



АТРОС

№ 1, 2025



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;
- размещение логотипа на сайте Союза;
- приглашения на обсуждения (Государственная Дума, Минэкономразвития, Минсельхоз, Торгово-промышленная палата России, Международный клуб агробизнеса, международные организации, связанные с вопросами продовольствия и сельского хозяйства), 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

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера

Московский офис ФАО отметил 10-летие	4
--------------------------------------	---

Новости

Международный совет по зерну ожидает рекордного объема производства зерна	13
В феврале значение Индекса продовольственных цен ФАО достигло рекордного уровня	14
Путин подписал указ о расширении доктрины продовольственной безопасности	15
Россельхознадзор допустил рост экспорта мясной продукции до 1 млн тон	16

Анонсы

XIX Международная конференция «КОМБИКОРМА-2025»	17
---	----

Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика	18
Ближнее зарубежье	20
Дальнее зарубежье	23

Российские компании на внешних рынках

Настоящий подарок Алтая	25
Холдинг «АЛТАМАР»	27

Наши зарубежные партнеры

ADEGA DO FAVAIOS	29
Dilbahar's с 1964 года	31
Buenafe Global	32

Новости выставочной сферы

Международная выставка «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia», <i>Виджай Гауба</i> . Indusfood: Будущее торговли в сфере F&B	34
Indusfood 2025	39
ASEAN Food & Beverages Exhibition 2025	43

Практические вопросы продвижения продукции

<i>С.Илюха</i> Как поставщику вести себя в сложных ситуациях сотрудничества с сетью	44
---	----

ТЕМА НОМЕРА

МОСКОВСКИЙ ОФИС ФАО ОТМЕТИЛ 10-ЛЕТИЕ



Фото: ©ФАО/Турган Саваш

В московском Отделении Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО) состоялся пресс-брифинг, приуроченный к 10-летию подписания Соглашения об учреждении Отделения ФАО для связи с Российской Федерацией и предстоящего в этом году 80-летнего юбилея Организации.

Пресс-брифинг провела **Анна Бенуа, пресс-атташе московского офиса ФАО.**

Московское отделение ФАО, выполняя функцию связного офиса,

также служит многофункциональной платформой для диалога и передачи информации, в том числе оценочного и прогностического характера, технических знаний и рекомендаций ФАО широкому кругу российских партнеров.

«За эти годы мы достаточно прочно заняли свою нишу как представительство одного из важнейших спецучреждений ООН, – констатировал **Олег Кобяков, директор Отделения ФАО для связи с Российской Федерацией.**

«ФАО – это единственная межправительственная организация с глобальным мандатом в области

сельского хозяйства и продовольствия. Под сельским хозяйством, подчеркнул глава московского бюро ФАО, мы понимаем не только животноводство, растениеводство и прочие подотрасли «классического» агропрома, но и рыбное хозяйство, лесоводство, первичную обработку лесопродукции, продовольственную и пищевую безопасность и развитие сельских районов».

Эти десять лет не прошли даром. Но насыщенным добрым делам двух пятилеток предшествовала затянувшаяся пауза во взаимоотношениях между СССР – и следом его правопреемницей Россией – и ФАО.

Долгая дорога в дюнах холодной войны

16 октября 1945 года открылась учредительная конференция ФАО в канадском Квебеке. Из её 45 стран-участниц, первыми получивших право на первоначальное членство, 34 стали членами Организации, подписав ее Устав в первый день работы Конференции. Три страны официально вступили в ФАО чуть позже в ходе сессии, длившейся до 1 ноября. Из оставшихся 8 семь вступили в Организацию в период с 30 ноября 1945 года по 1 декабря 1953 года. Лишь Советский Союз, будучи учредителем ФАО, не воспользовался этим правом.

В ноябре 1989 года агентство Рейтер в материале о намерении СССР присоединится к ФАО ссылается на статью в газете «Московские новости», в

которой отмечалось, что в свое время советские делегаты отказались подписывать Устав ФАО, обосновав это тем, что «империалистические силы» планируют занять ключевые позиции в Организации и использовать её в своих интересах.

В недавнем прошлом Ректор Дипломатической Академии Александр Яковенко в свою бытность замминистра иностранных дел России в статье в «Российской газете» за 12 октября 2005 года объяснял это решение тем, что членство в ФАО предполагало предоставление значительного объема сельскохозяйственной статистики, которая традиционно являлась в Советском Союзе секретной.

К середине 80-х годов прошлого века, особенно после начала перестройки и с приходом нового политического мышления в советскую внешнюю политику всё более очевидна становилась абсурдность ситуации, когда крупнейшая аграрная, лесная и рыболовная страна мира, будучи членом Совета Безопасности ООН и всех специализированных учреждений ООН, остается вне рамок межправительственной организации, наделенной глобальным мандатом в области агросектора и продовольствия.

13 апреля 2006 года Российская Федерация стала полноправным членом ФАО, направив ее Генеральному директору Жаку Диуфу уведомление о принятии Устава Организации. Для этого, казалось бы, простого шага понадобилось без малого 60 лет.

Список добрых дел

Помимо ежегодного обязательного взноса в бюджет ФАО Россия в рамках официальной помощи развитию делает единовременные целевые взносы на финансирование осуществляемых ФАО проектов чрезвычайной помощи и техсодействия развитию агросектора в третьих странах.

Значительным вкладом в операцию по ликвидации вспышки пустынной саранчи в Африке в 2020 году стал взнос России в размере 10 млн долларов. Дважды Россия направляла средства на поддержание и восстановление аграрного сектора Сирийской Арабской Республики (САР) – в общей сложности они превысили 12 млн долларов.

Не менее значимым было финансирование (6 млн долларов) программы по поддержанию системы школьного питания в Армении, Кыргызстане и Таджикистане.

В числе знаковых программ интеллектуального и технического содействия Олег Кобяков назвал проект по линии Роспотребнадзора по повышению потенциала противодействия устойчивости к противомикробным препаратам, или УПП, в пяти странах «ближнего зарубежья» – Армении, Беларуси, Казахстане, Кыргызстане и Таджикистане.

Этот проект на 3,3 млн долларов успешно завершился 31 декабря 2024 года. Сейчас проходят переговоры о запуске его 2-й фазы, на которой бюджет вырастет более чем вдвое,

присоединятся новые участники - Узбекистан и Монголия.

За 10 лет работы московского бюро ФАО суммарный добровольный взнос России на проекты ФАО превысил 40 млн долларов США.

Московское бюро ФАО держит в своем портфеле и на контроле более десятка профильных направлений деятельности. В их числе, к примеру – усилия по сокращению продовольственных потерь и пищевых отходов. Так, потери в области рыболовства и аквакультуры, по оценкам ФАО, составляют 35% рыбы и рыбопродуктов. При этом 8% выловленной рыбы выбрасывается обратно в воду. В большинстве случаев она либо уже мертва, либо умирает, либо серьезно повреждена. Эти потери ежегодно сопоставимы с утратой трех миллиардов взрослых особей атлантического лосося.

ФАО последовательно выступает против наносящего масштабный ущерб морским биоресурсам незаконного, несообщаемого и нерегулируемого (ННН) промысла. Ежегодно объем этого браконьерства достигает 26 миллионов тонн (в денежном эквиваленте это почти 24 млрд долларов). Россия является ключевым партнером в ликвидации этой практики, особенно в акватории Тихого океана, и поэтому ФАО приветствует подписание и ратификацию российским правительством Соглашения о мерах государства порта по борьбе с ННН-промыслом 2011 года.

Восемь десятилетий ФАО: этапы большого пути

В этом году, 16 октября ФАО, как специализированное учреждение ООН с глобальным мандатом в области продовольствия, сельского, лесного и рыбного хозяйства и развития сельских районов, отмечает свой 80-летний юбилей.

«Наша миссия заключается в создании мира, свободного от голода и недоедания, где производство продовольствия и сельское хозяйство способствуют повышению жизненного уровня всех, особенно наиболее уязвимых слоев населения – рассказала по видеосвязи **Виктория Калинин, руководитель службы по связям с общественностью, Регионального представительства ФАО по странам Европы и Центральной Азии (г. Будапешт).** – За эти восемь десятилетий ФАО стала важным игроком на международной арене, но несмотря на достигнутый прогресс, проблема голода продолжает оставаться нерешенной».

После составления первого Всемирного продовольственного обзора на основе прогноза урожая 1946–1947 годов ФАО провела совещание с представителями 70 стран и разработала свой первый широкомасштабный план действий. С этого момента научно обоснованные и подкрепленные статистикой обзоры продовольственной безопасности стали визитной карточкой ФАО.

В 1952 году принята Международная Конвенция по карантину и защите растений, участницами которой сегодня являются 182 страны. В 1961

году ФАО и Генеральная Ассамблея ООН учредили Всемирную продовольственную программу, ныне (ВПП), ставшую крупнейшим агентством гуманитарной помощи ООН.

В 1963 году появляется «Кодекс Алиментариус», установивший международные стандарты безопасности пищевых продуктов. Созданный совместно ФАО и Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) Кодекс является сводом международных стандартов, руководящих принципов и устоявшихся практик, которые обеспечивают безопасность пищевых продуктов и легальность торговли ими в мировом масштабе.

В 1994 году ФАО и Всемирная организация по охране здоровья животных разработали глобальную программу по искоренению чумы крупного рогатого скота. В 2011 году эта цель была достигнута.

В 2001 году принят Международный договор о генетических ресурсах растений, обеспечивающий доступ к растительным генетическим материалам и справедливое распределение выгод от их использования.

В 2002 году ФАО совместно с другими организациями добилась искоренения онхоцеркоза, или речной слепоты, что спасло миллионы людей в Африке от неизлечимой слепоты.

В 2015 году Генеральная Ассамблея ООН приняла Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, закрепив 17 целей, большинство из которых напрямую затрагивают мандат ФАО. Это создало

основу для дальнейшего сотрудничества государств-членов и ФАО в достижении целей, направленных на искоренение голода, улучшение здоровья и качества жизни, ликвидацию нищеты и неравенства.

ФАО активно использует новые технологии, включая искусственный интеллект и машинное обучение. ФАО модернизировала агроинформационную платформу, которая собирает и анализирует геопространственные и статистические данные, что позволяет принимать информированные решения. Эта платформа включает 15 тематических порталов, посвященных охране здоровья животных, изменению климата и восстановлению экосистем почв и воды.

«За 80 лет ФАО внесла огромный вклад в обеспечение продовольственной безопасности и развитие сельского хозяйства, – подчеркнула в заключение Виктория Калинин. – Однако впереди еще многое предстоит сделать.

Как говорил отец «зеленой революции», лауреат Нобелевской премии мира Норман Борлоуг, «мир не построить на пустые желудки». Нам предстоит продолжить усилия, чтобы создать систему, в которой у каждого человека будет доступ к достаточному количеству питательной и безопасной пищи. Для этого мы должны укреплять международное сотрудничество, внедрять информационные подходы и обеспечивать устойчивое развития агропродовольственного сектора».

