

АГРОС



№ 3, 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

Генеральный директор Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций д-р Цюй Дунъюй

Вместе – навстречу лучшему будущему. Построение агропродовольственных систем, ориентированных на четыре направления улучшений 4

Новости

В России упрощена процедура подтверждения происхождения товаров: решения приняты по инициативе Комиссии при ФТС 7

Правительство выделит 1,5 млрд рублей на работу региональных центров поддержки экспорта 7

Правительство продлило экспортные пошлины на подсолнечник и продукты его переработки до 2028 года 8

Правительство России установило экспортную пошлину на масличный лен 8

Правительство России продлило квоты на вывоз минудобрений до мая 2026 года 9

Россия в 2025 году впервые поставила в Индию рапсовое масло 9

Россия поставила рекорд по поставкам рапсового масла в Тунис 9

Анонсы

XX Международная бизнес-конференция «Современное хлебопечение – 2025» 10

Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика 13

Ближнее зарубежье 15

Дальнее зарубежье 18

Российские компании на внешних рынках

«ФУД ТИМ» – рыбная компания 19

Настоящий подарок Алтая 21

Холдинг «АЛТАМАР» 23

Наши зарубежные партнеры

ADEGA DO FAVAIOS 26

Dilbahar's с 1964 года 28

Buenafe Global 29

Shyam Dhani Industries Limited 31

Saffron Heaven 33

IIAU Global Trade 35

Новости выставочной сферы

Векторы экономического успеха птицеводства и свиноводства обсудят в Ереване 36

World Food India 2025 38

ASEAN Food & Beverages Exhibition 2025 42

Рекомендации эксперта

К.Семенко Географические указания и наименования мест происхождения товаров. Перспективы и риски 43

Практические вопросы продвижения продукции

С.Илюха Три ошибки в работе с сетью 47

ТЕМА НОМЕРА

ВМЕСТЕ – НАВСТРЕЧУ ЛУЧШЕМУ БУДУЩЕМУ ПОСТРОЕНИЕ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ СИСТЕМ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ЧЕТЫРЕ НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЙ

*Генеральный директор Продовольственной и сельскохозяйственной
организации Объединенных Наций д-р Цюй Дунъюй*



В этом году во Всемирный день продовольствия отмечается 80-я годовщина учреждения Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО), мандат которой с момента ее создания заключается в избавлении человечества от нужды.

Сегодня от хронического недоедания страдает около 8,2 процента мирового населения. Для сравнения, в 1946 году, согласно первому Обзору мирового продовольственного положения, проведенному ФАО в первые месяцы ее существования, в районах, не обеспеченных достаточным количеством продовольствия, проживало примерно две трети населения планеты. Несмотря на то, что

с тех пор численность населения увеличилась более чем втрое, в 2025 году в мире производится более чем достаточно калорий, чтобы накормить каждого.

И сегодня, отмечая этот день и размышляя о проблемах прошлого, настоящего и будущего, я вспоминаю один вывод из того давнего исследования: "Выбор стоит между движением вперед и движением назад".

ФАО и ее страны-члены добились многого: они искоренили вирус чумы крупного рогатого скота, создали "Кодекс Алиментариус" и стандарты безопасности пищевых продуктов, почти в три раза увеличили урожайность риса в мире после создания Международной комиссии по рису в конце

1940-х годов, заключили международные договоры о методах ведения рыболовства и генетических ресурсах, создали системы раннего предупреждения и мониторинга для снижения риска распространения вредителей и болезней растений и животных, создали и поддерживают функционирование Системы информационного обеспечения рынков сельскохозяйственной продукции для содействия торговле, а также разработали руководящие принципы правильного питания, направленные на борьбу не только с отставанием в росте, но и с избыточным весом – все более распространенным явлением в мире.

Когда в 2019 году начались нашествия пустынной саранчи, совпавшие с пиком пандемии COVID-19, был мобилизован 231 млн долл. США для смягчения последствий этого кризиса, что в конечном итоге позволило сэкономить 1,77 млрд долл. США и обеспечить продовольствием более 40 млн человек в 10 странах.

Заслуги в достижении таких успехов безусловно принадлежат нашим членам, которые неуклонно поддерживают идею о том, что свободный от голода мир будет лучше для всех – богатых и бедных, живущих на Севере и Юге. Эти и другие успехи показывают, чего возможно достичь, когда страны объединяют знания и ресурсы, когда есть политическая воля и налаживаются эффективные партнерские отношения.

Все более насущной задачей становится сохранение духа сотрудничества, существовавшего на

протяжении последних 80 лет; мировые агропродовольственные системы сегодня взаимосвязаны как никогда: более чем пятая часть всех калорий потребляется не в стране производства. А угрозы для этих агропродовольственных систем, обусловленные климатическими потрясениями, вредителями и болезнями, экономическим спадом или последствиями конфликтов, не ведают границ и могут свести на нет многолетний прогресс в борьбе с голодом и неполноценным питанием. Распространение высокопатогенного гриппа птиц (более известного как птичий грипп), кукурузной лиственной совки и саранчи свидетельствует сегодня о том, что ни одна страна не может бороться с такими трансграничными угрозами, действуя в одиночку.

Мы должны сделать так, чтобы свыше миллиарда человек, занятых в агропродовольственных системах, которые обеспечивают нас продовольствием, были невосприимчивы к внешним воздействиям и могли выдерживать и преодолевать риски, с которыми они постоянно сталкиваются.

У нас есть технологии, проверенные финансовые механизмы, а также благоприятные меры политики, ноу-хау и возможности для скорейшего достижения цели искоренения голода. Обеспечение доступа к рынкам является ключевым фактором как для снижения степени неравенства, подрывающего невосприимчивость к внешним воздействиям, так и для обеспечения наличия продовольствия там, где оно

необходимо. Полноценное участие в рыночных отношениях означает доступ к засухоустойчивым семенам, нормам устойчивого рыболовства и лесного хозяйства, согласованным фитосанитарным стандартам, цифровым технологиям, инновационным инструментам для управления ресурсами и системам раннего предупреждения.

У нас созданы условия для масштабирования и ускорения выполнения нашей задачи. Инициатива ФАО "Рука об руку" выявляет и определяет приоритетными возможности для инвестиций там, где нищета и голод наиболее распространены, а сельскохозяйственный потенциал наиболее высок. Инициатива ФАО "Одна страна – один приоритетный продукт" оказывает поддержку уникальным национальным сельскохозяйственным продуктам для создания устойчивых агропродовольственных систем и процветания сельских районов. В рамках программы сотрудничества Юг – Юг и трехстороннего сотрудничества признается, что многие развивающиеся страны стали основными движущими силами международного развития и экономического регулирования, и оказывается содействие инвестиционной деятельности и партнерству. Инициатива "Цифровые деревни" направлена на то, чтобы позволить фермерам всего мира использовать цифровые технологии, расширить доступ к возможностям электронной торговли и сократить цифровой разрыв. А Глобальный альянс

против голода и нищеты "Группы двадцати" объединяет страны и партнеров для мобилизации действий и инвестиций в целях искоренения голода и сокращения масштабов нищеты во всем мире. Эти, как и многие другие, инструменты дают хорошие результаты, если применять их эффективно и рационально, но еще лучше, когда они применяются последовательно и систематически.

Мы в ФАО реализуем эту концепцию в рамках четырех направлений улучшений: улучшение производства, чтобы фермеры могли производить больше, используя меньше ресурсов; улучшение качества питания, поскольку качество не менее важно, чем количество; улучшение состояния окружающей среды, чтобы сохранять здоровье экосистем и их многочисленные преимущества; и улучшение качества жизни для всех, чтобы сельские сообщества могли жить достойно и расширять свои возможности. Добиваясь улучшений по четырем направлениям, мы следуем принципу "никто не должен остаться без внимания".

Если мы не будем стремиться достичь этих целей, начнется регресс. Сегодня, 80 лет спустя, голод по-прежнему не искоренен, но ситуация может измениться. Руководствуясь общей целью, мы можем – и должны – двигаться вперед. Продолжая сотрудничать, мы сможем наконец добиться цели искоренения голода. Во имя будущего укрепления всеобщей продовольственной безопасности.

НОВОСТИ

В России упрощена процедура подтверждения происхождения товаров: решения приняты по инициативе Комиссии при ФТС

В рамках работы постоянной Комиссии по вопросам классификации и страны происхождения товаров Экспертно-консультативного совета по реализации таможенной политики при ФТС России была инициирована системная работа по совершенствованию таможенного законодательства.

Основная цель — упростить процедуру подтверждения происхождения товаров, в отношении которых действуют повышенные ставки ввозных таможенных пошлин при импорте из недружественных стран.

По результатам совместной работы:

9 сентября 2025 года вступило в силу Постановление Правительства РФ №1341 «О дополнительных мерах по реализации Указа Президента РФ от 8 марта 2022 года № 100»;

6 октября 2025 года вступили в силу приложения 1-2 к Приказу ТПП РФ от 26.09.2025 № 67 «Положение о порядке выдачи сертификатов о происхождении товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации», «Порядок определения стоимости идентификации товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации».

Кроме того, на площадке Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) ведется работа по внесению

изменений в непреференциальные правила определения происхождения товаров, утверждённые решением Совета ЕЭК от 13 июля 2018 года №49. Новые предложения направлены на дальнейшее упрощение и унификацию процедуры подтверждения происхождения товаров в рамках Союза.

