

АТРОС



№ 2, 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

Россия и БРИКС: сотрудничество в сфере АПК	4
--	---

Новости

Амбициозные планы и острые проблемы: в ТПП РФ обсудили перспективы развития экспорта продукции АПК	8
Россия стала шестой экономикой мира по независимости от экспорта	10
Россия продлила квоты на экспорт минеральных удобрений до 30 ноября	10
РФ ратифицировала соглашение об определении происхождения товаров в ЕАЭС	11

Анонсы

Индийско-Российская деловая встреча 2025	12
Стратегический семинар « <i>Серьезно о важном</i> » или « <i>Как повысить эффективность работы команды предприятия</i> »	13

Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика	14
Ближнее зарубежье	18
Дальнее зарубежье	23

Российские компании на внешних рынках

«ФУД ТИМ» – рыбная компания	26
Настоящий подарок Алтая	28
Холдинг «АЛТАМАР»	30

Наши зарубежные партнеры

ADEGA DO FAVA IOS	32
Dilbahar's с 1964 года	34
Buenafe Global	35

Новости выставочной сферы

Итоги MAP Russia 2025: единая платформа для государства, науки и мирового бизнеса повысила свою эффективность	37
Меновой двор – 40-я агропромышленная выставка-форум	43
Food & Drinks Malaysia 2025	44
ASEAN Food & Beverages Exhibition 2025	48

Практические вопросы продвижения продукции

С.Илюха Как производителю провести мониторинг ассортимента торговой сети и найти свое место на полке	49
--	----

ТЕМА НОМЕРА

РОССИЯ И БРИКС: СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ АПК

Эксперт в интервью TV BRICS рассказал о сотрудничестве России со странами БРИКС в сфере АПК и роли страны в обеспечении глобальной продовольственной безопасности.

Дмитрий Булатов – член Комитета Торгово-промышленной палаты РФ по развитию агропромышленного комплекса, президент Национального союза экспортеров продовольствия.



– **Какие направления деятельности Национального союза экспортеров продовольствия наиболее тесно связаны с целями в области устойчивого развития? Какие конкретные инициативы реализуются для их достижения?**

– Для нас, как для представителей продовольственной сферы, наиболее важной целью представляется ликвидация голода. Но достижение этой задачи тесно связано с другими целями устойчивого развития. Это ликвидация нищеты, чистая вода, сохранение морских экосистем, доступная энергия, достойная работа и экономический рост.

Для ликвидации голода реализуется целый ряд инициатив как на национальном, так и на глобальном

уровне. Наиболее авторитетной международной организацией в этой области является ФАО – Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН. В этом году она отметит 80-летний юбилей. Россия является участницей ФАО: вот уже 10 лет в Москве функционирует Отделение ФАО для связи с Российской Федерацией.

Национальный союз экспортеров продовольствия также вносит свой вклад в эту работу. Под эгидой ФАО нами был подготовлен обзор национальных программ и стратегий продвижения экспорта сельскохозяйственной продукции в 12 постсоветских странах. На основе проведенного исследования были разработаны предложения и рекомендации по развитию экспортного потенциала постсоветских стран.

– **Как Вы оцениваете потенциал развития сотрудничества со странами БРИКС и АСЕАН в сфере торговли агропродукцией?**

– В последние годы внимание к поставкам в эти страны значительно усилилось. Сейчас ведется активная

работа в этом направлении. Но уже сейчас можно сказать определенно: потенциал этого сотрудничества весьма значительный.

– **Какие возможности открывает сотрудничество в БРИКС для российских компаний-экспортеров? Есть ли конкретные примеры успешных проектов?**

– Сейчас рассматривается вопрос о создании по инициативе российской стороны зерновой торговой платформы (Зерновой биржи БРИКС) и ее последующего развития. Однако потенциал взаимного сотрудничества в БРИКС этим не ограничивается.

В рамках Национального комитета по исследованию БРИКС необходимо создать **Центр продовольственной дипломатии**, который координировал бы подготовку и реализацию решений, связанных с развитием экспортно-импортных поставок продовольствия странами объединения.

В функции подобного Центра следует также включить вопросы обеспечения устойчивости международной торговли. Для этого необходимо силами экспертов БРИКС разработать **Глобальный кодекс поведения на мировых продовольственных рынках** для стран-участниц международной торговли.

Этот кодекс должен содержать основные принципы поведения, которые нацелены на устранение существующих препятствий в развитии международной сельскохозяйственной торговли и недопущение новых вызовов.

Таким образом, первоочередными целями Глобального кодекса должны быть стабилизация международной торговли продовольствием (причем не только между странами БРИКС) и облегчение доступа к продовольствию населения нуждающихся стран.

– **Какие виды продукции российского АПК пользуются наибольшим спросом в странах БРИКС? Как Вы оцениваете потенциал для увеличения объемов экспорта в будущем?**

– Что мы можем сегодня предложить как экспортная держава? Во-первых, продукцию нашего сельского хозяйства. Это прежде всего зерно (главным образом пшеница) и бобовые (нут, горох и прочие). Во-вторых, это продукция нашей пищевой промышленности. На первом месте здесь стоит растительное масло. Но есть хорошие перспективы поставок рыбных и мясных продуктов, кондитерских изделий, мороженого и многого другого.

С другой стороны, мы нуждаемся в закупках той продукции, которую мы сами в достаточных количествах производить не можем в силу климатических условий. Это чай, кофе, рис, специи, орехи, тропические фрукты, рыба южных морей, морепродукты и прочее.

Таким образом, сотрудничество со странами БРИКС и АСЕАН в продовольственной сфере представляется нам естественным и необходимым. Но для расширения этого

взаимодействия требуется системная и последовательная работа.

– Что экспортерам необходимо учитывать при работе с БРИКС и АСЕАН?

– При продвижении своей продукции на новые рынки экспортеры должны учитывать местную специфику. К примеру, в отдельных штатах Индии вообще не производят и не употребляют мясо. Соответственно, продвигать эту продукцию в такие регионы не имеет смысла.

Но есть и другие примеры. Насколько нам известно, культура потребления рыбной продукции в Индии находится пока еще не на самом высоком уровне, но наши экспортеры оценивают перспективы поставок как вполне благоприятные. Разумеется, для развития в этом направлении нужно изучать каналы сбыта, проводить работу с потенциальными покупателями, формировать потенциальный спрос.

– Существуют ли инициативы или программы поддержки экспорта в странах БРИКС, аналогичные российским мерам поддержки?

– Конечно же, такие программы существуют, но есть и отличия. В политике регулирования экспорта страны БРИКС крайне осторожно используют ограничительные меры. У нас же запреты и ограничения экспорта используются достаточно активно.

Только в прошлом году были приняты запреты на экспорт риса, сахара и семян рапса. Продлено до 2026 года действие пошлин на экспорт

подсолнечного масла, сои и шрота. Сохраняются плавающие экспортные пошлины на пшеницу, кукурузу и ячмень (со 2 июня 2021 года в России введен механизм зернового демпфера).

Ограничительные меры принимаются для того, чтобы не оголять внутренний рынок в периоды, когда мировые цены значительно превышают внутренние. Очевидно, и нам следует заменять ограничительные меры стимулирующими. Если в периоды высоких мировых цен предоставить отечественным переработчикам субсидии, они смогут закупать продукцию у наших сельхозпроизводителей по ценам, сравнимым с мировыми. А это позволит сохранять баланс на внутреннем рынке и не допускать нежелательного оттока продукции за рубеж.

– Каким образом международные выставки способствуют наращиванию экспорта российской продукции АПК?

– Без участия в выставках успешная экспортная деятельность попросту немыслима. Национальный союз экспортеров продовольствия организует поездки российских компаний на зарубежные выставки в качестве экспонентов.

В январе этого года в Нью-Дели проходила выставка, где впервые были представлены российские поставщики. Сейчас мы работаем над организацией российского участия в **выставке АСЕАН в Таиланде**.

Это будет выставка торговых автоматов и тех продуктов и напитков,

которые через эти автоматы продаются: чай, кофе, безалкогольные напитки, молочные продукты, снеки, сладости, орехи, мучные и кондитерские изделия, готовая еда и другие продукты.

Кроме того, мы организуем поездки на зарубежные выставки представителей российских предприятий, которые импортируют сырье и ингредиенты для производства готовой продукции (чай для купажа, орехи для кондитерской промышленности, специи для многих отраслей и прочее). Ведь сейчас оптимизация импорта – задача не менее важная, чем наращивание экспорта.

– Как цифровизация и новые цифровые платформы помогают экспортерам?

– В России существует специальная платформа, которая способствует росту числа экспортеров и объемов экспорта. Платформа предоставляет услуги, которые оказывает Российский экспортный центр (РЭЦ). На данный момент на платформе зарегистрировано более 12 тысяч компаний.

Если до недавнего времени экспортеру для получения господдержки и разрешительных документов нужно было обращаться в десятки госучреждений и готовить огромное количество бумажных документов, то сегодня достаточно просто зарегистрироваться на этой цифровой платформе.

– Как Вы оцениваете роль России в обеспечении глобальной продовольственной безопасности, особенно в контексте растущего населения и климатических изменений?

– Мировой экспорт продовольствия – это 1,5 трлн долларов США в год. Наши поставки – это 40 с лишним млрд долларов США (около 3,26 трлн рублей. – Ред.). В мировом масштабе это 3 процента от всех поставок.

Эксперты выделяют пять групп приоритетных товаров. Это зерно, мясо, молочные продукты, растительное масло и сахар. Положение на рынках этих товаров и определяет стабильность мировой продовольственной ситуации.

Россия в настоящее время является одним из ведущих мировых поставщиков зерна и занимает первое место в мире по поставкам пшеницы. Таким образом, именно Россия оказывает наиболее важное влияние на мировую продовольственную безопасность. Именно от российских поставок зависит положение населения многих нуждающихся стран.

При этом следует учитывать, что производственный и экспортный потенциал России далеко не исчерпан. А значит, роль нашей страны в решении важнейшей глобальной проблемы – продовольственной – будет и далее усиливаться.

НОВОСТИ

Амбициозные планы и острые проблемы: в ТПП РФ обсудили перспективы развития экспорта продукции АПК



27 июня 2025 года в ТПП России прошло совместное заседание Совета по внешнеэкономической деятельности и Комитета ТПП РФ по развитию агропромышленного комплекса на тему «Актуальные вопросы развития экспорта сельхозпродукции в Российской Федерации».

В дискуссии приняли участие представители отраслевых объединений предпринимателей агропромышленного комплекса, эксперты и участники ВЭД, представители Минсельхоза России, Российского экспортного центра.

В своем выступлении **Андрей Спартак**, председатель Совета по ВЭД дал краткую характеристику экспорта сельхозпродукции. В настоящее время объем экспорта составляет порядка 43 млрд долларов США. За последние два года доля сельхозпродукции в общем объеме российского экспорта существенно выросла и составила порядка 10%. По оценке экспертов, при благоприятных условиях к 2030 году объемы экспорта возможно увеличить

еще на 35 млрд долларов США. При этом почти 90% этого потенциального прироста — дружественные и нейтральные страны.

Советник министра сельского хозяйства Российской Федерации **Андрей Сухарев** в своем выступлении сообщил, что в соответствии с задачей, поставленной Президентом РФ по приросту экспорта продукции АПК к 2030 году не менее чем в полтора раза по сравнению с уровнем 2021 года, объем сельхозпродукции, поставляемой на внешние рынки, должен будет составлять в 2030 году не менее, чем 55,2 млрд. долларов США.

