

АГРОС



№ 2, 2026

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

Новости

Россия на четверть нарастила агроэкспорт в 2026 году	4
В России усилят контроль за ввозимой подкарантинной продукцией	4
Минпромторг назвал самую востребованную химическую продукцию за рубежом	5
В России запустили систему СПОТ для контроля импорта из ЕАЭС	5
Кабмин продлил до конца года запрет на экспорт серы	5

Анонсы

XVII Съезд мукомольных и крупяных предприятий России	6
--	---

Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика	8
Ближнее зарубежье	12
Дальнее зарубежье	15

Российские компании на внешних рынках

«ФУД ТИМ» – рыбная компания	18
Настоящий подарок Алтая	20
Холдинг «АЛТАМАР»	22
«Конфаэль» – шоколадные подарки на все случаи жизни	24

Наши зарубежные партнеры

Monicom Agrar	25
Shyam Dhani Industries Limited	28
Saffron Heaven	30
IIAU Global Trade	32
Linkin Guargums	33

Новости выставочной сферы

На выставке MAP Russia 2026 подвели итоги 25-летнего развития мясной отрасли России	35
XXXV юбилейный международный форум «ПИБО-2026»	39
41-я агропромышленная выставка-форум «Меновой двор»	40
ASEAN Food & Beverages Exhibition 2026	41

Практические вопросы продвижения продукции

С. Илюха Производитель в условиях омниканальности. На что сделать ставку?	42
---	----

НОВОСТИ

Россия на четверть нарастила агроэкспорт в 2026 году

За первые пять месяцев 2026 года Россия нарастила агроэкспорт на 26% в объемах и 22% в деньгах. Обычно драйвером поставок за рубеж выступает зерно, но в начале этого года уверенно росли также поставки масел и шрота, рыбы и морепродуктов. Кроме того, почти половина поставок за рубеж пришлась не на сырье, а на продукцию с добавленной стоимостью. Говорить об успешном годе еще рано, дальнейшие перспективы экспорта сдерживает сильный рубль. Forbes разбирался, что может помешать росту экспорта зерна во второй половине года и как снижение экспортной пошлины повлияет на поставки масел.

За первые пять месяцев 2026 года Россия поставила на зарубежные рынки (без учета ЕАЭС) свыше 33 млн т агропродукции на более чем \$16,5 млрд, подсчитали в Федеральном центре развития экспорта продукции АПК «Агроэкспорт». В сравнении с аналогичным периодом прошлого года рост составил 26% в натуральном выражении и 22% в стоимостном.

В пятерку крупнейших стран-импортеров в денежном выражении вошли Китай — доля 25% и рост на 42%, Турция — доля 11% (+34%), Египет — 6% (+23%), Белоруссия — 6% (+16%) и Казахстан — 6% (+28%).

Рост агроэкспорта обеспечили поставки зерновых, продукции

масложировой отрасли, рыбы и морепродуктов, товаров пищевой и перерабатывающей промышленности, говорит руководитель «Агроэкспорта» Илья Ильюшин.

В России усилят контроль за ввозимой подкарантинной продукцией

Президент России Владимир Путин подписал закон, позволяющий повысить прослеживаемость ввозимой в Россию подкарантинной продукции в целях недопущения ввоза санкционных и обезличенных товаров, соответствующий документ размещен на сайте официального опубликования правовых актов.

Документ направлен на совершенствование регулирования в области карантина растений в РФ. Его реализация, согласно пояснительной записке, будет способствовать эффективной прослеживаемости подкарантинной продукции и недопущению ввоза на внутренний рынок России санкционных и обезличенных товаров.

Закон закрепляет за Россельхознадзором полномочия по прослеживанию партий подкарантинной продукции в соответствии с правовыми актами Евразийского экономического союза, в порядке, установленном правительством РФ.

Минпромторг назвал самую востребованную химическую продукцию за рубежом

Российские минеральные удобрения, продукция нефтехимии, полимеры и синтетический каучук являются самой востребованной отечественной химической продукцией за рубежом, рассказал замглавы Минпромторга России Михаил Юрин.

Юрин подчеркнул, что наиболее сильные позиции Россия занимает в минеральных удобрениях. «Основной спрос идет со стороны стран Азии, Латинской Америки, Ближнего Востока, Африки, а также государств ЕАЭС. Такая продукция напрямую связана с продовольственной безопасностью, поэтому сохраняет высокую востребованность на внешних рынках», — добавил замглавы Минпромторга России.

В России запустили систему СПОТ для контроля импорта из ЕАЭС

С 1 июня в России запущена национальная система подтверждения ожидания товара (СПОТ). Импортёры, поставляющие продукцию из Армении, Белоруссии, Казахстана и Киргизии, теперь обязаны заранее оформлять электронные уведомления, сообщает сайт Евразийской экономической комиссии.

Новые правила обязывают сформировать документ о предстоящей поставке — с указанием данных о получателе, поставщике и перевозчике — как минимум за два дня до

пересечения границы. После этого импортёру выдается специальный QR-код. Кроме того, правила вводят обязательный обеспечительный платеж, но он начнет действовать чуть позже — с 1 июля. Его сумма должна быть не меньше величины косвенных налогов (НДС и акцизов), подлежащих уплате за ввозимый товар.

На первом этапе требования СПОТ затронут только автомобильные перевозки. Оператором новой системы выступит Федеральная налоговая служба.

Кабмин продлил до конца года запрет на экспорт серы

Правительство России продлило временный запрет на вывоз отдельных видов серы. Ограничение экспорта продлится до конца 2026 года.

Запрет будет действовать в отношении жидкой, гранулированной и комовой серы - критически важного сырья для отрасли минеральных удобрений. "Решение направлено на сохранение действующих объемов производства удобрений и обеспечение продовольственной безопасности страны", - поясняет правительство.

Для стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС), а также Абхазии и Южной Осетии ограничений не будет - сырье можно будет поставлять в эти государства свободно.

Ограничительные меры в отношении экспорта серы действуют с ноября 2025 года. Они были введены для стабилизации отгрузок сырья на внутренний российский рынок.

**23–24 сентября 2026 г.,
Москва, МПА**



XVII СЪЕЗД МУКОМОЛЬНЫХ И КРУПЯНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ

XXIV Международная бизнес-конференция «МЕЛЬНИЦА – 2026»

ОРГАНИЗАТОРЫ:



Российский Союз мукомольных
и крупяных предприятий



Международная промышленная
академия

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



Министерства сельского хозяйства
Российской Федерации

В ПРОГРАММЕ СЪЕЗДА:

- ➔ XXIV Международная бизнес-конференция «Мельница – 2026»
- ➔ Годовое собрание Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий
- ➔ XVI Всероссийский смотр качества муки и крупы
- ➔ Выставка отечественного и зарубежного оборудования, приборов и инновационных технологий

22 сентября, вторник, 10.00–17.00

Регистрационный день.

Организация выставочных стендов. Деловые встречи и консультации в Международной промышленной академии и Российском Союзе мукомольных и крупяных предприятий.

11.00 Экскурсия в Парк Патриот – Центральный парк Министерства обороны Российской Федерации.

Посещение Главного храма Вооруженных Сил Российской Федерации – Патриаршего собора во имя Воскресения Христова и музейного комплекса «Дорога памяти», возведенного вокруг Главного храма Вооруженных Сил России – 1418 шагов – в память о 1418 днях и ночах Великой Отечественной войны. Экспозиция включает подробную историю каждого дня войны (по предварительной заявке).

23 сентября, среда, 10.00–17.00

Официальное открытие

Пленарное заседание «Мукомольно-крупяная отрасль России: развитие в эпоху глобальных перемен и вызовов возможно!»

Практическая сессия «Инновации, технические и технологические решения и практика их реализации»

Культурная программа. Театральное, музыкальное или цирковое представление (по предварительной заявке).

24 сентября, четверг, 10.00–17.00

Общее годовое собрание Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий.

