером и ответственным донором, – резюмировал Сергей Вершинин. – С ФАО у нас накоплен солидный и позитивный опыт сотрудничества».

Отметив «большой путь, пройденный ФАО», заместитель Министра науки и высшего образования Российской Федерации Наталья Бочарова обратила внимание на научно-образовательную инициативу для стран Африки, которая может быть точкой сопряжения интересов России и ФАО. «Полагаем, что опыт российских ученых, наши инновационные разработки и образовательные программы будут полезны и в деятельности ФАО».

В свою очередь заместитель руководителя Россотрудничества Михаил Брюханов обозначил целый спектр тем для выстраивания партнерства с ФАО: образование, муниципальное строительство, информационное сопровождение совместных проектов.

Добрые слова в адрес Организации по случаю её юбилея

сказал директор Департамента международного сотрудничества Министерства сельского хозяйства Российской Федерации Максим Маркович. «14 лет членства в ФАО принесли пользу не только самой России и ФАО, но и многим другим странам. Это партнерство способствовало развитию сельскохозяйственных и продовольственных систем, улучшению рационов школьного питания, борьбе с антимикробной резистентностью и опасными сельскохозяйственными вредителями, рациональному использованию почвенных ресурсов. Но нельзя останавливаться на достигнутом. Мы готовы к наращиванию и углублению нашего взаимодействия, используя новые инвестиционные возможности», – подчеркнул Максим Маркович.

Один из непосредственных участников возвращения России в лоно Организации Александр Яковенко, в то время заместитель Министра иностранных дел, ныне ректор Дипломатической Академии МИД России, отметил, что когда мы вступали в ФАО в 2006 году, то уже тогда рассчитывали вносить в неё весомый вклад. И эти 14 лет не прошли даром – Россия стала одной из ведущих стран-доноров... Гендиректор ФАО правильно сказал, что ФАО не только организация целей, но и организация действий, – отметил дипломат. – Но, думая о будущем, не стоит забывать о прошлом».

«Убеждены, что наше сотрудничество с ФАО, рождающееся

сегодня, будет продолжаться и рассчитано на годы, заявил ректор Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ) Александр Безбородов. Так, ФАО интересно то, что РГГУ ежегодно выпускает десятки специалистов по африканистике, проводит археологическое изучение древних и древнейших цивилизаций в таких странах, как Судан, Египет, Южный Судан. Ещё одно актуальное для ФАО направление работы нашего Университета – продвижение русского языка, русской культуры, приобщение к ним студентов из стран африканского континента. Уверен, у нашего партнерства с ФАО – большое будущее!»

«Обращаясь взором в прошлое взаимоотношений России с ФАО, считаю своим долгом отдать дань памяти легендарной личности директора Московской сельскохозяйственной академии В.С. Немчинова, принимавшего участие в качестве члена советской делегации в Международной конференции по вопросам продовольствия и сельского хозяйства в городе Хот-Спрингс (США) в мае 1943 года. Этот выдающийся советский ученый стоял у истоков решения о создании ФАО», – вспомнил о своем предшественнике ректор Российского государственного аграрного университета Владимир Трухачев, предварив экскурсом в историю памятных дат рассказ о сегодняшнем взаимодействии Академии и ФАО.

«В этот славный день мы воздаем должное последовательным

усилиям ФАО в области сельскохозяйственных исследований и разработок. ФАО сыграла важную роль в развитии компетенций и передаче технологий мелким фермерам в Уганде», – рассказал Амбро Агона, генеральный директор Национальной организации сельскохозяйственных исследований (НАСИ) Республики Уганда.

«Нам нужно умное сельское хозяйство, раскрывающее потенциал развивающихся стран, особенно в Африке», – сказал д-р Агоне, добавив: «Я бывал в России, и меня знакомили с российскими системами производства продовольствия и организацией производства сельскохозяйственных культур. Считаю, что Россия могла бы помочь Африке производить продовольствие... и ФАО могла бы выступить здесь в качестве катализатора».

Выставка архивных документов из истории ФАО проходит также на площадке Русского географического общества (РГО), и у этой старейшей научной ассоциации, разменявшей 175 лет, давно сложились добрые отношения с ФАО – рассказал первый заместитель Исполнительного директора РГО Илья Гуров.

«Сам я географ почв, и потому мне приятно участвовать в проектах ФАО в соответствии со своими личными и научными интересами». Перспективные направление нашего партнерства – волонтеры.

«Мы привлекаем свой волонтерский корпус к своим экспедициям, исследованиям, просветительским акциям, при этом они могли бы получить неоценимый опыт при работе в ФАО», – заключил Илья Гуров.

Несмотря на почтенный возраст, «ФАО сегодня востребована как никогда», – отметила заместитель Постоянного представителя Российской Федерации при ФАО и ВПП Диляра Равилова-Боровик. Не только потому, что проблема искоренения голода пока не решена. В условиях «новой реальности» необходимо нарастить производство продовольствия, но добиваться этой цели следует «эффективно и без ущерба для здоровья людей и окружающей среды, сочетая научные и практические подходы». «ФАО оправдывает звание организации знаний», – констатировала Диляра Равилова-Боровик.

Празднование Всемирного дня продовольствия и 75-летия ФАО в Москве завершилось виртуальной экскурсией по выставке, которую провел О.Кобяков.

В юбилейной онлайн-конференции приняло участие 70 экспертов, руководителей российских профильных министерств и ведомств, представителей научного сообщества, отраслевых ассоциаций, общественных организаций.

НОВОСТИ

Торговле не до барьеров

По данным Всемирной торговой организации (ВТО), объем ограничивающих мер в торговле, введенных странами «двадцатки» за последние полгода, резко сократился: всего они затронули импорт на \$42,9 млрд. Это на порядок меньше, чем в предыдущем полугодии. Однако тенденция объясняется в первую очередь снижением оборотов торговли и переключением внимания правительств на борьбу с пандемией. Тем не менее с учетом накопленных за последние годы барьеров доля импорта G20, на которую распространяются ограничения, продолжила расти и достигла 10,4%.

По новым данным ВТО, объем ограничивающих мер в торговле, введенных странами «двадцатки» за последние полгода, резко сократился: возведенные с середины мая по середину октября торговые барьеры (всего 18) затрагивают импорт объемом лишь \$42,9 млрд против \$417,5 млрд в предыдущем полугодии. С учетом мер, введенных с 2009 года (и все еще не отмененных), суммарно ограничено 10,4% импорта стран группы G20, что эквивалентно \$1,5 трлн (год назад этот показатель составлял 8,8% и \$1,3 трлн). В основном ограничительные меры — это повышение тарифов, запреты на импорт и ужесточение импортных процедур.

Покрытие мерами, облегчающими торговлю (всего 19), впрочем, сократилось еще сильнее — с \$735,9 млрд до \$36,8 млрд. Обе тенденции являются следствием как общего резкого снижения объема торговли (глобальный экспорт товаров в денежном выражении год к году в первом квартале сократился на 6%, услуг — на 6%, во втором — на 21% и 30% соответственно), так и переориентации внимания с торговых войн на борьбу с пандемией (в последние годы существенная часть ограничений пришлась на взаимное повышение пошлин США и Китаем).

По прогнозу ВТО, в этом году физический объем торговли товарами сократится на 9,2%, но вырастет на 7,2% в 2021 году.

Помимо этого, в ВТО отдельно посчитали эффект от временных мер, введенных именно в связи с пандемией. Они оказались почти сбалансированными: облегчающие меры затронули импорт на \$155 млрд, ограничивающие — на \$111 млрд. Всего из 133 таких мер 63% были направлены на снижение барьеров. При этом три из десяти мер, ограничивающих поставки (к примеру, запреты на экспорт масок и прочих медицинских товаров), были отменены уже к середине октября.