Принятые решения стали результатом конструктивного взаимодействия между бизнесом и государственными структурами и позволили решить проблему подтверждения происхождения товаров в случаях, когда выдача сертификатов о происхождении товаров с указанием конечной страны назначения затруднена. Это позволит участникам внешнеэкономической деятельности избежать уплаты повышенных ставок ввозных таможенных пошлин и повысит предсказуемость деловой среды

Правительство выделит 1,5 млрд рублей на работу региональных центров поддержки экспорта

Правительство продолжает развивать инфраструктуру, необходимую для поддержки малых и средних компаний, выходящих на внешние рынки. В 2025 году 75 российских регионов получат финансирование на организацию работы центров поддержки экспорта, которые помогают бизнесу развивать международные связи. Распоряжение о выделении на эти цели 1,5 млрд рублей

подписал Председатель Правительства Михаил Мишустин.

Средства будут выделены из резервного фонда Правительства. Благодаря такой финансовой поддержке до конца 2025 года предполагается заключить экспортные контракты с участием 1,1 тыс. малых и средних предприятий.

Работа идёт в рамках федерального проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта», который входит в состав нового национального проекта «Международная кооперация и экспорт».

Правительство продлило экспортные пошлины на подсолнечник и продукты его переработки до 2028 года

Экспортные пошлины на семена подсолнечника, подсолнечное масло и шрот продлены до 2028 года. Решение призвано укрепить перерабатывающий сектор, обеспечить предсказуемость ценообразования и сохранить доступность продукции для внутреннего рынка.

До 31 августа 2028 года продлевается срок действия экспортной пошлины на семена подсолнечника в размере 50%, но не менее 32 тыс. руб. за тонну. Также сохраняются плавающие ставки вывозных таможенных пошлин на подсолнечное масло и подсолнечный шрот. Они рассчитываются как 70% от разницы между индикативной и базовой экспортными ценами.

Меры направлены на поддержку переработки и стабильности рынка. Временные ограничения продолжают

действовать на вывоз продукции из России за пределы Евразийского экономического союза.

Как отмечают в правительстве, решение направлено на стимулирование внутренней переработки масличных культур, обеспечение стабильности цен на внутреннем продовольственном рынке и поддержание доступности подсолнечного масла для населения и шрота для животноводства.

Продление мер также должно повысить предсказуемость условий работы для участников рынка и укрепить позиции российского масложирового комплекса на мировом уровне.

Правительство России установило экспортную пошлину на масличный лен

Правительство России установило временную экспортную пошлину на масличный лён и утвердило региональные квоты на вывоз кукурузы, сообщила пресс-служба кабмина.

"Правительство ввело временную таможенную пошлину на вывоз масличного льна из России за пределы Евразийского экономического союза. Согласно подписанному постановлению, ставка вывозной пошлины составит 10% от таможенной стоимости сырья", - сообщила пресс-служба.

Решение будет действовать до 31 августа 2026 года, оно направлено на стимулирование загрузки мощностей по переработке льна и поддержку оптимального баланса между внутренним рынком и поставками сырья на экспорт.

Правительство России продлило квоты на вывоз минудобрений до мая 2026 года

Правительство России продлило и скорректировало квоты на вывоз из России минеральных удобрений, говорится на сайте правительства. Они будут действовать с 1 декабря 2025 г. по 31 мая 2026 г. включительно.

Общий объем экспортной квоты составит 18,7 млн т. Из них для азотных удобрений – более 10,6 млн т, для сложных – 8 млн т.

Документом утверждены и правила распределения квот между участниками внешнеторговой деятельности. Квоты не распространятся на поставку удобрений в Абхазию и Южную Осетию, на экспорт в рамках международных транзитных перевозок и на поставки по гуманитарной помощи.

Квоты на вывоз азотных и сложных удобрений были введены с 1 декабря 2021 г. в качестве одной из мер по сдерживанию роста цен на продовольствие в России. Текущий общий объем квот составляет почти 20 млн т до ноября, в том числе для азотных удобрений – более 12,3 млн т, для сложных – свыше 7,6 млн т.

Россия в 2025 году впервые поставила в Индию рапсовое масло

Россия в 2025 году впервые экспортировала рапсовое масло в Индию - в объеме 1,5 тыс. тонн на сумму \$1,6 млн. Об этом сообщил

руководитель Федерального центра "Агроэкспорт" Илья Ильюшин.

"В 2025 году Россия впервые за всю историю наблюдений поставила рапсовое масло в Индию - 1,5 тыс. тонн на \$1,6 млн. Ранее поставок зафиксировано не было", - сказал Ильюшин.

Он также сообщил, что по данным Министерства торговли и промышленности Индии, в 2025 году страна начала активно закупать рапсовое масло. "По данным индийской таможни, за полгода Индия закупила данного вида масла на сумму более \$15 млн, что почти в семь раз больше, чем за аналогичный период прошлого года", - сообщил Ильюшин.

Россия поставила рекорд по поставкам рапсового масла в Тунис

С января по сентябрь 2025 года из России в Тунис было поставлено около 19 тысяч тонн рапсового масла. Об этом Федеральный центр "Агроэкспорт" сообщил в своем Telegram-канале.

За указанный период сумма экспорта составила более 18 млн долларов. При этом за весь 2024 год данной продукции было поставлено порядка 6,5 тысячи тонн, на 5,5 млн долларов.

"Ранее наша страна ввозила рапсовое масло в Тунис только в 2022 году - 5 тысяч тонн на сумму около 9 млн долларов. Таким образом, Россия не просто вернулась на этот рынок, но и установила рекорд по объемам поставок за всю историю наблюдений", - говорится в сообщении.



26-27 ноября 2025 г., Москва, МПА

**XX Международная бизнес-конференция
«СОВРЕМЕННОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ – 2025»
«Хлебопекарное производство в России:
перспективы развития»**

ОРГАНИЗАТОРЫ:



Международная
промышленная академия



Российский Союз
пекарей

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



Министерства сельского хозяйства
Российской Федерации

В ПРОГРАММЕ БИЗНЕС-КОНФЕРЕНЦИИ:

26 ноября (среда)

- Пленарное заседание «Хлебопекарное производство в России: состояние и перспективы»
- Стратегическая сессия «Модернизация хлебопекарных предприятий – новые возможности развития»

27 ноября (четверг)

- Фокус-сессия «Потребительские предпочтения, запросы торговли и ассортиментный ответ отрасли»
- Экспертная сессия «Безопасность и качество – главный приоритет отрасли»
- Круглый стол «Российский Союз пекарей – объединение и развитие отрасли. Федеральный и региональный аспекты работы»
- Награждение победителей Смотра качества хлеба и хлебобулочных изделий «Инновации и традиции – 2025»

В РАМКАХ БИЗНЕС-КОНФЕРЕНЦИИ ПРОЙДУТ:

- **Выставка инноваций** от производителей оборудования, технологий, упаковки;
- **Выставка хлебобулочной продукции** от предприятий-участников Смотра качества хлеба и хлебобулочных изделий «Инновации и традиции – 2025»;
- **Выставка-продажа** отраслевой научно-технической литературы;
- Культурная программа: **Большой Московский государственный цирк** на проспекте Вернадского «И100РИЯ» 26 ноября 2025 г. (по предварительной заявке);
- **Прием** в честь участников конференции и победителей Смотра.

Информацию о конференции и проводимых мероприятиях, а также бланки заявок Вы найдете на сайте академии <http://www.grainfood.ru>

К УЧАСТИЮ ПРИГЛАШАЮТСЯ:

- Руководители и специалисты компаний, хлебокомбинатов и хлебозаводов, пекарен;
- Руководители и специалисты организаций – производителей и поставщиков технологий, оборудования, сырья, материалов, упаковки;
- Представители торговых компаний и оптово-розничных центров;
- Представители региональных органов управления АПК, научных, образовательных, аналитических и других организаций.



ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Предлагаются разнообразные формы участия и поддержки;
- Спонсоры имеют приоритет в выборе заседания и времени выступления;
- Возможность участия в выставке со стендом и в смотре качества с продукцией;
- Возможность демонстрации рекламных роликов и размещения рекламных материалов в пакете участника;
- Возможность неформального общения в кулуарах конференции;
- Возможность проведения деловых встреч и переговоров.



ФОРМАТ И РЕГИСТРАЦИОННЫЙ ВЗНОС БИЗНЕС-КОНФЕРЕНЦИИ

Оргкомитет предлагает возможность личного или онлайн участия в конференции. Регистрационный взнос на участие в бизнес-конференции зависит от формата участия (см. заявку).



МПА. Программа и Номинации смотра:

Ильина Ольга Александровна, ilyina@grainfood.ru, +7 495 959 71 11

Иунихина Вера Сергеевна, iunikhina@grainfood.ru, +7 495 959 66 51

МПА. Регистрация, оформление, финансовые вопросы, аккредитация СМИ:

Масальцева Ольга Ивановна, masaltseva@grainfood.ru, +7 495 959 71 01

Александрова Ирина Львовна, aleksandrova@grainfood.ru, +7 499 235 40 68

Кузнецова Татьяна Валерьевна, kuznetsova@grainfood.ru, +7 499 235 40 68

Чибисова Елена Серафимовна, chibisovaelena@grainfood.ru, +7 495 959 66 86

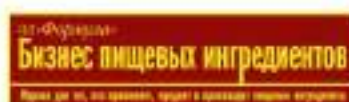
Деканат, Карцева Ольга Павловна, dekanat@grainfood.ru, +7 499-235-95-79

Адрес:

115093, Москва, 1-й Щипковский пер., 20, Международная промышленная академия



Медиа-партнеры.



ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

В сентябре значение Индекса продовольственных цен ФАО несколько снизилось

В сентябре среднее значение Индекса продовольственных цен ФАО, который позволяет ежемесячно отслеживать колебания мировых цен на продовольственные товары, составило 128,8 пункта, что чуть ниже пересмотренного августовского показателя, составившего 129,7 пункта. Данные за сентябрь свидетельствуют о превышении прошлогоднего уровня на 3,4 процента.

По сравнению с августовским уровнем значение Индекса цен на зерновые ФАО снизилось на 0,6 процента. Мировые цены на пшеницу продолжили снижаться третий месяц подряд на фоне ослабления мирового спроса и подтверждения прогноза в отношении крупных урожаев в ключевых странах-производителях. Мировые цены на кукурузу также снизились, что обусловлено ожиданиями значительных объемов предложения, а также временной отменой экспортных пошлин на зерно в Аргентине. Значение Индекса цен ФАО на все виды риса снизилось на 0,5 процента: понижающее давление на рынок оказало сокращение заказов на

поставку со стороны покупателей на Филиппинах и в Африке.

Значение Индекса цен на растительные масла ФАО в сентябре снизилось на 0,7 процента, поскольку снижение котировок пальмового и соевого масел, отчасти обусловленное соответственно наличием достаточных запасов в Малайзии и увеличением экспортного предложения в Аргентине, с лихвой компенсировало рост цен на подсолнечное и рапсовое масла.

Значение Индекса цен на мясо ФАО, напротив, выросло на 0,7 процента по сравнению с пересмотренным августовским показателем и достигло нового рекордного уровня, увеличившись на 6,6 процента по сравнению с предыдущим годом. Такой рост объясняется повышением мировых цен на говядину и баранину на фоне в целом стабильных котировок свинины и мяса птицы. Цены на говядину достигли рекордного уровня, чему способствовал высокий спрос в Соединенных Штатах Америки, где ограниченность предложения на внутреннем рынке и благоприятная ценовая разница продолжали стимулировать импорт.

В сентябре значение Индекса цен на молочную продукцию ФАО снизилось на 2,6 процента. Мировые

котировки сливочного масла упали на 7,0 процента, что отчасти обусловлено ослаблением спроса на мороженое в Северном полушарии и пересмотром в сторону повышения прогноза по производству в Океании. Снижение котировок сухого молока было вызвано в основном менее активным спросом со стороны ключевых импортеров и усилением экспортной конкуренции. Цены на сыр снизились незначительно.

По сравнению с августом значение Индекса цен на сахар ФАО снизилось на 4,1 процента, достигнув минимального с марта 2021 года уровня. Данное падение было обусловлено более высоким, чем ожидалось, объемом производства сахара в Бразилии и благоприятными видами на урожай в Индии и Таиланде вследствие обильных муссонных дождей и расширения посевных площадей.

Аналитики снизили прогноз мирового производства семян подсолнечника в 2025/26 МГ

Аналитики Oil World (Германия) снизили прогноз мирового производства семян подсолнечника в 2025/26 МГ на 0,7 млн тонн в месяц – до 58,7 млн тонн, что все еще превышает результат предыдущего сезона на 3,6 млн тонн.

Как отмечалось, аналитиками был снижен прогноз урожая для ЕС – на 0,5 млн тонн, до 8,75 млн тонн, в частности ожидается сокращение объемов производства во Франции, Болгарии, Румынии и Испании из-за засушливых погодных условий, негативно влияющих на урожайность в указанных регионах. Для сравнения, в

предыдущем сезоне страны блока собрали 8,67 млн тонн подсолнечника.

Также снижен прогноз для Украины – на 0,6 млн тонн, до 12,9 млн тонн, Турции – на 0,1 млн тонн, до 1,18 млн тонн.

В то же время прогноз был повышен для Казахстана и Аргентины – до 2,1 (+0,4) млн тонн и 5,2 (+0,1) млн тонн соответственно.

Мировой экспорт растительных масел в 2025/26 МГ вырастет на фоне активного спроса

Аналитики Oil World (Германия) прогнозируют, что общий мировой экспорт 17 видов растительных масел и жиров в 2025/26 МГ увеличится на 3,3 млн тонн по сравнению с показателем предыдущего сезона, прежде всего за счет увеличения потребностей в этой продукции со стороны США, Индии, ЕС и Китая.

При этом ожидается, что экспортные поставки соевого масла в текущем году сократятся из-за роста внутренних потребностей в Бразилии и США. Поэтому глобальные поставки соевого масла могут быть на 1,2-1,3 млн тонн ниже, чем в 2024/25 МГ, когда фиксировался прирост этого показателя в 3,6 млн тонн.

В то же время мировой экспорт подсолнечного масла в 2025/26 МГ может вырасти на 1,6 млн тонн против зафиксированного в 2024/25 МГ относительно низкого уровня в 14 млн тонн. В то же время наблюдаются достаточно низкие объемы экспорта продукта из Причерноморского региона,

поскольку переработка семян подсолнечника ограничена меньшими, чем ожидалось, урожаями подсолнечника в Украине, России, Турции и Болгарии.

Несмотря на то, что пальмовое масло потеряло свою ведущую роль движителя роста мировой торговли растительными маслами в последние годы, в 2025/26 МГ также ожидается рост его экспорта в мире – на 1 млн тонн в год. За последние два сезона мировые поставки пальмового масла находились на уровне 48,5-48,6 млн тонн, что почти на 7 млн тонн ниже достигнутого в 2016/17 МГ рекорда в 55,4 млн тонн. С этого момента объемы экспорта продукта сдерживаются снижением производства, а также резким ростом внутреннего потребления пальмового масла в странах-производителях, прежде всего в Индонезии.

Казахстан предложил создать единую цифровую платформу аграрной торговли ШОС

Оцифровать аграрную торговлю в ШОС предложил Казахстан. Об этом заявил вице-министр Ермек Кенжеханулы на совещании глав Минсельхозов стран ШОС в Пекине.

«Мы рассматриваем агросферу как пространство стратегического партнёрства, а не конкуренции», — отметил Ермек Кенжеханулы.

Он добавил, что в условиях глобальных вызовов (изменения

климата, роста производственных издержек, деградации почв и водных ресурсов) сельское хозяйство приобретает ключевое значение для обеспечения устойчивости и продовольственной безопасности на пространстве ШОС.

«В этой связи предложено создание единой цифровой платформы аграрной торговли ШОС, включающей механизмы электронной сертификации, логистического мониторинга и отслеживания происхождения продукции», — говорится в сообщении пресс-службы Минсельхоза Казахстана.

Единая цифровая платформа будет включать электронную сертификацию, отслеживание происхождения, логистический мониторинг.

Не менее важным направлением остается активизация научного сотрудничества в области селекции, семеноводства и аграрных НИОКР, включая учреждение координационного центра, проведение совместных исследований и образовательных программ.

По итогам совещания был подписан протокол десятого заседания министров сельского хозяйства государств-членов ШОС, зафиксировавший готовность стран к расширению аграрного взаимодействия.

Ближнее зарубежье

Казахстан начал поставки муки в США: первые партии уже на Amazon

Казахстанская пшеничная мука впервые вышла на рынок США: в Нью-Йорк отправлено 50 тонн продукции под брендом Eurasian Legacy.

Первые партии уже доступны для покупателей на Amazon по цене 14,5 доллара за упаковку весом 1,36 кг. На упаковке стоит маркировка Product of Kazakhstan, что должно повысить узнаваемость казахстанских товаров и укрепить имидж страны как поставщика экологически чистой продукции.

Как отметили в Министерстве торговли и интеграции Казахстана, поставки будут постепенно увеличены до 100 тонн ежемесячно. Мука уже представлена не только на Amazon, но и в Walmart, а также поступила в ряд американских пекарен. Ведутся переговоры о расширении дистрибуции в рестораны, кофейни и локальные сети питания, а также о выходе на полки таких ритейлов, как Costco, Whole Foods и Trader Joe's.

По словам генерального директора QazTrade Айтмухаммеда Алдажарова, Казахстан не ограничивается только поставками муки. В США уже презентованы гречка, гранола, талкан, шоколад и какао, которые вызвали интерес у партнеров в Нью-Йорке, Чикаго и Вашингтоне. Выход на американский рынок стал возможен благодаря открытию в июле

партнерского офиса QazTrade в Вашингтоне, обеспечившего прямой доступ к дистрибьюторам и ритейлерам. В ближайшее время ожидается бизнес-миссия казахстанских производителей для закрепления новых договоренностей.

В Казахстане упростят возврат НДС для экспортеров

Новый Налоговый кодекс Казахстана вводит ускоренный порядок возврата НДС для всех экспортеров с 2026 г. Подробности рассказали в Комитете госдоходов.

Возврат НДС без проверки будет осуществляться всего за 15 рабочих дней. Условия для этого: нет неисполненных уведомлений налоговых органов; экспорт $\geq 50\%$ от оборота; подтвержденная сумма к возврату за последние 12 месяцев.

Как уточняется, при этом применяется система управления налоговыми рисками — это снижает риски и обеспечивает соблюдение интересов обеих сторон.

Благодаря этому ожидается, что количество экспортеров, имеющих право на упрощенный возврат, увеличится более чем в 20 раз (с 40–50 до 1000+ компаний).

Сроки возврата сокращаются:

- по проверкам — с 75 до 55 дней,
- начало отсчета — на месяц

раньше.

Это позволит экспортно-ориентированным компаниям быстрее возвращать средства и увеличивать оборот капитала, отметили в Комитете госдоходов.