Синергический эффект коллективного разума

Московский офис ФАО служит посредником, проводником, приводным ремнем при выстраивании отношений между различными заинтересованными сторонами, участвующими в обеспечении продовольственной безопасности.

Эта мысль прозвучала в выступлении по видеосвязи **Диляры Равиловой-Боровик, заместителя руководителя Постпредства Российской Федерации при ФАО и других международных организациях в Риме:** «Вы помогаете найти партнеров в России для тех проектов, которые финансирует правительство Российской Федерации. Вы помогаете передавать отечественный опыт другим странам, в том числе на различных международных площадках. И в этом качестве роль московского бюро ФАО незаменима».

Благодаря инициативной поддержке офиса ФАО, отметила Диляра Равилова-Боровик, в России создан Национальный комитет по проведению в России Десятилетия ООН по восстановлению экосистем (2021–2030 гг.). При поддержке Бюро был организован многоэтапный национальный диалог в рамках подготовки к Всемирному саммиту ООН по продовольственным системам 2021 года. Впоследствии все релевантные рекомендации, которые отвечают интересам Российской Федерации, реализуются в том числе и благодаря московскому офису ФАО.

Все вместе, заключила представитель Постпредства России в Риме, «это дает надежду на то, что активно развивающийся сельскохозяйственный и агропродовольственный сектор будут оставаться одним из драйверов российской экономики и ее внешнеэкономического потенциала».

Векторы партнерства: ЕАЭС, ШОС и БРИКС

Территориальная компетенция московского офиса ФАО не ограничивается границами России: он обеспечивает взаимодействие ФАО с Евразийской экономической комиссией, рабочие контакты с Шанхайской организацией сотрудничества (ШОС) и укрепляет связи со странами-участницами объединения БРИКС.

«Страны БРИКС оказывают все более глубокое влияние на положение дел в агросекторе и продовольственной безопасности в глобальном масштабе – отметил Олег Кобяков. – Мы поддерживаем контакты с каждым председательствующим в объединении государством: и с российской стороной, и сейчас с бразильской». Наш офис представлял ФАО почти в дюжине мероприятий, проведенных российским председательством БРИКС в 2024 году.

ФАО неоднократно высказывалась в поддержку проекта создания зерновой биржи БРИКС. «Мы считаем, что определенная демополизация регулирования цен в этом сегменте рынка сельскохозяйственной продукции будет способствовать стабилизации цен, их

снижению и большей предсказуемости зернового рынка, – подчеркнул руководитель московского бюро ФАО. – В конечном счете, это положительно скажется на продовольственной безопасности как стран-участниц, так и стран-потребителей этой группы продовольственных товаров».

Вооруженный конфликт – главный источник голода

Помимо эпидемий, стихийных бедствий, экономических пертурбаций, в частности, вызванных ростом цен на энергоносители, основным разрушителем продовольственной безопасности в мире являются вооруженные конфликты. «С начала этого тысячелетия, подчеркнул Олег Кобяков, они превратились в трудно преодолимый барьер на пути к ликвидации голода как явления».

Во время войн и локальных конфликтов гибнут не только люди, но уничтожаются и средства производства, и пастбища, и сельскохозяйственные угодья, и собранный урожай, и сельскохозяйственные животные. Кратно возрастает угроза эпизоотий и эпидемий, болезней, переносимых водой.

«Войны, как правило, ведут к значительным вынужденным перемещениям мирного населения, которое таким образом лишается источников средств существования, особенно в сельских районах, отметил глава московского бюро ФАО. – Их содержание ложится тяжким дополнительным бременем на те

районы и страны, которые их вынужденно приютили».

Зерно, производимое в России и на Украине, служило основным импортируемым продовольствием в большинстве стран Северной, Центральной и Восточной Африки и Ближнего Востока. Из-за военных действий нарушены торговые логистические потоки. «С одной стороны возникли физические сложности – с маршрутами доставки, отметил Олег Кобяков, с другой стороны юридические – из-за санкций против Российской Федерации».

«Экспортное зерно урожая последних лет трудно вывозить из России: есть физическая угроза для судов, значительно подорожали фрахт и страховка», – подчеркнул Олег Кобяков. Приходится менять маршруты морских перевозок (вместо прохождения Суэцкого канала – круглой путь с обходом Кабо дас Агульяс, мыса Игольный, самой южной точки в Африке), но при этом «каждая лишняя миля ставит вопрос о сохранности и повышает стоимость для конечного потребителя».

Горячие точки голода

В текущем 2025 году ФАО совместно с ВПП будет оказывать продовольственную помощь 25 странам и территориям, где состояние продовольственной безопасности может быть охарактеризовано как «кризис» и даже «катастрофа». ФАО ведет мониторинг того, что называют «горячими точками голода».

«Таковыми «точками» испещрена карта Африки. Это Мали, Чад, Южный

Судан, Судан и пополнившая этот список в прошлом году Зимбабве. Голод терзает Конго и Сомали, периодически и Эфиопию», – добавил Олег Кобяков, поскольку урожай в этой одной из самых населенных стран (126 млн. в 2024 году, или 11-е место в мире) сильно зависит от погодных-климатических условий.

Нескончаемой головной болью остается Гаити, которую Олег Кобяков назвал «островом невезения», поскольку «кризис всех структур управления и полная беззаконность» самым разрушительным образом сказываются на снабжении населения продовольствием.

Близкая к катастрофической сложилась ситуация в секторе Газа, на Западном берегу реки Иордан, в Сирийской Арабской Республике, в Йемене и Афганистане. Как подчеркнул Олег Кобяков, ФАО играет значимую роль в оказании чрезвычайной помощи многим из этих стран.

Африка не оставлена без внимания

Российская Федерация как одно из ключевых государств-членов ФАО, активно участвует в разработке стратегии и практических мер, направленных на предоставление технической помощи и создание научной базы в африканских странах. ФАО следит за усилиями Российской Федерации по созданию постоянной платформы для диалога с этим континентом. Этой цели служат уже состоявшиеся два саммита «Россия-Африка».

Россия реализует и собственные двусторонние программы помощи на

континенте. К ним относится, в частности, бесплатная поставка 200 000 тонн пшеницы в шесть африканских стран. «В нашем офисе сравнили эти объёмы с зерновыми балансами стран-бенефициаров. Несмотря на то, что пшеница не является основным продуктом, это скорее бобовые, но она составляет важную долю продовольственного рациона в этих странах, – рассказал Олег Кобяков. – Поставка российской пшеницы покрыла от 6% до 23% годовой потребности получившей её стран в этом продукте, что является весомой долей».

У африканских стран есть амбициозная программа для развития сельского хозяйства, которая нацелена на достижение продовольственного суверенитета к 2060 году. Это позволит практически ликвидировать проблему голода в Африке.

«Африка – это уникальный континент, – подчеркнул Олег Кобяков. – При условии адекватного финансирования, надлежащего управления ресурсами и привлечения широкого круга заинтересованных сторон к развитию сельского хозяйства, Африка способна не только прокормить себя, но и стать крупным экспортером сельскохозяйственных товаров в остальной части мира».

Перед наводнениями и засухой все равны

Участившиеся стихийные бедствия, сменяющие друг друга наводнения и засухи, создают повышенные риски для обеспечения продовольственной безопасности. В

зоне этих рисков, отметил Олег Кобяков, находятся не только традиционные их жертвы – Пакистан, Бангладеш, Мьянма, но и, как ни странно, европейские страны. В Польше, Германии, Венгрии, Италии, Франции в последние годы происходят весьма разрушительные по своим последствиям наводнения.

Традиционно страдают от засухи африканские страны. Этой напасти наиболее подвержены страны зоны Сахеля, а также Южный Судан, Сомали, Ангола, Мозамбик.

Малые островные государства, особенно в Тихом океане, беззащитны перед тайфунами и цунами. «С учетом того, что средняя высота суши над уровнем моря этих архипелагов зачастую не превышает 0,5–1,0 метра, отметил Олег Кобяков, то любой сильный шторм может полностью уничтожить всю инфраструктуру сельского хозяйства этих стран».

Аквакультурный код доступа

С учетом того, что «промышленное и кустарное рыболовство практически достигли пределов физического вылова, и доля запасов, эксплуатируемых на уровне выше их воспроизводства, весьма велика, то акцент придется на аквакультуру», – отметил Олег Кобяков. Будущее за искусственным выращиванием рыбы и морепродуктов.

ФАО занимается технической и нормативной поддержкой этого направления. Разработан, к примеру, свод правил сертифицирования и Руководящие принципы по устойчивому развитию аквакультуры. Олег Кобяков,

рассказывая о состоявшейся в 2013 году в Санкт-Петербурге сессии Подкомитета ФАО по аквакультуре, особо подчеркнул:

«Это как с чемпионатом мира по футболу. Обычно право его провести дают какой-то неразвитой в футбольном отношении стране с тем, чтобы и сам факт проведения, и площадка обмена, и аккумулированная масса знаний способствовали развитию. Так вот, в России с 2014 года по 2024 год объем выращивания аквакультуры вырос в несколько раз и вплотную приблизился к 500 тысячам тонн.

Если учесть, что Россия вылавливает порядка 5 млн тонн, а общемировая тенденция такова, что аквакультура либо сравнялась, либо опережает промышленный вылов, то нам предстоит еще догонять других. Однако, Россия в выигрышном положении – она в роли догоняющей, и поэтому может использовать мировой опыт, в том числе обобщенный ФАО, – как положительный опыт, так и отрицательный. Я уверен, заключил Олег Кобяков, что у нас эта сфера будет устойчиво расти».

НАША СПРАВКА

Отделение ФАО для связи с Российской Федерацией является одним из шести связанных офисов ФАО (остальные офисы расположены в Вашингтоне, Нью-Йорке, Брюсселе, Женеве и Иокогаме) и одним из более чем 150 представительств ФАО по всему миру.

ФАО в Москве консультирует и помогает в разработке и реализации политики и программ в агросекторе. В число партнеров входят государственные ведомства, общественные организации, отраслевые ассоциации, деловые круги, экспертное и журналистское сообщество. Московское бюро ФАО развивает и поддерживает тесные рабочие контакты с такими федеральными органами исполнительной власти, как Минсельхоз, МИД, Минфин, Минэкономразвития, Минобрнауки, Россотрудничество, Роспотребнадзор, Россельхознадзор, Рослесхоз, Росрыболовство, Росстат; а также с ведущими научно-исследовательскими и высшими учебными заведениями – МСХА им. К. А. Тимирязева, МГУ им. М.В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, МГИМО МИД России, Дипломатической академией МИД России, МГЛУ им. Мориса Тореза, Казанским и Санкт-Петербургским аграрным университетом, Уфимским университетом науки и технологий и многими другими.

Отделение ФАО для связи с Российской Федерацией также укрепляет сотрудничество между ФАО и российскими научными кругами и научно-исследовательскими институтами, а также с частным сектором в целях поддержки сельского хозяйства и продовольственной безопасности.