Важную роль в этом играют федеральные проекты, такие как «Экспорт продукции АПК», входящий в состав Национального проекта «Международная кооперация и экспорт», а также международные выставки и бизнес-миссии в Китае, ОАЭ, Турции и других странах. Особое внимание уделяется продукции с высокой добавленной стоимостью и халальной продукции, спрос на которую растет в исламских странах. С участием РЭЦ ведется системная работа по продвижению российской продукции на внешние рынки, в том числе с использованием концепции «Сделано в России».

Участники заседания не обошли стороной и острые вопросы. Президент Российского зернового союза **Аркадий Злочевский** считает, что текущая система регулирования, включая экспортные пошлины и квоты, снижает рентабельность производства и

приводит к сокращению посевных площадей.

Он также выразил обеспокоенность по поводу недостаточной прозрачности отчетности и необоснованного, с точки зрения бизнеса, роста различных систем цифровых информационных систем в АПК, который, вместо помощи, создает дополнительную нагрузку на всех сельхозпроизводителей, и в первую очередь на малый бизнес, специалистов-агрономов, которые должны работать в поле, а не тратить большую часть рабочего времени на заполнение различных ФГИСов.

Выполнение майских указов Президента по росту объемов производства и экспорта сельхозпродукции без существенной корректировки системы регулирования находятся под большим вопросом.

Петр Коротченко, председатель Совета директоров ООО «Добровольное», подчеркнул необходимость пересмотра мер государственного регулирования, указав на их негативное влияние на инвестиционную активность. Он призвал к более гибкому подходу, особенно в условиях высокой ключевой ставки и укрепления рубля.

Представители мясной и молочной отраслей **Фатима Кулова** (ГАП «Ресурс») и **Артем Белов** (Национальный союз производителей молока) указали на необходимость расширения логистической поддержки. Особый акцент был сделан на важность субсидирования транспортировки и снижения торговых барьеров.

По мнению президента Национального союза экспортеров продовольствия **Дмитрия Булатова**, увеличению экспортных поставок продукции АПК может способствовать дополнительная поддержка экспорта органической продукции, региональных брендов (географические указания и наименование места происхождения товара), продукции АПК с высокой степенью переработки.

Участники заседания предложили ряд мер для улучшения ситуации, в том числе:

- Пересмотр экспортных пошлин и квот с учетом интересов производителей.

- Усиление поддержки логистики, особенно для удаленных рынков.

- Развитие экспортных объединений для консолидации усилий бизнеса.

- Повышение прозрачности и эффективности цифровых систем отчетности.

Заседание показало, что, несмотря на значительные успехи, отрасль сталкивается с серьезными вызовами. Для достижения амбициозных целей необходимо тесное взаимодействие бизнеса и государства, а также гибкость в принятии решений. ТПП РФ продолжит работу по координации этих усилий, чтобы обеспечить устойчивый рост экспорта продукции АПК.

*Ответственный секретарь
Совета по ВЭД, М. Митичева,*

*Ответственный секретарь
Комитета по развитию АПК, О. Куклев*

Россия стала шестой экономикой мира по независимости от экспорта

РИА Новости проанализировало данные по отношению стоимости экспорта товаров и услуг в 2024 году к ВВП у 25 стран с наибольшим номинальным размером экономики. Средняя зависимость от поставок за рубеж у этих государств составляет 40,7%.

Зависимость России от экспорта по итогам прошлого года была вдвое меньше среднего по миру - всего 21,9%. Примерно столько же от ВВП занимает экспорт в экономиках Индии (21%) и Китая (21,1%), которые расположились на четвертой и пятой позициях соответственно, а также у Индонезии (22,2%), Австралии (23,7%) и Японии (22,8%), занимающих с седьмого по девятое места.

Меньше всего от экспорта зависят США - там поставки товаров и услуг за рубеж составляют всего 10,9% от экономики. В тройку стран с наименьшей долей экспорта от ВВП также входят Аргентина (15,3%) и Бразилия (17,9%).

В то же время выше среднего уровня доля экспорта от ВВП была у Германии (41,8%) и Южной Кореи (44,6%), Польши (52,7%), Швейцарии (72,2%), Нидерландов (84,2%). Абсолютным лидером стала Ирландия, где стоимость экспорта товаров и услуг в прошлом году составила рекордные для крупных экономик 147,6% ВВП.

Россия продлила квоты на экспорт минеральных удобрений до 30 ноября

Правительство России продлило квоты на вывоз минеральных удобрений с 1 июня по 30 ноября 2025 года, увеличив их до 20 миллионов тонн, сообщила пресс-служба кабмина.

«В рамках поручения президента правительство приняло решение продлить и скорректировать квоты на вывоз из России минеральных удобрений. Они будут действовать с 1 июня 2025 года по 30 ноября 2025 года. Постановление об этом подписано. Принятое решение направлено на поддержание достаточных объемов удобрений на внутреннем рынке», — говорится в сообщении.

«Общий объем экспортной квоты составит почти 20 миллионов тонн, в том числе для азотных удобрений — более 12,3 миллиона тонн, для сложных — более 7,6 миллиона тонн», — добавили в правительстве.

До 31 мая объем действующей квоты на вывоз минеральных удобрений составляет около 19,2 миллиона тонн — 11,2 миллиона тонн для азотных, почти 8 миллионов — для сложных.

В пресс-службе правительства также указали, что подписанным постановлением утверждены правила распределения квот между участниками внешнеторговой деятельности.

«Квоты не будут распространяться в том числе на поставку удобрений в Абхазию и Южную

Осетию, а также на вывоз с территории России в рамках международных транзитных перевозок», — подчеркнули в кабмине.

РФ ратифицировала соглашение об определении происхождения товаров в ЕАЭС

Президент России Владимир Путин подписал закон о ратификации соглашения о гармонизированной системе определения происхождения товаров, вывозимых с таможенной территории Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Документ размещен на портале официального опубликования правовых актов.

Соглашение было подписано в Москве 4 декабря 2023 года. Оно унифицирует подходы к определению и подтверждению страны происхождения вывозимых товаров и создает правовую основу для внедрения в ЕАЭС системы самостоятельного декларирования происхождения товаров.

Вступление соглашения в силу упростит производителям стран ЕАЭС доступ на внешние рынки, пояснял ранее премьер-министр России Михаил Мишустин: прохождение административных процедур станет быстрее за счет смягчения обязательных требований для экспортеров и расширения практики использования цифровых платформ.

Соглашение позволит создать в ЕАЭС общие нормы для определения страны происхождения товара, чтобы у стран "евразийской пятерки" появилось

общее понимание, как определяется страна происхождения сложной продукции, при создании которой использовались компоненты из других стран, объяснял в свою очередь министр экономического развития РФ Максим Решетников.

Единая система определения происхождения товаров предусматривает постепенный переход ЕАЭС на электронные сертификаты, а также внедрение онлайн-взаимодействия бизнеса и компетентных органов, подтверждающих страну происхождения. В перспективе это значительно упростит для бизнеса экспорт из стран ЕАЭС. В течение двух лет после вступления соглашения в силу страны ЕАЭС создадут электронные системы верификации выданных сертификатов, чтобы таможенные органы могли оперативно проверять данные, отмечал Решетников.

Причем после вступления соглашения в силу таможенные органы стран ЕАЭС будут обязаны проверять происхождение товаров, по которым были установлены односторонние нетарифные ограничения на экспорт за пределы союза.

Сейчас таможи этих стран не обязаны проверять сертификаты происхождения товаров, в отношении которых введены односторонние меры другими государствами ЕАЭС. Поэтому через них могут вывозить продукцию стран союза, торгующих ею внутри ЕАЭС, но при этом не имеющих прав на экспорт в третьи страны из-за имеющихся ограничений или запретов, разъясняло Минэкономразвития.

АНОНСЫ



INDIA – RUSSIA BUSINESS MEET 2025



Индийско-Российская деловая встреча 2025

Организатор: Торговая палата IGTD EXIM

Время проведения: 15–19 сентября 2025 г.

Место проведения: Москва и Санкт-Петербург, Россия

Участники — 15–20 индийских компаний из сектора сельского хозяйства, продуктов питания и специй

Торговая палата IGTD EXIM имеет честь объявить о деловой встрече в России, которая пройдет с 15 по 19 сентября 2025 г. при поддержке Посольства Индии в России. Эта стратегическая инициатива направлена на углубление индийско-российских торговых отношений. Индийским экспортерам и предпринимателям предоставляется возможность напрямую связаться с российскими импортерами, покупателями и лидерами отрасли.

Цели встречи

Встреча призвана открыть новые торговые возможности, помогая индийскому бизнесу:

- Исследовать огромный потенциал российского рынка.
- Наладить долгосрочные партнерские отношения.
- Изучить тенденции импорта в продовольственном и аграрном секторах.

Основные категории продуктов

На встрече будут рассмотрены следующие категории экспортных продуктов: свежие фрукты и овощи, мясо и морепродукты, зерновые, просо и бобовые, специи, рис, чай, кофе и напитки, молочные продукты и птица, обработанные продукты питания и напитки, пищевые ингредиенты, сухофрукты и мед, хлебобулочные изделия и соевые продукты, готовые к приготовлению/употреблению продукты.

Мы стремимся наладить связи с импортерами, дистрибьюторами, оптовиками, сетями супермаркетов и розничными торговыми точками для изучения потенциальных деловых возможностей и партнерских отношений.

Контактная информация:

IGTD EXIM Chamber of Commerce

 support@igtd.in |  +91 8421017762 |  www.igtd.in



**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СЕМИНАР
«СЕРЬЕЗНО О ВАЖНОМ»**

или «Как повысить эффективность работы команды предприятия»

Программа повышения квалификации в формате стратегического семинара
для топ-менеджеров и ведущих специалистов департаментов маркетинга,
разработок и продаж пищевых предприятий

30 сентября – 2 октября 2025 г., офлайн-онлайн.

Руководитель программы: **ИЛЬИНА Ольга Александровна**, д.т.н., профессор, ректор Международной
промышленной академии

**В программе предусмотрено рассмотрение трёх блоков актуальных вопросов эффективного развития
современного пищевого предприятия.**

Ключевые темы программы:

**Базовые принципы и возможности нейросетей на пищевых предприятиях. Примеры эффективного
использования в стратегическом маркетинге.**

Почему нейросети — это не модный тренд, а эффективный инструмент, который уже приносит реальную пользу
пищевым предприятиям? С их помощью компании усиливают маркетинг, сокращают цикл вывода продукта на рынок и
повышают свою устойчивость в конкурентной среде. Технологии адаптируются под конкретные задачи: от разработки
упаковки и новых товаров до анализа поведения потребителей и прогнозирования спроса. Внедрение возможно
поэтапно, начиная с отдельных функций, без серьёзных изменений в структуре бизнеса. При чёткой постановке задач и
подготовке персонала результат заметен уже в первые недели.

В рамках семинара участники получают обзор актуальных ИИ-инструментов, разберут практические кейсы и изучат
лучшие отраслевые решения. Особое внимание будет уделено тому, как грамотно интегрировать нейросети в рабочие
процессы пищевого предприятия — быстро, осознанно и с фокусом на результат.