Казахстан продлил транспортные субсидии на экспорт зерна

Казахстанские аграрии получают дополнительную поддержку: программа субсидирования транспортных расходов на экспорт зерна продлена на новый маркетинговый год, до 1 сентября 2026 года. Это решение, закреплённое приказом министра сельского хозяйства, позволит экспортёрам компенсировать часть затрат на логистику, что, по оценкам экспертов, уже принесло фермерам до 160 миллиардов тенге дополнительного дохода.

Приказ №269, изданный 29 августа 2025 года, вносит изменения в ранее действовавшие правила и официально продлевает срок действия субсидий. Размер компенсации остается прежним, варьируясь от 20 до 30 тысяч тенге за тонну зерна в зависимости от маршрута.

Субсидии будут действовать на следующих направлениях:

- 20 000 тенге за тонну — при транспортировке через Россию к портам Азовского, Чёрного и Балтийского морей, а также транзитом через Россию с конечной точкой в Латвии, Литве, Эстонии, Азербайджане, Грузии и Армении. Компенсация также предусмотрена для маршрутов через Туркменистан в Иран.

- 30 000 тенге за тонну — при перевозке через Россию, Латвию, Литву и Эстонию к портам Балтийского моря. Повышенная ставка также распространяется на маршруты через Азербайджан и Грузию к портам Чёрного моря, через Туркменистан в Афганистан, а также через Китай в страны Юго-Восточной Азии.

В прошлом сезоне эта мера уже доказала свою эффективность, позволив казахстанским фермерам расширить географию экспорта и освоить новые, ранее менее популярные направления. Продление программы создаёт благоприятные условия для экспорта и способствует укреплению позиций Казахстана на мировом рынке зерна.

Ожидается, что продление субсидий поможет казахстанским фермерам сохранить и даже увеличить свой доход, а также сделает экспорт более рентабельным. Эта мера является важным инструментом государственной поддержки агропромышленного комплекса, направленным на повышение конкурентоспособности отечественной продукции.

Железные дороги Узбекистана полностью перешли на систему «Экспорт в три шага»

В Узбекистане систему «Экспорт в три шага» полностью внедрили для грузовых перевозок по железной дороге, сообщили в Министерстве транспорта республики. Эта система в три раза сокращает количество этапов, необходимых для оформления экспортных процедур. Прежде в течение восьми месяцев ее тестировали на

железной дороге, а сейчас ввели в полноценную эксплуатацию. Система также уже действует при перевозках автомобильным и воздушным транспортом.

Как пояснили в Министерстве транспорта Узбекистана, система «Экспорт в три шага» тестировалась на железной дороге в течение восьми месяцев. За это время через нее было обработано 5% экспортных деклараций.

В целом, система в три раза — с девяти до трех — сокращает этапы оформления экспортных процедур, что позволяет предпринимателям экономить до 15-20 млрд. сумов в год на таможенных брокерских услугах.

Система автоматически на основе экспортного контракта формирует грузовую таможенную декларацию и инвойсные документы, благодаря чему обеспечиваются точность и единообразие информации. При пересечении таможенной границы информация о товарах в режиме онлайн передается в налоговые и др. органы.

Поскольку основная часть внешнеторговых грузов в Узбекистане перевозится именно железнодорожным транспортом, полноценный запуск системы «Экспорт в три шага» должен ускорить грузовые перевозки по железной дороге, способствуя наращиванию их объема.

При этом ранее систему уже внедрили на автомобильном транспорте и в авиационных перевозках.

Американская торговая палата в Украине призвала отменить экспортные пошлины на рапс и сою

Международный бизнес, объединенный Американской торговой палатой в Украине (АСС), отмечает необходимость срочной отмены экспортных пошлин на сою и рапс, введенных 4 сентября с.г. Об этом говорится в обращении организации к правительству Украины.

Как говорится в обращении, украинские порты Черного моря заблокированы судами, а припортовые железные дороги - вагонами с грузами рапса и сои из-за неурегулированности порядка и критериев для применения нулевой ставки пошлины для производителей аграрной продукции. В связи с этим все экспортеры, в частности производители аграрной продукции, не могут экспортировать товар и несут убытки в связи со штрафами за простой судов (demurrage) и других транспортных средств, сверхнормативное хранение зерна в портах, продленное страховое покрытие, невыполнение контрактов перед иностранными покупателями.

Кроме того, подчеркивается, что решение о введении пошлин противоречит евроинтеграционному курсу Украины и ст. 31 Соглашения об ассоциации с ЕС, ухудшает инвестиционный климат, создает риски для верховенства права и приводит к

потерям агропроизводителей из-за падения закупочных цен и сокращения посевных площадей.

Учитывая вышеуказанную и текущую критическую ситуацию, Американская торговая палата призывает правительство Украины:

- как можно быстрее вынести на рассмотрение Верховной Рады Украины

инициативу об отмене экспортных пошлин на сою и рапс для стабилизации рынка и возобновления экспорта;

- установить порядок безусловного возмещения экспортных пошлин на сою и рапс, уплаченных производителями агарной продукции с момента вступления в силу Закона №4536-IX.

Дальнее зарубежье

Индия планирует сокращать зависимость от импорта зернобобовых культур

В начале октября Кабинет министров Индии одобрил план по снижению зависимости от импорта зернобобовых: в частности, к 2030/31 планируется увеличить собственный урожай культур до 35 млн тонн (21,9 млн тонн за 2024).

Важным инструментом стимулирования фермеров также выступит программа ценовой поддержки. В течение следующих 4 лет индийские фермеры, заключившие соглашения с государственными агентствами NAFED и NCFF, могут рассчитывать на 100%-й выкуп урожая голубинового гороха, черного маша и чечевицы по установленным минимальным ценам закупки (MSP).

Более того, Индийская комиссия по ценовой политике в сфере сельского хозяйства (CACP) отмечает необходимость вводить полный запрет на импорт желтого гороха и более

высокие тарифы на импорт нута и чечевицы.

Малайзийская компания планирует построить в Узбекистане сухой порт

Малайзийская компания Mutiara Perlis Sdn Bhd рассматривает возможность строительства сухого порта в Узбекистане.

Переговоры прошли между послом Узбекистана Каромиддином Гадоевым и исполнительным председателем совета директоров Mutiara Perlis Sdn Bhd Шабаруддином Ибрахимом. Стороны отметили стратегическое значение для внешнеторгового оборота региона строительства новых транспортных маршрутов – железной дороги Кашгар – Торугарт – Макмал – Джалал-Абад – Андижан, соединяющей Узбекистан с Китаем, а также Трансафганской железной дороги, которая свяжет Узбекистан, Афганистан и Пакистан.

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ



Dr. Alice for life 



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 реализуем 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.

Шоколадные подарки
на все случаи жизни!

Реклама: ИП Черев Салман Увайсович ИНН 201008953228 ОГРНИП 317203600042

Шоколад конфазель

Корпоративные подарки
с нанесением логотипа
в фирменных цветах компании

Интернет магазин:
+7 (495) 739-95-95,
+7 (495) 744-71-44,
8 800 100-66-99
www.confaelshop.ru

Корпоративные заказы
по телефону:
+7 (495) 995-53-53
www.confael.ru

Телефон горячей линии:
8 800 600-53-53



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



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

К 1930 году производство мускателя и портвейна было настолько интенсивным и

неконтролируемым, что заставило реформировать сектор.

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



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

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

Dilbahar's с 1964 года

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

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



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

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

- Dilbahar's Yummy Digestive (Churan): Наша премиальная линейка аюрведических продуктов для пищеварения.
- Освежители для рта Dizzle: Коллекция освежающих высококачественных освежителей для рта.
- Конфеты Funtush: коллекция конфет с различными вкусами, такими как манго, апельсин, мята, клубника и т.д.



BUENAFE GLOBAL

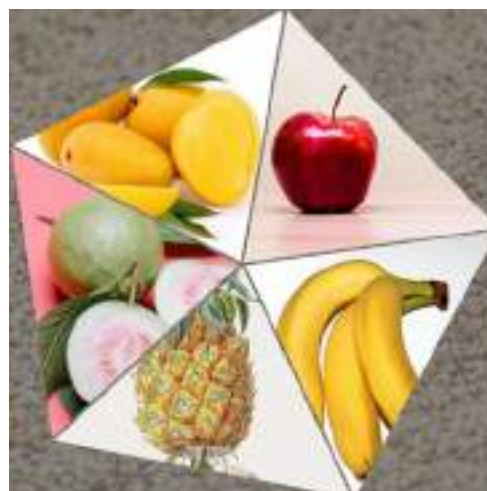


Buenafe Global Private Limited - компания индийского происхождения, поставляющая качественную продукцию с 2022 года. Расположенная в самом сердце штата Раджастан, компания занимается различными органическими, неорганическими, сырыми и готовыми продуктами по всему миру. Наши ключевые продукты включают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



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

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



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



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

Специи. Специи в основном используются для аромата и пользы для здоровья. Они используются практически в каждом блюде, приготовленном во всем мире. Индия на протяжении веков была основным экспортером специй в разные страны.

Компания **Buenafe Global pvt. Ltd.** закупает специи непосредственно у производителей и экспортирует их в соответствии с требованиями клиентов.