*Источник – пресс-служба
Отделения ФАО в Москве*

НОВОСТИ

Международный совет по зерну ожидает рекордного объема производства зерна

Международный Совет по Зерну (IGC) представил свои прогнозы на сезон 2025/2026, ожидая, что мировое производство зерна достигнет рекордного уровня в 2368 миллионов тонн. Это значительное увеличение по сравнению с предыдущим сезоном, когда было собрано 2306 миллионов тонн. Основными факторами, способствующими этому росту, являются улучшение погодных условий и увеличение площадей, отведенных под зерновые культуры.

Согласно отчету IGC, производство пшеницы вырастет до 665,2 миллионов тонн, что на 6,2 миллиона тонн больше, чем в предыдущем сезоне. Кукуруза также покажет впечатляющий рост, достигнув 1269,1 миллиона тонн, увеличившись на 52,2 миллиона тонн. Эти данные подчеркивают важность кукурузы как ключевой культуры для мирового продовольственного рынка.

Россия, как один из ведущих производителей зерна, также продемонстрирует положительную динамику. Прогнозируется, что урожай российской пшеницы составит 80,6 миллиона тонн, что на 0,7 миллиона тонн меньше, чем в текущем сезоне, однако общий объем зерна в стране вырастет до 133,6 миллиона тонн.

Несмотря на рекордные объемы производства, IGC отмечает, что уровень начальных запасов остается

низким, что ограничивает рост предложения. Мировое потребление зерна также увеличится и составит 2367 миллионов тонн, что на 30,4 миллиона тонн больше, чем в предыдущем сезоне. Это указывает на растущий спрос на зерновые культуры, что может быть связано с увеличением населения и изменением потребительских предпочтений.

Тем не менее, переходящие запасы увеличатся до 578 миллионов тонн, что даст некоторую надежду на стабильность рынка в условиях растущего потребления. Важно отметить, что увеличение запасов будет наблюдаться в основных странах-экспортерах, что может помочь смягчить возможные колебания цен на зерно.

Прогнозы IGC также указывают на восстановление объемов мировой торговли зерном, однако они все еще будут значительно ниже пиковых значений предыдущих лет. Ожидается, что объем мирового экспорта зерна в следующем сезоне составит 423,7 миллиона тонн, что на 7,4 миллиона тонн больше, чем в текущем сезоне. Россия, в свою очередь, сможет экспортировать 51,8 миллиона тонн, увеличив свои поставки на 1,9 миллиона тонн.

Прогнозы Международного Совета по Зерну на сезон 2025/2026 демонстрируют позитивные тенденции в производстве и потреблении зерна на глобальном уровне. Несмотря на существующие вызовы, такие как низкие запасы и нестабильные цены, ожидается, что отрасль продолжит развиваться, что будет способствовать

обеспечению продовольственной безопасности и поддержанию стабильности на продовольственном рынке.

В феврале значение Индекса продовольственных цен ФАО достигло рекордного уровня

По информации, опубликованной Продовольственной и сельскохозяйственной организацией (ФАО), мировые цены на продовольствие в феврале вновь выросли, достигнув исторического рекордного уровня, причем наиболее значительный рост продемонстрировали цены на растительные масла и молочную продукцию.

Среднее значение Индекса продовольственных цен ФАО в феврале составило 140,7 пункта, что на 3,9 процента выше, чем в январе, на 20,7 процента выше, чем годом ранее, и на 3,1 пункта выше, чем в феврале 2011 года. Этот индекс позволяет ежемесячно отслеживать колебания мировых цен на наиболее ходовые продовольственные товары.

Значение Индекса цен на растительные масла ФАО выросло значительнее всего, увеличившись на 8,5 процента по сравнению с предыдущим месяцем и достигнув нового рекордного уровня, главным образом вследствие повышения котировок пальмового, соевого и подсолнечного масел. Такой резкий рост значения Индекса цен на растительные масла в значительной мере обусловлен устойчивым мировым импортным спросом на фоне сокращения

предложения вследствие таких факторов, как снижение поставок пальмового масла из Индонезии – главного мирового экспортера, ухудшение видов на урожай сои в Южной Америке и опасения в связи с возможным снижением экспорта подсолнечного масла из-за перебоев в Черноморском регионе.

Среднее значение Индекса цен на молочную продукцию ФАО по итогам февраля оказалось на 6,4 процента выше его январских значений вследствие более низкого, чем ожидалось ранее, предложения молока в Западной Европе и Океании, а также стабильного импортного спроса, особенно в Северной Азии и на Ближнем Востоке.

Индекс цен на зерновые ФАО вырос на 3,0 процента по сравнению с предыдущим месяцем, что обусловлено ростом котировок фуражных зерновых: так, вследствие сохраняющихся неблагоприятных условий для роста посевов в Южной Америке, роста цен на пшеницу и неопределенности в отношении поставок кукурузы из Украины международные цены на кукурузу увеличились на 5,1 процента. Мировые цены на пшеницу выросли на 2,1 процента, в основном из-за неопределенности в связи с поставками на международные рынки из черноморских портов. Международные цены на рис выросли на 1,1 процента, чему способствовал высокий спрос на душистый рис вследствие высокого спроса на ароматные сорта риса со стороны покупателей из азиатских стран Ближнего Востока и роста курса валют

некоторых экспортеров по отношению к доллару США.

Среднее значение Индекса цен на мясо ФАО оказалось на 1,1 процента выше его январских уровней: международные котировки говядины достигли нового рекордного уровня, чему способствовал высокий мировой импортный спрос на фоне снижения поставок убойного скота в Бразилии и активного ремонта поголовья в Австралии. При этом цены на свинину выросли незначительно, а котировки баранины и мяса птицы снизились, что отчасти объясняется, соответственно, высоким экспортным предложением Океании и сокращением импорта Китаем после завершения празднования китайского Нового года.

Значение Индекса цен на сахар ФАО снизилось на 1,9 процента на фоне благоприятных видов на урожай в основных странах-экспортерах, таких как Индия и Таиланд, а также и улучшения погодных условий в Бразилии, благоприятствующих развитию посевов.

"Обеспокоенность в связи с состоянием посевов и наличием достаточных экспортных запасов – лишь одна из причин текущего роста цен на продовольствие по всему миру. Еще сильнее рост цен на продовольствие подогревают факторы, не связанные с его производством, а именно ситуация в секторе энергетики, производства удобрений и кормов", – считает экономист ФАО Упали Галкети Аратчилаге. "Все эти факторы ведут к снижению нормы прибыли производителей продовольствия, вынуждая их отказываться от

инвестиций и расширения производства".

Путин подписал указ о расширении доктрины продовольственной безопасности

Президент России Владимир Путин подписал указ о внесении изменений в доктрину продовольственной безопасности России. В документ добавлен раздел «Стратегическая цель и основные задачи обеспечения глобальной продовольственной безопасности».

В новом разделе говорится о стратегической цели России поддерживать стабильность мировых продовольственных рынков. Этого можно достичь путем сотрудничества с государствами, проводящими конструктивную политику в отношении России.

Для достижения этой цели планируется развитие внутреннего производства сельхозпродукции, сырья, продовольствия и минеральных удобрений. Это необходимо для наращивания экспортного потенциала России. Также документ предусматривает диверсификацию иностранных поставщиков.

Доктрина продовольственной безопасности была принята в 2010 году. Ее новая редакция была утверждена в январе 2020 года. В документе указана необходимость продовольственной независимости. Это предполагает самообеспеченность страны основными продуктами на 90–100%. Кроме того, доктрина предусматривает запрет на

ввоз в Россию генно-инженерно-модифицированных организмов для посева, выращивания и разведения.

В 2024 году Минсельхоз представил новую концепцию национального проекта «Технологическое обеспечение продовольственной безопасности». В нацпроект вошли пять федеральных проектов: по селекции и генетике, по биотехнологиям, по ветпрепаратам, по технике и оборудованию, по кадрам.

Россия в 2024 году сохранила статус нетто-экспортера продовольствия

Россия по итогам 2024 года сохранила статус нетто-экспортера продовольствия. Об этом заявил вице-премьер РФ Дмитрий Патрушев на заседании итоговой коллегии Россельхознадзора.

"Указ президента ставит перед АПК задачу серьезно увеличить поставки продукции за рубеж. В 2024 году Россия сохранила статус нетто-экспортера продовольствия", - сказал Патрушев.

В частности, экспорт растениеводческой продукции по итогам 2024 года увеличился на 2,6 млн тонн и превысил 87 млн тонн. "Отдельно отмечу рост поставок российского зерна на рынки стран Африки, Азии и Латинской Америки", - добавил он. Также в 2024 году увеличились отгрузки продуктов переработки зерновых - в 2024 году экспорт в этом сегменте прибавил почти 20% и превысил 3 млн тонн.

"Также выросли внешние поставки по линии животноводства. Экспорт мясной группы - почти на треть,

а молочной - на 18%", - добавил Патрушев. По его словам, этому, в том числе, способствовала работа по открытию новых рынков. Так, за 2024 год был получен допуск в 16 стран по 58 видам животноводческой продукции.

Дмитрий Патрушев призвал Минсельхоз России и Россельхознадзор продолжать диалог с зарубежными партнерами для расширения возможностей отечественных экспортеров.

Россельхознадзор допустил рост экспорта мясной продукции до 1 млн тонн

Глава Россельхознадзора Сергей Данкверт сообщил, что при благоприятном сценарии Россия может экспортировать в 2025 году 1 млн тонн мясной продукции. В 2024 году, по его словам, показатель составил 860 тыс. тонн. «Мы можем в этом году выйти на миллион тонн поставки мясной продукции, но должны понимать экономическую целесообразность. Есть ряд факторов, в том числе и курс доллара», — сказал Сергей Данкверт на пресс-конференции (цитата по «Прайму»). Он не исключил, что на внутреннем рынке продавать продукцию будет выгоднее, чем экспортировать. Как уточнил глава Россельхознадзора, в 2024 году Россия экспортировала 860 тыс. мясной продукции, в том числе 259,6 тыс. живых свиней. Их наиболее крупным покупателем стала Грузия, которая увеличила закупки живых свиней со 157 тыс. голов в 2023 году до 183 тыс. в 2024-м.

АНОНСЫ

XIX МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «КОМБИКОРМА-2025»

22-23 апреля 2025 г. в Москве, в Международной промышленной академии будет проходить **XIX МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ "КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ КОМБИКОРМОВ – ГАРАНТИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА" («КОМБИКОРМА-2025»).**

Организаторами конференции являются: Международная промышленная академия, Союз комбикормщиков, Всероссийский научно-исследовательский институт комбикормовой промышленности.

В программе конференции:

- Состояние и перспективы развития отечественной комбикормовой промышленности. Стратегия развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов Российской Федерации на период до 2030 года. Меры государственной поддержки производителям кормов для животноводства, птицеводства и рыбоводства.
- Стабильность кормовой базы и ее обеспеченность различными компонентами, в том числе альтернативными источниками белка и нетрадиционным сырьем.
- Инновации в технике и технологии производства высококачественных и безопасных комбикормов. Модернизация, реконструкция и новое строительство предприятий и цехов по производству

комбикормов, обеспечивающих эффективное кормление животных.