Любовь Баранова, к.э.н., основатель агентства LABO MARKETING,
эксперт по нейросетям в пищевой промышленности

**Бережливое Производство, как стратегия повышения эффективности на предприятиях пищевой
промышленности.**

Почему Бережливое Производство (БП) — это правильный подход к повышению конкурентоспособности вашего
предприятия? Это система, отработанная в тысячах компаний по всему миру, но принципы достаточно гибкие, что бы
использовать в любой отрасли. БП затрагивает всю компанию от топ-менеджмента до рядового сотрудника, поэтому,
после внедрения и этапа принятия, фактически сама эволюционирует и легко поддерживается; со временем
использования эффективность только повышается. Сами принципы БП просты, понятны и непротиворечивы, легко
ложатся на ситуацию на предприятии. Понимая существующие риски в отрасли можно заранее продумать и
реализовать тактику эффективного внедрения БП на предприятии.

Дмитрий Горохов, специалист по Бережливому Производству/LEAN,
оптимизации бизнес-процессов, сертифицированный эксперт по управлению проектами/PME

Почему деловая коммуникация это в первую очередь про деньги?

Выстраивание межличностных отношений это 80% рабочего времени руководителя. Позволяет создать безопасность
для клиента, контрактировать больше на конкурентном рынке. Аргументация которую слышат – эффективное решение
вопросов с руководителями. Баланс поддержки и субординации – эффективная команда, которая за вас. Все эти и
другие задачи необходимо решать во взаимодействии и возникает вопрос, а какая норма межличностных
коммуникаций в различных ситуациях. Частая проблематика в современной бизнес-среде: выгорание и высокая
«текучка» кадров, низкая конверсия в отделах продаж, скрытые конфликты и борьба за роли. Необходимо осознать,
выявить свои цели и применить инструменты. Программа позволяет не только повысить эффективность на
производстве, но и создать новое качество жизни.

Илья Пегашев, руководитель компании Tenet,
специализация которой развитие продаж, бизнес процессов и корпоративной культуры

По окончании обучения выдается удостоверение о повышении квалификации (24 часа), которое регистрируется в
ФИС «Федеральный реестр сведений о документах об образовании и (или) квалификации, документах об обучении» –
ФИС ФРДО.



Справки и заявки:

Кураторы программы:

Масальцева Ольга Ивановна, (495) 959-71-01, masaltseva@grainfood.ru

Александрова Ирина Львовна, (499) 235-40-68, aleksandrova@grainfood.ru

Кузнецова Татьяна Валерьевна, (495) 959-71-01, kuznetsova@grainfood.ru

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

Декан: **Карцева Ольга Павловна**, (499) 235-95-79, dekanat@grainfood.ru



www.grainfood.ru
mipa@grainfood.ru



ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

Индекс цен на продовольствие ФАО немного вырос в июне из- за высоких цен на мясо, молочные продукты и растительное масло

Мировое производство зерновых должно достичь исторического максимума, хотя жаркая и сухая погода может повлиять на урожайность

Индекс цен на продовольствие ФАО, ориентир мировых цен на продовольственные товары, в июне 2025 года составил в среднем 128,0 пунктов, что на 0,5 процента больше, чем в мае. Хотя мировые цены на зерновые и сахар упали, это снижение было перевешено ростом цен на молочные продукты, мясо и растительные масла.

Индекс, который отслеживает ежемесячные изменения мировых цен на ряд продовольственных товаров, продаваемых в мире, в июне 2025 года был на 5,8 процента выше по сравнению с уровнем годом ранее, но оставался значительно ниже своего пикового значения в марте 2022 года.

Индекс цен на зерновые ФАО упал на 1,5 процента в июне по сравнению с предыдущим месяцем. Мировые цены на кукурузу резко снизились второй месяц на фоне обильных поставок из Аргентины и Бразилии. Цены на сорго и ячмень также

снизились. Цены на пшеницу, напротив, выросли из-за опасений, связанных с погодой, в некоторых частях Европейского союза (ЕС), Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки (США). Международные цены на рис немного снизились, в основном на сорта индика, отражая более слабый спрос.

Индекс цен на растительные масла ФАО вырос на 2,3 процента с мая, что обусловлено ростом цен на пальмовое, соевое и рапсовое масла. Международные цены на пальмовое масло выросли почти на 5 процентов на фоне сильного мирового спроса. Цены на соевое масло также выросли в июне, что было обусловлено ожиданиями более высокого спроса на биотопливо в Бразилии и США, а также более высокими ценами на сою в Южной Америке на фоне устойчивого мирового спроса. Цены на рапсовое масло также выросли на фоне жестких перспектив мирового предложения, в то время как цены на подсолнечное масло снизились на фоне улучшения перспектив производства в Черноморском регионе.

Индекс цен на мясо ФАО вырос на 2,1 процента в июне, достигнув нового исторического максимума. Мировые цены на говядину, свинину и баранину выросли, в то время как цены на мясо птицы продолжили падать.

Индекс цен на молочные продукты ФАО вырос на 0,5 процента в июне по сравнению с предыдущим месяцем, а цены на сливочное масло достигли нового рекордного максимума на фоне ограниченных поставок в Океании и ЕС в сочетании с сохраняющимся высоким спросом со стороны Азии. Цены на сыр растут третий месяц подряд, в то время как цены на обезжиренное и цельное сухое молоко снижаются из-за сдержанного мирового спроса и обильных поставок.

Индекс цен на сахар ФАО снизился на 5,2 процента по сравнению с маем, что стало четвертым ежемесячным снижением подряд и достигло самого низкого уровня с апреля 2021 года. Снижение отражает улучшение перспектив производства в Бразилии, Индии и Таиланде, где благоприятная погода и расширенные посевы должны привести к более высоким урожаям.

На фоне прогнозируемого рекордного уровня мирового производства зерновых сохраняется неопределенность

Июльский прогноз ФАО по производству зерновых в мире в 2025 году был повышен почти на 14 млн тонн (0,5 процента) по сравнению с предыдущим месяцем и в настоящее время составляет 2925 млн тонн. В результате такого повышения, обусловленного улучшением видов на урожай пшеницы, кукурузы и риса (в порядке значимости), ожидается, что объем мирового производства на 2,3 процента превысит уровень прошлого

года и достигнет исторического максимума.

В июле прогноз по производству пшеницы в мире в 2025 году был повышен на 0,7 процента по сравнению с прошлым месяцем и в настоящее время составляет 805,3 млн тонн, что на 0,9 процента выше, чем годом ранее. Такой прирост по итогам месяца обусловлен в основном последними официальными данными из Индии и Пакистана, указывающими на более высокую, чем ожидалось, урожайность; по прогнозам, объемы производства в Индии достигнут рекордного уровня.

Прогноз по объему производства фуражных зерновых в мире в этом месяце также был пересмотрен в сторону незначительного повышения и в настоящее время составляет 1262 млн тонн, что на 3,5 процента выше, чем годом ранее; эта категория зерновых продолжает обеспечивать основной прирост мирового производства в этом году.

Основной объем фуражных зерновых составляет кукуруза, и улучшение видов на производство в этом месяце обусловлено более обильным, чем ожидалось ранее, урожаем этой сельскохозяйственной культуры в Бразилии, а также пересмотром в сторону повышения прогнозов по ее производству в Индии, где устойчивый внутренний спрос на кукурузу для потребления в кормовых и промышленных целях, по всей видимости, приведет к увеличению посевных площадей в 2025 году по сравнению с предварительными прогнозами.

Прогнозируемый рост с избытком компенсирует ожидаемое снижение производства на Украине, где последствия продолжающегося конфликта и засушливые погодные условия снижают урожаи, а также в странах Европейского союза – вследствие незначительного сокращения посевных площадей.

Ожидаемые в ближайшие месяцы необычно высокие температуры и засушливые погодные условия в отдельных частях Северного полушария могут отразиться на урожайности, в частности, кукурузы, посевная которой уже почти завершена. ФАО повысила свой прогноз по объему производства риса в мире в сезоне 2025–2026 годов на 4,1 млн тонн по сравнению с его июньским уровнем.

Такой пересмотр прогноза в сторону повышения связан главным образом с более высоким, чем прогнозировалось ранее, объемом производства в Индии в сезоне 2024–2025 годов и 2025–2026 годов, а также улучшением урожаев в Бангладеш, Вьетнаме и Пакистане, в большинстве случаев в связи с ожидаемым увеличением посевных площадей. В то же время прогнозы относительно производства в Ираке и Соединенных Штатах Америки были пересмотрены в сторону понижения.

Принимая во внимание произведенные корректировки, в настоящее время ФАО ожидает, что в сезоне 2025–2026 годов объем производства риса в мире достигнет рекордного уровня в 555,6 млн тонн (в

пересчете на обрубленное зерно), что на 1,0 процента выше, чем годом ранее.

Мировое производство сои в 2024/25 МГ превысит ожидания

Аналитики Oil World (Германия) повысили прогноз мирового производства сои в 2024/25 МГ на 1,9 млн тонн к ранее озвученному показателю – 418,4 млн тонн, что также на 23,1 млн тонн больше по сравнению с прошлым сезоном.

В частности, в Бразилии уборка урожая масличной почти завершена в большинстве регионов. Урожайность оказалась значительно выше, чем ожидалось, в штатах Мату-Гросу, Гояс, Баия, Минас-Жерайс и Сан-Паулу, тогда как в Риу-Гранди-ду-Сул, напротив, урожайность не оправдала ожиданий – всего 2 т/га. Впрочем, благодаря расширению посевных площадей производство бразильской сои достигнет примерно 169 млн тонн против 154,6 млн тонн в засушливом прошлом году. В то же время США могут собрать 118,84 (113,27) млн тонн, Аргентина – 49 (49) млн тонн.

В то же время аналитики отмечают, что объем переработки сои в мире не достигнет ранее ожидаемых уровней, поскольку ожидается некоторое сокращение показателей для Аргентины, Бразилии и Китая на вторую половину текущего сезона. Тем не менее в 2024/25 МГ переработка масличной достигнет 350,73 млн тонн против 330,31 млн тонн в 2023/24 МГ.

Конечные запасы сои в мире в 2024/25 МГ ожидаются на уровне 121,63 млн тонн (109,67 млн тонн – сезоном ранее), из которых в Бразилии – 47,5 (38,46) млн тонн, Аргентине – 34,26 (31,48) млн тонн, США – 10,6 (9,32) млн тонн.

ЕС ввел с 1 июля новые пошлины на сельхозтовары и удобрения из РФ и Белоруссии

Совет ЕС принял постановление, которое вводит новые тарифы на оставшуюся сельскохозяйственную продукцию и некоторые удобрения из России и Белоруссии.

Новый регламент вступил в силу 1 июля 2025 года. После вступления закона в силу тарифы ЕС начали применяться ко всей сельскохозяйственной продукции из России, поскольку другие сельскохозяйственные товары уже облагаются таможенными пошлинами.

В коммюнике отмечается, что "внедрение этих тарифов будет тщательно контролироваться, чтобы гарантировать защиту отрасли удобрений и фермеров ЕС".

"Повышение тарифов на удобрения будет происходить постепенно, в течение переходного периода в три года", - говорится в документе.

Новые тарифы, сказано в коммюнике, будут применяться к товарам, которые составили около 15% всего сельскохозяйственного импорта из России в 2023 году.