Некоторые из специй, которыми мы торгуем, - *красный чили, куркума, кумин, кориандр, кардамон, сухой имбирь, семена фенхеля, семена пажитника, эвондика, перец и тамаринд.*



Почему выбирают нас:

ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА
СВОЕВРЕМЕННЫЕ ПОСТАВКИ
ИНДИВИДУАЛЬНАЯ УПАКОВКА
МЕЖДУНАРОДНЫЕ
СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЕ
ЦЕНЫ

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

Для получения дальнейших запросов просим обращаться к нам

Ajay Kumar Parashar

Phone no: +91 7877819838, +91 8058161652

Email: arabsar.ajay11@gmail.com,
gaurav.business101@gmail.com

Shyam Dhani Industries Limited

Компания **Shyam Dhani Industries Limited** — ведущий производитель и экспортер высококачественных индийских специй. Основанная в 1995 году, компания **Shyam Dhani Industries Limited** стремится поставлять

Благодаря сертифицированному по стандарту ISO 22000 предприятию и многолетнему опыту мы гарантируем соответствие каждой партии продукции мировым стандартам безопасности и качества пищевых продуктов. Наше современное производство оснащено современными системами обработки, очистки и упаковки, отвечающими особым требованиям оптовых покупателей, розничных продавцов и партнёров по частным торговым маркам.



В наш ассортимент входят:

- **Целые специи** — например, тмин, кориандр, фенхель, горчица, кардамон и другие

высококачественные **цельные, молотые и смешанные специи** как на внутренний, так и на международный рынок. Мы также специализируемся на специях класса **IPM (комплексная борьба с вредителями)** для рынков, чувствительных к остаткам вредителей.

- **Молотые специи** — например, порошок чили, куркума, кориандр и т. д.

- **Смеси специй** — индивидуальные смеси, разработанные с учетом региональных вкусовых предпочтений.

- **Упаковка под собственной торговой маркой** — индивидуальные упаковочные решения, соответствующие потребностям вашего бренда.

- **Сегмент HoReCa** с упаковкой на развес через развитую дистрибьюторскую сеть.

- **Продукция класса IPM:** доступна с полной документацией и возможностью отслеживания.

Наши экспортные возможности включают:

- **Индивидуальные упаковочные решения** для розничных и оптовых форматов (включая продукцию под собственными торговыми марками)

- **Гибкие варианты загрузки контейнеров**, включая 20-футовые и 40-футовые контейнеры FCL

- **Минимальный заказ** — конкурентоспособные цены и стабильные поставки

- **Экспортная документация и соответствие требованиям** — забота опытной команды экспортеров.

✓ **Специи класса IPM (низкое содержание остатков, готовы к экспорту):**

- **Целые специи:** тмин, кориандр, фенхель, пажитник, семена горчицы

- **Молотые специи:** порошок чили, куркума, молотый кориандр, молотый тмин

- **Полностью прослеживаются и соответствуют нормам ЕС, Управления по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов США (USFDA) и нормам MRL для стран Ближнего Востока**

- **Подтверждены анализом остатков, сертификатом подлинности, фитосанитарной и экспортной документацией.**



Shyam Dhani стремится поставлять специи, которые не только обладают богатым ароматом и вкусом, но и соответствуют самым строгим мировым стандартам безопасности пищевых продуктов и содержания остатков пестицидов.

Наши специи класса IPM выращиваются с использованием контролируемых и экологически чистых методов, что идеально подходит для экспорта на такие рынки, как ЕС, Ближний Восток, США, Канада и другие.



Если вы ищете надежного экспортера индийских специй, способного предложить стабильное качество, конкурентоспособные цены и долгосрочное сотрудничество, мы будем рады сотрудничеству.

Наши контакты:

MAHENDRA KUMAR SHARMA
SHYAM DHANI INDUSTRIES
LIMITED

F438-A, Road No.12, VKI Area,
Jaipur - 302013 Rajasthan, (INDIA)

Factory at: Khasra No 06/1067,
Manpura Road, Jatawali, Tehsil: Chomu,
Jaipur 303806 Rajasthan (INDIA)

Mob.: +91 7014123726

Saffron Heaven



В самом сердце Шринагара, штат Кашмир, в 1890 году зародилась традиция непревзойденного мастерства. То, что начиналось как видение преданного своему делу предка, процветало на протяжении поколений, вплетая богатую, чистую сущность Гималаев в глобальное предприятие.

Более века компания строила свою репутацию на неизменном качестве. Затем произошёл кардинальный сдвиг.

Новое руководство вывело наследие на новый уровень, инициировав яркий ребрендинг и амбициозную программу расширения. Эта приверженность инновациям, наряду с сохранением верности своим корням, способствовала её взрывному росту.

Сегодня компания является мостом между двумя мирами: со штаб-квартирой в Шринагаре, Индия, и стратегически расположенным для международного роста вторым центром в Калифорнии, США. Такое двойное присутствие позволяет компании тщательно управлять цепочкой поставок от нетронутых долин Кашмира до мирового потребителя, обеспечивая непревзойденную свежесть и аутентичность. Бренд предлагает тщательно подобранную коллекцию из четырёх исключительных продуктов,

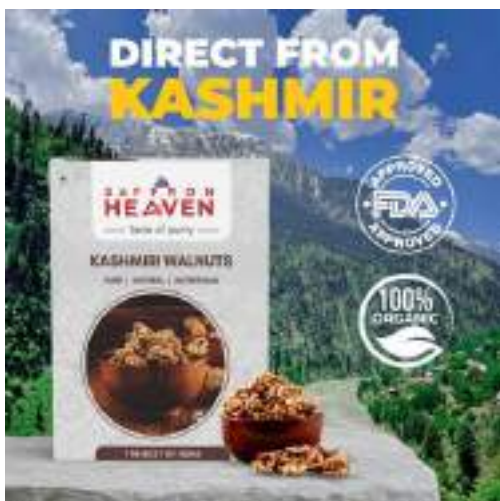
каждый из которых – свидетельство уникальности терруара.



*** Кашмирский миндаль Мамра:** кашмирский миндаль, особенно сорт Мамра, полезен для здоровья сердца и мозга, контроля уровня сахара в крови и контроля веса. Богатый витамином Е, магнием, белком, клетчаткой и полезными жирами, он действует как антиоксидант, способствует здоровью кожи и пищеварения, а также обеспечивает длительный прилив энергии. Высокое содержание масел делает его ценным источником питательных веществ для общего самочувствия.

*** Кашмирский грецкий орех:**

кашмирские грецкие орехи богаты омега-3 жирными кислотами, витаминами и антиоксидантами, полезными для здоровья сердца, работы мозга и иммунитета. Они способствуют поддержанию здорового уровня холестерина и уменьшению воспаления благодаря высокому содержанию антиоксидантов, а клетчатка и полезные жирные кислоты способствуют контролю веса и уровня сахара в крови. Кроме того, кашмирские грецкие орехи поддерживают здоровый микробиом кишечника, что связано с улучшением общего состояния здоровья и снижением риска некоторых видов рака.



*** Кашмирский шафран:**

самая популярная специя в мире, известная своим сильным ароматом, цветом и лечебными свойствами.



*** Кашмирское мумие:**

редкая минеральная смола, почитаемая в традиционной медицине за ее мощные целебные свойства.



Мумиё повышает мужскую фертильность за счёт повышения уровня тестостерона. Также мумиё может снижать риск потери костной массы, уменьшать воспаление и улучшать физическую работоспособность.

Наши контакты

SAFFRON HEAVEN PVT. LTD.

✉ enquiry@saffronheaven.in [1]

🌐 www.saffronheaven.in [5]

☎ +91 9541454544

IIAU Global Trade

Ищете индийские продукты питания высочайшего качества? Компания IIAU Global Trade, расположенная в Лакхнау, предлагает вам лучшие вкусы из Индии.

Наша продукция:

Кешью — хрустящие, свежие и с натуральным вкусом

Махана (семена лотоса) — полезные, богатые белком закуски

Изюм — высушенный на солнце и обладающий естественной сладостью

Пальмовый сахар и его разновидности — порошок, кубики и брикеты, нерафинированные и полезные.



Целые специи — ароматные, чистые и настоящие индийские специи



Рис и сахар — высококачественный, не содержащий ГМО и универсальный.



Каждый продукт тщательно отбирается, проходит строгую проверку и соответствует международным стандартам безопасности пищевых продуктов. Мы гарантируем свежесть, чистоту и вкус каждой партии.

Наши контакты:

📍 A-41/A Sarvodaya Nagar,
Lucknow, India

☎ +91 7081795949

✉ info@iiauglobaltrade.com

🌐 www.iiauglobaltrade.com

Founder & CEO: Mohd Ifrahim

НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

Векторы экономического успеха птицеводства и свиноводства обсудят в Ереване



Уже совсем скоро начнет свою работу Международный форум «Птицеводство и свиноводство: векторы экономического успеха». С 5-го по 7-е ноября в Ереване владельцы и топ-менеджмент агрохолдингов, руководители свиноводческих и птицеводческих компаний, переработчики, поставщики кормов, оборудования и ветеринарных препаратов, ученые, отраслевые ассоциации, представители различных ведомств, международные эксперты и инвесторы из России, стран ЕАЭС, Азии и других регионов мира соберутся, чтобы обсудить актуальные вопросы развития мясной и яичной отраслей.

Столица Армении станет удобной точкой для общения и обмена опытом для представителей многих государств, уверена Наринэ Багманян, руководитель выставочной компании «Асти Групп» (организатор мероприятия). «В это непростое время,

когда передвижения по миру затруднены, нам было важно найти такую площадку, до которой можно было бы без проблем добраться из любой точки мира, - отмечает она. – А Ереван за последние несколько лет сделал большой шаг вперед по развитию международного авиасообщения, так что в этом плане он оптимально подошел».