- Новые разработки в производстве кормовых добавок и премиксов. Импортозамещение в производстве аминокислот, витаминов и ферментов.
- Современные методы и приборы контроля качества и безопасности сырья и кормов.
- Законодательная база отрасли и практика ее применения в условиях Евразийского экономического союза. О проекте Технического регламента «О безопасности кормов и кормовых добавок».

В рамках конференции предусмотрена выставка ведущих отечественных и зарубежных фирм-производителей оборудования, кормовых добавок, премиксов и ветеринарных препаратов, отраслевой научно-производственной и нормативно-технической литературы.

Проведение конференции предусмотрено в комбинированном формате - офлайн и онлайн.

Руководитель Программного комитета конференции - зав. кафедрой отраслей животноводства и комбикормового производства, д.т.н., профессор, Щербакова Ольга Евгеньевна,
scherbakovaoe@grainfood.ru

тел.8 (495) 959-71-06

8 (968) 649-81-98

ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

В ЕЭК определили перспективы агропродовольственного экспорта государств ЕАЭС в страны Юго-Восточной Азии

Коллегия Евразийской экономической комиссии 24 марта приняла рекомендацию «О перспективах развития торгово-экономического сотрудничества государств-членов Евразийского экономического союза и стран Юго-Восточной Азии в отношении сельскохозяйственной продукции и продовольствия». Проведенный ЕЭК комплексный анализ показал, что основными товарами государств-членов с наиболее благоприятными условиями доступа на рынки стран Юго-Восточной Азии являются мясо и мясопродукты, молочные продукты, рыба и ракообразные, зерновые, а также жиры и масла. «Принятая рекомендация позволит государствам-членам использовать информацию о существующих потребностях с целью оценки возможностей по диверсификации экспорта сельскохозяйственной продукции», – отметила министр по промышленности и агропромышленному комплексу ЕЭК Гоар Барсемян.

ЕЭК рассмотрела вопросы согласованной политики в сфере АПК в ЕАЭС

17 марта в штаб-квартире Евразийской экономической комиссии в Москве под председательством министра по промышленности и агропромышленному комплексу ЕЭК Гоар Барсемян состоялось заседание Консультативного комитета по агропромышленному комплексу.

Участники заседания одобрили проект Соглашения о порядке признания в рамках Евразийского экономического союза продукции органической. Документ направлен на обеспечение условий для свободного перемещения в Союзе такой продукции. Доработанный по итогам внутригосударственного согласования в государствах-членах проект документа будет представлен на рассмотрение органов Евразийского экономического союза.

На заседании Консультативного комитета также одобрен проект Рекомендации Коллегии ЕЭК «О мерах государственной поддержки развития переработки сельскохозяйственной продукции в государствах – членах Союза». Документ содержит

предложения по мерам стимулирующего и регуляторного характера, направленным на развитие переработки сельхозпродукции в русле национальной государственной аграрной политики.

В рамках проводимой работы по чувствительным сельскохозяйственным товарам одобрены проекты рекомендаций Коллегии ЕЭК о мерах по устойчивому развитию в странах ЕАЭС рынка молока и молочной продукции, производства мяса крупного рогатого скота, а также рынка свинины.

«Реализация рекомендаций позволит повысить эффективность функционирования животноводческих отраслей, включая снижение импортной зависимости от генетического материала, сырья, средств производства, будет способствовать наращиванию экспортного потенциала производимой продукции и обеспечить ее конкурентоспособность», – отметила Гоар Барсебян.

Совет ЕС утвердил позицию по пошлинам на продукцию сельского хозяйства из РФ

Совет Евросоюза согласовал позицию для переговоров с Европарламентом по введению заградительных пошлин на сельскохозяйственную продукцию из России и Белоруссии, а также некоторые удобрения. Там сообщили, что в 2023 году товары, на которые должны были распространяться новые тарифы, составляли 15% всего сельскохозяйственного импорта из России.

«Тарифы направлены на снижение зависимости от России и Беларуси, стимулирование внутреннего производства и поддержку индустрии удобрений ЕС, гарантируя при этом, что Россия не получит коммерческой выгоды от продолжения экспорта в Союз», — говорится в сообщении на сайте Совета ЕС.

Позиция Совета ЕС предусматривает меры по «смягчению воздействия на фермеров ЕС в случае значительного роста цен на удобрения». В дальнейшем позицию должен согласовать Европарламент. Затем оба органа составят совместный текст заявления по поводу введения новых пошлин.

В январе Еврокомиссия предложила ввести пошлины на оставшийся сельскохозяйственный импорт из России и Белоруссии в размере 50%. Для удобрений предусмотрено поэтапное повышение пошлин до заградительного уровня — €315 за тонну для азотных удобрений и €430 для сложных удобрений.

Полноформатное соглашение о свободной торговле между ЕАЭС и Ираном вступит в силу 15 мая

Временное соглашение о свободной торговле Ирана с Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС) заменит полноформатный договор — страна официально сообщила о завершении внутригосударственных процедур

согласования документа, который вступит в силу 15 мая 2025 года. В Евразийской экономической комиссии рассчитывают, что заключение нового соглашения позволит довести взаимный товарооборот до рекордных \$12 млрд. Однако санкции и валютные проблемы Ирана, асимметрия внешней торговли и собственный курс на импортозамещение будут ожидаемо тормозить рост товарооборота.

Евразийская экономическая комиссия получила официальное уведомление от Исламской Республики Иран о завершении внутригосударственных процедур, необходимых для вступления в силу полноформатного соглашения о свободной торговле с ЕАЭС. Как пояснил министр по торговле Евразийской экономической комиссии Андрей

Слепнев, новое соглашение вступит в силу 15 мая 2025 года, по истечении 60 дней после уведомления. Документ о завершении всех процедур странами ЕАЭС был отправлен Ирану в январе.

Соглашение описывает основные правила торговли между сторонами, в том числе введение режима наибольшего благоприятствования и национального режима, применение защитных мер и таможенного администрирования, отказ от применения количественных запретов и ограничений на ввоз товаров. Его реализация станет «эффективным инструментом развития торговли между странами» и поможет довести взаимный товарооборот до рекордных \$12 млрд, вдвое выше текущего.

Ближнее зарубежье

Казахстан стремится в топ-10 мировых поставщиков глубокой переработки зерна за 10 лет, заявил президент Токаев

Президент Республики Казахстан, Касым-Жомарт Токаев, на Национальном Курултае поставил перед страной амбициозную цель – войти в топ-10 мировых поставщиков продуктов глубокой переработки зерна за следующие 10 лет. Он также наметил другие важные задачи на ближайшие пять лет: увеличить валовой выпуск сельскохозяйственной продукции в два

раза и повысить производительность труда в отрасли втрое.

Президент указал, что Казахстан уже давно имел все возможности стать одной из ведущих аграрных держав мира, но отрасль страдала от недостатка финансирования и коррупции со стороны аферистов, включая госслужащих. Были случаи, когда государство субсидировало несуществующий скот из-за мошенничества. Однако сейчас ведется активная работа по решению этих проблем и выведению агропромышленного комплекса на новый уровень.

Казахстан создаст торговый фонд для увеличения экспорта зерна

Правительство Казахстана планирует сформировать торговый фонд для увеличения экспорта зерна, сообщили в пресс-службе правительства.

«Ведутся переговоры с Малайзией по освоению новых рынков сбыта, а также созданию нового торгового фонда, который позволит увеличить объем экспорта зерна до \$200 млн. В долгосрочной перспективе планируется нарастить этот показатель до \$1 млрд», - проинформировали в пресс-службе.

В рамках экспортной стратегии расширяются инструменты страхования, перестрахования и гарантий для отечественных производителей. Важной задачей становится выход на новые рынки и предоставление комплексных решений для казахстанского экспорта.

В этой связи холдинг «Байтерек» запускает торговый фонд и формирует пул экспортоориентированных проектов, включая развитие птицеводческих предприятий и растениеводства.

По данным правительства, для развития инвестпроектов в аграрной сфере в 2025 году через Аграрную кредитную корпорацию и КазАгроФинанс планируется направить порядка 1,5 трлн тенге. Средства пойдут на финансирование весенне-полевых и уборочных работ, реализацию инвестиционных проектов, закуп основных и пополнение оборотных средств, лизинг сельхозтехники.

Отмечается, что при кредитовании приоритет будет

отдаваться переработке сельхозпродукции и производству продуктов питания, развитию орошения, промышленным теплицам, развитию инфраструктуры и кормопроизводства в промышленном масштабе.

Киргизия временно запретила вывоз минеральных удобрений за пределы ЕАЭС

Киргизия ввела временный запрет на вывоз из страны минеральных удобрений за пределы Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

"Согласно постановлению кабинета министров Кыргызской Республики, запрет введен... сроком на шесть месяцев и распространяется на все виды минеральных удобрений, за исключением международного транзита и гуманитарной помощи, предоставляемой по решению кабинета министров", - заявили в пресс-службе министерства водных ресурсов, сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности республики.

В ведомстве отметили, что действие данного запрета не распространяется на обратный вывоз удобрений, если их качество не соответствует установленным требованиям.

"Введение запрета на вывоз минеральных удобрений представляет собой стратегически важное решение, направленное на защиту национальных интересов, поддержку отечественного сельского хозяйства и обеспечение стабильного развития

агропромышленного комплекса", - уточнили в министерстве.

ЕС до июня 2025 года продлил отмену пошлин на импорт украинской агропродукции

Евросоюз до 5 июня 2025 года продлил приостановку пошлин и квот на импорт украинской сельхозпродукции, сообщила пресс-служба Европарламента.

Сообщается, что Европейская комиссия может принять любые оперативные меры, которые сочтет необходимыми, если из-за украинского импорта возникнут значительные сбои в работе рынка ЕС или рынков стран-членов союза.

В ЕП заявили, что предусмотрена экстренная отмена приостановки пошлин и квот на импорт из Украины «чувствительной сельхозпродукции», в том числе птицы, яиц, сахара, овса, кукурузы, крупы и меда. Пресс-служба сообщила, что парламентарии добились от ЕК обязательств принять меры в случае резкого увеличения объемов импорта пшеницы из Украины. Отмечается, что экстренные меры будут приниматься, если объем импорта вышеперечисленных продуктов превысит средние показатели 2022 и 2023 годов.

Минсельхоз США прогнозирует снижение украинского экспорта зерновых

В 2024/2025 маркетинговом году на Украине ожидается снижение

показателей производства и экспорта зерновых, отмечается в отчете Зарубежной сельскохозяйственной службы Минсельхоза США (FAS USDA).

Предполагается сокращение на 3% посевных площадей под зерновые (пшеница, ячмень, кукуруза и рожь) на фоне более низкой рентабельности по сравнению с масличными культурами. Суммарный объем производства зерна в 2024/2025 году может упасть на 6%, что обусловлено сокращением площадей и снижением урожайности. Благоприятные погодные условия пока позволяют ожидать урожайность выше среднего пятилетнего значения, однако она вряд ли достигнет почти рекордного уровня 2023/2024 маркетингового года, считают в FAS USDA.