ОАЭ существенно снизит импортные пошлины для зерна, бобовых и растительных масел из ЕАЭС

На полях заседания Высшего Евразийского экономического совета в Минске 27 июня состоялось подписание Соглашения об экономическом партнерстве между Евразийским экономическим союзом и его государствами-членами и Объединенными Арабскими Эмиратами (одним из главных торговых партнеров ЕАЭС среди стран Персидского залива). Об этом сообщила пресс-служба ЕЭК.

«В рамках формируемого нового торгового режима эмиратская сторона открыла преференциальный доступ в отношении 86% товарной номенклатуры. Уступки Союза покрывают 85% товарной номенклатуры для партнера», – отметил министр по торговле Евразийской экономической комиссии Андрей Слепнев.

Как уточняется, преференциальный доступ будет обеспечен для таких ключевых сельскохозяйственных товаров ЕАЭС, как зерновые (пшеница, ячмень, кукуруза), мясо (КРС, баранина, субпродукты), мясо птицы, яйца, сушеные овощи (нут, горох, чечевица, фасоль), растительное масло, молочная продукция и др.

Преференциальное экспортное покрытие для стран ЕАЭС в стоимостном выражении охватит более 98% текущего экспорта, или более \$12,1 млрд. В результате либерализации торгового режима средняя ставка, применяемая ОАЭ к товарам ЕАЭС, снизится с 5% до

0,6%. Таким образом, ежегодная экономия на уплате ввозных таможенных пошлин оценивается более чем в \$260 млн.

Монголия обнулит или снизит импортные пошлины для сельхозпродукции из ЕАЭС

На полях заседания Высшего Евразийского экономического совета в Минске 27 июня состоялось подписание Временного торгового соглашения между Евразийским экономическим союзом и его государствами-членами и Монголией. Соглашение охватывает 367 товарных субпозиций для каждой стороны, на которые будут обнулены или снижены таможенные пошлины с момента вступления документа в силу. Соглашение заключается на три года с возможностью продления его действия

еще на один трехлетний период, сообщили в пресс-службе ЕЭК.

«Тарифными преференциями будет охвачено \$2 млрд экспортных поставок ЕАЭС в Монголию, т.е. более 90%. Согласованные преференции позволят компаниям ЕАЭС экономить ежегодно до \$100 млн», – отметил министр по торговле Евразийской экономической комиссии Андрей Слепнев.

По его словам, в соответствии с подписанным торговым соглашением аграрии стран ЕАЭС будут иметь преференциальные условия для поставок на рынок Монголии таких товаров, как пшеница, кукуруза, молочная продукция, растительные масла, изделия из мяса и птицы, сахар, кондитерские изделия и др.

Ближнее зарубежье

В Казахстане создали Национальный альянс экспортеров

В Астане прошёл Форум экспортёров Казахстана, организованный QazTrade при поддержке министерства торговли и интеграции. Мероприятие собрало около 300 участников, включая международных ретейлеров, представителей МСБ и отраслевых экспертов. Ключевым событием форума стало объявление о запуске QazTrade Alliance — Национального альянса экспортёров, сообщает центр деловой

информации Kapital.kz со ссылкой на пресс-службу ведомства.

«Мы запускаем не просто платформу — мы создаём национальный альянс экспортёров. Здесь не обсуждают проблемы, а формируют решения. Здесь каждый может влиять на экспортную повестку страны. Во главе альянса — Манасбаева Бахыт Парлановна, человек с уникальным международным опытом и глубоким пониманием интересов бизнеса. Под её руководством QazTrade Alliance станет мозговым центром и переговорной площадкой, где экспорт

развивается не по указанию, а по инициативе самих участников», — отметил генеральный директор QazTrade Айтмухаммед Алдажаров.

«Экспорт должен начинаться с идеи под конкретный внешний рынок. Мы уходим от дотационной модели к воронке продаж, где каждый этап — от маркетинга до сертификации — работает на капитализацию бизнеса. Особое внимание уделяем экспорту услуг, таких как строительство, медицина, образовательные и цифровые решения, предлагая отдельный пакет поддержки: продвижение, персонализированное сопровождение, поиск заказов, сертификация, стандарты, маркетинг. Это направление может стать точкой роста экспорта с наибольшим мультипликативным эффектом для ВВП и занятости», — сказал генеральный директор QazTrade Айтмухаммед Алдажаров.

На форуме экспортеров восемь компаний-импортеров корпорации Jiangsu Soho выразили заинтересованность в поставках широкого ассортимента товаров из Казахстана — порядка 50 наименований. Среди них: мёд (до 20 тыс. тонн в месяц), алкогольные напитки (до 5 000 бутылок), кормовая мука (60 тыс. тонн в год), подсолнечное масло (40 тыс. тонн в год).

Как экспортная пошлина США повлияет на фермеров Казахстана

Министр сельского хозяйства Айдарбек Сапаров на пресс-конференции после заседания

Правительства прокомментировал, как введённая США 25-процентная экспортная пошлина может отразиться на казахстанских аграриях\

- Эта информация появилась только сегодня. Мы начали анализировать ситуацию. Сейчас изучаем, какие именно товары поставляются из США в Казахстан, в каком объёме и на каких условиях, а также какие меры поддержки существуют с нашей стороны. После этого будет принято решение. В этом направлении мы работаем совместно с Министерством торговли и интеграции. В дальнейшем решение примет Серик Жумангарин, — заявил министр.

По его словам, Казахстан экспортирует в США продукцию растениеводства.

— Если говорить о растениеводстве в целом, то сейчас рассматриваются меры поддержки по экспорту крахмала и клейковины. Поэтому считаю, что пошлина не окажет значительного влияния, — добавил Айдарбек Сапаров.

МТИ Казахстана вводит минимальные цены на пшеницу, муку и подсолнечное масло для предотвращения махинаций импортеров при уплате НДС

Министерство торговли и интеграции Казахстана опубликовало Перечень отдельных видов товаров, в отношении которых применяется минимальный уровень цен с 1 июля 2025 года по 30 сентября 2025 года.

В число таких товаров вошли пшеница, пшеничная мука, подсолнечное масло. На пшеницу твердую минимальная цена составляет 80,3 тенге за 1 кг, пшеницу прочую – 74,84 тенге, муку пшеничную – 139,81 тенге, масло подсолнечное – 594,04 тенге.

В МТИ пояснили, что минимальный уровень цен (МУЦ) не влияет на оптовые и розничные цены товаров, а применяется только при расчете налогов при импорте.

В Казахстане запустили новую программу финансирования экспортеров масложировой продукции

Банк Развития Казахстана и Экспортно-кредитное агентство Казахстана запустили совместную программу, направленную на развитие экспорта казахстанской масложировой продукции. Первыми участниками программы стали маслоперерабатывающие предприятия из ВКО - Altyn Shyghys и Qazaq-Astyq Group. Трехсторонние соглашения с этими компаниями 21 мая подписаны в холдинге «Байтерек».

По информации «Байтерека», программа включает инструменты предэкспортного финансирования и страхового сопровождения, которые позволят казахстанским предприятиям существенно нарастить объёмы производства и расширить присутствие на внешних рынках.

В рамках соглашений Банк Развития Казахстана предоставит Altyn Shyghys финансирование в размере до

15 млрд тенге и Qazaq-Astyq Group — до 8 млрд тенге. Эти средства будут направлены на форвардный закуп сырья у отечественных сельхозпроизводителей для дальнейшей глубокой переработки и последующего экспорта готовой продукции. В свою очередь Экспортно-кредитное агентство Казахстана обеспечит обусловленное фондирование по сниженной ставке Банку Развития Казахстана, а также страховое сопровождение контрактов экспортёров с отсрочкой платежа, что позволит минимизировать риски при выходе на зарубежные рынки.

Кроме того, Экспортно-кредитное агентство реализует аналогичный механизм фондирования масложировой отрасли через банки второго уровня. Так, в мае текущего года в рамках подобной схемы был профинансирован экспортёр ТОО «Шымкентмай-Доня».

«Масложировая продукция Казахстана уже зарекомендовала себя на международной арене, демонстрируя значительный рост объёмов производства и поставок за рубеж. Задача Холдинга «Байтерек» и наших дочерних организаций — обеспечить предприятиям полный спектр инструментов финансовой поддержки, включая торговое финансирование, кредитование оборотного капитала и страхование экспортных операций. Это позволит нашим экспортёрам выйти на качественно новый уровень, значительно расширить географию поставок и укрепить позиции Казахстана на внешних рынках», — сказал на церемонии подписания соглашений

председателя правления холдинга «Байтерек» Жандос Шайхы.

Молдова вновь продлила лицензирование импорта ключевых сельхозкультур

Лицензированию подлежат пшеница, подсолнечник и кукуруза, которые будут ввозиться в Молдову с конца этого года

Импорт в Молдову кукурузы, пшеницы и подсолнечника будет подвергаться обязательному лицензированию до 31 декабря 2025 года. Такое решение приняло правительство республики на заседании на этой неделе. Лицензирование продлевается в качестве поддержки национальных производителей сельскохозяйственной продукции.

"На региональном рынке, где преобладают большие предложения и низкие цены, крайне важно не допускать искажений и поддерживать конкурентоспособность национального сельского хозяйства", — заявила министр сельского хозяйства и пищевой промышленности Людмила Катлабуга.

В Минсельхозе сообщили, что прогнозируют в этом году "существенный урожай" упомянутых культур, поскольку по состоянию на начало июня 2025 года посевы находятся в хорошем состоянии вегетации.

На Украине продолжается обсуждение экспортных пошлин на сою и рапс

На Украине продолжается обсуждение введения 10% экспортной

пошлины на рапс и сою. По подсчетам Киевской школы экономики, в случае введения пошлины выгоды получит только перерабатывающая промышленность страны, а агропроизводители понесут значительные потери.

Сторонники введения пошлины приводят в пример ситуацию с введением взносов на экспорт семян подсолнечника в 1999 году. Тогда ставка составила 23%, впоследствии ее снизили до 10%. И этот шаг в свое время стимулировал развитие переработки, отмечают эксперты.

Основной эффект от пошлины — перераспределение дохода от агропроизводителя к переработчику. Закупочные цены снижаются, аграрии теряют в деньгах, а государство фактически поддерживает одну отрасль за счет другой, считают противники нормативного регулирования. Рынок должен сам решить проблему избыточной переработки, а не за счет других секторов.

«Переработка не генерирует добавленной стоимости. Мы видим, что она работает в минус. Украине экономически выгоднее экспортировать семена, чем создавать видимость более глубокой переработки, которая не приносит прибыли», — отмечает представитель Киевской экономической школы. В современных условиях пошлина не стимулирует экономический рост — наоборот, она вредит украинскому агросектору, перекладывая потери на плечи производителей.

Предложение ввести экспортную пошлину в размере 10% на рапс и сою

было подано в качестве поправки № 40 к законопроекту № 13134, однако 18 июня Верховная Рада отклонила ее после острых обсуждений. Несмотря на поддержку Бюджетного комитета, который обосновывал инициативу необходимостью загрузки перерабатывающих мощностей, поправка вызвала резкое неприятие среди аграрного сообщества и экспортеров.

По состоянию на конец июня эта поправка снята с повестки дня парламента, однако дискуссия вокруг пошлины возобновится уже в середине июля, если за документ снова проголосуют в аграрном комитете.

Американские инвесторы взяли под свой контроль ключевой украинский зерновой хаб на Черном море – FT

Американские инвесторы взяли под свой контроль ключевой экспортный терминал в Одесском порту (Украина), выиграв длительную судебную тяжбу с его предыдущими владельцами, сообщила Financial Times в понедельник. Зерновой терминал «Олимпекс» – один из крупнейших в Украине, его годовая мощность составляет 5 миллионов тонн.