Для гостей мероприятия разработана насыщенная деловая программа с участием международных экспертов, которые расскажут о глобальных трендах развития птицеводческого и свиноводческого рынков, новых технологиях, представят потенциал дальнейшей цифровизации предприятий, поделятся последними инновациями в генетике, ветпрепаратах и кормопроизводстве. Свое участие в форуме уже подтвердили ряд всемирно известных спикеров. Среди них - президент американской компании AgriTech Capital LLC Эйдан Коннолли, президент БРИКС Центра (Бразилия) Висенте Барриентос, президент Альянса деловых структур и предпринимателей стран Юго-Восточной Азии B2BASEAN (Индонезия) Любарто Сартойо, доктор ветеринарии, генеральный директор WVEPAN (Всемирная ветеринарная образовательная программа по здоровью сельскохозяйственных животных), Пьер Кадо (Люксембург), профессор животноводства испанского Университета CEU Карлос Гарсес-Нарро, управляющий директор FFI Consulting Ltd (Канада) Винсент Гайонне и другие.

По словам Наринэ Багманян, выбор спикеров не случаен. «Мы сделали запрос участникам рынка на то, кого они хотели бы увидеть в деловой программе, и получили много откликов. Большую часть спикеров из предложенных нам удалось пригласить. Хотя было непросто собрать буквально со всего мира лучших специалистов своего дела, но зато теперь гости форума смогут из первых уст услышать о новых технологиях, узнать самые свежие

прогнозы мирового производства птицеводства и свиноводства и обсудить перспективы развития данных отраслей с такими именитыми экспертами», - отмечает руководитель компании «Асти Групп».



В программе предусмотрены всевозможные мастер-классы и кейсы. Будут организованы переговорные зоны и вечерние встречи для неформального общения, что позволит представителям бизнеса наладить контакты, расширить круг поставщиков и найти новых клиентов. «Мы видим неподдельный интерес у участников рынка к форуму и уже настроены на организацию следующего мероприятия», - говорит Наринэ Банманян.

В 2026 году международный форум «Птицеводство и свиноводство: векторы экономического успеха» может пройти как в другой стране, так и снова в Армении, также в ноябре.

*Пресс-служба компании
АСТИ ГРУПП
pr@meatindustry.ru*

WORLD FOOD INDIA 2025

Крупнейшая в Индии международная продовольственная выставка **World Food India 2025** проходила в Нью-Дели 25-28 сентября 2025 г.



Выставка была организована совместно Советом по содействию торговле Индии и Агентством по экспорту сельскохозяйственной и переработанной продукции.



На мероприятии были представлены специализированные отраслевые павильоны, международные страновые экспозиции и экспозиции штатов, демонстрирующие продукцию, агропромышленные кластеры, инфраструктуру и политику. Также были представлены специализированные

зоны, посвященные кормам для домашних животных, индустрии гостеприимства, алкогольным напиткам, оборудованию для послеуборочной обработки и экологичным упаковочным решениям.



В рамках мероприятия также прошли круглые столы для руководителей компаний, технические сессии, выставки и различные деловые встречи, включая встречи в формате B2B, B2G и G2G.

В выставке приняли участие представители 21 страны, включая Францию, Германию, Италию, Иран, Южную Корею, Таиланд, Индонезию, Вьетнам, Кению, Танзанию, Эритрею, Кипр, Афганистан, Китай и США.



Выступая на мероприятии, премьер-министр Индии Нарендра Моди отметил, что на выставке World Food India 2025 собрались фермеры, предприниматели, инвесторы, новаторы и потребители, что делает её площадкой для новых контактов, новых связей и творчества. *«Индия обладает тройной силой: разнообразием, спросом и масштабом»*, — подчеркнул Нарендра Моди, отметив, что Индия производит все виды зерна, фруктов и овощей, и это разнообразие делает страну уникальной в мировом масштабе.

Особое внимание посетителей выставки привлекала российская экспозиция.



На стенде площадью 150 кв. м была представлена продукция 16 отечественных компаний из ключевых отраслей: зерновая, масложировая, мясная, молочная, кондитерская, готовые продукты, напитки, рыба и морепродукты. В их числе были участники Национального союза экспортеров продовольствия.



Российскую экспозицию посетили вице-премьер России Дмитрий Патрушев и секретарь Министерства пищевой перерабатывающей промышленности Индии Авинаш Джоши.

«Это уже вторая организованная миссия «Агроэкспорта» в Индию, что свидетельствует о стратегическом значении индийского рынка для российских производителей сельскохозяйственной продукции. На данный момент Индия входит в

десятку крупнейших покупателей российской аграрной продукции, однако потенциал двусторонней торговли остается значительным.

Мы намерены существенно расширить ассортимент поставок. В рамках миссии участвуют производители зерновых и масличных культур, мясной и молочной продукции, изделий готового ассортимента, детского питания, кондитерских изделий и напитков. Надеемся, что вся эта продукция в скором времени станет доступна индийскому потребителю», – отметил руководитель «Агроэкспорта» Илья Ильюшин.



За четыре дня были проведены сотни переговоров и встреч с индийскими компаниями, как на стендах, так и в ходе деловых встреч в формате B2B, спланированных организаторами выставки.

В ходе переговоров представители индийских компаний также проявляли интерес к расширению поставок на российский рынок тех товаров, которые Россия не производит вообще или производит в ограниченных количествах в силу климатических особенностей. В первую очередь это чай, кофе, специи, орехи, тропические фрукты и т.п.

На **World Food India 2025** довольно широко были представлены специи, перспективные в плане поставки на российский рынок: шафран, черный перец, чили, куркума, тмин, корица, кардамон, кориандр и другие.



Весьма разнообразно были также представлены смеси специй (масала) под марками **Ashok Masale**, **DSF**, **Shyam** и другими. Представленные коллекции включают масалу для чая, мясных и рыбных блюд, супов и пр.

Отдельные индийские компании, такие как **OS Food Private Limited**, производят весьма широкий ассортимент продуктов, включая специи в чистом виде, смеси специй, соусы и майонезы, а также дипы.



Другие, как **Banne Nawab's**, помимо чистых специй и их смесей, выпускают разнообразные наборы, предназначенные для приготовления различных блюд из мяса, птицы, риса, овощей и пр.



Особое место на **World Food India 2025** занимали производители чая. Внимание посетителей привлекали не только отдельные сорта чая, но и наборы, составленные из различных сортов, как например, набор из шафранового, кориандрового, имбирного чая и чая с масалой, которые производит **Unique Agro Products** (марка **Chaska**).

Другие производители, как **Aaravbabbar Enterprises Pvt. Ltd.** (марка **Tavasyam**) решили, руководствуясь в том числе соображениями экологии, выпускать чай не в пакетиках, а в специальных стаканчиках, «начинённых» чаем.



Характерный колорит выставке придавали выступления этнических ансамблей, которые проводились в течение всего мероприятия.



С более подробной информацией о предложениях индийских поставщиков можно ознакомиться в Национальном союзе экспортеров продовольствия.

ASEAN Food & Beverages Exhibition 2025



Международная выставка **ASEAN Food & Beverages Exhibition** проходила в Бангкоке (Таиланд) 2-4 сентября 2025 г. Выставка собрала экспонентов из таких стран, как Таиланд, Малайзия, Сингапур, Индия, Китай, Россия, Израиль, США и др.

Представленная продукция варьировалась от продуктов питания, закусок и напитков до алкогольных напитков, упаковки для пищевых продуктов и торговых автоматов, что позволило наглядно увидеть последние тенденции и инновации в отрасли.



В этом году выставку посетили 19 868 человек со всего мира. Среди участников были представители стран Юго-Восточной Азии, таких, как Таиланд, Малайзия, Сингапур и Индия, а

также Корея, Китай, Япония, США, Австралия, Испания, Турция, Непал и других стран.



Конкурс **Mega Food Competition** 2025, динамичное трёхдневное мероприятие, стал главным событием выставки. Благодаря активному участию как молодых, так и опытных кулинарных талантов, конкурс привлёк широкое внимание профессионалов отрасли и посетителей.

Предлагая престижные призы и сертификаты на сумму более 100 000 бат, выставка успешно предоставила шеф-поварам престижную площадку для демонстрации своего мастерства и получения регионального признания, что еще больше укрепило роль выставки как ключевого фактора кулинарного мастерства в странах АСЕАН.

Следующая выставка **ASEAN Food & Beverages Exhibition** будет проходить в Куала-Лумпуре (Малайзия) 10-12 сентября 2026 г.

По вопросам посещения выставки и участия в ней в качестве экспонентов просим обращаться в Национальный союз экспортеров продовольствия.

РЕКОМЕНДАЦИИ ЭКСПЕРТА

Географические указания и наименования мест происхождения товаров. Перспективы и риски

Настоящая статья посвящена таким инструментам индивидуализации производителей и продвижению товаров, как географические указания и наименования мест происхождения товаров.

При этом мы не ставили перед собой цели дать юридическую справку касательно нюансов регистрации тех или иных обозначений в качестве географических указаний и наименования мест происхождения товаров. В одной статье это невозможно, да и лучше, когда вопросами регистрации занимаются юристы.

Нашей задачей является изложение тех возможностей, которые дает использования указанных инструментов бизнесу, а также рисков и защитных механизмов при использовании данных инструментов.

Мы постарались найти то, что будет интересно не столько юристам, сколько бизнесу, причем бизнесу, который, в той или иной мере, соответствующие инструменты уже использует.

В соответствии с пунктом 11 Перечня поручений по итогам пленарного заседания форума «Сильные идеи для нового времени» (утв. Президентом РФ 25.08.2023 № Пр-1676), органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации

рекомендовано при участии автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» разработать региональную программу поддержки и продвижения местных брендов и обеспечить ее реализацию.