В 2024/2025 маркетинговом году на Украине пшеницей засеют на 5% меньше пашни, чем в текущем сезоне, – площадь составит 4,8 млн гектаров. Посевные площади под кукурузу и ячмень составят 3,7 млн (-8%) и 1,9 млн (+10%) гектаров соответственно. Площадь посевов ржи будет соответствовать 2023/2024 маркетинговому году – 82 тыс. гектаров, прогнозирует FAS USDA.

Производство пшеницы в 2024/2025 маркетинговом году, как ожидается, составит 21,1 млн тонн. Это на 9% меньше по сравнению с оценкой 2023/2024 маркетингового года. Производство кукурузы может упасть на 6%, до 26,6 млн тонн. Производство ячменя ожидается на уровне 2023/2024 маркетингового года – 6,6 млн тонн. Производство ржи вырастет на 7%, до

260 тыс. тонн, считают в Минсельхозе США.

В 2024/2025 маркетинговом году экспорт пшеницы с Украины, как ожидается, упадет еще на 27%, до 12,8 млн тонн, кукурузы – на 9%, до 22,3 млн тонн, ячменя – на 3%, до 2,9 млн тонн. Экспорт ржи может вырасти в 2 раза – до 10 тыс. тонн.

В отчете FAS USDA подчеркивается, что ее прогнозы построены из расчета, что Украина сохранит контроль над логистическим коридором в Черном море, а портовая и энергетическая инфраструктура страны не получат критических повреждений.

Дальнее зарубежье

Индия продлевает беспошлинный импорт гороха до 31 мая. Пошлина на ввоз чечевицы составит 10%

Правительство Индии продлило беспошлинный импорт желтого гороха еще на три месяца, до конца мая 2025 года, одновременно введя 10%-ную пошлину на импорт чечевицы.

Как поясняет издание «The Times of India», меры направлены на стабилизацию цен и обеспечение доступности бобовых на внутреннем рынке. Индия — крупнейший производитель бобовых, но для покрытия дефицита импортирует 15-18% от общего спроса. По официальным данным, Индия в 2024 году импортировала около 3 млн. тонн гороха.

Согласно информации, беспошлинный импорт желтого гороха был разрешен в декабре 2023 года и несколько раз продлевался. Между тем, ранее министр продовольствия Пралхад Джоши заявлял, что беспошлинный импорт желтого гороха не будет продлен после 28 февраля 2025 года. Вместо этого планировалось ввести пошлину в

15-20% для поддержки местных фермеров.

Известно, что основными поставщиками желтого гороха и чечевицы в Индию являются Канада, Россия и Австралия.

Индонезия хочет в 1,5 раза повысить экспортную пошлину на пальмовое масло

Индонезия, крупнейший мировой производитель сырого пальмового масла (crude palm oil, CPO) планирует поднять экспортную пошлину на продукт с текущих 3-7,5 процента до 4,5-10 процентов от базовой цены. Эта мера позволит профинансировать обязательное увеличение количества пальмового масла в альтернативном биодизельном топливе, где оно используется как один из компонентов.

Как уточнил директор Агентства по управлению фондом пальмового масла Кабул Виджаянто, власти страны планируют применить новые тарифы через три дня после публикации постановления, которое пока что по-прежнему находится на стадии

рассмотрения. Повышение налога на СРО с 7,5% до 10% было объявлено правительством страны ещё в конце прошлого года. При этом более рафинированные продукты из пальмового масла облагаются более низкими ставками сбора.

Недавно Индонезия повысила обязательное содержание пальмового масла в своём биодизельном топливе с 35 до 40 процентов. В следующем году власти страны намерены довести этот показатель до 50 процентов, а затем увеличить до 3% содержание «пальмы» в авиационном керосине.

В целом в этом году Агентство по управлению фондом пальмового масла планирует выделить на субсидирование производства в стране биодизельного топлива 35,47 триллиона рупий (2,15 миллиарда долларов по текущему курсу).

В среднем Индонезия поставляет за рубеж до 30 миллионов тонн пальмового масла. Второе место в мире по экспорту продукта – у Малайзии, которая ввозит примерно вдвое меньше. Также в список экспортёров входят Таиланд (почти миллиона тонн), Колумбия (около 800 тыс. тонн) и Нигерия (примерно 200 тыс.).

Власти Марокко до конца года продлевают субсидии на ввоз пшеницы

Марокко продлит текущую программу субсидий на импорт мягкой пшеницы. Новый раунд господдержки стартует 1 мая и продлится до 31 декабря.

Также власти королевства обеспечат субсидии с 1 апреля до 31 декабря тем импортерам, которые будут хранить запасы мягкой пшеницы.

Продление программы, которую ранее планировали завершить в конце апреля, предполагает дефицит предложения от локальных производителей. В последние два года Марокко активно ввозит зерно из-за засухи.

Россия в прошлом году стала главным поставщиком пшеницы в королевство, обойдя Францию. В 2024 году российские экспортеры отгрузили в Марокко более 1 млн тонн пшеницы. В денежном выражении поставки выросли в 3,4 раза.

Сербия отменила ограничения на ввоз подсолнечного масла и жиросодержащей продукции из стран ЕАЭС

Отмена ограничений была инициирована министром Правительства Республики Сербии, ответственным за развитие отношений с ЕАЭС, Ненадом Поповичем в ответ на обращение ЕЭК.

Сербия уведомила Евразийскую экономическую комиссию о снятии количественных ограничений на ввоз подсолнечного масла и жиросодержащей продукции из стран Евразийского экономического союза. Отмена ограничений была инициирована министром Правительства Республики Сербии, ответственным за развитие отношений с ЕАЭС, Ненадом Поповичем в ответ на обращение ЕЭК.

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

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 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 Алтая» холдинга «АЛТАМАР».



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



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

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.



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.



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.

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 Favaios.

Dilbahar's с 1964 года

Мы стремимся к совершенству, предлагая высококачественные продукты, сочетающие аюрведические традиции с современными потребностями потребителей

Основанная в 1964 году, индийская компания **Dilbahar's** превратилась из семейного предприятия в мирового лидера по производству и распространению высококачественных конфет, вкусных пастилок и освежителей для рта.



Имея за плечами десятилетия опыта, мы гордимся тем, что предлагаем широкий ассортимент высококачественной продукции, рассчитанной как на местный, так и на международный рынок.

Мы предлагаем разнообразный ассортимент продукции под хорошо известными брендами, каждый из которых является синонимом качества и удовлетворенности клиентов:

- **Dilbahar's Yummy Digestive (Churan):** Наша премиальная линейка аюрведических продуктов для пищеварения.

- Освежители для рта **Dizzle:** Коллекция освежающих высококачественных освежителей для рта.

- Конфеты **Funtush:** коллекция конфет с различными вкусами, такими как манго, апельсин, мята, клубника и т.д.





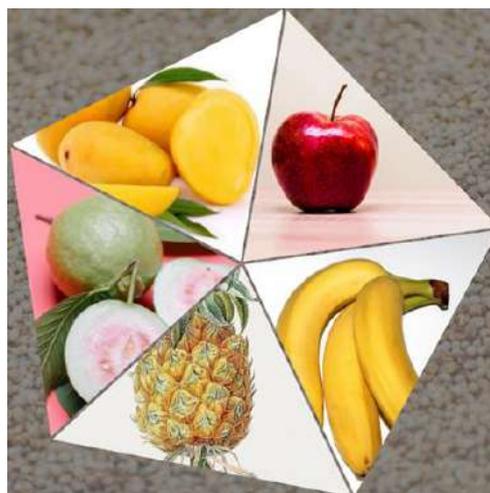
BUENAFE GLOBAL

Buenafe Global Private Limited - компания индийского происхождения, поставляющая качественную продукцию с 2022 года. Расположенная в самом сердце штата Раджастан, компания занимается различными органическими, неорганическими, сырыми и готовыми продуктами по всему миру. Наши ключевые продукты включают в себя **чай, специи, масла, тропические фрукты и просо**. Мы заботимся о том, чтобы наш клиент получал лучшее качество по доступной цене.

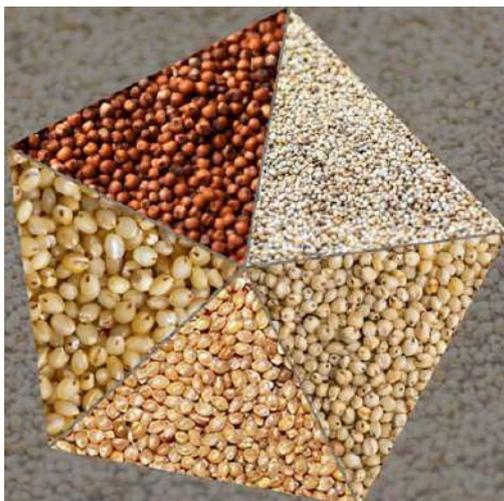


Чай. Чай является неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Богатый антиоксидантами, чай обладает огромной пользой для здоровья и помогает поднять настроение. Наша

компания сотрудничает с местными производителями и культиваторами чая, чтобы поставлять нашим клиентам ароматный чай высшего качества. К числу сортов чая, которыми мы управляем, относятся **Дарджилинг, Ассам, Нилгири, Кангра, Муннар, Дуарс-Терай, MasalaTea и Сиккимский чай**.



Тропические фрукты. Индия является нетто-экспортером тропических фруктов, выращиваемых в различных штатах. Индийские тропические фрукты богаты вкусовыми и минеральными веществами. Одними из лучших фруктов, которые мы можем поставлять, являются **манго, бананы, гуава, ананас, папайя, яблоко, гранат и личи**.



Просо. Просо является важной зерновой культурой в пищевой цепи. Это мелкосемянная культура, которая используется во всем мире в качестве корма для животных и пищи для людей. Эта культура считается наиболее предпочтительным злаком благодаря короткому циклу выращивания и культивирования. Одними из самых качественных видов проса, которые мы поставляем по всему миру, являются **просо, лисохвост, сорго, барниард, амарнатское просо и просо Кодо.**

Специи. Специи в основном используются для аромата и пользы для здоровья. Они используются практически в каждом блюде, приготовленном во всем мире. Индия на протяжении веков была основным экспортером специй в разные страны. **Компания Buenafe Global pvt. Ltd.** закупает специи непосредственно у производителей и экспортирует их в соответствии с требованиями клиентов. Некоторые из специй, которыми мы торгуем, - **красный чили, куркума,**

кумин, кориандр, кардамон, сухой имбирь, семена фенхеля, семена пажитника, гвоздика, перец и тамаринд.



Почему выбирают нас:
ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА
СВОЕВРЕМЕННЫЕ ПОСТАВКИ
ИНДИВИДУАЛЬНАЯ УПАКОВКА
МЕЖДУНАРОДНЫЕ
СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЕ
ЦЕНЫ

Мы также принимаем особые требования наших клиентов, если им нужен какой-то конкретный предмет или продукт, не упомянутый в брошюре.

Для получения дальнейших запросов просим обращаться к нам

Ajay Kumar Parashar

Phone no: +91 7877819838, +91 8058161652

Email:

arahasar.ajay11@gmail.com,

gaurav.business101@gmail.com

НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

Международная выставка «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia»

Международная выставка **«Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia»**, которая в этом году пройдет с 27 по 29 мая 2025 г. в новом выставочном комплексе «Тимирязев Центр», проводится в России с 2001 года.

