

АГРОС



AGROS

№ 2, 2021

Национальный союз экспортеров продовольствия является добровольной некоммерческой организацией, созданной для объединения усилий, координации деятельности, представления и защиты общих интересов действующих и потенциальных экспортеров российского продовольствия, сырья и сельскохозяйственной продукции.

Союз представляет интересы российских экспортеров АПК в государственных органах законодательной и исполнительной власти – Совете Федерации и Государственной Думе, Минэкономразвития РФ, Минсельхозе РФ, Минпромторге РФ, взаимодействует по вопросам экспорта отечественной продукции с российскими посольствами и торговыми представительствами в зарубежных странах.

Союз участвует в подготовке предложений по совершенствованию системы поддержки экспорта, государственных программ поддержки экспорта продукции АПК, разработке новых механизмов поддержки экспорта, а также оказывает экспортерам продукции АПК практическую поддержку в продвижении их продукции на рынки зарубежных стран.

Учредителями Союза в 1999 г. были три организации: крупнейший в России производитель соковой продукции группа компаний «Вимм-Билль-Данн», крупнейший производитель растительного масла ОАО «Эфирное» и

представитель мясной индустрии - компания «Протеин-Продукт».

В настоящее время в числе участников Союза крупнейшие производители и экспортеры продовольствия, поставщики уникальной продукции, а также организации, содействующие развитию экспорта: страховые и юридические компании, выставочные организации, консалтинговые фирмы.

Членство в Союзе дает его участникам ряд возможностей и преимуществ:

- помощь в поиске новых рынков и партнеров;
 - деловые миссии в зарубежные страны;
 - «пресс-промоушн» в России и за рубежом (публикации в журнале «АГРОС»);
 - содействие в получении юридической поддержки;
 - устранение барьеров на пути развития экспорта;
 - направление коммерческих предложений;
 - участие в конкурсах («За изобилие и процветание России», «Лучший российский экспортер»);
 - размещение логотипа на сайте Союза;
 - приглашения на обсуждения (Государственная Дума, Аналитический центр при Правительстве РФ, Минэкономразвития, Минсельхоз, Торгово-промышленная палата России, Ассоциация отраслевых союзов АПК, международные организации), возможность внесения своих предложений.
- Более подробную информацию о деятельности Союза можно получить по тел.: +7 (495) 354-39-08, E-mail: nfeu2000@mail.ru, а также на сайте Союза www.prodexport.ru

National Union of Food Exporters is a voluntary non-profit organization created to bring together, coordinate and represent the common interests of exporters of Russian food and agricultural products.

The Union was founded in 1999 by three Russian food producers: the largest Russian producer of juices ("Wimm-Bill-Dann"), the largest producer of vegetable oil ("Efirnoye") and the meat producing company "Protein Product".

Currently, among the members of the Union are the largest producers and exporters of Russian foodstuffs, suppliers of unique products, insurance and legal companies, exhibition organizations, consulting firms, publishing houses, academies.

National Union of Food Exporters represents the interests of Russian exporters of agricultural and food products in legislative and executive authorities - the State Duma, Ministry of Economic Development, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation.

Union representatives are members of the Committee on development of agro-industrial complex of Chamber of Commerce and Industry of Russia, Council on foreign economic activity of CCI and Association of agro-industrial unions.

National Union of Food Exporters interacts with Russian trade missions abroad and foreign embassies in Russia.

National Union of Food Exporters takes part in the preparation of state programs and annual plans.

Membership in the Union gives its members a number of benefits:

- assistance in finding new markets and partners;
- business missions to foreign countries;
- press promotion in Russia and abroad (publications in the journal "AGROS");
- assistance in obtaining legal support;
- eliminating trade barriers;
- assistance in attracting foreign investors;
- sending commercial offers;
- participate in contests ("For the wealth and prosperity of Russia", "Best Russian Exporter");
- Logo placement on the website of the Union;
- invitations to discussions (the State Duma, the Analytical Centre of the Government of the Russian Federation, Ministry of Economic Development, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry and Commerce of Russia, Association of Industrial Unions agribusiness, international organizations).

More information on National Union of Food Exporters is available by phone.:

+7 (495) 354-39-08,
E-mail: nfeu2000@mail.ru
www.prodexport.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера

Обеспечение глобальной продовольственной безопасности: возможности России	6
--	---

Новости

Названы самые перспективные для экспорта российские продукты	8
Закон об отмене возврата валютной выручки для несырьевых экспортеров вступил в силу	9
Совет директоров утвердил новую стратегию РЭЦ до 2030 года	10
Страны ЕАЭС унифицировали подходы к маркировке товаров	11
Экспортная пошлина на подсолнечник повышена с 1 июля	11

Анонсы

XIX бизнес-конференция «Мельница - 2021»	12
XIII Международная научно-практическая конференция «Свиноводство - 2021»	13

Экспортно-импортная политика зарубежных стран

Мировая и региональная политика	14
Ближнее зарубежье	18
Дальнее зарубежье	20

Российские компании на внешних рынках

Торговая марка «Лакомства для здоровья».	
<i>Новая линейка продукции – иммунные коктейли</i>	22
Настоящий подарок Алтая	24
Холдинг «АЛТАМАР»	26