Тематическая сессия «Востребованный ассортимент продукции – залог устойчивого развития предприятия»

Подведение итогов и награждение победителей:

- Конкурса «Лучшая мельница России – 2025».
- XVI Всероссийского смотра качества муки и крупы.

Фуршет в честь участников Съезда и Конференции.



Приглашаем принять участие в работе Съезда:

руководителей и ведущих специалистов мукомольных и крупяных предприятий, комбинатов хлебопродуктов, отраслевого машиностроения и производителей ингредиентов, компаний-операторов рынка зерна и продуктов его переработки, учёных и преподавателей НИИ, вузов и колледжей.

В РАМКАХ СЪЕЗДА ПРЕДУСМОТРЕНЫ ВОЗМОЖНОСТИ:

- Знакомство с инновациями российских и зарубежных производителей оборудования и приборов;
- Участие в Годовом собрании Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий;
- Участие с продукцией в XVI Всероссийском смотре качества муки и крупы;
- Проведение деловых встреч и переговоров;
- Неформальное общение на мероприятиях культурной программы и фуршете.

Место проведения: Международная промышленная академия: 115093, Москва, 1-й Щипковский пер., д. 20. Проезд до станции метро «Серпуховская» или «Павелецкая».

Академия имеет столовую, кафе.

ОРГКОМИТЕТ ПРЕДЛАГАЕТ ЛИЧНОЕ ИЛИ ОНЛАЙН УЧАСТИЕ.

Для участия в Съезде необходимо **до 18 сентября 2026 г.** заполнить заявку (форма прилагается) и направить ее в МПА по электронной почте **mpa@grainfood.ru** или сделать это на сайте **www.grainfood.ru**, оформить договор и оплатить регистрационный взнос (на основании выставленного счета).

СПРАВКИ И ЗАЯВКИ:

Международная промышленная академия

Фейденгольд Владимир Борисович

тел. (499) 235-81-86, e-mail: feydengold@grainfood.ru

Урлапова Ирина Борисовна

тел. (499) 235-46-91, e-mail: urlapova@grainfood.ru

Ионов Владимир Викторович

тел. (495) 959-66-76, e-mail: vionov@grainfood.ru

Деканат: (499) 235-95-79, e-mail: dekanat@grainfood.ru

Российский Союз мукомольных и крупяных предприятий

Свириденко Игорь Николаевич

тел. (499) 787-72-42

Егорова Евгения Николаевна

тел. (499) 235-10-95

e-mail: sojuzmuka@dol.ru

e-mail: sojuzmuka@mail.ru

МЕДИА-ПАРТНЕРЫ:



ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

Прогнозы продовольствия ФАО: Глобальные тенденции на рынке пищевых товаров сталкиваются с растущими геополитическими и погодными рисками

Прогнозы для мировых рынков продовольственных товаров остаются относительно благоприятными: производство зерновых в 2026/27 году прогнозируется на исторически высоком уровне, хотя и снизится с рекордных высот. Однако перспективы рынка остаются во многом зависимыми от погодных условий, включая появление Эль-Ниньо, волатильность на рынках энергии и удобрений, потрясённую конфликтами, геополитическую напряжённость, неопределённость в торговой политике и более широкие макроэкономические препятствия, согласно новому докладу, опубликованному Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН (ФАО).

Мировые урожаи пшеницы, кормового зерна и риса, как ожидается, упадут с рекордных уровней в следующем году, но останутся высокими, а предложение будет поддерживаться за счёт обильных запасов, согласно новому прогнозу продовольствия ФАО.

Двухгодичное издание предоставляет обновлённые оценки рынка и прогнозы по производству, использованию, торговле и запасам основных продовольственных товаров, включая зерновые, масличные культуры, сахар, мясо, молочные продукты и рыболовство. Новое издание даёт дополнительное понимание влияния регулирования альтернативных видов топлива и чистой энергии в международном морском судоходстве, связи цен на сахар и энергетические продукты, опосредованные рынками этанола, удобрений и глобальным законом об импорте продуктов питания.

«Агропродовольственные системы кажутся надёжными на уровне производства, но риски растут, и многие из них могут быстро и негативно повлиять на глобальное предложение и доступ», — сказал главный экономист ФАО Максимо Тореро. «Нам нужно удвоить устойчивость, сохраняя открытые торговые потоки и функционируя цепочку поставок, одновременно готовясь к локальным погодным потрясениям.»

Ожидается, что совокупное мировое производство зерновых в 2026 году снизится на 2,0 процента по сравнению с предыдущим годом до 2 982 миллионов тонн, при этом ожидается дальнейший рост использования с

увеличением объема производства для потребления человеком на 1,0 процента. Ожидается, что потребление злаков на душу населения в странах с дефицитом продовольствия с низким уровнем дохода немного снизится — на 0,4 процента.

Основные выводы из анализа товаров включают:

— Ожидается, что мировое производство пшеницы в 2026/27 году снизится на 3,8 процента до 810,9 миллиона тонн из-за меньшего урожая среди крупных экспортеров и регионов, в частности Австралии, Европейского союза и Соединённых Штатов Америки, где в настоящее время ожидается снижение на 21,3 процента.

— Ожидается, что мировое производство крупного зерна в следующем году снизится на 1,2 процента до 1 619 миллионов тонн из-за снижения посевов и урожайности в Северной Америке, хотя перспективы в Южной Америке выглядят надёжно, особенно для кукурузы в Аргентине.

--Глобальное производство сои в 2025/26 годах, как прогнозируется, установит новый рекорд в 432,3 миллиона тонн, поскольку дальнейший рост в Бразилии и Российской Федерации, вероятно, с лихвой компенсирует ожидаемые сокращения в Аргентине, Индии и Северной Америке.

--Ожидается, что мировое производство мяса вырастет на 1,0 процента до 391,3 миллиона тонн, при этом производство птицы увеличится на 2,5 процента, а производство крупного рогатого скота ожидается снижением.

--Ожидается, что мировое потребление растительного масла превысит производство в 2025/26 году, что приведёт к ужесточению рыночных условий и прекращению падения запасов третий сезон подряд.

— Глобальное производство рыболовства и аквакультуры планируется увеличиться на 1,0 процента в 2026 году до 200,5 миллиона тонн, при этом выпуск аквакультуры вырастет на 2,9 процента, возглавляемый креветками, лососем и карпом, при этом промысел сократился на 1,1 процента, в основном из-за снижения квот на важные запасы Северной Атлантики, включая скумбрию, сельдь и, возможно, треску.

Индекс цен на продукты питания ФАО в мае оставался в целом стабильным, несмотря на рост котировок на злаки

Эталонный показатель мировых цен на продовольственные товары оставался в целом стабильным в мае, поскольку снижение котировок на растительные масла компенсировало рост цен на зерновые и сахарные данные, опубликованные в пятницу Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН (ФАО).

Индекс цен на продукты питания ФАО, отслеживающий ежемесячные изменения международных цен на корзину мировых товаров продовольствия, в мае 2026 года составил средний состав 130,8 пункта, что на 0,2 процента ниже пересмотренного апреля и на 2,9

процента выше уровня предыдущего года.

«Хотя мировые рынки пищевых товаров остаются в целом устойчивыми, рост цен на злаки подчёркивает уязвимость к погодным рискам и сбоям на энергетическом и промышленном рынках.

Продолжающаяся неопределённость, затрагивающая ключевые торговые маршруты, включая Ормузский пролив, может снизить потребление удобрений и создать дополнительное давление на цены на продукты питания, подчёркивая необходимость скоординированных международных действий», — сказал Бубакер Бен-Бельхассен, директор отдела рынков и торговли ФАО.