В иске американские компании Argentem Creek Partners и Innovatus Capital Partners обвинили GNT Group в мошенничестве с кредитом на 20 миллионов долларов. Согласно судебным документам, украинская компания предоставила ложную информацию о зерне, которое должно было быть залогом, и инсценировала уничтожение, по её словам,

испорченного товара после дефолта, вызванного эскалацией конфликта с Россией в 2022 году.

GNT отрицала какие-либо правонарушения и обвинила инвесторов в использовании кредитов для организации «враждебного захвата» терминала. Длительное расследование и судебные разбирательства привели к аресту в мае украинского бизнесмена Владимира Наumenко, одного из ключевых бенефициаров GNT, по обвинению в мошенничестве. На прошлой неделе Верховный суд Украины одобрил передачу объекта.

Партнёр Наumenко, Сергей Гроза, назвал обвинения против GNT «сфабрикованными», заявив, что суд действовал по «указаниям сверху», имея в виду администрацию Владимира Зеленского. В интервью Zenzor.net Гроза заявил, что американские инвесторы использовали свой «колоссальный административный ресурс» на Украине, чтобы запугать GNT и захватить терминал, включая аресты сотрудников и обыски в офисах.

Глава администрации Зеленского Андрей Ермак признался FT, что Киев помогал инвесторам в судебном процессе, хотя, по его словам, его роль была «исключительно координирующей».

Джон Паттон, партнёр Argentem Creek, сообщил FT, что новое руководство намерено немедленно взять терминал под свой контроль и возобновить его работу этим летом, к началу уборки урожая зерновых.

Одесский порт, основанный Российской империей в 1794 году, играет

жизненно важную роль в мировом экспорте зерна. Он играл ключевую роль в поддерживаемой ООН Черноморской зерновой инициативе, которая

изначально обеспечивала безопасный проход зерновых грузов во время конфликта.

Дальнее зарубежье

Индия снижает импортную пошлину на сырые пищевые масла

Правительство Индии вдвое снизило базовую импортную пошлину на сырые пищевые масла до 10%, заявило правительство. Это делается в попытке крупнейшего в мире импортера растительного масла снизить цены на продукты питания и помочь местной маслоперерабатывающей промышленности.

Таможенная пошлина распространяется на сырое пальмовое масло, сырое соевое масло и сырое подсолнечное масло.

Это фактически снизит общую импортную пошлину на три вида масел до 16,5% с прежних 27,5%, поскольку они также облагаются налогом на сельскохозяйственную инфраструктуру и развитие Индии, а также надбавкой на социальное обеспечение.

«Это выгодная ситуация как для переработчиков растительного масла, так и для потребителей, поскольку местные цены снизятся из-за снижения пошлин», — сказал Б. В. Мехта, исполнительный директор Ассоциации производителей Индии (SEA).

Правительство не изменило импортную пошлину на рафинированное пальмовое масло, рафинированное соевое масло и рафинированное подсолнечное масло, которые в настоящее время облагаются импортной пошлиной в размере 35,75%.

Мехта отметил, что разрыв в импортных пошлинах между рафинированными и неочищенными пищевыми маслами вырос до 19,25%, что побудит импортеров ввозить неочищенные пищевые масла вместо рафинированных и стимулировать местную маслоперерабатывающую промышленность.

Индия удовлетворяет более 70% своего спроса на растительное масло за счет импорта. Пальмовое масло она покупает в основном в Индонезии, Малайзии и Таиланде, а соевое и подсолнечное масло импортирует из Аргентины, Бразилии, России и Украины.

Сандип Баджория, генеральный директор компании Sunvin Group, занимающейся торговлей растительным маслом, заявил, что снижение базовой пошлины приведет к снижению цен на пищевое масло и поможет оживить розничный спрос, который в последние месяцы был слабым.

Турция установила квоту на беспошлинный импорт 500 тыс. т кукурузы

Президент Турции Реджеп Тайип Эрдоган подписал постановление о введении квоты на беспошлинный импорт 500 тыс. т кукурузы с 14 до 31 июля 2025 г. Об этом сообщает ИА Зерно Он-Лайн со ссылкой на Resmî Gazete.

Пошлина на ввоз кукурузы вне квоты составляет 130%. Кроме того, турецкие импортеры имеют право ввозить кукурузу без оплаты пошлины, если продукты её переработки будут затем экспортированы.

В августе в Турции начнется уборка собственного урожая кукурузы. По прогнозам Минсельхоза США, он составит 7,8 млн т (7,1 млн т в прошлом сезоне). Потребность в импорте кукурузы Минсельхоз США оценивает в 2,8 (4,7) млн т.

Аргентина повысила экспортные пошлины на сельхозпродукцию

Правительство Аргентины с 1 июля увеличило экспортную пошлину на сельскохозяйственные товары.

В частности, для сои оно выросло с текущих 26% до 33%, для соевого шрота и соевого масла – с 24,5% до 31%, для кукурузы и пшеницы – с 9,5% до 12%.

Объявление о плане резкого роста налогов стимулировало аргентинских фермеров активизировать продажу сельхозпродукции, и за первые 18 дней июня продажи сои в Аргентине удвоились по сравнению с предыдущим

годом. В частности, согласно данным Зерновой биржи Росарио, в июне продажи сои и продуктов ее переработки составляли 6,1 млн тонн, что на 22% выше среднего показателя последних 5 лет (5 млн тонн).

Аргентина продлевает налоговые льготы на экспорт пшеницы, исключая сою и кукурузу

Министр экономики Луис Капуто заявил, что Аргентина продлит налоговые льготы на экспорт одной из основных культур — пшеницы, исключив при этом дополнительные льготы для поставок других ключевых зерновых.

Фермеры и экспортные компании призывали продлить действие этой меры, срок действия которой истекал в конце июня.

Капуто сообщил, что налоговые льготы на пшеницу и ячмень теперь будут действовать до марта следующего года.

Однако льготы для других основных экспортных культур, таких как соя, кукуруза, подсолнечник и сорго, а также их производные, продлены не будут, сказал Капуто.

Он добавил, что эта мера продлится до следующего урожая пшеницы, поскольку уже началась посадка этой культуры.

Словакия продлевает запрет на импорт зерновых, масличных и сахара из Украины

Словакия продолжит защищать свой рынок от дешевой

сельхозпродукции из Украины. Об этом заявил словацкий премьер-министр Роберт Фицо.

В Словакии сегодня действует запрет на импорт пшеницы, кукурузы, рапса, семян подсолнечника, меда, соевых бобов, ячменя, муки, отрубей, тростникового и свекольного сахара с Украины. Власти заявляют, что поставки этих видов украинской сельхозпродукции на национальный рынок возобновятся лишь после принятия Евросоюзом эффективных мер по защите европейских аграриев.

«У словацких фермеров имеются опасения относительно украинской сельхозпродукции, что из-за украинского экспорта возникнет давление на национальном рынке с целью понижения цен. Это нанесет ущерб словацким аграриям. Заверяю в том, что Словакия защищает своих фермеров. Мы будем продолжать реализовывать такую политику», — сказал Фицо.

Запрет был введен с 2022 года, а затем расширен. При этом Словакия разрешает транзит товаров АПК через свою территорию в страны ЕС. Однако Еврокомиссия накануне заключила соглашение, согласно которому для украинского масла, сухого обезжиренного молока, глютенa, овса и ячменной крупы квоты увеличатся до самого высокого уровня за последние годы.

Румыния продлила лицензирование импорта зерновых и масличных культур из Украины

Правительство Румынии продлило обязательное требование лицензирования для импорта украинской агропродукции до 31 декабря 2025 г. в качестве меры по защите местных фермеров.

По информации Министерства сельского хозяйства Румынии, указанное требование распространяется на всех участников цепочки поставок агропродовольственной продукции, включая производителей, переработчиков и продавцов.

Комментируя это решение, министр сельского хозяйства Румынии Флорин Барбу отметил, что запрет играет жизненно важную роль в поддержке уязвимых социальных групп, в соответствии с принципами Европейского столпа социальных прав и призвал румынских переработчиков обеспечивать сырьем местных фермеров, чтобы поддержать национальное сельскохозяйственное производство.

Румыния ввела систему лицензирования импорта зерновых и масличных культур из Украины в 2023 году, с тех пор мера была расширена и неоднократно продлевалась.

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ



Группа компаний «Фуд Тим» создано специалистами FMCG, работает на рынке с 2014 года.

Предприятие непрерывного цикла ежегодно выпускает около 3.6 тысяч тонн рыбных продуктов глубокой степени готовности.



Мы реализовываем свою продукцию по всем каналам сбыта на территории РФ от Калининграда до Владивостока в сегментах HoReCa, дистрибуция, крупный и мелкий опт, федеральный и локальный ритейл.

Россия входит в десятку мировых лидеров по объему добычи водных биоресурсов, с 2016 года, интенсивно развивается аквакультура, что дает стабильную сырьевую базу для производства и развития рыбопереработки в России.

Однако статистика показывает отрицательную динамику потребления рыбных продуктов. Одна из важных причин, сдерживающих развитие отрасли – это недостаточно развитая культура потребления рыбной продукции в нашей стране (плохо информированный потребитель, высокая стоимость продукции, люди перестали готовить, отток целевой аудитории и т.д.).

Для развития культуры потребления и изменения сознания нужно время. Вот уже 17 лет, ежедневно, «Фуд Тим» несет важную миссию – информирование потребителей о правильном потреблении и пользе рыбной продукции (через конференции, мастер-классы, дегустации и новых решений в виде готовых продуктов для современного общества). Также развивает свою сеть кафе-магазинов Laks+, где можно попробовать все продукты «Фуд Тим» и купить их по демократичной цене от производителя.

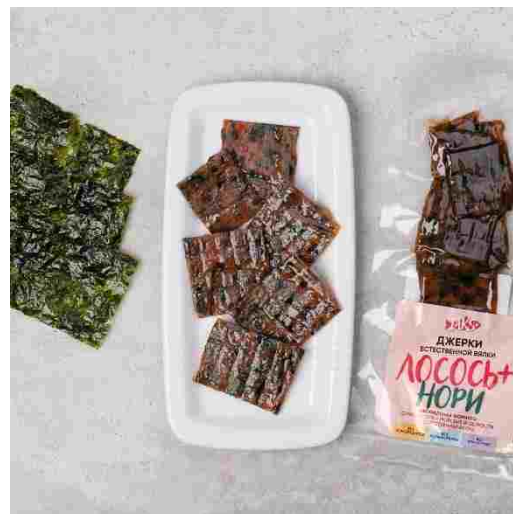


Мечта реализовывать продукты глубокой степени готовности с высокой добавленной стоимостью, а также многолетний опыт и качество производимой продукции позволили предприятию выйти на зарубежные рынки («Фуд Тим» эффективно работает с Республикой Беларусь, Арменией, Азербайджаном, ОАЭ, Грузией).

План выхода на экспорт дал компании импульс начать реализацию амбициозного проекта по строительству нового многофункционального рыбоперерабатывающего комплекса, производительностью в 600 тонн готовой продукции в месяц. В ближайших планах «Фуд Тим» – увеличение доли экспортных поставок продуктов собственного производства с высокой добавленной стоимостью, что позволяет создать дополнительные рабочие места в регионе и увеличить налогооблагаемую базу.