Страны, однако, активно прибегали к торговым расследованиям (в 80% случаев речь идет о введении антидемпинговых пошлин). Всего было

инициировано 165 исследований или 33 меры в месяц — этот показатель стал самым высоким с 2012 года (обычно около 20), суммарно они охватывают импорт на \$34,1 млрд, отменено же было лишь 35 пошлин на \$2 млрд.

Перспективы развития агропродовольственного рынка ЕАЭС обсудили в рамках «Продэкспо-2020»

«Предпринятые во время пандемии коронавируса совместные действия Евразийской экономической комиссии и государств Евразийского экономического союза, с одной стороны, позволили обеспечить потребителей всей необходимой продукцией, а с другой, — стабильное развитие АПК», — об этом заявил директор Департамента агропромышленной политики Комиссии Армен Арутюнян на пленарном заседании делового форума «Стратегические перспективы развития пищевой промышленности Беларуси».

Мероприятие состоялось в рамках XXVI международной выставки-ярмарки «Продэкспо-2020». Представители органов государственного управления, научно-производственных учреждений и бизнес-структур обсудили основные тренды питания и развития мировых рынков продовольствия, состояние и перспективы продовольственного рынка Республики Беларусь, роль потребительской кооперации, а также вопросы самообеспеченности Союза сельскохозяйственной продукцией и продовольствием.

Армен Арутюнян отметил, что согласно формируемым евразийским прогнозным балансам спроса и предложения в 2021 году в ЕАЭС ожидается достижение самообеспеченности на уровне более 97 % практически по всем продовольственным товарам, за исключением фруктов и ягод. По этой позиции страны "пятерки" смогут обеспечить потребности за счет собственного производства на 45%. Производство сельскохозяйственной продукции по сравнению с 2018 годом увеличится на 12 %, рост взаимной торговли составит порядка 15 %, а положительное сальдо внешней торговли превысит 1 млрд долл. США.

При этом директор Департамента агропромышленной политики ЕЭК заострил внимание участников делового форума на том, что в перспективе для обеспечения стабильности и транспарентности на общем аграрном рынке ЕАЭС важно продолжать совместную работу по снижению импортной зависимости от отдельных видов продовольственных товаров и средств производства. Кроме того, актуальными остаются вопросы унификации санитарных и ветеринарных мер и устранения препятствий во взаимной торговле.

«В этой связи странам ЕАЭС целесообразно осуществлять сотрудничество по вопросам долгосрочного прогнозирования в АПК, формирования общего рынка органической продукции, развития семеноводства и племенного

животноводства, кооперации в научно-инновационной сфере, а также определения общих принципов и подходов обеспечения продовольственной безопасности», — заключил Армен Арутюнян.

Внутренняя защита от торговых войн

Утверждены изменения национального проекта по поддержке экспорта — с 2021 года он станет компактнее и сфокусированнее. В нем останется три федеральных проекта вместо пяти, снижены плановые показатели по промышленному и агроэкспорту и перераспределено финансирование. Одной из новых неформальных задач Минпромторга в нацпроекте станет минимизация внутренних ограничений для экспорта в условиях риска торговых войн на внешних рынках после пандемии.

Как стало известно, совет по нацпроектам в целом утвердил изменения в нацпроекте (НП) «Международная кооперация и экспорт». Это один из крупных нацпроектов, на конец 2018 года его совокупная стоимость составляла 957 млрд руб. до 2024 года, в Белом доме его тогда курировал первый вице-премьер Антон Силуанов, а руководителем проекта был (и остается) глава Минпромторга Денис Мантуров. Основными задачами НП были увеличение несырьевого неэнергетического экспорта к 2024 году до \$250 млрд в год (промышленного — до \$205 млрд), развитие экспорта услуг и логистики и создание экспортной

инфраструктуры — де-факто в версии 2018 года нацпроект предполагал консолидацию всех тем, формально связанных с экспортом.

В обновленной версии НП (сейчас его курирует первый вице-премьер Андрей Белоусов) стал значительно компактнее.

Два федеральных проекта (ФП) из пяти — «Логистика международной торговли» и «Экспорт услуг» — в него больше не входят. Как пояснил источник в Минпромторге, при ревизии задач и инструментария всего НП было принято решение передать в другие нацпроекты ФП «Экспорт услуг» (в очень значительной части это туризм и транспорт) и ФП «Логистика международной торговли» (в основном состоит не из проектных, а из процессных мероприятий — как, например, строительство погранпереходов, — которые в проект просто не вписывались). Кроме того, часть мероприятий НП по регулированию экспорта, по сути, дублировала мероприятия плана «Трансформация делового климата» (им управляет Минэкономики), а ряд специфических регуляторных проблем предполагается снимать через создаваемый сейчас при участии Минпромторга Совет экспортеров.

Отметим, что за лето-осень 2020 года, очевидно, произошло довольно значимое изменение в идеологии нацпроектов: в 2018 году сложно было представить добровольную передачу (вместе с финансированием) тем и целых ФП в другие нацпроекты ради концентрации на приоритетах. В итоге в

экспортном НП остались три ФП — по промышленному и агроэкспорту и по инфраструктуре.

Сильнее всего снижены и плановые показатели (до \$146 млрд в 2024 году), и финансирование «промышленного» ФП (с 423 млрд руб. до 299 млрд руб.).

Собеседники в Минпромторге объясняют это, с одной стороны, конъюнктурой внешних рынков после пандемии, с другой — демонстрируют, что де-факто объем финансирования не снижается, поскольку часть господдержки в рамках НП будет оказываться не напрямую из бюджета, а через инфраструктуру ВЭБ.РФ, в частности, АО ЭКСАР, объемы страхования экспортных контрактов которого вырастут. ФП по промышленному и агроэкспорту не стали объединять в силу специфики отраслей: в них разная регуляторика и инструментарий господдержки, агросектор более «самоуправляем» через отраслевые ассоциации.

Оба ФП в новой версии НП имеют, по существу, одну цель — объединение в сквозной системе всех мер финансовой и нефинансовой поддержки на всех стадиях реализации любого экспортного проекта. В третьем НП главная задача — создание экосистемы одного окна всех экспортеров на базе цифровой платформы АО РЭЦ. В Минпромторге называют целевую модель системы одного окна «экспортным МФЦ» и настаивают на том, что основной принцип будущей работы — сервисный подход к сопровождению экспорта. В

этих рамках, как предполагается, будет, помимо прочего, реализовываться и поручение президента по инициативе рабочей группы Госсовета по созданию института «добросовестных экспортеров».

При этом, говорит собеседник в ведомстве, по сути, задачи НП стали еще более прагматичными, чем ранее: коронавирусная пандемия сделала очень высоковероятным вхождение внешней торговли во всем мире в период постоянных торговых войн («По сути, мы уже живем в постоянных торговых войнах», — говорит он), НП — защита от этих войн: в сложившейся ситуации иметь еще и внутренние ограничения на экспорт опасно.

В ЕАЭС будет формироваться единый рынок органической продукции

Коллегия Евразийской экономической комиссии одобрила проект «дорожной карты» по формированию общего рынка органической сельскохозяйственной продукции в рамках Евразийского экономического союза.

В условиях роста мирового спроса на органическую продукцию важно, чтобы этот тренд развивался и в странах Евразийского экономического союза, а такие товары ЕАЭС могли выходить на рынки третьих стран. Во всех государствах-членах в настоящее время приняты и вступили в силу законы, регламентирующие правоотношения в этой сфере.