Москва, Московская область, Краснодарский и Ставропольский край, Тульская область, Республика Башкортостан и многие другие регионы утвердили программы поддержки своих региональных брендов. Это и субсидирования участия в выставках и льготная ставка кредитования и содействие в сертификации продукции.

Такие меры, безусловно, способствовали росту заинтересованности в создании новых местных брендов.

И на повестке дня встал вопрос об использовании для индивидуализации товара и услуг различных местных географических и исторических обозначений.

Желающим создать новый бренд, прежде чем вкладывать деньги и силы в продвижение бренда, следует убедиться, что наименование бренда не сходно с ранее зарегистрированными географическими указаниями или наименованиями места происхождения товара.

В противном случае, потребуется получить соответствующее

свидетельство, причем до получения соответствующего свидетельства, товар под новым брендом реализовывать нельзя, поскольку такая реализация является нарушением прав на географическое указание или наименование места происхождения товара.

Тем более, если товар предполагается экспортировать. Правообладатели географического указания или наименования места происхождения товара, сходного с новым брендом, могут быть включены в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности и таможенное оформление контрафактного товара будет заблокировано.

Кроме того, нужно учесть, что основные свойства и способы производства товара под новым брендом должны соответствовать основным свойствам и способам производства товара, в отношении которого зарегистрировано географическое указание или наименование места происхождения товара, а в случае наименования места происхождения товара, основные свойства товара должны быть подтверждены Федеральной службой по контролю за алкогольным и табачным рынками, Министерством промышленности и торговли Российской Федерации, Министерством здравоохранения Российской Федерации либо Министерством сельского хозяйства Российской Федерации в зависимости от вида продукции.

Например, описание условий производства, технологии и основных свойств «СЫР УГЛИЧСКИЙ» (наименование места происхождения товара, зарегистрированное за № 290) занимает три страницы, а для «МИНУСИНСКОЕ МАСЛО» (географическое указание, зарегистрированное за № 302) такое описание занимает шесть страниц.

Но есть и другая «сторона медали».

Актуальным вопрос о новых брендах стал не только для тех, кто создает эти новые бренды, но и для тех, чьи права и законные интересы эти новые бренды могут нарушить.

В соответствии с установленным порядком оформления прав на географические указания и наименования места происхождения товара, преимущество имеет тот, кто первым обратился за регистрацией нового обозначения в качестве географического указания или наименования места происхождения товара.

Регистрация нового обозначения осуществляется Роспатентом на основании документов, предоставленных лицом или лицами, заинтересованными в такой регистрации.

Заявки на регистрацию нового обозначения в качестве географического указания или наименования места происхождения товара публикуются Роспатентом и, если какая-либо заявка нарушает права и законные интересы какого-либо иного лица, это иное лицо вправе подать

возражение против регистрации соответствующего обозначения.

Например, бывают случаи, когда из описания регистрируемого обозначения неочевидно, каким образом связь с конкретным местом опосредует особые свойства товара. Кроме того, характеристики, указанные в заявке на регистрацию обозначения, не всегда являются объективными и могут быть сформулированы таким образом, чтобы ограничить конкуренцию.

Но при этом, если соответствующее обозначение зарегистрировано, желающие использовать данное географическое указание или наименование места происхождения товара, присоединяются к уже существующим правам.

Это означает, что новые пользователи должны соблюдать те условия производства, технологии и основных свойств товара, описание которых были предоставлены в Роспатент при первичной регистрации соответствующего обозначения. Изменить данные условия они не могут, а несоблюдение данных условий влечет ответственность.

Так, например, с нарушителя может быть взыскана компенсация в размере от десяти тысяч до пяти миллионов рублей или двукратная стоимость контрафактных товаров, на которых незаконно размещено зарегистрированное обозначение.

И конечно, правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещено незаконно используемые

географическое указание или наименование места происхождения товара.

Таким образом, настоятельно рекомендуем не относиться небрежно к использованию в наименовании товаров каких-либо географических терминов.

Также аккуратно нужно подходить к использованию российских географических указаний и наименований места происхождения товаров за рубежом.

Законодательство, относящееся к охране обозначений с использованием названий географических объектов, в различных странах может серьезно отличаться от принятых в России правил. Например, в КНР охрана использования географических указаний осуществляется в нескольких формах, в том числе через регистрацию товарного знака и, в том числе, отдельно для продуктов сельского хозяйства.

В связи с этим, рассматривая возможности экспорта товаров, наименования которых содержат отсылки к географическим объектам, необходимо заранее разработать механизмы правовой защиты таких наименований в стране экспорта.

Вообще достаточно часто приходится сталкиваться с ситуациями, когда экспортер даже не задумывается о том, что охрана большинства средств индивидуализации осуществляется по национально-территориальному принципу. Поэтому, например, использование на упаковке обозначения, которое зарегистрировано в качестве товарного знака в России, тем не менее, в другом государстве может нарушать права третьих лиц, поскольку

является их товарным знаком, законно зарегистрированным в этом государстве.

Или упаковка. Внешний вид упаковки также может охраняться в другом государстве и использование такой упаковки для экспортируемого товара может не позволить ввезти товар на территорию другого государства или распространять его на территории этого государства.

Пользуясь случаем, мы еще раз обращаем внимание участников хозяйственного оборота на необходимость комплексного подхода при использовании средств индивидуализации вообще, и в частности, средств индивидуализации, содержащих наименования географических объектов или термины, которые способны ассоциировать товар с определенной местностью.

*Семенко К.Н., адвокат,
патентный поверенный*



Семенко Константин Николаевич является адвокатом с 2002 года (№ 77/4382 в реестре адвокатов г.Москвы) и патентным поверенным с 2008 года (№ 1265 в реестре патентных поверенных), имеет высшее юридическое и техническое образование, многолетний опыт работы в качестве арбитра в Арбитраже при Московской торгово-промышленной палате, а также в Экспертных советах при Государственной Думе и Федеральной антимонопольной службе России.

Услугами Адвокатского кабинета К.Н.Семенко пользовались и пользуются такие крупнейшие компании агропромышленного сектора, как Heinz, Unilever, Pfizer, Dow Chemical, Газпромбанк, ВЭБ, Россельхозбанк, Росбанк, Суфле Агро, Руско и многие другие.

Специализация - связанные с производством и реализацией сельскохозяйственной продукции вопросы внешнеэкономической деятельности, морских и железнодорожных перевозок, сертификации и стандартизации, промышленной безопасности, государственного регулирования, налогообложения, землепользования, защиты интеллектуальной собственности, антимонопольные споры и пр.

Имеется опыт работы в российских регионах, в том числе Урал, Север России, Прибайкальский регион, Алтай, Дальний восток и Северный Кавказ.

Адвокатский кабинет К.Н.Семенко является участником Национального союза экспортеров продовольствия с 2013 года.

г. Москва, Волоколамское шоссе, д.1, стр. 1, тел. +7 495 748 6850, +7 985 928 4839, info@semenko.ru

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Три ошибки в работе с сетью

Три проверенных способа испортить отношения с сетью в первые месяцы сотрудничества или как не наступить на «старые грабли»

Многие производители считают, что самое главное – начать работать с розничной сетью. Подписать контракт, ввести продукцию в ассортиментную матрицу, завести товар в магазины, начать продажи. В реальности же после подписания контракта все только начинается.

Современный ритейл является сложной высокотехнологичной отраслью. Сети работают в условиях жесткой конкуренции и предъявляют к себе и своим поставщикам самые высокие требования.

Готовы ли вы им соответствовать? В этой статье я хочу рассмотреть некоторые стандартные ошибки, которые допускают производители при работе с розничными сетями.

В сегодняшней ситуации у производителей из многих стран есть реальная возможность вывести свою продукцию на российский рынок. Для эффективной работы им необходимо знать, какие требования предъявляют розничные сети к своим поставщикам.

Требования сети к поставщикам

1. Требования к ассортименту: Розничные сети хотят видеть на своих полках только

продукцию, которая будет иметь высокую оборачиваемость. Обострение конкуренции привело к тому, что ассортимент практически всех федеральных сетей похож друг на друга – полки заняты продукцией ведущих российских и мировых производителей – имеющей активную рекламную поддержку и уже нашедший своего покупателя. Для того, чтобы занять свое место на полке ваш товар должен быть не хуже по качеству и желательно, чтобы он стоил дешевле аналогов.

2. Требования к коммерческим условиям: Любая розничная сеть, не зависимо от того, маленькая она или большая, всегда сможет обосновать, почему ей должны быть предоставлены самые лучшие коммерческие условия. Лучшее, что может сделать производитель в таких условиях – установить единые цены поставки во все торговые точки. Остальные коммерческие вопросы целесообразно регулировать в рамках соглашений о предоставлении премий или договоров об оказании услуг. Второй вариант – поставлять в разные сети различный ассортимент продукции. Это решит ряд вопросов, но не позволит сформировать одинаково привлекательные ассортиментные матрицы во всех магазинах.

3. Требования к уровню логистики: Необходимо, чтобы закупочные заказы сети выполнялись полностью и в срок. Невыполнение заказа неизбежно приведет к ухудшению отношений.

4. Требования к маркетинговой активности: Для того, чтобы ваша продукция нашла своего покупателя в сети, даже если она уже широко представлена на рынке, необходимо провести большое количество маркетинговых мероприятий. Маркетологи сети знают, какие акции наиболее эффективны, и с удовольствием расскажут вам о том, как лучше увеличить продажи продукции.