Экспортный фокус предприятия сконцентрирован на странах Таможенного Союза, Латинской

Америки, Ближнего Востока и Северной Африки, Юго-Восточной Азии.



Для продвижения на рынки этих групп стран на производстве внедрена система адаптации линейки продуктов к местным вкусовым особенностям и предпочтениям рынков.



От идеи до реализации компании «Фуд Тим» помогал и помогает Российский экспортный центр, Фонд поддержки экспорта Московской области, Национальный союз экспортеров продовольствия.

«Фуд Тим» благодарит все перечисленные организации за поддержку, сопровождение, обучение и открытие новых возможностей.

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.



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



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

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.



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 Favaio как одного из важнейших эталонов в национальной категории вин и, как, например, в случае Port Wine, расширять свой международный рынок.

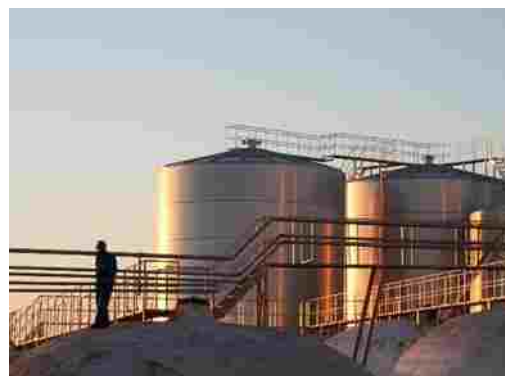


Adega Cooperativa de Favaio была основана в 1952 году сотней фермеров, которые очень усердно работали, чтобы осуществить свою мечту. Со временем их число выросло, и сегодня кооператив насчитывает более 550 участников.

К 1930 году производство мускателя и портвейна было настолько интенсивным и

неконтролируемым, что заставило реформировать сектор.

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



Фермеры сочли это правило несправедливым, поскольку добавление винного спирта необходимо для производства мускателя. Виноделы были недовольны и заявили Каса-ду-Дору, что они не принимают во внимание особое положение Фавайуш. За последующие 20 лет мало что изменилось.

Эти ограничения в производстве побудили группу фермеров вновь представить вопрос перед Каса-ду-Дору, и они обратили основное внимание на несправедливое законодательство в отношении мускателя. Решением этой проблемы было создание ассоциации виноградарей, которая стала началом Adega Cooperativa de Favaio.

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

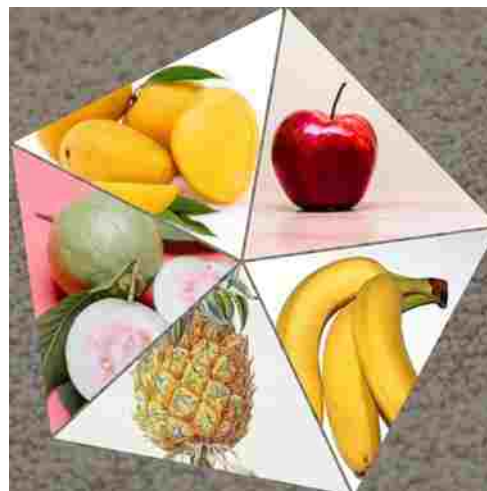


Buenafe Global Private Limited - компания индийского происхождения, поставляющая качественную продукцию с 2022 года. Расположенная в самом сердце штата Раджастан, компания занимается различными органическими, неорганическими, сырыми и готовыми продуктами по всему миру. Наши ключевые продукты включают 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.

семена фенхеля, семена пажитника, звездика, перец и тамаринд.



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,*



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: arahsar.ajay11@gmail.com,
gaurav.business101@gmail.com

НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

Итоги MAP Russia 2025:

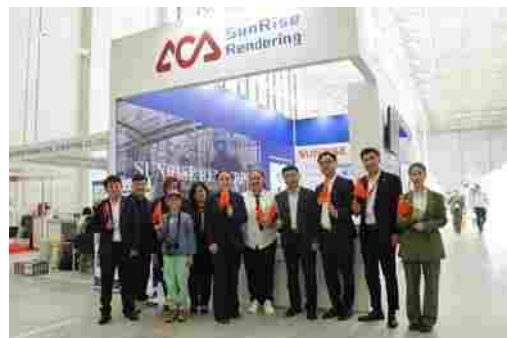
единая платформа для государства, науки и мирового бизнеса повысила свою эффективность

С 27 по 29 мая 2025 года в Москве прошло одно из важнейших ежегодных отраслевых событий — Международная специализированная выставка **«Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / Meat and Poultry Industry Russia»**. Это мероприятие стало значимым событием для производителей животного белка в России.



Выставка **«Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia»** проводится в России с 2001 года и признана игроками мясного рынка важнейшим мероприятием 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.

Участие в выставке **MAP Russia 2025** предоставило множество возможностей представителям отрасли. Налаживание профессиональных контактов позволило расширить клиентскую базу и укрепить позиции на рынке. Знакомство с актуальными трендами помогло предвидеть востребованность продукции и адаптировать производство под изменяющиеся условия.



Образовательные мероприятия, которые проходили в рамках выставки, дали возможность получить ценные знания от экспертов и лидеров отрасли, что способствует повышению квалификации и развитию бизнеса. Инновационные технологии и оборудование, представленные на выставке, стали базой для значительного повышения эффективности производства и оптимизации процессов.

Обмен опытом с коллегами по цеху позволил обсудить актуальные

проблемы и найти решения, способствующие развитию индустрии. Кроме того, посещение выставки сэкономило время участников, так как за короткий период можно было познакомиться с различными поставщиками и продукцией в одном месте.



Площадка выставки MAP Russia 2025 объединила производителей и дистрибьюторов оборудования и технологий по почти 200 наименованиям категорий продуктов. Среди самых представленных направлений — оборудование для убоя и первичной обработки, выращивания и содержания животных, переработки сырья, а также в сферах разведения и племенного дела, проектирования зданий и сооружений, автоматизации технологических процессов и производства продукции, содержащей животный белок.

Были представлены и более узкоспециализированные отрасли, например, оборудование для очистки паров воздуха от запаха и для производства биотоплива. Строительство животноводческих комплексов было представлено от проектирования и до финального этапа. Сопутствующие сферы — от логистики до рендеринга, оснащения лабораторий, тары и упаковки.

В этом году произошла синергия двух выставочных проектов — одновременно с **MAP Russia 2025** прошла выставка **«Тепло и Энергетика 2025»**, что позволило дополнительно охватить энергетический сектор агропромышленного комплекса: птицеводства, животноводства и кормопроизводства.



Обширная экспозиция представила более 150 компаний-участников из России, Республики Беларусь, Ирана, национальные экспозиции Китая и Турции.



Неотъемлемой частью выставки MAP Russia 2025 явилась ее деловая программа — Саммит «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции». На мероприятии обсуждались глобальные тенденции в отрасли животноводства и птицеводства, вопросы государственной политики по поддержке и развитию АПК

в современных геополитических условиях.



В рамках саммита были выработана консолидированная позиция власти и бизнеса по вопросам, касающимся государственной поддержки производства мяса и альтернативных источников протеина, а также очерчены перспективы развития птицеводства и животноводства в контексте межотраслевого взаимодействия, экспортного потенциала, безопасности и качества продукции.

Партнером Выставки и Саммита в 2025 году выступила Группа НЛМК (Новолипецкий металлургический комбинат) — лидирующий международный производитель высококачественной стальной продукции с вертикально-интегрированной моделью бизнеса. Компания занимается не только производством стали, но и поддерживает сельскохозяйственное производство, реализуя проекты по строительству животноводческих и молочных комплексов, а также производство удобрений.



Особое место в программе Саммита заняла конференция, посвященная 60-летию со дня создания отечественного промышленного птицеводства, на которой собрались первые лица крупнейших предприятий, ученые, представители государственных служб и отраслевых союзов России и стран СНГ: Армении, Беларуси, Казахстана, Таджикистана.



В рамках празднования прошло торжественное награждение более чем 65 участников отрасли. Номинации — «За широкий ассортимент и высокое качество выпускаемой продукции», «За успешное выполнение государственной задачи по обеспечению товарных хозяйств племенной продукцией», «За успешное выполнение государственной задачи по импортозамещению кормовых

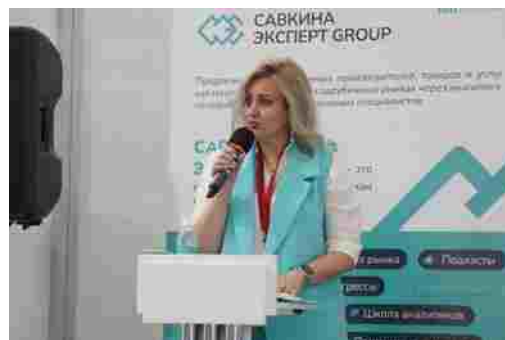
ингредиентов», «За успешное выполнение государственной задачи по импортозамещению ветеринарных препаратов», «За успешное выполнение государственной задачи по импортозамещению оборудования и запасных частей для птицеводства» и «За обеспечение новейшими научными разработками».



Среди тем сессий были биологические риски и продовольственная безопасность, повышение эффективности производства и переработки, маркировка и экспорт, технологии и оборудование, строительство и модернизация, особенности продвижения товаров на маркетплейсах, маркетинг, брендинг и PR.

В рамках деловой программы также прошли сессия «Кадры, экспорт и международная кооперация», HR-форум и Всероссийский съезд ведущих HR-руководителей сельхозпредприятий и отраслевая конференция по оборудованию для энергоснабжения предприятий АПК и тепличных хозяйств «Строительство и модернизация

объектов энергоснабжения на предприятиях АПК: птицеводства, животноводства и кормопроизводства».



Отдельным блоком в рамках программы был выделен «Первый Международный Экспортный Конгресс БРИКС», организованный экспертным агентством «Савкина Эксперт Group». За три дня работы он стал настоящим прорывом в диалоге о международной торговле, инвестициях и сотрудничестве.



В рамках мероприятия его участники обсудили новые рынки, барьеры и возможности, услышали уникальные кейсы от лидеров бизнеса и представителей различных государств, нашли точки роста и синергии между странами.

В рамках Конгресса был дан старт сотрудничеству с Альянсом деловых структур и предпринимателей стран Юго-Восточной Азии B2BASEAN — структурой стран БРИКС — заключено соглашение, направленное на развитие экспорта продукции АПК и поддержку сельхозпроизводителей.



В рамках документа запланировано создание рабочих групп, обмен опытом и реализация совместных проектов по продвижению продукции компаний, отраслевых союзов и ассоциаций на международных рынках.

Соглашение подписали руководители Альянса деловых структур и предпринимателей стран Юго-Восточной Азии B2BASEAN, «Савкина Эксперт Group» и Выставочной компании «Асти Групп».



Также деловая часть международной выставки «Мясная промышленность. Куриный Король.

Индустрия холода для АПК / MAP Russia» включила торжественную церемонию подписания ряда нацеленных на развитие экспорта продукции агропромышленного комплекса и поддержку сельхозпроизводителей соглашений о сотрудничестве между Федеральным центром развития экспорта продукции АПК Минсельхоза России (ФГБУ «Агроэкспорт») и рядом отраслевых союзов и ассоциаций: Национальным Союзом свиноводов, Ассоциацией «Объединение Мясопереработчиков», Национальной ассоциацией производителей индейки (НАПИ) и Национальным Кормовым Союзом (НКС).