«Дорожная карта» предусматривает разработку проекта

международного договора, цель которого – установление единых требований законодательства стран ЕАЭС в сфере органического сельского хозяйства, касающихся порядка производства, маркировки, сертификации и ввоза на таможенную территорию ЕАЭС такой продукции и обеспечения взаимного признания документов об оценке соответствия.

ЕЭК будет выстраивать диалог с международными организациями – Международной федерацией движений за органическое сельское хозяйство (IFOAM) и Научно-исследовательским институтом органического сельского хозяйства (FIBL) и прорабатывать вопросы доступа органической продукции ЕАЭС на рынки третьих стран.

Михаил Мишустин подписал постановление о поддержке экспорта сельхозпродукции

Премьер-министр РФ Михаил Мишустин подписал постановление, направленное на поддержку сельхозпроизводителей, поставляющих свою продукцию на внешние рынки.

"Теперь на господдержку смогут рассчитывать сельхозпроизводители, которые транспортируют свою продукцию на внешние рынки через посредников. Раньше субсидии получали только те аграрии, которые занимались поставками самостоятельно".

Большая часть экспортируемой сельхозпроизводителями продукции подлежит обязательной сертификации. Часть расходов, которые несут при этом

участники отрасли, возмещается государством.

"Решение поможет расширить число получателей господдержки и увеличить объём экспортных поставок", - отмечает пресс-служба правительства.

ЕЭК формирует новые механизмы стимулирования кооперации и экспорта в сфере сельхозмашиностроения

Важнейшими приоритетами промышленной политики в Евразийском экономическом союзе являются развитие и поддержка совместных кооперационных проектов в сфере сельхозмашиностроения. В том числе локализация производств на территории ЕАЭС и использование интеграционного потенциала Союза для активного продвижения евразийской продукции на внешние рынки с применением новых механизмов финансовой и нефинансовой поддержки. Об этом заявил заместитель директора Департамента промышленной политики Евразийской экономической комиссии Тигран Арутюнян на профильной конференции в рамках международной сельскохозяйственной выставки «Агросалон – 2020».

На мероприятии обсуждены наиболее эффективные отраслевые механизмы поддержки экспорта сельхозмашин, применяемые производителями ЕАЭС. В их числе – страхование и перестрахование рисков. Отмечена необходимость расширения мер финансовой поддержки производителей для создания сервисных центров и участия

производителей Союза в международных специализированных выставках с возможностью демонстрации выпускаемой продукции, компенсации затрат на сертификацию и омологацию продукции.

«Один из таких механизмов – участие в кооперационных проектах Евразийского банка развития (ЕАБР), как на территории Союза, так и на внешних рынках, а также формирование совместной страховой поддержки экспорта. Мы готовы создать все необходимые условия для развития такого взаимовыгодного диалога и сотрудничества на площадке промышленного блока», – подчеркнул представитель ЕЭК.

В ходе обсуждения эксперты высказались за развитие новых наднациональных механизмов финансовой поддержки в ЕАЭС, которые будут способствовать углублению кооперации и продвижению евразийской продукции на внешние рынки.

Коллегия ЕЭК приняла рекомендацию в сфере защиты прав потребителей

Коллегия Евразийской экономической комиссии приняла рекомендацию, в соответствии с которой Комиссия и уполномоченные органы стран ЕАЭС будут осуществлять информационный обмен по вопросам защиты прав потребителей.

Государствам-членам рекомендовано ежегодно направлять в Комиссию информацию, которая

включает сведения о содержании, целях, задачах, приоритетах и принципах государственной политики в сфере защиты прав потребителей; о государственной системе такой защиты; о количестве и характере нарушений прав потребителей, выявленных по результатам государственного контроля (надзора) или на основании обращений граждан; о мероприятиях, направленных на нормативно-правовое регулирование в этой области и другие.

Рекомендация подготовлена департаментом санитарных, фитосанитарных и ветеринарных мер ЕЭК совместно с уполномоченными органами стран Союза для выполнения пункта 3 Плана действий Комиссии по реализации приоритетов белорусского председательства, изложенных в обращении Президента Республики Беларусь Александра Лукашенко к главам государств-членов от 1 января нынешнего года.

Информацию о системе государственной и общественной защиты прав потребителей, о сферах правоотношений, наиболее подверженных потребительским рискам, а также о мерах, принимаемых в странах в этом направлении, Комиссия будет размещать в разделе «Защита прав потребителей» (<https://potrebitel.eaeunion.org>) на портале общих информационных ресурсов и открытых данных Союза. Это позволит осуществлять постоянный мониторинг ситуации в названной сфере.

АНОНСЫ

БИЗНЕС - ВЕБИНАР «МЯСНОЕ СКОТОВОДСТВО: РАЗВИТИЕ И МОДЕРНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ТИПОВЫХ МОДЕЛЕЙ»

Организаторы семинара:

- Национальный союз производителей говядины
- Международная промышленная академия

Аудитория:

Крестьянско-фермерские хозяйства (КФХ), агрохолдинги-производители говядины, мясопереработчики, комбикормовые предприятия, ветеринарные компании, ученые НИИ и преподаватели ВУЗов, редакторы отраслевых СМИ.

Программа семинара будет реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в формате ОНЛАЙН. Для участия потребуется компьютер с доступом к сети Интернет. Технические требования в приложении к настоящему письму.

В фокусе обсуждения:

- Основные тенденции и драйверы в мясном скотоводстве. Потребительский спрос на качественную говядину
- Современные экономические модели в животноводстве. Конкретные бизнес-модели, включающие основные этапы воспроизводства поголовья мясного и помесного скота, его содержание, эффективное получение

качественной говядины, реализацию мясной продукции и живого скота

- Перспективы экспорта живого скота и мясной продукции в разные страны
- Индустриализация рынка оборота скота через современные облачные программы и систему прослеживаемости
- Организация и технологии эффективного содержания и производства мясного скота и получение качественной продукции (выбор мясной породы скота, создание системы его содержания, соблюдение рациона кормления, ветеринарное обслуживание)
- Эффективные решения по привлечению средств льготного финансирования и частных инвестиций в рынок купли-продажи скота

Семинар является модулем программы повышения квалификации, при успешном завершении которого выдается сертификат, а после окончания обучения выдается удостоверение о повышении квалификации.

Регистрация на вебинар осуществляется по ссылке 10 декабря 2020 г. после направления заявки установленного образца (по факсу или e-mail).

Справки и заявки:

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

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

Постникова Татьяна Александровна, e-mail: t.a.postnikova@yandex.ru, тел./факс (499) 235-48-27

Карцева Ольга Павловна, e-mail: dekanat@grainfood.ru, тел./факс (499) 235-95-79

ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

USDA понизили прогноз мирового производства пшеницы в текущем сезоне

Аналитики USDA в ноябрьском отчете сократили прогноз мирового производства пшеницы в 2020/21 МГ до 772,38 млн тонн в сравнении с ранее озвучиваемыми 773,08 млн тонн, что обусловлено понижательными корректировками для ЕС, Аргентины и Турции – до 136,55 (-0,2) млн тонн, 18 (-1) млн тонн и 18,25 (-0,25) млн тонн соответственно.

При этом эксперты повысили прогноз для России до 83,5 (+0,5) млн тонн.

Прогноз мирового экспорта зерновой в текущем сезоне аналитики также повысили в течение месяца – с ранее озвучиваемых 189,59 млн тонн до 190,46 млн тонн, что практически соответствует уровню 2019/20 МГ (191,35 млн тонн).