С 2004 года мероприятие проходит при поддержке VIV Worldwide и зарекомендовало себя важнейшей международной бизнес-платформой для демонстрации инновационных продуктов, технологий и оборудования для птицеводства, животноводства, свиноводства и кормопроизводства.



Концепция выставки – «от поля до стола». Это означает, что на ней можно найти решение технологических и бизнес-задач для каждого из этапов производства необходимых населению источников животного белка. В их числе – выращивание и изготовление кормов, содержание животных и составления оптимальных рационов для них, убой, разделка, переработка, выход на новые

рынки сбыта, доставка качественной продукции до конечного потребителя.

Неотъемлемой частью выставки является ее деловая программа – саммит «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции». На мероприятии обсуждаются глобальные тенденции в отрасли животноводства и птицеводства, вопросы государственной политики по поддержке и развитию АПК в современных геополитических условиях.



«Кроме того, в рамках саммита обычно вырабатывается консолидированная позиция власти и бизнеса по вопросам, касающимся государственной поддержки производства мяса и альтернативных источников протеина, а также перспективы развития птицеводства и животноводства в контексте межотраслевого взаимодействия, экспортного потенциала, безопасности и качества продукции», - обращает внимание **Наринэ Багманян, руководитель компании «Асти**

Групп», которая является бесменным организатором мероприятия с 2001 года.



В рамках выставки также пройдет полюбившийся ее участникам и посетителям за последние три года фестиваль мяса Meat Battle – профессиональная площадка для презентации произведенных в России продуктов, содержащих животный белок и их гастрономических сочетаний с лучшими винами России, с участием лучших отечественных шеф-поваров.



Выставка **«Мясная промышленность, Куриный Король. Индустрия холода для АПК / Meat and Poultry Industry Russia»** признана игроками мясного рынка главным событием в секторах B2B, B2B2C и D2C.

Она обеспечивает прямой диалог производителей и поставщиков, а также взаимодействие государства и бизнеса, служит платформой для обмена опытом в сфере применения самых передовых технологий для бизнеса в разных странах.

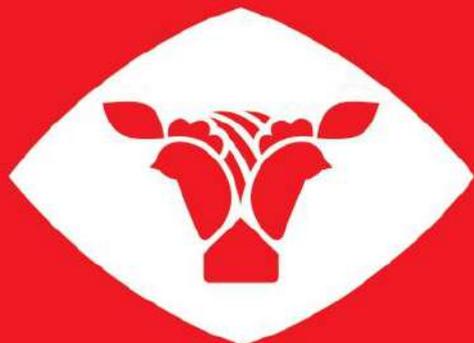


Все подробности на сайте:

www.meatindustry.ru



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА И САММИТ



МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ **КОРОЛЬ**
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК
MAP Russia 2025

27-29 МАЯ
Москва, Россия

**FROM
FEED
TO
FOOD**



реклама

Организатор:
Выставочная компания «Асти Групп»

Тел. / WA Business:
+7 (495) 797 6914
E-mail: info@meatindustry.ru

www.meatindustry.ru



Indusfood: Будущее торговли в сфере F&B

Виджай Гауба, дополнительный генеральный директор,

Совет по развитию торговли Индии



При всем многообразии мировой торговли мало какая отрасль является такой же яркой, важной и постоянно развивающейся, как продукты питания и напитки. Это больше, чем просто торговля – это культура, наследие и жизненная сила человеческих связей.

И нигде этот динамизм не проявляется так ярко, как в Индии - стране, где традиции встречаются с инновациями, где древняя кулинарная мудрость сосуществует с передовыми пищевыми технологиями, а растущий потребительский рынок открывает безграничные возможности для глобальных игроков.

Для российских продовольственных брендов, стремящихся освоить этот богатый и разнообразный ландшафт, **Indusfood** – это не просто мероприятие, а целое движение. Организованная **Советом по развитию торговли Индии (ТРСИ)** при поддержке **Департамента торговли Правительства Индии**, выставка **Indusfood** развивается с каждым годом все сильнее и сильнее, утвердившись в

качестве ведущей выставки продовольствия и напитков в Азии. С каждым годом она расширяет свой охват, воздействие и влияние.

Индийский рынок продовольствия и напитков: многообещающий ландшафт

Индийский сектор продуктов питания и напитков не просто растет, он трансформируется. С рыночной стоимостью более **334 миллиардов долларов США** и прогнозируемыми темпами роста, опережающими большинство мировых аналогов, страна представляет собой непреодолимую силу в мире торговли продовольственными товарами.

Растущий средний класс, увеличение располагаемых доходов и резкое изменение потребительских предпочтений превратили Индию в страну безграничных возможностей для брендов, способных понять и удовлетворить ее уникальный вкус.

По мере ускорения темпов урбанизации растет спрос на переработанные и упакованные продукты питания. Некогда нишевые сегменты - органические продукты, растительные альтернативы, деликатесы для гурманов - теперь процветают на основных рынках. Электронная коммерция, а теперь и быстрая торговля стали еще более доступными, в результате чего зарубежные продукты стали доступными миллионам людей.

За этой эволюцией стоит надежная экосистема, состоящая из политиков, инвесторов и лидеров отрасли, которые стремятся поощрять инновации и приветствуют международное сотрудничество.

Indusfood: Платформа, которая преодолевает границы

Чтобы выйти на обширный индийский рынок продовольствия и напитков, недостаточно просто иметь отличные продукты. Вам нужна правильная платформа - шлюз, который соединит вас с людьми, которые имеют значение. **Indusfood** - это такая площадка.

Это больше, чем просто выставка, это конвергенция идей, плавильный котел культур и мощный центр стратегического нетворкинга. Это место, где посетители встречаются с лицами, принимающими решения, где бренды открывают для себя рынки и где бизнес превращается в долгосрочные партнерские отношения.

Цифры говорят сами за себя. Выставка **Indusfood 2025**, проходившая в выставочном комплексе India Expo Mart, Greater Noida, Индия, заняла впечатляющие **80 000+ кв. м** выставочной площади. В ней приняли участие более **1800 экспонентов из 25 с лишним стран**, собрав вместе широкий спектр мировых игроков на рынке продуктов питания и напитков. В мероприятии приняли участие более **7500 покупателей из более чем 100 стран**, включая **100 ведущих сетей супермаркетов и электронных площадок**, что делает его одной из самых влиятельных торговых площадок в регионе.

Предстоящая **9-я выставка Indusfood (8-10 января 2026 года)** станет еще масштабнее и предложит беспрецедентные возможности для брендов, желающих выйти на рынок Индии или расширить свое присутствие на нем. На мероприятии вновь будет представлен широкий спектр категорий продукции, включая **переработанные продукты питания и напитки, сельскохозяйственные товары, чай, кофе, специи, мясо, птицу, морепродукты, алкогольные и безалкогольные напитки, товары с географическими указаниями и органические продукты**. Все это призвано создать полное представление о секторе продовольствия и напитков.

Сочетание возможностей

Indusfood - это не просто выставка, это - пространство, где рождаются идеи, устанавливаются партнерские отношения и намечается будущее торговли продуктами питания.

По мере того, как будет разворачиваться следующая глава, именно те, кто использует возможности этого постоянно расширяющегося ландшафта, будут определять его ход.

Индия готова. Импульс уже здесь. И история мировой торговли продовольствием пишется прямо сейчас.

Совет по содействию торговле Индии - главная организация Индии по содействию торговле и инвестициям, которая работает над развитием глобальной торговли и инвестиций. Для получения дополнительной информации об Indusfood посетите сайт www.indusfood.co.in.

Indusfood 2025

Совет по содействию торговле Индии организовал 8-ю выставку **Indusfood 2025**, которая проходила в India Exposition Mart, Нью-Дели, с 8 по 10 января 2025 года.



В настоящее время **Indusfood** – это крупная международная выставка, которая предоставляет зарубежным компаниям возможность выйти на прибыльный индийский рынок продовольствия и напитков.



Общие цифры Indusfood 2025:

- Более 1800 экспонентов.
- Более 30 павильонов зарубежных стран.
- Более 80 000 кв. м выставочной площади.
- 7500 посетителей из более чем ста стран мира.

Indusfood, как отмечают организаторы мероприятия, стала интегрированной выставкой, охватывающей всю цепочку создания стоимости «от фермы до вилки».



Посетители выставки с большим интересом ознакомились с индийскими продуктами и напитками, которые могут найти спрос на рынках других стран. В их числе: мясные и молочные продукты, чай и кофе, фрукты и овощи, кондитерская продукция, растительное масло, органические продукты, алкогольные и безалкогольные напитки, замороженные продукты, продукты для здорового питания, индийская этническая еда.



Довольно широко были представлены специи, в т.ч. под марками Adani Spices, Ahuja Foods, Ahura Spices, S & G Exports, Swamis, которые могут стать довольно

перспективными в плане поставки на российский рынок: черный перец, куркума, тмин, корица, кардамон, кориандр и другие.



Весьма разнообразно были также представлены наборы специй (масала) под марками *Suhana*, *Badshah*, *Hathi Masala*, *Ashok Masale* и другими. Представленные коллекции включают масалу для чая, мясных и рыбных блюд, супов, салатов и даже пиццы.



Особое место на выставке было отведено чаю, в том числе премиальным сортам. И если некоторые индийские производители уже начали поставки в разные регионы России, то другие поставщики только присматриваются к российскому рынку.



В ходе выставки состоялся Международный конклав и форум руководителей компаний розничной торговли продуктами питания, который был нацелен на привлечение и изучение возможностей для бизнеса с ведущими мировыми розничными сетями.



В рамках Форума генеральных директоров прошли дискуссии между представителями государственных структур Индии и ведущими руководителями розничной торговли и электронной коммерции, посвященные стратегиям закупок, инвестициям в индийский сектор розничной торговли

продуктами питания, доступу на рынок и возможностям сотрудничества.



На мероприятии были отмечены новаторские бренды, которые в течение ряда лет играли решающую роль в выводе индийской индустрии продуктов питания и напитков на мировой уровень.



В нынешнем году на **Indusfood** была представлена и продукция российских производителей, в том числе кондитерские изделия, соусы, продукция рыбопереработки, морепродукты и др.

Представленные на коллективном стенде российские продукты вызвали большой интерес у потенциальных покупателей, причем не только индийских.



«Группа компании «Фуд Тим» успешно работает на рынке с 2014 года. Предприятие непрерывного цикла ежегодно выпускает около 3.6 тысяч тонн рыбных продуктов глубокой степени готовности, - рассказывает учредитель компании Олеся Попова. - Мы реализовываем свою продукцию по всем каналам сбыта на территории России от

Калининграда до Владивостока в сегментах HoReCA, дистрибуция, крупный и мелкий опт, федеральный и локальный ритейл.