В рамках выставки **«Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia»** прошел конкурс «Идеальный Выбор», который компания «Асти Групп» проводит вместе с Национальным союзом защиты прав потребителей.

На конкурс было представлено более 300 образцов продукции. Свидетельствами и знаком «Идеальный выбор потребителя» была удостоена продукция следующих производителей: АО «Птицефабрика Комсомольская», АО «Племптице завод «Хабаровский» и ЗАО «Аракс Трснафабрика».

Помимо российских участников животноводческой отрасли, на выставке были широко представлены иностранные экспоненты, в том числе крупнейшие компании из Китая, Турции, Индии, Беларуси, Италии и других стран. «Несмотря на все сложности последнего времени, новые вызовы, выставка «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия Холода для АПК / MAP Russia 2025» прошла успешно.



Как и всегда, мы постарались удовлетворить все последние запросы отрасли и готовы продолжать быстро реагировать на изменения, происходящие на рынке, приглашать новых поставщиков средств производства для животноводства и птицеводства как из России, так и из любых других стран, которые смогут обеспечить сектор современными, высокотехнологичными и доступными решениями.

Ждем отзывов и комментариев участников и гостей выставки, чтобы и в 2026 году представить рынку только

самые актуальные тренды», — прокомментировала руководитель выставочной компании «Асти Групп», Наринэ Багманян.



Выставка **«Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia»** прошла при поддержке Минсельхоза РФ, Россельхознадзора, Российского экспортного центра, ведущих отраслевых институтов, союзов и ассоциаций.

В 2026 году мероприятие вновь состоится в Выставочном комплексе «Тимирязев Центр», с 19 по 21 мая.

Полный отчет о выставках и Саммите размещен на сайтах www.meatindustry.ru, www.holodexpo.ru и www.mapsummit.ru

*Пресс-служба
выставочной компании
«Асти Групп»*

10-12 сентября 2025

г. Оренбург



Правительство
Оренбургской области



Министерство сельского хозяйства, торговли,
пищевой и перерабатывающей промышленности
Оренбургской области

МЕНОВОЙ ДВОР

40-я агропромышленная
выставка-форум

По вопросам
участия в выставке:
+7 (347) 246-42-00
mendvor@bvkexpo.ru

По вопросам участия
в форуме:
+7 (347) 246-42-81
kongress@bvkexpo.ru



Food & Drinks Malaysia 2025



С 1 по 3 июля 2025 г. в г. Куала-Лумпуре в Малайзийском международном торгово-выставочном центре (MITEC) состоялась выставка **Food & Drinks Malaysia**.



В настоящее время **Food & Drinks Malaysia** — это масштабное B2B-мероприятие, которое уже оказало значительное влияние на отрасль.

Благодаря впечатляющему успеху своего дебютного выпуска, в котором приняли участие более 300 экспонентов и более 8000 посетителей, выставка стала уникальным местом встречи экспертов, профессионалов и других представителей сферы продуктов питания и напитков.



Как подчеркнул директор выставки **Анри Тан**, Малайзия продолжает оставаться стратегическим центром торговли в странах АСЕАН благодаря своей прочной основе в сфере агропродовольственных товаров, экосистеме сертификации халяль и динамичному потребительскому рынку. Эти преимущества делают страну идеальной стартовой площадкой для

компаний, стремящихся к росту в Юго-Восточной Азии и за её пределами.



На выставке **Food & Drinks Malaysia** был представлен широкий ассортимент продукции, в первую очередь готовые продукты и напитки, рыба и морепродукты, кондитерские изделия, замороженные продукты, снеки, халяльная продукция, а также услуги по упаковке и переработке.



В выставке приняли участие около 500 производителей из Малайзии и других стран. Мероприятие посетили 15 тысяч специалистов из разных стран, включая Россию, Сингапур, Соединенные

Штаты, Китай, Японию, Индию, Индонезию, Южную Корею, Таиланд, Филиппины, Шри-Ланку и другие страны.



Российские и другие зарубежные посетители обратили особое внимание на продукцию малайзийского сельского хозяйства: ананасы, другие тропические фрукты и, конечно же, дуриан.

Как оказалось, в настоящее время существуют сорта дуриана, которые практически не имеют специфического запаха или имеют очень слабый запах, но при этом сохраняют неповторимый вкус продукта.



Малайзийские производители производят также массу кондитерских изделий с начинкой из дуриана: конфеты, шоколад, нугу. И если с дурианом нельзя заходить в самолет, в гостиницу и даже в автобус, то эти продукты таких ограничений не имеют и могут свободно перевозиться по стране, а также экспортироваться в другие страны.

Весьма разнообразно были представлены кондитерские и мучные изделия, чай, снеки и другая продукция малайзийского производства.



Из зарубежных экспозиций наиболее полно был представлен Китай. Китайские производители представили широкий ассортимент приправ (соусы, уксус, специи и пр.), безалкогольных напитков, мороженого и даже организовали дегустацию пекинской утки.



Достаточно широко были представлены производители из Индии,

Таиланда, Турции, Кореи, а также других стран, причем не только азиатских.



В ходе выставки состоялось первое в Малайзии **Шоу Шоколада**, которое было организовано совместно с известным парижским Салоном шоколада.



Это эксклюзивное шоу объединило национальных и международных шоколатье, предлагая информацию о тенденциях, инновациях и продуктах премиум-класса, формирующих мировой рынок шоколада.

В ходе выставки был также проведен **Глобальный Малайзийский Кулинарный конкурс**, (Global Culinary Challenge Malaysia (GCCM)).



В конкурсе приняли участие более 1000 лучших шеф-поваров и молодых талантов со всего мира, которые продемонстрировали инновационные техники и гастрономическую креативность мирового уровня.

Состоявшийся в ходе выставки **Форум Халяль** позволил получить ценную информацию об одном из самых динамичных и быстрорастущих секторов мировой пищевой промышленности.

Поскольку потребительский спрос на сертифицированную продукцию халяль продолжает расти, что обусловлено как религиозными, так и этическими потребительскими предпочтениями, организаторы выставки предоставили специализированную площадку для изучения последних тенденций и инноваций на рынке халяльной продукции.



На форуме были проанализированы тенденции рынка, что весьма важно для компаний, стремящихся сохранять конкурентоспособность и соответствовать меняющимся условиям в сфере глобальной индустрии халяль.

В настоящее время Россия импортирует из Малайзии пальмовое масло и – в небольших количествах – снеки. Однако ассортимент малайзийской агропродовольственной продукции в реальности намного шире и интересней, в чем наглядно убедились посетители выставки из России.

*Особую благодарность хочется выразить г-ну **Чонг Нину** и г-же **Соне Шарма** за их высокий профессионализм и отличную организацию визита российских посетителей на **Food & Drinks Malaysia 2025**.*

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.

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

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Как производителю провести мониторинг ассортимента торговой сети и найти свое место на полке

Для любого производителя, стремящегося эффективно сотрудничать с торговыми сетями для того, чтобы профессионально предложить свои товары и показать выгоды сети от принятия этого предложения необходимо понять, а что сейчас происходит на полке и почему товар имеет право попасть на полку? Для решения этой задачи мониторинг ассортимента является важнейшим этапом. Комплексный мониторинг позволяет не только понять структуру ассортимента и ценовую политику ритейлера, но и найти потенциальные точки роста, обосновав тем самым необходимость введения в матрицу своего продукта.

Мой опыт проведения консалтинговых проектов по повышению эффективности сотрудничества поставщиков с торговыми сетями показывает, что зачастую мониторингу уделяют недостаточно внимания. Часто мониторинг проводит менеджер по работе с сетями (далее «КАМ»), непосредственно перед переговорами забежав в один из магазинов сети, или же «полевой» сотрудник, который присылает КАМу отчет, который КАМ, возможно, проанализирует.

Подробнее об этом и других инструментах, помогающих повысить эффективность сотрудничества с ритейлом я расскажу на on-line курсе

«Категорийный менеджмент PCR. Стратегии экспертного поставщика».

<https://www.liga-commersantov.ru/catmen-dly-postavshika-pcr>

В реальности мониторинг полки сети – высокотехнологичный процесс, в котором практически нет не важных этапов. Рассмотрим алгоритм проведения мониторинга.

1. Алгоритм проведения мониторинга

Шаг 1. Определение целей и задач мониторинга

Мониторинг может проводиться для контроля текущей ситуации, для оценки уровня цен, для контроля промо активностей, для изменения в представленности или выкладке конкурентов и т.д. При оценке возможности ввода новых товаров проводится полный мониторинг, в ходе которого необходимо понять роль категории, значимость различных брендов, роли товаров и найти точки роста категории.

Шаг 2. Подготовка и составление плана мониторинга

Перед проведением мониторинга необходимо определить:

- В каком формате магазинов, на какой территории и в какой период времени будет проводиться мониторинг.
- Каковы основные и дополнительные признаки, которые соответствуют дереву принятия

решений покупателем (например, жирность и объём для категории молока) и транслируются ритейлером на полку магазина при формировании планогрaмм.

- Какова основная линейка товаров (самая продаваемая группа товаров по основному и дополнительному признаку. Чаще всего она представлена на полке в широком ассортименте).

- Каков ценовой диапазон для основной линейки товаров. Анализ ценового диапазона позволяет понять, как категорийный менеджер оценивает целевые группы своих покупателей и их уровень доходов.

При постановке задач на мониторинг необходимо четко поставить исполнителю задачи, какие документы должны быть подготовлены по результату и на какие вопросы должны быть даны ответы.

Шаг 3. Проведение мониторинга в магазинах

При исследовании категории нужно посетить как минимум пять магазинов, удалённых друг от друга. Это позволит избежать влияния локальных особенностей и провести более объективный анализ. Исследование полки должно проводиться в динамике, как минимум в течение двух недель, с регулярными посещениями.

Мониторинг должен включать:

- Анализ представленных брендов и товаров: фиксируем количество фейсингов, уровни полок и виды оборудования.

- Ценовой анализ: оценивается ценовой диапазон, делится на сегменты

и товары по регулярным розничным ценам распределяются по сегментам.

- Конкурентный анализ: оценивается уровень цен на различные товары в сети

относительно цен соседних магазинов. На основании этого анализа можно сделать выводы об общем ценовом позиционировании категории и ролях товаров.

- Анализ промо-акций и специальных предложений: фиксируем товары, участвующие в акциях, их цену до и после акции, а также механику и длительность.

Шаг 4. Систематизация полученной информации и корректировка результатов

Собранные данные необходимо структурировать и проанализировать. Важно оценить роли представленных брендов и товаров на полке. В категорийном менеджменте выделяют пять ключевых ролей:

Товары первой цены — привлекают покупателей, ориентированных на экономию.

Имиджевые товары — формируют восприятие магазина как эксперта.

Товары-индикаторы ценового позиционирования (KVI) — ключевые товары с высокой узнаваемостью, по которым покупатели делают выводы об уровне цен в магазине.

Ассортиментные товары — закрывают основные потребности покупателей.

Нишевые товары — удовлетворяют специальные запросы.