Таким образом, прогноз отгрузок пшеницы повышен для России – до 39,5 (+0,5) млн тонн, ЕС – до 26 (+0,5) млн тонн, Казахстана – до 6,7 (+0,2) млн тонн и Турции – до 6,7 (+0,1) млн тонн. При этом данный показатель несколько снижен для Аргентины – на 0,5 млн тонн, до 12,5 млн тонн.

Что касается прогноза мировых конечных запасов пшеницы, то в ноябрьском отчете USDA данный показатель понижен до 320,45 млн тонн против 321,45 млн тонн, ожидаемых ранее, и 300,76 млн тонн в 2019/20 МГ, в частности за счет снижения прогноза для Китая – до 163,68 (-1) млн тонн, США – до 23,86 (-0,2) млн тонн, ЕС – до 13 (-1) млн тонн, тогда как для Канады – повышен на 0,5 млн тонн, до 6,25 млн тонн.

Международный совет по зерну пересмотрел прогнозы мирового производства и экспорта кукурузы в 2020/21 МГ

Аналитики IGC в ноябрьском отчете пересмотрели в сторону понижения прогноз мирового производства кукурузы в 2020/21 МГ - с озвучиваемых в предыдущем месяце 1,156 млрд тонн до 1,146 млрд тонн, что, однако, по-прежнему выше результата сезона-2019/20 (1,124 млрд тонн).

В частности, понижен прогноз валового сбора зерновой для США – до 368,5 (-5,4) млн тонн, что все еще превышает уровень предыдущего сезона (346 млн тонн), для ЕС – до 60,1 (-2,5) млн тонн, тогда как сезоном ранее урожай европейской кукурузы оценивался на уровне 68,1 млн тонн, для Украины – до 30 (-3) млн тонн (-16% за год). В то же время повышательные корректировки проведены для ЮАР – до 15,8 (+1,8) млн тонн.

При этом оценку мирового экспорта кукурузы в текущем сезоне эксперты увеличили до 185,1 (179,9; 173,6) млн тонн за счет соответствующих корректировок для США – до 67 (58; 45,1) млн тонн и ЮАР – до 2,7 (1,6; 2,6) млн тонн, тогда как прогноз экспорта зерновой из Украины снижен до 25,5 (29; 29) млн тонн. Отметим также, что, по обновленным прогнозам IGC, страны ЕС могут экспортировать до 2,5 (3,1; 4,7) млн тонн и импортировать 20,4 (22,4; 18,9) млн тонн кукурузы.

Прогноз конечных мировых запасов зерновой в сезоне-2020/21

понижен до 274,6 млн тонн против ранее ожидаемых 278,8 млн тонн и 297,7 млн тонн в 2019/20 МГ за счет снижения прогноза для США – до 43,5 (56,3; 50,7) млн тонн. При этом оценка увеличена для ЕС – до 5,6 (4,8; 7,2) млн тонн, ЮАР – до 2,3 (1,8; 2,1) млн тонн и Украины – до 1,3 (0,8; 2,3) млн тонн.

Прогноз мирового урожая и запасов сои был снижен

Согласно результатам ноябрьского отчета USDA, прогноз мирового валового сбора соевых бобов в сезоне-2020/21 был снижен до 362,6 млн тонн против 368,5 млн тонн по октябрьской оценке, что выше показателя в 2019/20 МГ (336,7 млн тонн).

В частности, эксперты провели понижительные корректировки урожая масличной в США – до 113,5 млн тонн против 116,1 млн тонн по предыдущему прогнозу (96,6 млн тонн в 2019/20 МГ), а также в Аргентине – до 51 (53,5; 49) млн тонн, Индии – до 10,5 (11,2; 9,3) млн тонн и Украине – до 3,1 (3,3; 4,5) млн тонн.

Мировой экспорт сои в текущем сезоне эксперты сохранили на уровне 167,8 млн тонн, что по-прежнему выше результата в 2019/20 МГ (164,6 млн тонн). При этом единственную корректировку эксперты провели для Украины, понизив прогноз до 2,05 млн тонн против 2,15 млн тонн ранее и 2,63 млн тонн в 2019/20 МГ.

В свою очередь, эксперты повысили прогноз импорта масличной в ЕС – до 15,4 (14,9; 15,6) млн тонн и Турции – до 3 (2,8; 3,1) млн тонн, а для

Китай сохранили прогноз на уровне 100 млн тонн.

Прогноз конечных запасов соевых бобов в 2020/21 МГ эксперты понизили с 88,7 млн тонн до 86,5 млн тонн, что уступает результату прошлого сезона (95,3 млн тонн).

Как уточняется, понижительные корректировки были проведены для США – на 2,7 млн тонн, до 5,1 млн тонн (14,2 млн тонн в 2019/20 МГ), ЕС – до 1 (1,5; 1,6) млн тонн, тогда как увеличили для Китая – на 1,1 млн тонн, до 26,8 млн тонн.

На мировом рынке сои растет конкуренция между США и Бразилией

В настоящее время аграрии в США реализуют соевые бобы практически «с поля» на фоне высокого спроса, который уже привел к росту цен на масличную до 4-летнего максимума.

Так, по результатам торгов 18 ноября на бирже CBOT котировки соевых бобов выросли до \$432 (+\$2,2) за тонну.

Росту цен способствуют высокие темпы экспорта масличной в Китай, особенно в период активных уборочных работ соевых бобов в США, благодаря чему американская масличная на текущий период доминирует на мировом рынке.

Данная тенденция является резким и благоприятным для американских экспортеров изменением после продолжительной торговой войны с КНР, которая практически парализовала отгрузку сои из США в данном направлении.

Однако эти же факторы создают серьезные проблемы бразильским фермерам. В частности, в период активного роста цен аграрии страны уже реализовали соевые бобы по более низким ценам.

На текущий момент цены на сою в Бразилии фиксируются на уровне 170 реалов за мешок (80 кг), тогда как во время активных форвардных продаж цены составляли около 80 реалов за мешок.

Помимо этого, ввиду того, что в Бразилии наблюдается дефицит масличной на внутреннем рынке, страна начала импортировать сою, уже закупив 30 тыс. тонн из США (впервые с 1997 г.).

Также операторы рынка отмечают, что бразильские аграрии к концу августа т.г. реализовали порядка 50% будущего урожая сои.

Однако из-за ожидаемого высокого спреда между форвардными ценами и ценами реализации, когда аграрии начнут уборку масличной, у участников рынка появились опасения, что поставки ранее законтрактованной масличной могут не проводиться, учитывая, что по данным контрактам не проводится предоплата.

Также операторы рынка не исключают, что если фьючерсы сои на CBOT и курс доллара США сохранятся на текущем уровне в начале уборки сои в Бразилии, аграрии могут начать заявлять о проблемах с урожайностью или погодными условиями для улучшения ранее зафиксированных условий реализации масличной.

Совет ЕЭК одобрил дорожную карту по формированию единого рынка органической продукции

Совет Евразийской экономической комиссии одобрил проект дорожной карты по формированию общего рынка органической сельскохозяйственной продукции в рамках Евразийского экономического союза.

«Мероприятия дорожной карты направлены на устранение препятствий во взаимной торговле посредством гармонизации требований законодательства стран ЕАЭС к производству, сертификации и маркировке органического сельскохозяйственного производства и органической продукции, в том числе с учетом требований потенциальных стран-импортеров на рынках наибольшего экспортного интереса».

Как уточнил член Коллегии (министр) по промышленности и агропромышленному комплексу ЕЭК Артак Камалян, «глобальная цель заключается в гармонизации законодательства внутри союза таким образом, чтобы получивший сертификат производитель органической продукции мог успешно реализовать ее как на территории любой из стран ЕАЭС, так и на рынках третьих стран».