Индекс цен на зерновые по ФАО вырос на 2,6 процента по сравнению с апрелем и был почти на 5,0 процента выше, чем год назад, что отражает рост цен на все основные зерновые на фоне роста цен на топливо и удобрения в мире, а также погодных факторов. Мировые цены на пшеницу выросли на 3,4 процента за месяц — и на 7,8 процента по сравнению с предыдущим годом — благодаря более низким ожидаемым урожаям у крупных экспортеров, включая Соединённые Штаты Америки, где условия озимого пшеницы одни из самых благоприятных за последние десятилетия. Цены на твердую красную озимую пшеницу в США в мае 2026 года были на 28 процентов выше, чем в мае 2025 года. Цены на кукурузу выросли на 1,9 процента — 3,9 процента в годовом выражении — на фоне роста спроса на импорт в ключевых рынках,

ужесточённой доступности в Бразилии и США, а также более жесточённых цен на энергию, что стимулировало спрос, связанный с этанолом. Индекс цен на весь рис ФАО вырос на 2,7 процента по сравнению с предыдущим месяцем, поскольку погодные опасения и рост цен на сырую нефть и производные продукты стали основой котировок в некоторых ведущих азиатских странах-экспортёрах.

Индекс цен на растительное масло ФАО, напротив, снизился на 4,6 процента по сравнению с апрелем — это его первое ежемесячное снижение в 2026 году. Международные цены на пальмовое масло снизились из-за ожиданий ослабления мирового спроса на импорт и неопределённости на рынках сырой нефти, в то время как мировые цены на соевое масло были смешанными: сезонное увеличение экспортных поставок снижало цены в Южной Америке, несмотря на устойчивый спрос на биотопливо в Северной Америке. Цены на рапс и подсолнечное масло выросли из-за жестких условий поставок.

Индекс цен на мясо ФАО вырос на 0,1 процента. Мировые цены на мясо крупного рогатого скота выросли благодаря сильному импортному спросу, особенно из Китая и Соединённых Штатов Америки, в то время как цены на свинину снизились, главным образом из-за снижения цен в Европейском союзе на фоне обильных поставок и снижения импортного спроса.

Индекс цен на молочные продукты ФАО снизился на 0,5 процента по сравнению с предыдущим месяцем, чему способствовали

международные цены на масло. Цены на сыр в основном оставались стабильными, а цены на обезжиренное молоко росли. Цены на цельное молоко показали смешанные изменения.

Значение **Индекса цен ФАО на сахар** в мае увеличилось на 7,5 процента на фоне данных о снижении доли сахарного тростника в Бразилии, направляемой на производство сахара, что усилило ожидания увеличения его использования для производства этанола, а также опасений, что условия, связанные с явлением Эль-Ниньо, могут негативно повлиять на производство в Индии и Таиланде в предстоящем году.

Почти 90% мирового производства сои в 2025/26 МГ обеспечат топ-5 стран-производителей

Около 90% мирового производства сои в 2025/26 МГ обеспечат пять ведущих стран-производителей масличной. Этот факт в своем выступлении на конференции «Fat & Oil Industry 2026 European Edition» констатировала коммерческий директор подразделения Soft Oils, брокер по торговле сырьевыми товарами компании Aboissa Commodity Brokers Лаура Перейра.

«Безусловным лидером остается Бразилия, которая с показателем 180 млн тонн обеспечит 42% мирового производства сои в текущем сезоне. Также более 100 млн тонн масличной будет произведено в США – именно 115 млн тонн и доля в 27%», - отметила аналитик.

Также в топ-5 по итогам сезона входят Аргентина – 48 млн тонн (11%), Китай – 20,9 млн тонн (5%) и Парагвай – 12,1 млн тонн (3%).

«В общей сложности 83% мирового производства сои в 2025/26 МГ обеспечат страны Южной и Северной Америки. Если же учитывать только южноамериканские страны, то их доля составляет 56%», - добавила Л. Перейра.

ЕЭК утвердила рекомендации по расширению торговли АПК между странами ЕАЭС и БРИКС

19 мая 2026 года коллегия Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) одобрила рекомендацию, направленную на углубление торгово-экономического сотрудничества государств Евразийского экономического союза и стран БРИКС в сфере агропромышленного комплекса и продовольствия.

Согласно анализу ЕЭК, в период с 2019 по 2024 год взаимный товарооборот между государствами-членами ЕАЭС и странами БРИКС увеличился вдвое, достигнув 27,3 млрд долл. США.

В структуре экспорта и по направлениям поставок, как отмечено, преобладают следующие категории:

- мясо и мясопродукты (основные рынки — Китай, ОАЭ);
- молочная продукция (Египет, Индонезия, ОАЭ);
- рыба и ракообразные (Индонезия, Китай);

- зерновые культуры (Египет, Индонезия, Иран, ОАЭ, Эфиопия, ЮАР и другие государства).

Министр по промышленности и агропромышленному комплексу ЕЭК Гоар Барсегян отметила, что утверждённая рекомендация станет для государств-членов ориентиром при анализе потенциала расширения экспортных направлений на рынки ключевых мировых импортёров из числа стран БРИКС.

В части цифровой трансформации АПК коллегия ЕЭК рекомендовала государствам Союза оказывать поддержку сельхозпроизводителям во внедрении цифровых технологий, включая применение наземных и воздушных

беспилотных систем, методов точного земледелия с использованием искусственного интеллекта и геоинформационных систем, а также развивать цифровые сервисы для прогнозирования погоды и оценки агрорисков.

«Реализация мер по развитию цифровых технологий в АПК направлена на сокращение технологического отставания, повышение конкурентоспособности аграрного сектора Союза и обеспечение устойчивого развития отрасли в условиях цифровой экономики», — подчеркнула Гоар Барсегян.

Ближнее зарубежье

Белоруссия и Россия переходят к совместной переработке продукции АПК

Россия и Белоруссия взаимно наращивают поставки сельхозпродукции и продовольствия. Теперь вместо простой модели «купли-продажи» в Союзном государстве формируется система совместной переработки сельхозпродукции, сообщает Российская газета по итогам опроса экспертов.

При сохранении достигнутой динамики роста торговли глава Администрации Президента Белоруссии Дмитрий Крутой и вице-премьер Правительства России Алексей Оверчук даже прогнозируют, что по итогам этого

года объем взаимной торговли может достичь 70 млрд долларов США. Свой вклад внесет и агропром. За первые 3 месяца 2026 года, по данным федерального центра «Агрозэкспорт», Россия поставила в Белоруссию продукцию АПК на сумму более 1 млрд долларов. К показателям за аналогичный период прошлого рост составил 16%.

Республика также наращивает свой сельскохозяйственный экспорт. По данным Минсельхозпрода Белоруссии, в 2025 году экспорт продовольствия страны достиг рекордных 10 млрд долларов. На долю России пришлось около 67%. Косвенно о положительной динамике говорит общий экспорт

товаров, который в январе-марте 2026 года вырос на 20,3% и достиг 11 млрд долл., отмечает генеральный директор АНО «Агентство инвестиционно-промышленных решений», член Генерального совета «Деловой России» Сергей Гебель.

Казахстан ограничит регистрацию части иностранных вагонов

С 12 июля 2026 года в Казахстане вступят в силу новые правила государственной регистрации железнодорожного подвижного состава. Изменения предусматривают ограничения на регистрацию иностранных вагонов и локомотивов.

Как сообщили в Министерстве транспорта Республики Казахстан, нововведения направлены на защиту отечественной железнодорожной инфраструктуры от эксплуатации изношенного и устаревшего зарубежного подвижного состава.

Согласно новым требованиям, для тягового и специального подвижного состава будет запрещена регистрация техники, остаточный срок службы которой составляет менее 60% от установленного заводом-изготовителем. Исключение сделано только для уникальной путевой техники, не имеющей аналогов казахстанского производства.

Для грузовых и пассажирских вагонов регистрация будет возможна лишь в двух случаях: если вагон новый и с момента его постройки прошло не более одного года либо если речь идет о специализированном подвижном

составе, например, хопперах-дозаторах, цистернах для перевозки кислот и других химических продуктов, рефрижераторах, вагонах-термосах и аналогичной технике.

Ограничения будут действовать до 31 декабря 2030 года включительно.