Мечта реализовывать наши продукты глубокой степени готовности с высокой добавленной стоимостью в мире, а также многолетний опыт и качество производимой продукции позволили предприятию выйти на зарубежные рынки (эффективно работаем с Беларуссией, Арменией, Азербайджаном, Грузией, ОАЭ).



Мы работали на стенде все три дня, провели переговоры с потенциальными клиентами, проводили дегустации, раздавали образцы нашей продукции, собирали обратную связь.

Рынок Индии очень большой, перспективный и одновременно очень сложный, с учетом того, что в основном, индусы предпочитают блюда из бобовых, растений и курицы.



Работая на выставке, нам удалось выяснить, что культура потребления рыбной продукции в стране находится пока еще не на самом высоком уровне, инфраструктура для профессиональной дистрибуции замороженными продуктами развита недостаточно, сложно найти готового партнера для быстрого развития направления.

Однако мы планируем развиваться в данном направлении, продолжать изучать каналы сбыта, проводить работу с потенциальными покупателями и экспортировать наши продукты глубокой степени готовности с высокой добавленной стоимостью в Индию».

ASEAN FOOD & BEVERAGES EXHIBITION 2025

Международная выставка **ASEAN Food & Beverages Exhibition 2025** состоится в г. Бангкок, Таиланд, 2-4 сентября 2025 г.



Основная часть выставки — вендинговые автоматы. Другая часть — секция продуктов питания и напитков, предназначенных для продажи через торговые автоматы: чай и кофе, безалкогольные напитки, молочные продукты, снеки, сладости, орехи, мучная кондитерка, готовая еда и другие продукты.

В выставке принимает участие 200 экспонентов и более 10 000 посетителей со всего мира, в основном из стран Юго-Восточной Азии.

В нынешнем году организаторы выставки планируют расширить экспозицию, пригласив больше участников и посетителей из других стран, прежде всего из России. К участию в выставке приглашаются как производители торговых автоматов, так и производители продуктов и напитков,

которые могут реализовываться через вендинговые автоматы.

При этом организаторы не ограничиваются имеющимся ассортиментом, они готовы выставить и другие продукты, которые российские производители смогут предложить для продажи в вендинговых автоматах (мороженое, икру, корм для животных, ингредиенты для готовой еды и др.).

Возможно участие в выставке российских компаний в качестве посетителей с частичным финансированием за счет принимающей стороны. Заявки на посещение выставки на льготной основе подлежат подтверждению отборочной комиссией.



Участникам поездки могут быть предоставлены дополнительные туристические услуги: обзорная экскурсия по Бангкоку, поездки в различные регионы страны и др.

За дополнительной информацией по вопросам участия в выставке просим обращаться в Национальный союз экспортеров продовольствия.

E-mail: nfeu2000@mail.ru.
Контактный тел.: 8 (495) 354-39-08.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Как поставщику вести себя в сложных ситуациях сотрудничества с сетью

Многие иностранные, да и российские поставщики, которые никогда не работали с торговыми сетями, подходят к этому процессу излишне оптимистично. Они считают, что ритейл – это отработанные технологии, большие магазины, широкий ассортимент. Место на полке всегда найдется! А большое количество магазинов обеспечит продажи. Но часто их ждет разочарование. О том, как сделать сотрудничество с ритейлом более комфортным я расскажу в этой статье.

Почему сотрудничество с ритейлом бывает трудным?

Работа с торговыми сетями — это не просто продажа товара. Это целая система, где у сети больше власти, ресурсов и опыта, а у поставщика часто нет нужной информации, чтобы вести переговоры на равных. Сеть диктует условия: где будет стоять товар, по какой цене он должен продаваться, сколько позиций можно оставить в ассортименте. Покупатель со стороны сети — это не обычный клиент, а специалист, который думает не о вкусе или пользе продукта, а о том, насколько прибыльными будут его продажи.

Категорийный менеджер принимает решения на основе аналитики, регламентов и KPI, которые, помимо всего прочего, еще и существенно зависят от роли категории. При этом неподготовленный поставщик часто

даже представления не имеют, какие показатели важны для товарной категории, в которую он предлагает ввести товары.

Особенно трудно приходится тем, кто привык к более «человечному» формату общения и надеется на старые договоренности, личные отношения или умение «обаять». А сеть работает по принципу: либо выгодно, либо не нужно. Именно поэтому основная трудность в том, что сеть готова к переговорам и опирается на цифры, а поставщик — на интуицию. Отсюда и недопонимание, обиды. Для того, чтобы сотрудничество стало комфортным, поставщик должен адаптироваться. Ну, хотя бы до того момента, пока станет лидером категории и получит право разговаривать с закупщиком на равных.

Какие ошибки чаще всего совершают новые поставщики?

Несмотря на различия в поставляемых товарах есть ошибки, которые совершает большинство начинающих поставщиков.

Ошибка 1. Думают, что их товар особенный.

Часто поставщик считает свой продукт уникальным. Но закупщик оценивает не бренд и не историю, а те задачи категории, которые может решить товар. При этом он должен быть лучшим. Если есть другой товар, который продается лучше, стоит дешевле или приносит больше прибыли — именно он

займет место на полке. Эмоции здесь не работают.

Ошибка 2. Не умеют считать.

Многие поставщики считают только цену закупки и цену продажи. Но в реальности контракт включает множество других расходов: скидки, бонусы, логистику, участие в акциях и продвижении. Кроме того, доля продаж по акционной цене может оказаться значительно больше запланированной. В итоге контракт может оказаться убыточным, даже если изначально выглядел выгодным. Надо считать полную экономическую модель.

Ошибка 3. Не готовятся к переговорам.

• Переговоры состоят из трех этапов:

- Сбор информации.
- Разработка решения.
- «Продажа» решения во время общения.

Без подготовки сложно отстоять свои позиции. Нужно знать, каков ваш товароборот в категории, каковы продажи у конкурентов, какое место на полке занимает ваш товар и как это влияет на продажи. Без этих данных переговоры будут эмоциональными, а не деловыми. А эмоции в ритейле не решают ничего.

Как готовиться к сложным переговорам?

Переговоры бывают как по инициативе поставщика, так и по инициативе закупщика. Когда закупщику что-то необходимо, он бывает очень убедителен, используя жесткие техники для того, чтобы получить желаемое.

Если поступил запрос от закупщика, я рекомендую следующий алгоритм действий:

Сбор информации: данные по продажам, полочная выкладка, цены конкурентов, частота и эффективность акций.

Выяснить причины запроса: изменилась ситуация, стратегия, поставлена задача или это личная инициатива закупщика.

Продумать несколько сценариев переговоров: базовый, альтернативный, компромиссный. Для каждого сценария составить экономическую модель и рассчитать поле торга.

Подготовить аргументы для переговоров. Аргументы должны показывать, почему предложенное решение является оптимальным. При этом аргументы должны быть доказаны.

Если разговор тема переговоров слишком ультимативна: снижение цены, вывод из матрицы – расширить круг обсуждаемых вопросов, уйдя от закрытых вопросов и прямых ответов.

Все договоренности фиксировать письменно, по возможности — в протоколе встречи. Это позволит избежать недоразумений и контролировать выполнение.

Сложные переговоры по инициативе закупщика

Есть три ситуации, которые я считаю самыми некомфортными для поставщика.

Переговоры о снижении цены

Переговоры о цене – самые неприятные для поставщика. Скидка в цене – то, что приходится отдавать без всяких дополнительных условий и выгоды для производителя. Если

условием предоставления премии можно выдвинуть выборку определенного объема, расходы на промо акцию полезны для производителя, так как ведут к росту продаж, то скидка – это просто снижение доходности без всякой выгоды. И закупщики любят вести однополярные переговоры о цене, когда предметом переговоров является не комплексное обсуждение условий контракта, а только величина предоставляемой скидки. Предоставление скидки может привести к снижению цены на полке магазина. Это, помимо потери маржинальности для поставщика, может привести к демпингу и требованию скидок другими ритейлерами. Также возможно снижение доверия покупателей к продукту из-за слишком низкой цены.

Для того, чтобы сохранить свою маржинальность и правильное позиционирование товаров поставщик должен уметь договариваться о цене.

Грамотно выстроенная стратегия переговоров позволяет избежать ценовой войны, сохранить прибыльность и выстроить долгосрочные партнерские отношения с ритейлером.

В каких ситуациях закупщик требует скидки

Перед тем как вступить в переговоры, важно понимать, почему ритейлер требует снижения цены. Эти причины можно разделить на стратегические и тактические.

Стратегические причины:

- Ритейлер позиционирует себя как магазин низких цен и для того, чтобы поддерживать целевую маржинальность ему необходимы низкие закупочные цены.

- Изменение позиционирования магазинов. Переход от стратегии HL к стратегии Everyday Low Price (EDLP)

- Изменение роли категории и переход к стратегии низких цен. Если роль категории пересмотрена с основной на целевую, в ней снижается ИПЦ (индекс розничной цены – отношение регулярной розничной цены на данный товар к розничной цене у основного конкурента). Для поддержания нормативной доходности нужна скидка. Кстати, отслеживая ИПЦ на свои товары поставщик может лучше понять позиционирование сети и роль своих товаров в категории.

- Более агрессивное промо. Сеть стала проводить больше промо акций за свой счет и поэтому ей приходится для формирования промо бюджета повышать маржинальность продаж.

В этом случае переговоры о снижении цены ведутся со всеми поставщиками и о результатах переговоров закупщик будет отчитываться перед своим руководством.

Тактические причины

Ситуации, в которых требования о снижении цен предъявляются к нескольким или только одному поставщику.

Изменения в ассортименте и предложении

- Нужен товар с определенной ценой и снижение цены поставщиком является необходимым условием для ввода его товара в ассортимент.

- Конкурент предложил аналогичный товар дешевле если поставщик не снизит цену его товар выведут из матрицы.

- Статус товара изменен с ассортиментного на нишевой. Согласно алгоритму ценообразования наценка на него должна быть увеличена и если поставщик хочет сохранить розничную цену он должен предоставить скидку.

Слабость позиции поставщика

- Товары были введены в матрицу в момент проблем у сети, когда позиция закупщика была ослаблена и он не мог требовать больших скидок. На сегодня ситуация улучшилась и закупщик готов потребовать снижение цены, понимая силу своей позиции.

- Доля поставщика в продажах категории падает, и закупщик посчитал, что сила его позиции позволяет потребовать скидку.

Особые ситуации.

- Проходит переговорная кампания и от всех ассортиментных поставщиков требуют дополнительных скидок.

- Закупщик отрабатывает переговорные навыки, требуя скидку без объективных причин.

Как оценить ситуацию и выбрать стратегию.

Перед тем как давать скидку, важно понять, действительно ли снижение цены – единственный возможный вариант.

- Что необходимо для выбора стратегии переговоров:

- Оцените слабости позиции закупщика. Сможет ли он пойти на конфликт, если Вы откажете в скидке. Если сможет – надо договариваться.

- Оцените слабости своей позиции. Если Вы не готовы пойти на конфликт – надо договариваться.

- Оцените ситуацию. Вызван ли запрос скидки стратегическими или тактическими причинами. Если тактическими – постарайтесь доказать, что этот вопрос надо решать не сейчас и не с Вами.