Далее указанная дорожная карта будет предложена к утверждению на заседании Евразийского межправительственного совета.

В ЕАЭС ожидается достижение самообеспеченности продовольственными товарами на уровне более 97%

Согласно формируемым евразийским прогнозным балансам спроса и предложения, в 2021 г. в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) ожидается достижение самообеспеченности на уровне более 97% практически по всем продовольственным товарам, за исключением фруктов и ягод. Об этом 10 ноября сказал директор Департамента агропромышленной политики комиссии Армен Арутюнян.

Отмечается, что производство сельскохозяйственной продукции в 2021 г. по сравнению с показателем 2018 г. увеличится на 12%, рост взаимной торговли составит порядка 15%, а положительное сальдо внешней торговли превысит \$1 млрд.

При этом А. Арутюнян обратил внимание на то, что в перспективе для обеспечения стабильности и транспарентности на общем аграрном рынке ЕАЭС важно продолжать совместную работу по снижению импортной зависимости от отдельных видов продовольственных товаров и средств производства. Кроме того, актуальными остаются вопросы унификации санитарных и ветеринарных мер и устранения препятствий во взаимной торговле.

«В этой связи странам ЕАЭС целесообразно осуществлять сотрудничество по вопросам долгосрочного прогнозирования в АПК, формирования общего рынка органической продукции, развития семеноводства и племенного

животноводства, кооперации в научно-инновационной сфере, а также определения общих принципов и подходов обеспечения продовольственной безопасности», – заключил А. Арутюнян.

Ближнее зарубежье

Количество и форма собственности органов сертификации органической продукции в Украине не будет ограничена

Согласно принятому постановлению Кабинета министров Украины от 21 октября 2020 г. о «Порядке сертификации органического производства и/или оборота органической продукции» в Украине, как и в ЕС, количество и форма собственности органов сертификации не будет ограничена. Об этом сообщила пресс-служба Федерации органического движения Украины.

«Стоит обратить внимание, что и в порядке сертификации, и в Законе Украины «Об основных принципах и требованиях к органическому производству, обращению и маркировке органической продукции» отсутствуют положения, предусматривающие создание единого государственного органа сертификации. Здесь Украина переняла эффективную практику стран ЕС, где сертификацию осуществляют аккредитованные сертификационные органы и где нет места любой форме монополии», – уточняется в сообщении.

Вместе с тем, реализация положений данного порядка создаст условия для проведения сертификации производства как органического в соответствии с указанным законом, что, в свою очередь, будет способствовать более глубокому наполнению внутреннего рынка органической продукции, который в прошлом году достиг уровня, эквивалентного €36 млн.

Кроме того, принятие данного порядка будет способствовать укреплению имиджа Украины как страны с урегулированным рынком органической продукции, что усилит доверие иностранных партнеров.

Украина и Казахстан подписали Меморандум об обмене цифровыми разрешениями на грузовые перевозки

Министерство инфраструктуры Украины в лице министра Владислава Криклия и Министерство индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан в лице вице-министра Берика Камалиева подписали Меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве в сфере создания инновационных технологий и

информационных систем о порядке обмена разрешениями на осуществление международных грузовых автоперевозок.

Так, Меморандум предусматривает совместную работу, которая позволит:

упростить процедуры обмена разрешениями на осуществление международных автоперевозок;

перевести бумажные бланки разрешений в электронную форму;

обмениваться имеющимся опытом и информацией для взаимной выгоды.

Отмечается, что документ вступает в силу с даты его подписания.

«Переход на цифровые разрешения будет способствовать развитию транспортной отрасли в обеих странах, а также положительно отразится на их экономике и товарообороте. Также с целью повышения конкурентоспособности коридора ТРАСЕКА проводится работа по внедрению единого транзитного разрешения между странами-участницами проекта».

В Казахстане реализуется семь проектов по переработке зерновых и зернобобовых

В настоящее время в Казахстане реализуется семь проектов по переработке зерновых и зернобобовых культур на общую сумму 116 млрд тенге.

Как сообщили в министерстве, новые мощности планируется запустить в 2020-2024 гг. в Акмолинской, Восточно-Казахстанской,

Карагандинской, Костанайской, Павлодарской и Северо-Казахстанской областях.

«Приоритетным направлением инвестиционных проектов является глубокая переработка зерна», - подчеркнули в Минсельхозе.

В ведомстве также отметили, что с их стороны принимаются все меры по развитию переработки растениеводческой продукции с привлечением якорных инвесторов. В частности, инвестиционное субсидирование осуществляется в сферах переработки маслосемян, сахарной свеклы, глубокой переработки зерна. Также оказывается поддержка семеноводству, ведется работа по снижению стоимости минеральных удобрений, гербицидов, субсидирование процентной ставки на пополнение оборотных средств, кредитование проведения посевных и уборочных работ.

«Также в отрасли производства и переработки растениеводческой продукции в настоящее время проводится работа по формированию экосистем по производству и глубокой переработке зерна. Экосистемы будут создаваться, исходя из специализации регионов и доступности ресурсов (земельные участки, сырьевая база, климатические условия)», - добавили в министерстве.

Кроме того, в настоящее время проходит стадию согласования еще один документ, разработанный Минсельхозом РК, – проект дорожной карты по развитию отрасли переработки

зерновых и зернобобовых культур и повышению экспортного потенциала.

Казахстан уже в ближайшие годы может решить проблемы импортозамещения

Проблемы импортозамещения в продовольственном секторе Казахстана могут быть решены уже в ближайшие годы. Такое мнение высказал министр сельского хозяйства республики Сапархан Омаров в ходе состоявшегося приема у президента РК Касым-Жомарта Токаева.

Как отметил министр, на сегодняшний день Казахстан сохраняет импортозависимость по шести товарным позициям продовольственной продукции.

«Исполнение утвержденных правительством планов позволит решить проблему импортозамещения в течение трех лет», - подчеркнул С.Омаров.

Казахстан и ОАЭ планируют реализацию 10 инвестпроектов в сфере АПК

По итогам переговоров между правительствами Казахстана и ОАЭ был подписан документ об инвестиционном сотрудничестве государств, который предполагает реализацию 21 проекта на \$6,1 млрд.

«Указанные инвестиционные проекты предусматривают создание новых производств с высокой добавленной стоимостью и рентабельностью, а также большим потенциалом спроса как на внутреннем,

так и перспективных внешних рынках. Их реализация позволит создать в Казахстане новые качественные рабочие места, внедрить передовые технологии и практики».

При этом отмечается, что особое внимание Казахстан и ОАЭ уделяют реализации потенциала сотрудничества в сфере АПК — 10 из 21 запланированных проектов предусматривают запуск производств продовольственной продукции с высокой добавленной стоимостью.

«Это позволит Казахстану стать важным звеном реализуемой ОАЭ Стратегии продовольственной безопасности до 2051 г. и будет способствовать дальнейшему наращиванию товарооборота между двумя странами».

Минсельхоз Казахстана разработал стратегию развития Продкорпорации на ближайшие 10 лет

Минсельхоз Казахстана внес на рассмотрение правительства стратегию развития АО «НК «Продкорпорация» на 2021-2030 гг. Об этом 7 сентября сообщила пресс-служба министерства.

Как уточняется, основными стратегическими направлениями Продкорпорации на ближайшие 10 лет определены участие в обеспечении продовольственной безопасности и стабилизации рынка зерна, содействие в развитии экспорта зерна, а также участие в диверсификации посевных площадей и финансовой поддержке субъектов АПК и в создании устойчивой

кормовой базы отечественного сельского хозяйства.