5. Стандарты сотрудничества. У каждой сети свой, в большинстве случаев достаточно высокий, уровень технологий. Это относится как к правилам оформления и упаковки продукции и формирования заказов, так и к порядку документооборота и проведения сверок. Вы должны соответствовать всем этим требованиям.

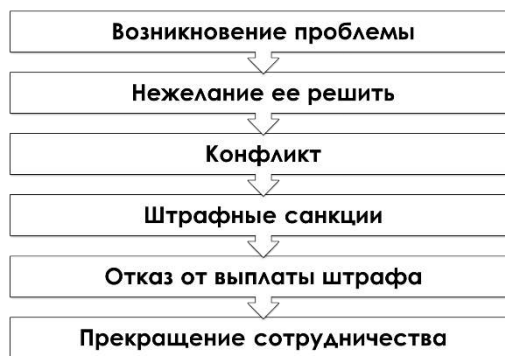
6. VIP обслуживание. В условиях жесткой конкуренции менеджеры сети выполняют огромный объем работы и вынуждены мгновенно принимать важные решения. В вашей компании должен быть сотрудник, который сможет помочь менеджеру в его работе. В противном случае ваши отношения вряд ли будут дружескими, и вы можете прозевать момент, когда ваш ассортимент выведут из матрицы.

Соответствие поставщика запросам сети очень важно. Если происходит нарушение и поставщик не готов к сотрудничеству, конфликт, как

правило, развивается в следующей последовательности (Рис. 1).

Рисунок 1

Сценарий быстрого прекращения сотрудничества с торговой сетью



1. Возникновение проблемы. На этой стадии, как правило, поставщик допускает незначительное нарушение, например, небольшой недовоз продукции или непредоставление сертификатов или другой документации (п.3 или п.5).

2. Нежелание решить проблему. Основная ошибка большинства поставщиков. В отношениях с розничной сетью нет мелочей. Нарушение должно быть устранено максимально быстро. В противном случае «закрутится механизм», остановить который будет уже не в силах менеджера. Иными словами, нарушая п.6 вы наживете себе огромные проблемы.

3. Конфликт. Ситуация выходит из-под контроля менеджеров нижнего звена. Из разряда приоритетных или обычных поставщиков вы переходите в разряд оппонентов. О взаимовыгодном сотрудничестве до разрешения конфликта и речи быть не может. Все силы сети будут направлены не на то, чтобы совместно заработать, а на то,

чтобы доказать вам, «кто в доме хозяин». И поверьте, хозяин в доме не вы.

4. Штрафные санкции.

Логичное развитие конфликта. Большинство розничных сетей использует в отношениях с поставщиками свою форму договора поставки, в которой достаточно подробно описаны штрафные санкции за нарушение поставщиком условий договора. После выставления требования о выплате штрафа конфликт еще можно уладить, но для вас это будет значительно дороже (придется оплатить штраф), чем если бы вы просто быстро исправили ошибку. Кроме того, отношения все равно будут испорчены и восстанавливать их придется достаточно долго.

5. Отказ от выплаты штрафа. Шаг в никуда. Если санкции зафиксированы в договоре отказ от выплаты штрафа является прямым нарушением договора. И наступает шестой шаг.

6. Прекращение сотрудничества. Вывод из товара из ассортиментной матрицы, расторжение договора поставки, возможно, судебное разбирательство. Сотрудничество с данной сетью невозможно.

Иностранные производители при выходе на российский рынок зачастую считают, что достаточно предложить всем розничным сетям, желательно из первой десятки, свою продукцию, и начнется долгое и взаимовыгодное сотрудничество. В реальности же необходимо сначала исследовать рынок, сформировать ценовое предложение, стратегию

позиционирования и ассортиментную политику. После этого надо найти дистрибьютора, лояльного к продукту и разработать программу для выхода на рынок. Но и это не является стопроцентной гарантией успеха.

Есть стратегические ошибки, допустив которые еще до подписания контракта поставщик гарантированно расстанется с сетью уже в первые месяцы сотрудничества.

Три ошибки, которые гарантированно приведут к разрыву контракта с торговой сетью

ОШИБКА 1: При формировании ассортимента для поставок в сеть позиции выбирались исходя из задач поставщика, без учета существующей в сети ассортиментной матрицы, уровня конкуренции в сегменте (нарушение правила 1).

В результате вы поставляете в сеть товар, часть из которого практически не продается. К чему это может привести:

1. Менеджеры постоянно хотят вывести из ассортимента слабо продаваемые позиции или требуют проводить акции для увеличения их продаж.

2. Вы проводите акции по заведомо бесперспективным позициям, расходуя маркетинговый бюджет впустую.

3. У вас не остается бюджета на продвижение позиций, которые могли бы показать высокие продажи.

4. Весь ваш «ассортиментный портфель» показывает низкие продажи и является

кандидатом № 1 на вывод из ассортимента.

5. В связи с низким уровнем продаж и проведением неэффективных маркетинговых акций вы несете убытки.

РЕЗУЛЬТАТ: сотрудничество не выгодно ни Вам, ни сети, и вы расстанетесь при первой возможности.

ОШИБКА 2: Ошибки при планировании объема продаж. Эта ошибка наиболее свойственна небольшим производителям, у которых неожиданно появились финансовые или иные возможности для организации работы с крупными розничными сетями. В результате в определенный момент у вас просто не хватит товара для проведения акции или обеспечения товарных остатков при высоком уровне продаж. (нарушение правил 3, 4).

Это может привести.

1. Невыполнение закупочных заказов;

2. Срыв акций;

РЕЗУЛЬТАТ: Развитие конфликта по приведенной выше классической схеме и расставание в первые месяцы сотрудничества.

ОШИБКА 3: Неправильное планирование бюджета на промо активность.

1. Не учтена реальная ликвидность продукции и возможный объем продаж;

2. Не учтены сезонные колебания стоимости букинга и промо мест;

3. Не учтены возможные запросы сети на проведение акций.

Запланированного вами бюджета не хватает на выполнение составленного при подписании

контракта маркетингового плана, и ситуация плавно перетекает к сценарию 1 или 2 (или низкий уровень продаж, или нет продукции или призов для проведения акции).

РЕЗУЛЬТАТ: претензии, штрафы, расторжение договора.

Какие же правила должен выполнять поставщик для того, чтобы его сотрудничество с розничной сетью было взаимовыгодным? Я дам 7 рекомендаций (Рис. 2).

Рисунок 2

Семь рекомендаций при работе с ритейлом

1	Формируйте ассортимент из продаваемых позиций
2	Коммерческие условия должны быть привлекательны для сети
3	Не поставляйте одинаковый ассортимент сетям, конкурирующим между собой
4	Не заключайте больше контрактов, чем можете обслужить
5	Закладывайте в бюджет средства на продвижение товара
6	Имейте резерв средств на решение непредвиденных проблем
7	Выбирайте сети, сотрудничать с которыми позволяет уровень ваших технологий

1. Не предлагайте для ввода в ассортимент продукцию, в высоком уровне продаж вы не уверены, у которой в ассортименте сети есть сильные конкуренты или по которой возможны перебои в поставках.

2. Тщательно продумайте коммерческие условия. Они должны быть привлекательны для сети, выделять вашу продукцию на фоне конкурентов и позволять вам оставаться в «плюсе». И еще... Если у вас различные условия для разных сетей, постарайтесь сохранить это в тайне.

3. Не поставляйте одинаковый ассортимент продукции в конкурирующие сети. Иначе вы станете

заложником ситуации. Проведя акцию в одной сети, вы будете вынуждены поочередно провести ее и во всех остальных сетях региона, а покупатели будут покупать только акционный товар. В результате помимо перерасхода бюджета вы не заработаете на продажах.

4. Не заключайте больше контрактов, чем можете обслужить. Ничто так не портит отношения, как невыполнение закупочных заказов.

5. Правильно рассчитывайте маркетинговый бюджет. Перед подписанием контракта проведите исследование сети. Узнайте, какие акции по продвижению продукции дают наилучший результат, когда их лучше проводить и какой бюджет для этого потребуется.

6. Запланируйте бюджет на непредвиденные случаи. Ничто не поможет вам так наладить отношения с сетью, как помощь менеджеру в экстренной ситуации (участие в акции,

проведение рекламной компании, спонсорство).

7. И последнее. Если уровень ваших технологий не позволяет без дополнительных затрат выполнить требования сети, если уже на переговорах вы почувствовали, что к вам не будут относиться как к партнеру, если контракт заведомо не выгоден – подумайте, а нужен ли вам этот контракт?

Надеюсь, мои рекомендации помогут вам избежать ошибок, которые совершили уже многие компании до вас, и сделать сотрудничество с розничными сетями по-настоящему взаимовыгодным. Подробнее в Школе поставщика Сергея Илюхи в рамках проекта «Лига Коммерсантов».

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

Бизнес-школа Сергея Илюхи

Сергей Илюха

- Консультант по управлению ассортиментом и коммерческим переговорам
- Почетный член Ассоциации бизнес-тренеров
- Член правления Российской Ассоциации Экспертов рынка ритейла
- Генеральный директор Лиги Коммерсантов
- К.т.н.

- ✓ Корпоративное обучение работе с ритейлом
- ✓ Открытые тренинги в Москве, Санкт-Петербурге
- ✓ Курсы дистанционного обучения
- ✓ Более 10 видеокурсов, которые можно проходить в удобное время
- ✓ Аудит контрактов
- ✓ Переговорный консалтинг
- ✓ Книги Сергея Илюхи с автографом автора





Сайт: www.liga-commersantov.ru

Бизнес-школа Сергея Илюхи

Лига Коммерсантов



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