В Казахстане до конца года создадут единую цифровую базу для управления транспортно-логистической цепочкой

В Казахстане до конца 2026 года планируют создать единую цифровую базу для управления транспортно-логистической цепочкой в режиме реального времени.

Премьер-министр Олжас Бектенов отметил важность внедрения цифровых решений и искусственного интеллекта для развития транспортной сферы.

Для примера руководитель правительства взял Китай, Японию, Европейский союз, где активно проводится работа по внедрению цифровых решений и искусственного интеллекта в сфере транспорта. По его словам, они служат для оптимизации графиков движения поездов, сокращения простоев, повышения пропускной способности и качества содержания сети.

«Министерству транспорта совместно с компанией «Қазақстан темір жолы» необходимо до конца текущего года принять меры по созданию «озера данных», которое облегчит управление всей транспортно-логистической

цепочкой в режиме реального времени. В целом перед министерством стоят задачи по улучшению качества сервиса на железнодорожном транспорте, росту транзитных перевозок и экспортных грузоперевозок. Соответствующие решения по развитию отрасли должны приниматься в проактивном формате для обеспечения развития экономики Казахстана в целом", – подчеркнул Олжас Бектенов.

Экспорт аграрной продукции Азербайджана за десятилетие увеличился на 62,8%

Экспорт аграрной продукции Азербайджана за десятилетие увеличился на 62,8%

За последние десять лет сельское хозяйство Азербайджана продемонстрировало устойчивый рост, а экспорт аграрной и продовольственной продукции увеличился более чем на 60 %.

Об этом заявил заместитель министра сельского хозяйства Азербайджана Заур Алиев на пресс-конференции, посвященной Госпрограмме развития производства и переработки продукции сельского хозяйства, рыболовства и аквакультуры на 2026-2030 гг.

По его словам, на протяжении последних десяти лет в аграрном секторе страны наблюдается стабильная положительная динамика как в растениеводстве, так и в животноводстве.

"За последние 10 лет в целом рост сельского хозяйства в реальном выражении составил 37,8%. Этот показатель в растениеводстве достиг 48,2%, а в животноводстве - 29,6%. В качестве еще одной позитивной тенденции могу отметить, что экспорт аграрной и продовольственной продукции увеличился на 62,8%", - сказал Алиев.

В Азербайджане ввели ограничения на экспорт льготной сельхозтехники

В Азербайджане ввели ограничения на экспорт льготной сельхозтехники

Сельскохозяйственная техника, приобретенная в Азербайджане на льготных условиях, не может быть экспортирована из страны в течение пяти лет с момента финансирования.

Такая норма предусмотрена в указе президента Азербайджана Ильхама Алиева о внесении указа "О совершенствовании государственной поддержки сельского хозяйства и лизинговой деятельности в аграрном секторе" от 19 декабря 2018 года.

Согласно документу, данные о льготной сельхозтехнике в режиме реального времени через информационную систему "Электронное сельское хозяйство" будут передаваться в информационную систему Государственного таможенного комитета.

Дальнее зарубежье

Индия теряет интерес к пальмовому маслу и выбирает альтернативу для крупных закупок

Импорт соевого масла в Индию вырос на 38% и достиг пятимесячного максимума в 497 000 тонн в мае 2026 года, поскольку индийские покупатели массово отказываются от пальмового масла в пользу соевого из-за быстрого сокращения разницы в ценах между этими двумя продуктами, сообщает Всеиндийская федерация торговцев растительными маслами (All India Edible Oil Traders Federation). Это ведущее национальное объединение индийских импортеров, дистрибьюторов и оптовых продавцов пищевых масел. Организация координирует внутренний рынок Индии, которая является крупнейшим в мире импортером растительного масла. Президентом федерации является Шанкар Тхаккар.

Длительное время главным фаворитом Индии было пальмовое масло из-за его дешевизны (оно было более чем на \$100 за тонну выгоднее соевого). Однако мировые цены на пальмовое масло резко выросли, а премия соевого масла перед конкурентами сократилась. Соевое масло стало гораздо более конкурентоспособным для внутреннего рынка Индии, как пояснил Шанкар Тхаккар.

По его словам, когда разница в цене между соевым и пальмовым

маслом сократилась до 40 долларов за тонну, пальмовое масло потеряло свои конкурентные преимущества, и по мере роста импорта соевого масла в Индию, поставки подсолнечного масла резко сократились на 32,3% до 294 000 тонн.

По словам Тхаккара, импорт пальмового масла в мае незначительно восстановился по сравнению с предыдущим месяцем, достигнув 551 000 тонн против 513 403 тонн в апреле, но остался значительно ниже исторического среднемесячного показателя в 632 000 тонн.

С 1 июня Правительство Индии официально повысило таможенную тарифную стоимость для сырого и рафинированного пальмового масла, при этом незначительно снизив тарифную стоимость для сырого соевого масла. Это искусственно простимулировало индийских трейдеров переключаться на закупки соевого масла.

Аналитики отрасли предупреждают, что закупки со стороны Индии, крупнейшего в мире импортера растительных масел, ниже среднего уровня могут привести к накоплению запасов в ведущих странах-производителях, таких как Индонезия и Малайзия.

В целом, общий объем импорта пищевых масел в Индию в мае вырос на 2,6% до примерно 1,3 миллиона тонн, почти полностью за счет резкого роста цен на соевое масло.

В Андалусии резко растет популярность органического земледелия. Ученые хотят наладить экспорт «органической морали»

В числе целей, поставленных на 2030 год, Европейский союз стремится обеспечить, чтобы по меньшей мере четверть сельскохозяйственных земель обрабатывалась с использованием органических или экологических методов. В этой гонке Андалусия имеет значительное преимущество: более 50% органического земледелия в Испании сосредоточено на юге, что делает андалузские земли полигоном для тестирования агрополитики, поощряющей и продвигающей эти методы.

В связи с увеличением количества фермеров, внедряющих органические агропрактики, исследователи из Университета Кордовы изучают мотивы, лежащие в основе выбора органических методов по сравнению с другими.

Команда опросила около 200 фермеров и пришла к выводу: моральные мотивы (забота об окружающей среде и социальной экосистеме) так же важны, как и мотивы, связанные с прибыльностью.

«Большинство исследований по органическому земледелию фокусируются на типе выращиваемой культуры, бизнес-модели или получаемых субсидиях, игнорируя при этом фермера, который на самом деле является ключевым игроком. В данном случае мы сосредоточились на их

мотивации, чтобы лучше понять андалузский контекст и экспортировать его в качестве модели в другие части Европы», — заявил исследователь.

Результаты исследования подчеркивают разнообразие в сельскохозяйственном секторе Андалусии, где сосуществуют специалисты с различными социально-демографическими характеристиками и по-разному относятся к органической модели земледелия. Поэтому, как отметил Санчес Канисарес, «если Европейский союз хочет продвигать органическое земледелие, ему необходимо диверсифицировать свою политику, исходя из различных профилей и потребностей».

На данном этапе исследование предлагает ориентироваться на политику, направленную на удержание фермеров, которые уже перешли на органическое земледелие, — с упрощением административных процедур в качестве ключевого аргумента. Тем, кто не решается на это, исследование предлагает разработать политику, направленную на обращение к их моральным убеждениям в отношении окружающей среды, а также предоставить необходимое обучение и помощь для перехода к новой модели.

Понимание того, почему что-то работает, является ключом к экспорту успешных моделей. В Испании, которая все еще далека от достижения целей ЕС к 2030 году, Андалусия, где более 1,4 миллиона гектаров отведено под органическое земледелие, служит маяком, указывающим остальной Европе путь вперед.

Мексика готовится закупать рекордные объемы кукурузы

По прогнозам, в 2026 и 2027 маркетинговых годах Мексика достигнет рекордных уровней импорта кукурузы в связи со снижением внутреннего производства, ростом затрат на ресурсы и продолжающимся расширением спроса со стороны животноводческого сектора.