Также в указанный период перед госкомпанией будет стоять задача по удовлетворению потребностей внутреннего рынка в высококачественных семенах зерна и кормах. Для ее решения Продкорпорация будет наделена правами осуществлять импортные закупки высококачественных семян растениеводческой продукции для формирования постоянно функционирующего семенного фонда.

«Видение АО «НК «Продкорпорация» к 2030 г. – финансово устойчивая, стабильно развивающаяся операционная компания, реализующая политику государства на рынке зерна и отвечающая высоким стандартам корпоративного управления», - подчеркивается в сообщении.

Утверждение стратегии развития АО «НК «Продкорпорация» на 2021-2030 гг. планируется до конца 2020 г.

Президент Казахстана поручил разработать новую госпрограмму развития АПК

В Казахстане будет разработана новая программа развития агропромышленного комплекса республики. Такое поручение в своем послании к народу Казахстана 1 сентября дал президент РК Касым-Жомарт Токаев.

Глава государства отметил, что срок реализации существующей госпрограммы развития АПК завершается.

«Я поручаю правительству совместно с бизнесом начать разработку качественно нового национального проекта по развитию АПК на пятилетку», - сказал глава государства.

При этом он подчеркнул, что основными задачами, на решение которых должна быть направлена новая программа, являются достижение самообеспеченности социально значимыми продовольственными товарами, стабильное повышение доходов сельских жителей, повышение производительности труда в 2,5 раза, увеличение экспорта продукции АПК в 2 раза.

Правительство Молдовы одобрило поправки к соглашению о свободной торговле с Украиной

Правительство Молдовы одобрило поправки к соглашению о свободной торговле с Украиной.

«Одобрённые изменения предполагают пересмотр правил учета происхождения товаров, применяемых в двухсторонней торговле. Благодаря этому молдавские экономические агенты смогут импортировать сырьё или товары из Украины для последующей переработки и экспорта в страны ЕС. Данная готовая продукция уже будет сопровождаться сертификатом о молдавском происхождении и вывозиться в ЕС на основании преференциального режима (без уплаты пошлин)», - говорится в сообщении.

Также уточняется, что необходимость данных поправок обусловлена положениями Конвенции о панъевропейских средиземноморских

преференциальных правилах происхождения, к которой Молдова присоединилась в 2015 г., а Украина – в 2019-м.

Дальнее зарубежье

Малайзия: продление действия нулевой экспортной пошлины на пальмовое масло под вопросом

По информации министерства плантационной промышленности и сырьевых товаров Малайзии, решение о продлении с 1 января 2021 г. освобождения от уплаты пошлины при экспорте из страны пальмового масла до настоящего времени еще не принято.

Напомним, что Малайзия в июне т.г. ввела нулевую пошлину на экспорт сырого пальмового масла, сырого и рафинированного пальмоядрового масла до конца т.г. с целью стимулирования экспорта данных продуктов, после того как спрос ключевых импортеров резко снизился из-за пандемии COVID-19.

Освобождение от пошлины сделало цену на малазийское сырое пальмовое масло более конкурентной в сравнении со стоимостью индонезийского продукта.

В то же время, по мнению экспертов LMC International, возобновление действия экспортной пошлины может повысить конкурентоспособность рафинированного пальмового масла на мировом рынке.

Бразилия разрешила использование импортного сырья для производства биодизеля

Национальный совет Бразилии по энергетической политике принял решение допустить использование импортного сырья при производстве биодизеля.

По мнению участников рынка, данная мера будет способствовать увеличению количества предложений продукта в стране и снижению внутренних цен на соевое масло в Бразилии. В то же время не все операторы рынка разделяют данный оптимизм, полагая, что указанное решение не окажет существенного влияния на бразильский рынок соевого масла.

Стоит отметить, что ранее весь биодизель, реализуемый в стране на аукционах Национального агентства нефтяной промышленности, должен был быть произведен из сырья (масел) бразильского происхождения.

Однако 12 ноября т.г. Национальное агентство нефтяной промышленности опубликовало уведомление, в котором указывалось, что правительство Бразилии рассматривает возможность использования импортного сырья

(соевого масла) для выработки биотоплива на фоне значительного сокращения запасов соевого масла в стране.

Индия в текущем сезоне увеличит импорт пальмового масла

Согласно ожиданиям экспертов Oil World после снижения таможенной импортной пошлины на сырое пальмовое масло на 10% - до 27,5% Индия может повысить импорт продукта в ближайшие месяцы, преимущественно за счет сокращения закупок соевого масла.

Так, аналитики повысили прогноз импорта пальмового масла Индией в 2020/21 МГ на 0,2 млн тонн - до 8,9 млн тонн, что также на 1,3 млн тонн выше показателя в предыдущем МГ (7,7 млн тонн). При этом прогноз импорта соевого масла был несколько понижен – на 0,2 млн тонн, до 3,7 млн тонн, что, тем не менее, остается максимальным показателем за последние 5 лет.

Что касается импорта подсолнечного масла, то, по прогнозам экспертов, поставки данного продукта в страну в текущем сезоне могут значительно снизиться – на более чем 20% в год, до 1,95 млн тонн.

Всего в 2020/21 МГ импорт растительных масел Индией может увеличиться на около 5-6% в год - до 14,8 млн тонн.

Индонезия планирует сократить зависимость от импорта продовольствия

По заявлению президента Индонезии Джоко Видодо, правительство страны начало разработку плана создания кластера по выращиванию риса, кукурузы и других культур с целью снижения зависимости от их импорта.

Как уточняется, под выращивание сельхозкультур планируется выделить 770 тыс. га, из которых 148 тыс. га будет отведено под рис. Также в рамках проекта планируется выделить 30 тыс. га на выращивание маниоки для использования в производстве хлеба и лапши. В дальнейшем площади выращивания планируется увеличить примерно вдвое - до 1,4 млн га к 2025 г.

Напомним, что Индонезия является одним из крупнейших мировых импортеров пшеницы и риса. При этом на фоне возможного возникновения дефицита продовольствия в условиях пандемии COVID-19 правительство страны рассчитывает, что реализация проекта поможет стране достигнуть практически полной независимости от импорта продовольствия.

*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 поставляет 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 Adega Cooperativa de Favaio.

Identity

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

The Adega de Favaio, 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 Favaio Moscatel



Favaio 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 Adega de Favaio 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

Саммит «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции» — от проектов к бизнес-решениям



8 октября 2020 года Выставочная компания «Асти Групп» совместно с Россельхознадзором и при поддержке ключевых ассоциаций и союзов отрасли провела Саммит «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции», партнерами которого выступили «Ростелеком» и компания JBT.

«Сегодня компаниям нужны новые решения для текущих проблем бизнеса, — говорит президент Выставочной компании «Асти Групп» Наринэ Багманян, — и пандемия только усилила важность этой задачи. Традиционные подходы не выдерживают проверку на эффективность в условиях меняющегося рынка. Однако мы рассматриваем эту турбулентность в качестве благоприятного фактора. В таких условиях предприятиям будет проще принимать сильные решения и закладывать основу для развития бизнеса на ближайшие годы. Все что нужно компаниям сейчас — владеть

актуальными данными и получать информацию из первоисточников. Именно такую возможность предоставляют сегодня такие мероприятия, как наш прошедший Саммит».

Участники обсудили острые вопросы, касающиеся эпидемиологических рисков, трендов в области безопасности и качества продукции, органического животноводства, емкостей внутреннего рынка и перспектив экспортных каналов, а также вопросов цифровизации, маркетинга и упаковки, трендов продуктовой логистики — эти темы сегодня вышли на новый уровень актуальности для отрасли АПК и требуют особого внимания.