При этом товары первой цены и имиджевые товары не входят в ценовой

диапазон категории. Если выявлены такие товары, результаты мониторинга необходимо пересчитать, уменьшив диапазон

Шаг 5. Оформление результатов мониторинга

Потребителями результатов мониторинга могут быть различные сотрудники: КАМы, руководители, маркетологи, трейд маркетологи, мерчендайзеры и т.д. Поэтому после завершения мониторинга необходимо провести оценку собранных данных и составить отчёт в принятой в компании единой форме.

В отчёте, как правило, указывается:

- Распределение ассортимента основной линейки и категории в целом по ценовым сегментам.
- Количество фейсингов и полок для категории и каждого бренда.
- Участие товаров в акциях и индекс розничных цен (уровень цен в сети относительно цен в магазинах конкурентов).

Информацию об изменениях, произошедших в магазине с даты последнего мониторинга.

Этот комплексный подход к мониторингу ассортимента позволяет не только глубоко изучить структуру полки, но и предоставить информацию, которая позволит найти потенциальные возможности для внедрения своего продукта, что мы рассмотрим в следующем блоке.

2. Обработка результатов мониторинга

После завершения мониторинга ассортимента торговой сети основная

задача КАМа — интерпретация полученных данных. Важно не только собрать информацию о представленности товаров и ценовых сегментах, но и понять структуру ассортимента и задачи, которые категорийный менеджер сети ставит перед категорией, производителями, брендами, отдельными товарами. С помощью каких инструментов он достигает этих целей.

Шаг 1. Анализ данных о представленных брендах и их ролях

Сначала необходимо оценить, как распределены бренды и товарные линейки в категории. На основе результатов мониторинга можно определить:

- Какие бренды занимают лидирующие позиции по количеству фейсингов и месту на полке.
- Как распределяются товары по ролям: KVI, товары первой цены, имиджевые и ассортиментные.
- Какие бренды обладают наибольшим присутствием в ключевых сегментах и почему.

Пример из проекта: В категории «молоко пастеризованное» исследуемая торговая сеть использует стратегию распределения брендов по жирности и объёму упаковки, выделяя товары основной линейки на лучших полках. Бренды с высокой узнаваемостью занимают центральные позиции, а нишевые товары расположены ниже или на дополнительных полках.

Шаг 2. Определение отклонений в ценовых сегментах и ассортиментах

Полученные данные по ценовым сегментам необходимо сравнить с

рыночными ожиданиями покупателей, ценовыми диапазонами категории в магазинах аналогичного формата, правилами категорийного менеджмента и внутренними стандартами, если о них есть информация. Это помогает понять:

Соответствует ли распределение товаров по ценовым сегментам стратегии категории, которую, по нашим оценкам, должен реализовать категорийный менеджер.

Есть ли отклонения в уровне цен у товаров одной линейки, что может указывать их различные роли или на ошибки в позиционировании или маркетинговой стратегии.

Пример из проекта: В ходе мониторинга обнаружилось, что некоторые товары не соответствуют установленным ценовым сегментам, например, молоко жирностью 2,5% стоит ниже аналогичного товара жирностью 1,5%. Это может указывать на приоритетность одной линейки перед другой.

Шаг 3. Анализ участия товаров в акциях и промо-мероприятиях

Понимание того, какие товары активно участвуют в промо, позволяет оценить стратегию сети по стимулированию спроса. Важно выяснить:

Как часто и кто из конкурентов использует промо на ключевые товары (KVI и товары категории А (АХ)).

Насколько эффективно действуют акции по привлечению покупателей в категорию.

Пример: В сети промо в основном направлено на ТОПовые товары, на которые делаются не очень большие скидки (15-20%), но это при

эластичном спросе существенно влияет на продажи. Это позволяет формировать восприятие сети целевыми группами покупателей как место совершения выгодных покупок.

Шаг 4. Оценка выкладки и товарного соседства

При мониторинге важно анализировать не только ассортимент и цены, но и порядок выкладки товаров. Особенности размещения могут оказывать значительное влияние на продажи, и ошибки в этом аспекте могут снижать эффективность работы категории. В моей книге «Арифметика категорийного менеджмента» я привожу результаты исследования зависимости уровня продаж от выкладки (номера полки на стандартном стеллаже и количества фейсингов). Исследования показали, что просто переставив товар с нижней полки на «золотую» и поставив рядом еще одну упаковку можно увеличить продажи в 5 с лишним раз.

Пример: В исследуемой сети обнаружено, что пастеризованное молоко с жирностью 2,5% и 3,2% в основном выставлено корпоративными блоками одного литража. При этом блоки размещены на разных полках с различной степенью дублирования, что дает брендам с большей выкладкой на лучших местах конкурентное преимущество.

Шаг 5. Подготовка рекомендаций

На основе проведенного анализа можно сделать выводы о том, какие корректировки следует внести:

- Какие товары нужно убрать из ассортимента или переместить на другие полки.

- Какие бренды или линейки требуют усиления или расширения.

- Какие изменения можно внести в ценовую политику и стратегию промо.

Пример: В категории «молоко пастеризованное» стоит увеличить оценить, сравнив результаты работы формата со статистикой других магазинов, не являются ли лидеры категории «искусственно выращенными» и нет ли смысла увеличить количество фейсингов для других наиболее популярных товаров, а также пересмотреть расстановку продукции с акцентом на выделение основной линейки и товаров KVI.

Результаты анализа мониторинга должны быть представлены в виде отчета, который включает подробное описание текущей ситуации в категории и конкретные рекомендации по корректировке ассортимента и стратегии. Такой подход позволяет производителю эффективно взаимодействовать с торговой сетью, демонстрируя понимание ситуации и предлагая решения, которые помогут оптимизировать категорию и повысить её прибыльность, а также, на основе выявленных возможностей роста категории обосновать необходимость корректировки тактики продаж и ассортимента самого производителя.

3. Поиск точек роста по результатам мониторинга

После проведения мониторинга и анализа результатов можно переходить к поиску точек роста и оптимизации ассортимента с использованием продукции производителя. Рассмотрим, как это

делается на примере категории «молоко пастеризованное» в выбранной торговой сети.

Шаг 1. Определение принципов управления категорией

Анализ показал, что категорийный менеджер оценивает категорию как основную, брендовую в рамках которой ассортимент должен быть выстроен на уровне основных конкурентов, чтобы «покупатель не ушел». Менеджер считает, что, так как покупатель часто покупает молоко, он знает цены на основные бренды, поэтому вне промо периодов на ТОПовые товары надо держать цены на уровне конкурентов, периодически проводя на них промо акции с незначительным дисконтом. На остальные товары поддерживается стандартная наценка без регулярного мониторинга конкурентов с целью «добора маржи». На полке есть товары неизвестных брендов и СТМ, которые являются нишевыми и позволяют делать наценки даже выше, чем на ассортиментные товары.

Принципы категорийного менеджмента рекомендуют распределять товары в таких категориях с акцентом на средний ценовой сегмент, где представлены основные бренды. При этом необходимо по возможности заполнять все ценовые ниши, не предлагая ТОПовые товары по одинаковым ценам.

Пример: В категории «молоко пастеризованное» ключевой задачей является поддержание широкого ассортимента в средней ценовой категории, что соответствует массовому спросу. При этом есть и товары первой

цены и имиджевые товары, что говорит о том, что категория является важной для сети.

Шаг 2. Оценка гармоничности распределения по ценовым сегментам

Для успешного управления категорией важно, чтобы товары были распределены по ценовым сегментам в соответствии с выбором в категории. Как я уже указал, для брендовой соотношения в основной линейке: 25-30%, 40-50%, 25-30%.

На этом этапе проводится оценка:

- Соответствует ли ассортимент принципам гармоничности ценового ряда.

- Нет ли перегруженных сегментов.

- Имеются ли товары, которые не вписываются в текущий ценовой диапазон.

Пример: В сети анализ показал, что в сегменте молока с жирностью 3,2% наблюдается перегруженность товарами в нижнем ценовом сегменте (около 45% от всего ассортимента). В среднем ценовом сегменте 3 молока самых популярных бренда имеют практически одинаковую розничную цену. При этом до следующего по цене товара шаг цены составляет 22,5 рубля. В высоком ценовом сегменте предложение бессистемно и явно недостаточно, хотя в других категориях товары для покупателей с относительно высоким доходом представлены в достаточном ассортименте.

Шаг 3. Разработка предложений по корректировке

ассортимента на основе результатов мониторинга

Если анализ показал, что в категории есть несбалансированность, то следующим шагом является разработка предложений по корректировке ассортимента и внесение изменений в ценообразование. Возможные действия:

Перераспределение товаров в сегментах с учетом потребительского выбора.

Перемещение фокусного ассортимента на товары, соответствующие предпочтениям покупателей.

Разнесение товаров из перегруженных ценовых сегментов за счет повышения цен на менее узнаваемые товары

Ввод в ассортимент новых товаров для заполнения пустующих ассортиментных ниш и ценовых сегментов.

Пример: В результате анализа категории «молоко пастеризованное» было принято решение предложить сети ввод наших товаров в высокий ценовой сегмент, заполнив вакантную ценовую нишу. Для поддержания имиджа эксперта данное решение было одним из решений, которые производитель предложил в качестве эксперта для развития категории. Дополнительные решения: предложения по частичному изменению планограммы, разнесение по цене ТОПовых позиций для предотвращения «каннибализма».

Шаг 4. Поиск возможностей для расширения ассортимента и внедрения новинок

Одной из стратегий роста является внедрение новых продуктов или расширение существующих линейек. Основываясь на анализе данных, необходимо выявить, какие линейки и товары можно добавить в категорию для улучшения удовлетворения спроса. Для этого необходимо пройти несколько этапов:

Показать, что есть потребители, которым интересны товары с такими свойствами

Показать, что эти покупатели уже ходят в сеть или у сети достаточно ресурсов, чтобы их привлечь

Показать, что в результате привлечения этих групп покупателей важные для закупщика KPI категории вырастут

Пример: В категории «молоко пастеризованное» был выявлен «перегруз» низкого ценового сегмента, что для брендовой категории является ошибкой, и ведет к «каннибализации» внутри сегмента. В то же время тренды рынка, опыт работы производителя с прямым конкурентом сети, исследование целевой аудитории сети и существующего ассортимента показал, что ассортимент молока с добавлением витаминов и безлактозного представлен недостаточно широко. Эти продукты могли бы занять нишу в среднем и высоком ценовом сегменте, что позволило бы увеличить привлекательность категории для целевой аудитории.

Шаг 5. Оптимизация ценового ряда и проведение промо

Для максимизации прибыли важно соблюдать оптимальный шаг цен

между товарами, чтобы избежать «паралича выбора» у покупателей. Также важно эффективно использовать промо-акции для стимулирования продаж ключевых товаров.

Пример: В ходе анализа было замечено, что три товара в категории молока в упаковке объёмом 1 литр имеют схожую цену, что перегружает сегмент. Для улучшения ситуации рекомендуется увеличить ценовой шаг между ними. Кроме того, было предложено снизить промо нагрузку на известные бренды, проводя промо с более глубокими скидками на высоко маржинальные товары и новинки.

Заключение

Как видите, мониторинг, на который были корректно поставлены задачи, выработаны регламент проведения и формы отчетов, а также проведен анализ по технологии категорийного менеджмента позволил выявить точки роста в категории и дал КАМу аргументы, которые позволят убедить закупщика торговой сети ввести в ассортиментную матрицу новые товары.

Более подробную информацию о категорийном менеджменте и работе производителей с торговыми сетями Вы можете найти на моем сайте www.liga-commersantov.ru

*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