Эта тенденция подчеркивает растущую зависимость страны от импортной желтой кукурузы, в основном из США, а также указывает на сохраняющиеся проблемы с рентабельностью сельского хозяйства и продовольственной безопасностью.

Приравнять к экономическому преступлению продажи импортных продуктов питания при наличии местных аналогов предложили в Йемене

Союз сельскохозяйственных кооперативов Йемена предупредил о проблемах, стоящих перед отечественной продукцией, и о продолжающихся попытках подорвать ее производство завозом импортных аналогов. По мнению аграриев, такие торговые политики направлены на ослабление усилий общин по укреплению местного производства и самообеспечения.

В своем заявлении Союз сельхозкооперативов (Agricultural Cooperative Union — ACU) пояснил, что отечественная продукция представляет

собой фундаментальную опору национальной экономики.

Дешевая импортная продукция (особенно в период сбора урожая в Йемене) обваливает цены. Местные фермеры, сталкиваясь с высокими затратами на топливо для поливных насосов и удобрения, не могут конкурировать по цене с субсидируемыми товарами из-за рубежа. Это приводит к разорению хозяйств.

Союз требует ограничить ввоз определенных овощей и фруктов именно в те месяцы, когда созревает местная продукция. Например, импорт лука или картофеля в разгар йеменского сезона делает труд местных крестьян бессмысленным — им проще оставить урожай гнить на полях, чем продавать его ниже себестоимости.

В заявлении содержится призыв к соответствующим органам власти взять на себя ответственность за защиту отечественного производства и принять необходимые меры для пресечения любых практик, направленных на ослабление или маргинализацию отечественной продукции на рынках, чтобы сохранить стабильность сельскохозяйственного сектора и устойчивость производства.

В заключение Союз сельскохозяйственных кооперативов подтвердил свою приверженность поддержке фермеров и местных производителей, а также укреплению доверия к отечественной продукции и достижению самодостаточности.

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ



Dr. Alice for life 



Группа компании «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.

Шоколадные подарки
на все случаи жизни!

Реклама: ИП Черев Салман Увайсович ИНН 20100853228 ОГРНИП 317203600043

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*



MONICOM AGRAR DOO – СЕРБИЯ

Компания **Monicom Agrar** со штаб-квартирой в Нише успешно работает и развивается с 1991 года. Сегодня это одна из самых успешных частных компаний в Сербии и лидер в отраслях, в которых она работает.

За почти 35 лет существования **Monicom Agrar** выросла из небольшого предприятия в успешную бизнес-группу с более чем 700 сотрудниками в различных отраслях.

Первоначально бизнес-портфель компании расширился с энергетического и торгового секторов на строительную промышленность, а позже — на сельское хозяйство и переработку фруктов.

Группа управляет несколькими производственными предприятиями на юге Сербии. Последние инвестиции были сделаны в отрасль заморозки и сушки фруктов.

После приобретения в 2015 году бывшей государственной фабрики PIK Aleksinac, **Monicom** полностью модернизировала завод и установила самые современные технологии для заморозки и сушки фруктов.

ТЕХНОЛОГИЯ ЗАМОРАЖИВАНИЯ



Компания **Monicom** управляет современным морозильным комплексом с общей мощностью переработки 12 000 тонн фруктов за сезон. Этот впечатляющий объем дополняется собственными складскими помещениями общей емкостью 7 500 тонн.

Наша приверженность эффективности распространяется на весь производственный процесс. PIGOR, ведущий международный производитель, разработал нашу высокоавтоматизированную систему, обеспечивающую стабильное качество и максимальную производительность.

ТЕХНОЛОГИЯ СУШКИ



Наш современный цех по сушке фруктов имеет суточную производительность 150 тонн свежих слив. На предприятии используется современная закрытая система сушки, обеспечивающая высочайшее качество производимых сухофруктов.

В процессе сушки используется природный газ и низкие температуры (до 74°C), что гарантирует получение полезного, натурального и высококачественного продукта. Каждый этап процесса тщательно контролируется с помощью компьютерных систем управления.

Свежие фрукты сушатся от 18 до 22 часов в 16 туннельных камерах из нержавеющей стали. В завершение фрукты увлажняются до нужного уровня влажности, запрошенного нашими клиентами.

КАЧЕСТВО И СЕРТИФИКАТЫ

Расположившись в самом сердце лучших фруктовых регионов Сербии, мы закупаем высококачественное сырье у проверенных партнеров. Долгосрочное сотрудничество с нашими поставщиками является ключом к стабильному качеству. Мы тесно сотрудничаем с производителями для оптимизации качества продукции. Мы работаем в

соответствии со следующими стандартами: IFS, BRC, FSSC 22000, HACCP, KOSHER, HALAL и ISO 14001.

НАШИ ПЛАНТАЦИИ



Компания **Monicom Agrar** владеет примерно 500 гектарами сельскохозяйственных земель, арендованных на 30 лет, на которых она выращивает собственные плантации вишни сорта Облачинска и сливы сорта Стэнли. В нашем агропромышленном секторе занято около 100 человек.

ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ ПОД СОБСТВЕННОЙ МАРКОЙ



От концепции до полки магазина мы помогаем нашим партнерам создавать собственную идентичность бренда с помощью профессиональных решений для производства продукции под собственной торговой маркой. Помимо переработки фруктов, мы предлагаем комплексные услуги по

упаковке продукции под собственной торговой маркой, адаптированные к требованиям заказчика.

ЗАМОРОЖЕННАЯ ВИШНЯ

Сорт: Oblacinska



Ежегодно более 3700 тонн высококачественной замороженной вишни доставляется нашим клиентам по всему миру. Мы стремимся минимизировать отходы на протяжении всего производственного процесса – даже косточки вишни и сливы используются в качестве источников энергии или в фармацевтике.

ЗАМОРОЖЕННЫЕ СЛИВЫ

Сорт: Стэнли



Сливы считаются одним из первых фруктов, одомашненных человеком. Эта группа фруктов включает

более 40 сортов, хотя сегодня в коммерческих целях выращивается лишь несколько из них. Мы ежегодно производим около 1000 тонн замороженных слив, нарезанных машинным способом.

ЧЕРНОСЛИВ

Сорт: Стэнли



Ежегодно мы продаем более 1000 тонн чернослива премиум-качества. Более 95% нашей продукции экспортируется на международные рынки, включая Германию, Россию, Италию, Францию, Швейцарию, Бельгию, Англию, Болгарию и Турцию, к уважаемым клиентам, которые ценят качество и стабильность нашей продукции.

Monicom Agrar d.o.o.
Petra Zeca 68
18220 Aleksinac
Republic of Serbia
Tel. +381 (0) 18 800 400
Email
info@monicomagrarr.rs
Web www.monicomagrarr.rs

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,

высококачественные **целые, 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. кориандр, фенхель, горчица, кардамон и другие

- **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** — работа 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



Чистота и точность из самого сердца индийского гуара

Linkin **Guargums,**
подразделение **Linkin Trade**
International LLP, — всемирно
известный экспортер
высококачественного порошка гуаровой
камеди из Индии. Штаб-квартира
компании расположена в **Морби, штат**
Гуджарат. Компания сочетает 18-летний
опыт производства и
профессионального управления
экспортом, предлагая клиентам по всему
миру стабильные, сертифицированные и
высокоэффективные решения в области
гуаровой камеди.

В основе деятельности **Linkin**
Guargums лежат **два**
производственных предприятия
третьего поколения, стратегически
расположенных в **эпицентре**
выращивания гуара в Индии, что
обеспечивает доступ к
высококачественному сырью и
геологическое преимущество близости к
источнику.



Путь от семян гуара до гуарового сплита и переработанного порошка



Цех переработки пищевых и промышленных сортов в соответствии с системами сертификации ISO

Оба подразделения работают
под техническим контролем Linkin и
соответствуют международным
стандартам, включая сертификацию по
стандартам **ISO 9001:2015, ISO**
22000:2018 и **FDA.** Приверженность
компании к документации, прозрачности
и единообразию гарантирует
соответствие каждой партии продукции
мировым стандартам качества —
основная причина, по которой **Linkin**
Guargums стала предпочтительным
поставщиком как для пищевой, так и для
промышленной отрасли.