Тренды в потреблении мяса и мясной продукции: фокус сдвинулся на упакованную производителем продукцию, причем не только фикс-веса, но и с плавающим весом тоже. Потребители предпочитают готовить дома (тренд *Homing*) и «жизнь без сложностей». 56-66% россиян обращают внимание на экологичность производства и эксплуатации товаров. 70% российских потребителей готовы платить за экологическую чистоту до 10% сверх обычной цены продукта. Внимание участников обращено на отраслевой дефицит сырья: специализированное мясное скотоводство производит 28% из

1,6 млн тонн говядины, на 1 мясную корову приходится 6 молочных. Данные показатели говорят об отсутствии условий для производства качественной говядины.

Внешняя торговля, перспективные направления экспорта. Прогноз: аграрное производство будет расти ~ 15% за 10 лет за счет увеличения урожайности, размера стад, эффективности кормления животных, новых технологий. Мировая торговля останется важным фактором обеспечения продовольственной безопасности как в странах-импортерах, так и в странах экспортерах.

В то же время растет число факторов неопределенности на мировых рынках. Спрос на сою и кукурузу будет эффективно расти, спрос на культуры для биотоплива покажет меньшие темпы прироста, чем до 2015г. Перспективный канал экспорта ЕАЭС — рынок «Халаяль» (свыше 2 млрд потребителей), главные аспекты спроса: экологичность продукта, вкусовые качества.



Тенденции в спросе: фуд-дизайн (традиционные продукты с особыми свойствами, персонализированное питание, новые формы выпуска продуктов); переход к

новым источникам белка (аквакультура водорослей, насекомые, биотехнологическое мясо); социальные требования к продукции (устойчивые технологии, отношение к животным, местная продукция).

Маркетинг в мясной отрасли — рост значимости онлайн-инструментов продаж, спрос на мелкие заказы с меньшим сроком исполнения, важность внедрения IT-решений для контроля за бизнесом. Залог успеха — не во внешних факторах (новые регионы и каналы продаж), а в грамотном управлении внутренними ресурсами.



Новые виды упаковки. Поиск более экологичных материалов и форматов упаковки для продуктов их мяса, птицы и рыбы — насущная необходимость для производителей. Упаковка в газовую среду позволяет сократить высоту лотка и уменьшить количество пластика. Лотки из растительного волокна — биоразлагаемая упаковка, пригодная для переработки.

Влияние цифровизации на отрасль. Цифровые сервисы для АПК меняют бизнес-процессы на предприятии за счет IT-сервисов нового поколения: мониторинг КРС с помощью

ушных бирок и технологии LoRaWAN, интеллектуальные системы гигиены на производстве, IoT решения для сельского хозяйства.

В работе Саммита приняли участие 807 специалистов отрасли. В ходе заседаний они обсудили реальное состояние отрасли, ее новые проблемы

и возможности, получили среднесрочный прогноз мировых агропродовольственных рынков, а также шорт-лист тенденций в области спроса, который с начала года претерпел целый ряд изменений.

Международная выставка оборудования и технологий для мясной отрасли «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК & VIV»

С 25 по 27 мая 2021 года будет проходить ежегодная международная выставка оборудования и технологий для мясной отрасли «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК & VIV».



На мероприятии в который раз встретятся компании, предлагающие инновационные решения для животноводства, птицеводства и сферы производства кормов «от поля до стола». Представители отрасли рассмотрят актуальные вопросы развития агробизнеса, внедрения инноваций в животноводстве и организации логистики продукции АПК.

Площадками для их обсуждения станут не только традиционные официальные мероприятия выставки и саммита Meat & Poultry Industry Russia, но и Round Table Area – круглые столы, впервые включенные в программу в прошлом году. Кроме того, организаторы планируют проведение для деловых обедов и ужинов от лучших шеф-поваров России и мира, которые используют для приготовления блюд как продукты участников, так и продукты, произведенные партнерами из мясомолочной и рыбной отраслей.

Международный формат

Который год мероприятие демонстрирует положительную динамику количества гостей. Участники прибывают не только из России и стран Европы: в этом году ожидаются экспоненты из Южной и Северной Америки, Юго-Восточной Азии и с Дальнего Востока. Рекорды 2019 года, когда на выставке были представлены более 70 стран и присутствовали 7,5 тысячи специалистов, будут побиты. За

несколько месяцев до старта выставочные стенды уже почти заполнены в обоих залах, зарезервированных под мероприятие.

Площадка объединяет широкий круг участников — от производителей продукции АПК, поставщиков ветеринарных препаратов, кормов и удобрений до конечных потребителей, — многие из которых получают ответы на актуальные для них вопросы. Выставка открыта для всех, но её главная цель — помочь отечественному АПК не просто сохранить жизнеспособность, а завоевать прочные позиции на мировом рынке, отойти от старых, привычных схем маркетинга, дистрибуции, продвижения — и обменяться опытом с лучшими представителями отрасли из-за рубежа.

Инновации «от поля до стола» в 20 тематических разделах

Выставка отражает весь путь продукта — вплоть до момента, когда он попадает на стол. Организаторами запланировано 20 тематических разделов вместо восьми, представленных в прошлые годы. И если какие-то из них уже привычны для экспонентов и посетителей, то новые станут открытием.

Обновлённая концепция мероприятия позволит затронуть ещё более узкие и глубокие проблемы отрасли, которые часто требуют нестандартных, инновационных решений. Это касается не только выращивания кормов и гигиены животных, но и ветеринарии, генетики и племенной работы, цифровизации и автоматизации управления животноводческими предприятиями,

контроля качества продукции, упаковки, маркировки, логистики, хранения, приготовления и многого другого.

Зал №8 объединит представителей следующих сфер:

- разработки высокобелковых питательных кормов;
- ветеринарии и генетики;
- инфраструктурного обеспечения животноводства;
- производства и эксплуатации оборудования для первичной обработки скота и переработки;
- организации экологичного производства;
- цифровизации и IT-решений в АПК.

Зал №7 соберёт профессионалов, работающих по направлениям:

- глубокой переработки животноводческой продукции;
- производства ингредиентов и пищевых добавок;
- разработки весового, упаковочного оборудования;
- хранения и логистики;
- маркетинга и новейших способов продвижения продукции;
- приготовления и развития вкусов у населения;
- производства полуфабрикатов и готовой продукции.

Кроме того, в тематическом пространстве выставки найдётся место для научных и правовых консультантов, экономистов и специалистов по кредитованию агропромышленных проектов.

«Во главу угла мы всегда ставили безопасность и качество продукции. С 2019 года наша выставка

расширилась: формат «от поля до прилавка» перерос в концепцию «от поля до стола». В мае 2021 года участники мероприятия получают возможность делиться опытом в самых тонких и сложных аспектах птицеводства, животноводства, обработки, хранения и доставки продукции. Требования к качеству продуктов становятся более жёсткими — и участники рынка, наши экспоненты, отвечают на это ростом экологичности, энергоэффективности, управляемости предприятий АПК, — говорит Наринэ Багманян, президент выставочной компании «Асти Групп», организатора выставки. — В 2021 году на мероприятии будет представлена вся цепочка производства продуктов животноводства. А также та её часть, которой на прошлых выставках мы уделяли меньше внимания. Например — производство ингредиентов для переработки, пищевых добавок, организация хранения и доставки, развитие постоянного спроса на качественный продукт».

Три выставочных дня в залах 7 и 8 «Крокус Экспо» обещают быть насыщенными и интересными. Новая концепция предполагает и новые форматы экспонирования.