- Оцените критерии успешности решения вопроса для закупщика. Насколько жесткие его требования. Возможен ли торг из обмен ценностями.

Если необходимо вести переговоры, но возможен асимметричный торг, в распоряжении поставщика есть несколько сценариев (варианты размещены в соответствии с увеличением силы позиции поставщика).

- Уменьшение размера скидки.
- Скидка на наименее ликвидные позиции.

- Ограничение времени действия скидки.

- Предоставление скидки на период промо.

- Ротация позиций, на которые закупщик требует скидки.

- Асимметричный торг. Предоставление скидки в обмен на расширение ассортимента, выкладки, дистрибуции. Ввод новых товаров со скидкой на тестовый период.

- Перенос переговоров на определенное время. Так, один из поставщиков – лидеров важной категории при получении от закупщика рассылки с требованием скидки указал, что ценовая модель, как и условия премирования прописаны в контракте, затрагивающем и другие категории. Любой пересмотр условий приведет к автоматической приостановке всего контракта. Вопрос был перенесен как минимум на переговорную кампанию,

где, конечно, скидка тоже не была предоставлена.

- Отказ.

Ухудшение выкладки

Выкладка товара в торговом зале — один из ключевых инструментов, влияющих на продажи. Для поставщика она становится не просто способом представить свой продукт, но и эффективным рычагом управления спросом. Грамотно подобранное место на полке способно увеличить оборот товара, тогда как неправильное размещение может значительно снизить его привлекательность для покупателя.

Зоны выкладки товаров

При размещении товаров в торговом зале учитываются тёплые и холодные зоны:

Тёплые зоны – наиболее выгодные места, обеспечивающие максимальную видимость и доступность товара: на уровне глаз (120–150 см), на уровне рук (90–120 см), а также на торцевых полках.

Холодные зоны – менее привлекательные места, такие как нижние полки (ниже 90 см), верхние полки (выше 150 см) и труднодоступные участки торгового зала.

Использование коэффициента мерчендайзинга

Коэффициент мерчендайзинга (K_m) используется для оценки влияния расположения товара на его продажи:

$$K_{\text{мерч}} = K_{\text{полки}} * K_{\text{фейсинга}}$$

Где:

- **$K_{\text{полки}}$** – коэффициент, отражающий влияние уровня полки;
- **$K_{\text{фейсинга}}$** – коэффициент, зависящий от количества единиц товара на полке.

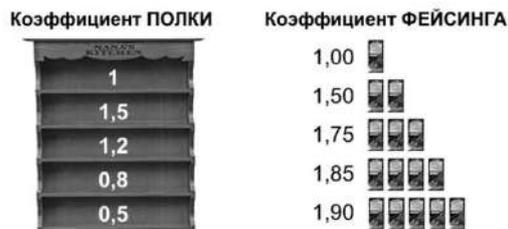


Рис. 1. Исходные данные для расчета коэффициента мерчендайзинга

Пример расчёта:

- Если товар с удвоенным фейсингом размещён на четвёртой полке, то, как видно из рис. 1, $K_{\text{полки}} = 1,5$, $K_{\text{фейсинга}} = 1,5$, K_m равен их произведению 2,25.

- Аналогично, если товар стоит на нижней полке в один фейсинг, $K_m = 0,5 * 1 = 0,5$.

- Для того, чтобы оценить потенциал изменения продаж при изменении выкладки необходимо:

- Разделить текущие продажи на действующий коэффициент мерчендайзинга. Это приведенные продажи, показывающие, сколько единиц товара продавалось бы, если бы K_m был равен 1 (товар размещен в 1 фейсинг на верхней полке). Допустим, товар стоит в один фейсинг на нижней полке и продается 10 шт. в месяц.

$$\text{Приведенные продажи} = 10 / 0,5 = 20$$

- Рассчитать новый объем продаж, умножив приведенные продажи на новый K_m . Так, если мы переставим товар двойным фейсингом на четвертую полку, то продажи будут равны:

$$\text{Новые продажи} = 20 * 2,25 = 50$$

- Следовательно, рост продаж товара при перестановке составит $50 / 10 = 5$ раз.

Алгоритм проведения переговоров о способе размещения товара

Вопрос о размещении товара может возникнуть в нескольких ситуациях и задача поставщика разместить свой товар в теплой зоне. Аргументом для закупщика может быть расчет с использованием К мерчендайзинга. Рассмотрим эти ситуации

1. Начало сотрудничества: обоснование размещения товара в тёплой зоне

- Аргументируем, что новый товар должен получить максимальную видимость для быстрого тестирования спроса.
- Используем данные о продажах аналогичных товаров в зависимости от их размещения.
- Обосновываем, что размещение в тёплой зоне позволит сети быстрее получить статистику и принять решение о дальнейшем сотрудничестве.

2. Товар в тёплой зоне, но продажи низкие: убеждаем не переносить товар

- Показываем, что причиной могут быть другие факторы (цена, промо, конкурентная выкладка).
- Предлагаем протестировать небольшие изменения (увеличение фейсинга, изменение ценника, доп. маркетинговую поддержку).
- Используем коэффициент мерчендайзинга, чтобы доказать, что перенос товара в холодную зону ещё больше снизит продажи.

3. Товар в холодной зоне: аргументируем его перевод в тёплую зону

- Рассчитываем коэффициент мерчендайзинга и показываем, что низкие продажи вызваны плохим размещением, а не низким спросом.

- Приводим примеры успешных кейсов, где изменение выкладки повысило продажи в несколько раз.

- Договариваемся о тестовом периоде в тёплой зоне с отслеживанием динамики продаж.

Угроза исключения из ассортимента

Сокращение ассортиментной линейки – это реальность, с которой сталкиваются многие поставщики. Причин много: ритейлеры оптимизируют полочное пространство, упрощают логистику, снижают операционные издержки или проводят ротацию внутри категории. Для поставщика это может означать потерю позиций и снижение объемов продаж. Однако даже в такой ситуации можно найти возможности для роста.

В первую очередь необходимо выяснить причины сокращения ассортимента. Я разделяю их на две группы.

Причины сокращения ассортимента

Стратегические причины – сокращение ассортимента категории в целом из-за:

- Сокращения площади магазина. Например, часть торговых площадей передается арендаторам.

- Перераспределения полочного пространства между категориями. Категория показала низкую эффективность и часть места на полке передается более эффективным.

- Изменение роли категории. Например, категорию назначили специальной целевой для привлечения определенных групп покупателей, но решить эту задачу не удалось и по итогам тестового периода категорию сделали специальной удобной с сокращением ассортимента.

Особенность корректировки ассортимента по стратегическим причинам в том, что решение принимается не на уровне закупщика.

Тактические причины – исключение конкретных товаров поставщика из-за:

- Низких продаж. Товары попали в категорию С и их заменяют на более продаваемые.

- Низкой маржинальности. Высокий уровень конкуренции или плохие условия закупки не позволяют поддерживать нормативную наценку

- Неэффективной логистики и проблем с поставками.

- Недостаточного уровня сервиса, маркетинговой поддержки или промо-активностей.

- Введения нового стратегически важного поставщика.

- Расширения ассортимента лидера целевой или основной категории за счет ввода генераторов бонусов.

- Принятия решения об уменьшении квот для брендов из-за увеличения доли СТМ.

В этом случае решение принимает сам закупщик и надо определить, может ли он уменьшить ассортимент других поставщиков или же мы единственные, чей ассортимент можно сократить без пересмотра условий крупных контрактов.

Оцените срочность принятия решения:

- Если причины стратегические или же приближается время пересмотра ассортимента категории – закупщик ограничен во времени.

- Если это его личная инициатива – у поставщика есть возможность попросить отсрочку принятия решения для изменения ситуации.

Оцените критерии успешности решения задачи. По какому показателю будет оцениваться результат:

- Товар должен поместиться на полке. В этом случае альтернативой сокращению ассортимента может стать сокращение дублирующейся выкладки или уменьшения размера упаковки.

- Должен быть обеспечен требуемый доход. В этом случае альтернативой повышения наценки могут стать мероприятия по увеличению продаж для получения требуемого дохода в рублях.

Оцените причины обращения именно к Вам.

Здесь тоже есть несколько сценариев:

- Сокращается ассортимент всех поставщиков в приблизительно одинаковой пропорции. Надо убедить, что совокупные условия по контракту поставщика лучше, чем у других.

- Сокращают ассортимент только второстепенных поставщиков с небольшой долей в категории. Надо убедить, что поставщик важен для категории.

- Сокращают все товары категории С. Надо убедить, что исследование

проводилось не по тем показателям, и по важным для категории показателям или по совокупности предлагаемых выгод товары попадают в категорию В.

Если же не удастся доказать, что сокращение ассортимента не должно коснуться товаров поставщика или же отсрочить принятие решения, необходимо принять меры для сохранения ассортимента при минимальных финансовых потерях.

Есть несколько вариантов:

Ротация в рамках ассортимента портфеля с сохранением количества SKU

- Замена низколиквидных товаров на более продаваемые.
- Замена товаров с низкой наценкой на более маржинальные.
- Предоставление товаров в упаковке, позволяющей покупателю решить стоящие перед категорией задачи.
- Усиленное промо для достижения нормативных показателей.

Корректировка коммерческих условий

Как правило, предоставление скидки не соответствует задачам поставщика. Поэтому надо постараться провести ассиметричный торг, решив задачи категории, при этом получив преференции и гарантии для себя. Этот сценарий хорошо работает при решении тактических задач категории.

Предложение нестандартных решений

- У низких продаж категории в целом или отдельных товаров всегда

есть причины. Вместо сокращения ассортимента можно предложить устранить эти причины.

- При сокращении ассортимента покупатель может одновременно сокращать ассортимент нескольких поставщиков. Можно предложить полностью вывести товары одного из конкурентов, заместив освободившиеся ниши нашими товарами. В этом случае поставщик берет на себя все работы по реализации выводимых товаров и, допустим, гарантирует рост продаж. В этом случае на фоне сокращения категории можно даже расширить ассортимент.

Ну и, конечно, для того, чтобы иметь сильную переговорную позицию, необходимо иметь альтернативные каналы сбыта.

Заключение

Сложные переговоры — не приговор, а вызов. Они требуют подготовки, анализа и умения смотреть на ситуацию глазами сети. Поставщик, который знает свою категорию, владеет аналитикой и предлагает решения, а не споры, воспринимается как профессиональный партнёр. Именно такие поставщики не только сохраняют свои позиции, но и получают новые возможности для роста. Помните: в ритейле ценится не тот, кто громче всех возмущается, а тот, кто первым предлагает выгодное решение.

*С.А.Илюха,
к.т.н., международный эксперт
по ритейлу и коммерческим
переговорам*

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 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.

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.

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.

Главный редактор Д.С.Булатов

109388, Москва, ул. Гурьянова, 73-68.

Тел.: + 7 (495) 354-39-08

nfeu2000@mail.ru

Журнал зарегистрирован Комитетом Российской Федерации по печати

Рег. № 017582 от 13 мая 1998 г.

© «АГРОС». 2025