Linkin Guargums предлагает
гуаровую камедь различных марок,
отвечающую различным требованиям
клиентов — от оптимизации вязкости до
выбора размера частиц, —
подкрепленную полной экспортной
документацией, такой как **сертификат**
подлинности (COA), сертификат
безопасности материала (MSDS) и
технические паспорта. Благодаря
строгому внутреннему контролю

качества и прослеживаемости от источника до поставки компания гарантирует чистоту, надёжность и эффективность.



Зона экспортной погрузки, где осуществляется подготовка грузов с полной документацией

Помимо качества продукции, Linkin Guargums славится **профессиональным экспортным обслуживанием**, предлагая клиентам безупречное обслуживание, основанное на доверии и долгосрочных отношениях. Трудовая этика компании отражает её основополагающую философию: «Если речь идёт о гуаровой камеди, доверяйте Linkin».

Примечание управляющего партнера

«Во время моего недавнего визита в Россию мне довелось пообщаться с представителями нескольких компаний и посетить их предприятия. Российский рынок, на мой взгляд, перспективен и готов к стабильному росту в ближайшие годы. Переговоры были весьма продуктивными, а деловая культура показалась мне удивительно тёплой, искренней и гостеприимной».

«Значительный объём гуаровой камеди уже импортируется в Россию

при поддержке ведущих индийских поставщиков. Благодаря своему этичному подходу к ведению бизнеса, акценту на кастомизации продукции и профессиональному опыту, Linkin Guargums уверена в своём прочном присутствии на российском рынке. Мы рассчитываем на долгосрочное партнёрство, основанное на доверии, прозрачности и взаимном росте».



Ашиш Тивари, управляющий партнер, во время B2B-встречи в Москве

Наши контакты:

Corporate Office-No.119 & 120, Capital Market, Ravapar Circle, Morbi, Gujarat, India-363641

☎ +91 97126 87126 ☎ +91 95124 35124

✉ info@guargums.in 🌐 www.guargums.in



НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

На выставке MAP Russia 2026 подвели итоги 25-летнего развития мясной отрасли России



С 19 по 21 мая 2026 года в московском «Тимирязев Центре» прошли 25-я Международная выставка «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia» и организованный в ее рамках Саммит «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции».

Они стали главной дискуссионной площадкой для лидеров агробизнеса, представителей Минсельхоза России, Россельхознадзора, отраслевых союзов, ученых, практикующих ветеринарных врачей и ведущих экспертов отрасли.

Идеальный выбор – продукция из Дагестана

Выставка MAP Russia, организованная компанией «Асти Групп»

– уникальное мероприятие, полностью сконцентрированное на всех этапах производства продукции из животного белка. Впервые проведенная в 2001 году, она ежегодно собирает сотни участников из России и других стран, а также тысячи гостей.



В этом году ее важнейшим событием стала народная дегустация продукции российских производителей мяса и яйца и последующее награждение победителя знаком

«Идеальный выбор». По итогам голосования, им стало ООО «Батыр-Бройлер» – одно из крупнейших птицеводческих предприятий полного цикла в Республики Дагестан.

Награды удостоились семь продуктов компании, представленные на рынке под собственной торговой маркой «Славный край»: пельмени «Джуниор» (халяль), колбаса сырокопченая «Пеперони» для пиццы, стрипсы куриные в хрустящей панировке «Классика» (халяль), колбаса полукопченая «Кавказская» (халяль), колбаса вареная премиум «Мортаделла» (халяль) и рулет куриный копчено-вареный «Классический» (халяль). Бренд представлен в Дагестане, Чеченской Республике, Ингушетии, Москве и Московской области. Сеть фирменных магазинов насчитывает 11 точек. Вся продукция создается по стандарту «Халяль» и ориентирована на принципы здорового питания.

Большинство участников – иностранные партнеры



География выставки MAP Russia кардинально расширилась. В этом году доля зарубежных участников составила 80%. При этом до 60% из них впервые

представили свои технологии на российском рынке. В выставке приняли участие поставщики оборудования, инновационных решений и кормовых баз из Бразилии, Индии, Китая, Турции, Малайзии и других стран.



Одним из ярких новичков стал российский официальный дистрибьютер китайского производителя оборудования для обработки яиц ZENYER Egg Machinery (Shenzhen Zenyer Egg Machinery Co., Ltd.) – компания ZENYER Россия. Она представила технологические решения для автоматизации сортировки, мойки, упаковки и маркировки яйца.



Также впервые на площадке появилась продукция бразильской компании BTA Additives – Add Innovation, специализирующейся на кормах для животных.

Главная цель нашей выставки – показать максимальное количество инноваций для агробизнеса, – подчеркнула президент “Асти Групп” Наринэ Багманян. – Всех наших зарубежных партнеров объединяет именно это – разработка и создание новых технологических решений для агропромышленной отрасли».

Meat Battle – уникальная возможность для производителей

Одним из уникальных форматов выставки стала Meat Battle – интерактивная площадка, на которой шеф-повара лучших российских ресторанов готовили блюда из продукции отечественных производителей животного белка. Проект дает возможность поставщикам мяса и яйца лучше понять запросы своей целевой аудитории, раскрыть потенциал продукции и найти новых партнеров.



«Продвижение продуктов всегда идет через демонстрацию блюд, – подчеркнула Наринэ Багманян. – Профессиональный шеф-повар способен создать настоящий шедевр, чтобы у экспертов не осталось сомнений: российское мясо – это по-настоящему высокое качество».

Саммит «Аграрная политика России»: главные тренды, круглые даты, готовая еда и российский экспорт

Деловая программа выставки MAP Russia 2026 открылась пленарным заседанием «От поля до стола: стратегия мясного и кормового комплекса России».

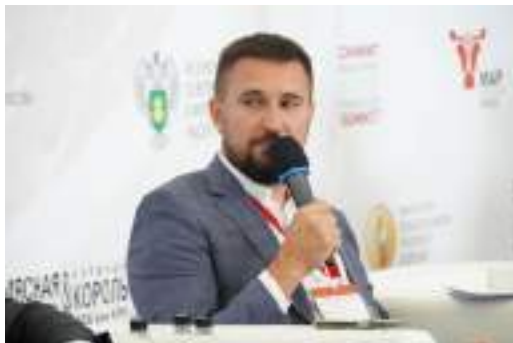
В его рамках директор Отделения ФАО для связи с РФ Олег Кобяков ознакомил других участников сессии с глобальными трендами на рынке животного белка – сохранением лидирующих позиций мяса птицы и свинины, а также сменой статуса говядины, которая становится все более эксклюзивным товаром в других странах.



При этом руководитель ФГБУ «Агроэкспорт» Илья Ильюшин подтвердил рост отечественного экспорта мясной продукции. «По итогам 2025 года он вырос на 12% – до почти 1 млн тонн, превысив в стоимостном выражении 2,4 млрд долларов».

В рамках Саммита участники отметили две важные даты – 5-летие Национальной Ассоциации производителей индейки (НАПИ) и 25-летие НКО «Росптицесоюз».

По данным объединений, Россия сегодня занимает первое место в Европе и второе – в мире по производству индейки, а доля птицы в объеме производимого в России мяса равна 45%.



Обсуждая положение на рынке готовой еды, участники Саммита отметили его мощный рост – с 92 млрд рублей в 2016 году до более чем 480 млрд в 2025-м. К 2030 году ожидается, что он составит 14 трлн рублей.

Также в ходе Саммита определились два основных направления развития международного сотрудничества российских агропромышленных предприятий – Китай, а также страны Ближнего Востока и Персидского залива.

Статус и значение выставки MAP 2026

Прошедшая в 25-й раз выставка MAP Russia подтвердила как свой статус

уникальной специализированной площадки для производителей животного белка, так и площадки для поиска решений для выполнения задач, поставленных Президентом России по стабилизации и укреплению продовольственной безопасности до 2030 года.