Это мастер-классы, семинары, общение с клиентами и представителями государственных органов, а также тематические секции

для презентации небольших предприятий.

* * *

Выставка «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / Meat & Poultry Russia» проводится в России с 2001 года и стала сразу же одной из важных отраслевых площадок для демонстрации инновационных и передовых разработок для производства безопасной и качественной продукции: от оборудования и технологий для выращивания и содержания сельскохозяйственных животных, кормопроизводства и переработки сырья до продвижения товаров на внешние и внутренние рынки. С 2004 года проводится в партнерстве с VIV worldwide.

Саммит «Аграрная политика России» проводится с 2015 года. Цели и задачи данного мероприятия состоят в укреплении межрегиональных связей и создании единой интерактивной площадки для обмена опытом представителей агробизнеса, выработке мер по развитию внутреннего рынка для сельхозпроизводителей и создания условий для расширения их экспортного потенциала и возможностей.

Пресс-служба
выставочной компании
«Асти Групп»

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

А ЕСТЬ ЛИ СМЫСЛ ПРОДАВАТЬ ЗА ГРАНИЦУ?

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ НАЧИНАЮЩЕГО ЭКСПОРТЕРА

В сложившейся сегодня на рынке большинства стран ситуации, когда потребление и покупательная способность падают, многие поставщики начинают задумываться об экспорте своих товаров.

Конечно, почему бы и нет! А что может быть проще! Сейчас сообщим, что мы готовы поставлять свои товары и все! Объемы продаж восстановятся, деньги потекут рекой.

Для того, чтобы несколько убавить уровень оптимизма, я предлагаю будущему экспортеру, да и в принципе любому, кто собирается вывести товар на новые рынки, ответить на несколько вопросов:

1. Почему возникла потребность в выходе на новые рынки?

Варианты ответа:

- Нам известно, вы сможете продавать товары на новом рынке дороже, чем на «традиционном»
- Вы монополизировали свой рынок и вам некуда девать свои товары
- Вы расширили производство и вам нужны новые рынки
- Вы проиграли борьбу в традиционных регионах, и, чтобы сохранить рентабельность, надо искать новые каналы сбыта

- А почему бы не попробовать?

Экспортируют же люди!

2. Какие есть предпосылки для выхода на новый рынок?

Особые случаи:

- Представители ритейлеров предложили вам начать экспорт
- Сильный дистрибьютор предложил вам начать экспорт

Варианты самостоятельного выхода:

- В новом регионе есть высокий спрос и дефицит аналогичных товаров, который нет возможности компенсировать своими силами
- Есть ниша аналогичных товаров (национальный бренд, специальные товары), которую вы планируете расширить
- Есть ниша, сложился устойчивый спрос на товары. и вы планируете вытеснить существующего экспортера, так как для этого есть объективные предпосылки (у вас лучше производство, логистика, вы лучше понимаете рынок этой страны и есть нужные наработки и знакомства)
- Поскольку есть поставщики, значит, видимо, есть спрос на аналогичные товары, и мы сможем забрать себе долю рынка

- У вас есть команда профессионалов, которая «может продать что угодно кому угодно»...

3. Как вы будете организовывать продажи?

- У вас есть налаженные каналы поставки и разветвленная сеть дистрибьюции на этой территории, просто сейчас они занимаются другими группами товаров

- У вас есть партнер, который возьмет на себя развитие продаж и логистику

- У вас есть опыт работы с дистрибьюторами или ритейлерами, которые осуществляют работу на этой территории

- Есть покупатель, который будет закупать товары оптом с большой скидкой

- Пока не понятно... Сначала поставим небольшие партии, а потом посмотрим

4. За счет чего будем финансировать проект?

- За счет предоплаты, поступившей от покупателей

- За счет государственной поддержки

- За счет собственных свободных средств

- За счет собственных средств, которые «перекинете» с других направлений

- За счет кредитных средств

5. Как вы будете аргументировать необходимость начала сотрудничества своим потенциальным партнерам?

- На основе высоких продаж ваших товаров в магазинах

(подразделениях) партнера в других регионах (странах)

- Покажете привлекательность новой ниши на основе статистики нового региона и опыте своих аналогичных проектов на других территориях

- «Красиво» опишете, какие потери несет потенциальный партнер, работая с существующим поставщиком и как улучшится его жизнь, если он начнет работать с вами

- Расскажите, что «вы построили завод и вот решили выйти на новые рынки»

- Предложите «Купить много. Скидку дадим»

Ответьте на эти вопросы, присвоив каждому ответу рейтинг от 5 до 1, (ответы расположены в порядке убывания рейтинга). Если рейтинг 20 и более – проект обречен на успех и можно начинать прорабатывать детали.

Если рейтинг меньше 10 – лучше отказаться от этой идеи

Приведу пример, как звучала бы «продающая фраза» в первом и втором случае:

«По информации информационных агентств, в период пандемии вернулась большое количество трудовых мигрантов из России. Мы активно работаем с вашими магазинами в своей стране и, по нашим оценкам, ввод их в ваши магазины здесь даст товарооборот по ... ЕВРО на магазин. Мы уже нашли логистического партнера или же можем поставлять товары на ваши распределительные центры. Также при единовременной выборке товара более, чем на ЕВРО, мы сможем предоставить отсрочку до ... дней».

И, другой вариант:

«Мы запустили отличное производство, но сложившаяся на рынке ситуация привела к тому, что мы вынуждены рассматривать выход в новые регионы. Если вы станете нашим дистрибьютором, мы готовы поставлять вам товары с большой скидкой»

Выбирайте, какой путь ваш и тщательно взвешивайте все «за» и «против» перед тем, как составлять стратегию выхода на новый рынок.

Хотя, конечно, многие ситуации можно «вытянуть», красиво проведя переговоры. О этом я рассказываю в своей новой книге «Жесткие коммерческие переговоры. Как прочитать оппонента и просчитать риски», которая была издана издательством «Питер» в ноябре 2020 года. Читайте с удовольствием!

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



Увидела свет новая книга Директора по развитию НСЭП, члена правления РАЭРР Сергея Илюхи «Жесткие коммерческие переговоры. Как прочитать оппонента и просчитать все риски».

Книга выпущена издательством «Питер» в рубрике «Бизнес психология».

В книге автор рассуждает над тем, важнее в коммерческих переговорах -

выгоды или эмоции? Каковы техники жестких переговоров и как перевести переговоры с уровня манипуляций и давления на конструктивное обсуждение коммерческих условий? Сергей Илюха дает ответы на вопросы, как отработать техники диагностики психотипа оппонента и переговорной ситуации, выявления истинных мотивов оппонента, влияния и управления переговорами.

Также вы узнаете о способах завоевания лояльности и методах убеждения, которые придадут дополнительный вес вашему предложению и существенно повысят вероятность положительного решения без скидок и бонусов.

После прочтения книги вы получите навыки выявления дезинформации и лжи в переговорах, научитесь обнаруживать реальные угрозы и противодействовать им, оцените истинный смысл ответов оппонента, научитесь составлять альтернативные сценарии и быстро "переключаться" между ними в ходе переговоров.

Главное, что вы поймете после изучения этой книги: договориться невозможно, если обе стороны не считают, что достигнуто соглашение Win-Win. Но, умело работая с ценностями и их восприятием оппонентом, можно договориться на более выгодных для себя условиях.

Книга рекомендована всем, кто так или иначе участвует в переговорном процессе и желает уверенно чувствовать себя при переговорах с любым, даже самым сильным оппонентом.

На основе книги разработан тренинг «Жесткие коммерческие переговоры», который будет полезен тем, кто так или иначе ведет переговоры о том, как поделить деньги.

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