Стратегическими партнерами выставки MAP 2026 выступили Минсельхоз России, Россельхознадзор, Российский экспортный центр, Союз экспортеров и производителей зерна, НКО «Росптицесоюз», НАПИ, Национальный союз производителей свинины, Ассоциация «Объединение мясопереработчиков» и другие.

Саммит «Аграрная политика России» прошел при поддержке глобального лидера по производству кормов Alltech, одного из крупнейших мировых производителей ветпрепаратов ГК ВИК, разработчика программного обеспечения для бизнеса «Контур», а также компании «ДНК-Технология», объединяющая ученых из Института иммунологии ФМБА России и Института физики высоких энергий.

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

XXXV ЮБИЛЕЙНЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «ПИВО-2026»

С 19 по 21 мая 2026 года в Сочи, на площадке Гранд Отеля «Жемчужина», состоялся XXXV Юбилейный Международный форум «ПИВО-2026» — крупнейшее отраслевое событие пивоваренной и безалкогольной индустрии России.

Организатором Форума традиционно выступила компания «СОУД» — Сочинские выставки» при поддержке Союза российских пивоваров.



В выставке приняли участие производители и поставщики из России, Беларуси, Китая, Армении, Италии, Германии, Польши, Бельгии и Чехии. Среди участников — крупнейшие производители пива и безалкогольных напитков, поставщики солода, хмеля, дрожжей, упаковки, лабораторного оборудования, автоматизированных систем управления и технологических линий.

За три дня работы Форум посетили 5835 человек, включая специалистов отрасли (82%), представителей бизнеса и гостей мероприятия (18%). В выставке и деловой программе приняли участие

компании и специалисты из 10 стран, а экспозиция площадью 3500 м² объединила более 150 компаний.



Генеральный директор ООО «СОУД» — Сочинские выставки» Инна Захарченко отметила:

«Когда отрасль объединена общей целью, когда сформирована сильная профессиональная команда, любые задачи становятся решаемыми. Форум в очередной раз показал высокий потенциал отрасли и уверенный взгляд в будущее».

Представители Национального союза экспортеров продовольствия довели до участников Форума информацию о перспективных направлениях развития экспорта продукции пивоваренной отрасли, о работе по активизации поддержки экспорта, о возможностях продвижения на рынки зарубежных стран.

Особое внимание было уделено перспективам расширения участия отечественных производителей в ряде зарубежных выставок, в частности, в Индии, Китае, Египте, Турции, Малайзии и других странах.

16-18 сентября 2026

г. Оренбург

Шарлыкское ш., 1/2



Правительство
Оренбургской области



Министерство сельского хозяйства, переработки
лесной и перерабатывающей промышленности
Оренбургской области

МЕНОВОЙ ДВОР

**41-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



ASEAN Food & Beverages Exhibition 2026



Выставка продуктов питания и напитков АСЕАН 2026: новый формат, расширяющий возможности для российских брендов в Юго-Восточной Азии

Выставка продуктов питания и напитков АСЕАН 2026, которая пройдет с 10 по 12 сентября 2026 года в МИТЕС в Куала-Лумпуре, Малайзия, предоставляет российским брендам прекрасную возможность выйти на быстрорастущий рынок Юго-Восточной Азии. В мероприятии примут участие более 300 экспонентов со всего мира и более 30 000 профессионалов, что обеспечит уникальную платформу для налаживания деловых связей, установления деловых контактов и внедрения инноваций.



Новый региональный формат выставки охватит ключевые рынки Малайзии, Таиланда, Индонезии, Сингапура, Индии и Вьетнама, помогая российским брендам осваивать эти быстро развивающиеся регионы.

Мероприятие охватывает все секторы индустрии продуктов питания и напитков, включая закуски и деликатесы, алкогольные и безалкогольные напитки, упаковочные и вендинговые решения: инновационные упаковочные и вендинговые системы, халяльную еду, ингредиенты и технологии:



Выставка продуктов питания и напитков АСЕАН 2026 — ключевая платформа для российских брендов, позволяющая изучать новые партнерства и расширять свое присутствие на динамичном рынке Юго-Восточной Азии.

По вопросам участия в выставке просим обращаться в Национальный союз экспортеров продовольствия по тел. +7 (495) 354-39-08, e-mail: nfeu2000@mail.ru

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Производитель в условиях омниканальности. На что сделать ставку?

Выход на рынок – процесс, с которым сталкиваются все производители независимо от того, сколько лет они в бизнесе и насколько известны их бренды. При этом под выходом на рынок можно считать предложение в ранее неосвоенном сегменте:

- Выход на новую территорию (в страну) – необходимо ознакомить потенциально новых покупателей со своим брендом и товарами.

- Вывод на рынок нового бренда – необходимо презентовать как сам бренд, так и его преимущественность и место в рамках всего ассортиментного портфеля производителя.

- Вывод на рынок нового товара – здесь уже больше убеждение ритейлера, что ассортимент надо расширить, а ниша перспективна.

В последнее время актуален тренд выхода в новые каналы сбыта. При уходе в онлайн продажи также надо доказать партнерам несколько вещей:

- Товар будет продан за время не более 0,5 – 0,8 от срока годности.

- Товар будет в достаточном наличии.

- Товар будет быстро доставлен.

- Упаковка выдержит транспортировку.

- В сети не будет демпинга и предоставленная партнерам цена будет достаточной для получения ими нормативной доходности.

При входе в новые форматы, например, модный сегодня формат жесткого дискаунтера, надо учитывать особенности формата и специфические требования к товарам:

- Свойства товара должны быть такими, чтобы удовлетворить потребность покупателей.

- Т.к. формат не предусматривает широкого ассортимента, товар должен быть не просто хорошим, а лучшим по критерию: потенциал продаж/розничная цена/наценка ритейлера.

Но это особенности, которые скорее направлены на наилучшее удовлетворение потребностей покупателя. Новые производители, помимо рассказа о потенциале продаж должны доказать, что с ними можно иметь дело. При выходе на новый рынок надо доказать:

- Свою надежность как бизнес партнера (возможность организовать логистику и обеспечить объем)

- Свою адекватность как партнера (понимание рынка, знание правил работы и законодательства, традиций и т.д.)

- Свою экспертность и готовность вкладываться в развитие продаж (знание технологий работы в различных форматах, конкурентного окружения, понимание правил продвижения и опыт вывода на рынок других продуктов).

Если производитель сможет доказать, что он соответствует требованиям по этим трем направлениям – ему предоставят карт бланш даже при спорном продукте, если же нет – у него остается только работа с продуктом.

Но и у известного производителя с большой историей работы и долей рынка при развитии продаж нового продукта (на новых территориях) есть как преимущества, так и недостатки.

Преимущества известного производителя:

- Предполагается, что он знает правила работы на рынке, на котором планирует работать
- Предполагается, что он рассчитал свои производственные мощности, оценил логистику и готов выполнить то, что обещает при выводе товара на новый рынок
- У него есть ассортиментный портфель, составленный как из новых, так и из известных товаров, уже имеющих доверие покупателей и долю рынка
- У него есть опыт работы с аналогичными форматами (при выходе на новую территорию) или же похожими товарами (при выводе на рынок новых товаров)

Но у известного производителя есть и проблемы,

вытекающие из его статусности и известности:

- Работа с известными продуктами приводит к тому, что теряются навыки вывода продукта на новые рынки. Новинки как правило являются дополнениями «локомотивов» в рамках больших контрактов и не являются отдельным предметом переговоров. В результате нет «продажи» новинки и обязательств по развитию его продаж

- Работа на известных рынках с постоянной и лояльной клиентской базой приводит к тому, что теряются навыки ведения переговоров. Общение с давно известными партнерами приводит к тому, что нарабатывается много совместных кейсов, вырабатываются особые правила игры, которые эффективны в рамках этого контракта, но, возможно не будут приняты незнакомым закупщиком или не сработают в другой торговой сети.

Вывод:

Выход на новый рынок или развитие нового продукта требует как от известного, так и опытного на своем рынке или статусного в своих товарных категориях производителя полной мобилизации сил и соблюдения стандартов проведения переговоров.

Процесс выхода на новый рынок, это процесс, в рамках которого производитель должен доказать, что:

- Есть ниша или задача, которая важна для покупателей на новой территории
- Заполнение этой ниши (решение задачи) важно для

ритейлеров, работающей на территории (сети, которой делается предложение).

- Предложенные товары решат задачу
- Комплексное предложение от производителя лучше, чем предложения конкурентов.

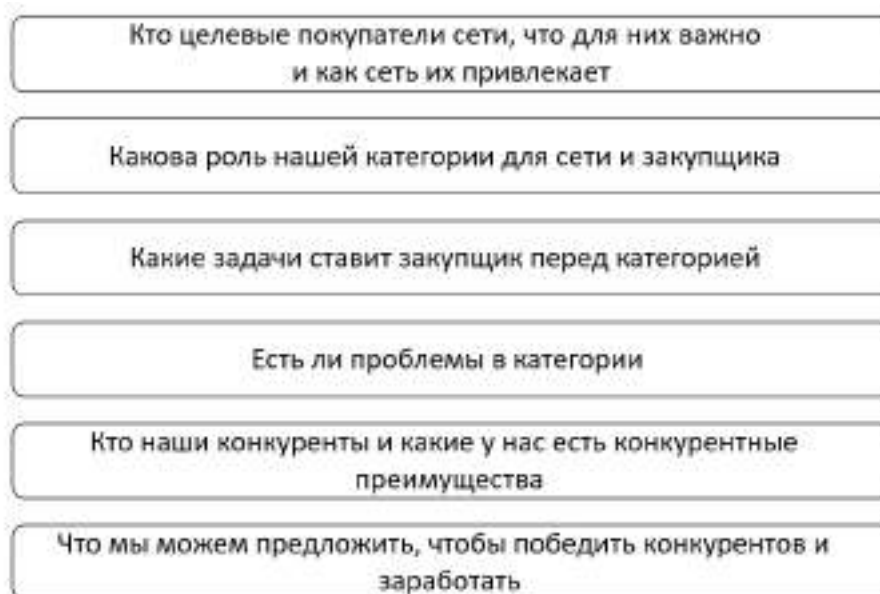
Фактически, при выводе на новые рынки надо разработать ценностное предложение, опирающееся на глубоком анализе покупателей, торговой сети, конкурентов.

Что надо изучить?

- Свой товар и возможности своей компании.
- Товар и возможности конкурентов.
- Стратегию развития ритейлера.
- Целевые группы покупателей сети
- Позиционирование и отношения с конкурентами.

Рис. 1

Алгоритм исследования рынка перед выводом нового продукта



Ещё раз напомним о важных вопросах, на которые нужно ответить:

- Кто целевые покупатели, что для них важно и как сеть их привлекает?
- Какова роль нашей категории для сетей и закупщика?
- Какие задачи ставят закупщик перед категорией?

- Если проблемы в категории?

- Кто наши конкуренты и какие у нас есть конкурентные преимущества?

- Что мы можем предложить, чтобы победить конкурентов и заработать?

Остановлюсь более подробно на вопросах, которые вызывают наибольшие сложности.

1. При оценке позиционирования сети и того, чем она

привлекает покупателей, необходимо оценить важность основных стимулов при выборе магазина для целевых групп покупателей сети.

Таблица 1

Анализ интересов целевых покупателей сети

		ТИП 1	ТИП 2	ТИП 3	Рейтинг показателя
	Доля типа в ТО	35%	19%	14%	
	ПОКАЗАТЕЛЬ	Оценка по пятибалльной шкале			
1	ЦЕНА	5	4	3	4,31
2	АССОРТИМЕНТ	4	4	2	3,59
3	ПРОМО	4	2	4	3,44
4	СЕРВИС	2	4	5	3,18
5	УДОБСТВО	2	4	5	3,18
6	ГРАФИК РАБОТЫ	2	3	2	2,28
7	ОТСУТСТВИЕ ОЧЕРЕДИ	3	3	5	3,41

Условно, целевые группы потребителя — это две, три, четыре группы потребителей, которые дают 50% продаж в сети в рублях. Производитель должен описать эти группы по социальным признакам, стратегии покупок, чувствительности к цене, целей покупки и ситуации потребления и понять, насколько для каждой из групп важны показатели выбора магазина. Каждый из приведенных в таблице 1 показателей оценивается по пятибалльной шкале, после чего проводим их взвешенное суммирование и рассчитывается рейтинг показателя.

Как видно из таблицы, покупателям данной сети важна цена, ассортимент, промо акции. Исходя из этого, при выводе на рынок нового товара на рынок производитель может сделать акцент на:

Товары, которые усилят позиционирование торговой сети как ритейлера, предлагающего товары по лучшим ценам:

- Известные товары по самой низкой цене
- Неизвестные товары с характеристиками как у известных брендов, но по значительно более низким ценам.

Товары, которые расширят ассортимент, заняв интересные для покупателя ниши или сделав лучшие предложения в целевых товарных категориях

Товары, на которые производитель сможет проводить комплексные промоакции, которые смогут привлечь промо зависимых покупателей.

2. Второе, на что надо обратить внимание – конкурентный анализ поставщиков.

Независимо от позиционирования сети и интересов покупателей, в различных товарных категориях, в зависимости от их роли и психотипа закупщика к поставщикам предъявляются различные требования.

Я выделяю 6 направлений оценки поставщиков:

1. Доля в категории и потенциал продаж

2. Возможность заработка – совокупность дохода в рублях и маржинальности продаж

3. Сервис и надежность – возможность качественно выполнять заказы и предоставления сервиса выше конкурентов (мерчендайзеры, поставка в торговые точки, высокая частота или небольшой квант поставки и т.д.)

4. Эффективность – уровень продаж и дохода по всему портфелю в пересчете на SKU.

5. Коммерческие условия – оценивается как привлекательность условий на фоне других контрактов, так и то, насколько предложенные торговой сети условия лучше, чем предложенные аналогичным торговым сетям (как правило это оценивается для ТОПовых товаров)

6. Риски работы с продуктом и возможные потери.

Все эти показатели имеют различную значимость для сети и закупщика.

Взвешенное суммирование этих показателей с учетом их важности позволяет оценить реальную силу конкурентов и выработать стратегию входа в сеть.

Оценка себя на фоне конкурентов по значимым для торговой сети показателям показывает, на какие из своих преимуществ производителю сделать акцент при презентации.

Рис. 2

Выявление конкурентных преимуществ производителя

Параметр	Важность показателя (рейтинг от 1 до 6)	Коэффициент для расчета	Конкурентный анализ поставщиков			
			Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Мы
Продажи (руб.)	6	1,3	5	4	5	3
Доход (руб.)	4	1,1	3	3	4	4
Сервис, надежность	3	1	4	3	2	5
Эффективность	2	0,9	4	2	2	6
Коммерческие условия	5	1,2	1	4	3	4
Потери	1	0,8	3	5	3	2

Итак, при выходе на новые рынки производитель должен понять три группы своих конкурентных преимуществ:

1. Какие из его товаров могут решить важные для целевых покупателей сети задачи.

2. Как он сам, как производитель и поставщик может быть более полезен, чем конкуренты при решении задач сети или реализации планов закупщика.

3. Какие технологии он может применить для того, чтобы реализовать свои конкурентные преимущества и продвинуть товары.

Все конкурентные преимущества должны быть указаны в коммерческом предложении, при этом при выходе на новые рынки Желательно при доказательстве своих преимуществ делать акцент не только на кейсы с традиционных рынков, на которых товар давно представлен, но и на примеры эффективного выхода на новые рынки.

*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



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». 2026