Наши зарубежные партнеры

ADEGA DO FAVAIOS	28
MIGUELS	31
NICOLA и CHAVE D'OURO	32

Новости выставочной сферы

Награды, деловые контакты и планы на будущее	34
VIV worldwide и VICTAM International приглашают на выставку <i>Animal Feed & Health to Food / VIV Europe 2022</i>	41
Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия Холода для АПК / MAP Russia & VIV 2022	42

Участнику внешнеэкономической деятельности

Поддержка экспорта продукции АПК – баланс инструментов в современных условиях	44
--	----

Практические вопросы продвижения продукции

<i>С.Илюха</i> Поможет ли знание КРІ оппонента заключить выгодную сделку?	49
---	----

CONTENTS

Special Topic

Ensuring global food security: Russia's abilities	6
---	---

News

The most promising Russian products for export are named	8
Law on abolition of currency earnings refunds for non-resource exporters entered into force	9
Board of directors approved of the new strategy of REC till 2030	10
EEU countries unified approaches to marking of goods	11
Export duty on sunflower increased from July 1	11

Announcements

XIX International business conference "Mill 2021"	12
XIII International Scientific and Practical Conference "Pig Breeding - 2021"	13

Export & import Policies of Foreign Countries

World and regional policy	14
Neighboring Countries	19
Far-Abroad Countries	20

Russian companies on foreign markets

Trade mark "Delicacies for health".	
<i>New product line - immune cocktails</i>	22
The real gift of Altai	24
Holding "ALTAMAR"	26

Our Foreign Partners

ADEGA DO FAVAIOS	28
MIGUELS	31
NICOLA and CHAVE D'OURO	32

Exhibition News

Awards, business contacts and future plans	34
VIV worldwide and VICTAM International invite to the exhibition	
<i>Animal Feed & Health to Food / VIV Europe 2022</i>	41
Meat Industry. Chicken King. Cold Industry.	
for the Agricultural Industry / MAP Russia & VIV 2022	42

For Participants of Foreign Economic Activity

Support for agrifood exports - a balance of instruments in modern conditions	44
--	----

Product promotion

S. Ilyukha Will knowledge of an opponent's KPIs help to get a good deal?	49
--	----

ТЕМА НОМЕРА

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ВОЗМОЖНОСТИ РОССИИ

*Тезисы выступления на Глобальном продовольственном
форуме, состоявшемся в Москве в преддверии Саммита ООН
по продовольственным системам 2021 года*

Согласно прогнозу ОЭСР-ФАО на 2020-2029 годы, пандемия COVID-19 выльется в ближайшие несколько лет в снижение спроса на продовольствие и может еще больше подорвать продовольственную безопасность. Одним из последствий пандемии является снижение доходов населения в ряде регионов мира, в первую очередь в странах Африки, Азии и Латинской Америки.

Это ведет к сокращению спроса населения на относительно дорогие продовольственные товары (в первую очередь, мясные и молочные продукты) и к росту спроса на более дешевое продовольствие (хлеб и хлебобродушки, картофель и другие корнеплоды, и т.п.).

В этой связи можно ожидать соответствующих сдвигов в структуре и объемах международной торговли продовольственной продукцией: сокращения спроса на переработанную продукцию и увеличения спроса на сырье для производства готового продовольствия, в первую очередь, на зерно. Соответственно в условиях пандемии COVID-19 будет возрастать роль стран – поставщиков зерновой и другой

относительно недорогой продукции (к примеру, рыбы, растительного масла и т.д.).

Россия является одним из ведущих поставщиков пшеницы в мире, экспортируя в основном пшеницу 3-го и 4-го класса, основными покупателями которой являются страны Африки, Азии и Ближнего Востока, т.е. именно тех регионов, население которых в наибольшей степени пострадало от пандемии. Другими основными статьями российского экспорта продовольствия являются рыба и растительное масло, т.е. как раз тех товаров, спрос на которые на мировом рынке в ближайшее время, скорее всего, будет возрастать.

Но сможет ли Россия удовлетворить растущий спрос на указанные товары со стороны различных стран?

Экспортный потенциал России в настоящее время не только не реализован, но и не оценен. Территория и погодно-климатические условия на территории Российской Федерации позволяют значительно увеличить производство продовольствия в расчете на экспорт. На Российскую Федерацию

приходится 12 % мировых пахотных земель, свыше 50 % мировых запасов черноземных земель, 20 % мировых запасов пресной воды.

В настоящее время в стране реализуется задача, поставленная президентом, - нарастить экспорт продукции АПК до 45 млрд. долларов к 2024 г. (в настоящее время он составляет примерно 25 млрд долларов). В рамках реализации этой задачи активизируется поддержка экспортоориентированных производств, расширяется набор инструментов поддержки экспорта, соответствующих нормам и правилам ВТО, совершенствуется система организации экспорта агропродовольственной продукции.

Таким образом, Россия обладает достаточно большим потенциалом для удовлетворения возрастающих потребностей ряда стран в импорте зерна и другого продовольствия в условиях продолжающейся пандемии COVID-19.

В то же время вряд ли будет правильно рассматривать Россию как перспективного поставщика исключительно сырья для производства готового продовольствия. В России активно развиваются различные производства, продукция которых в перспективе будет все более ориентирована на экспорт. В первую очередь, это продовольственные товары с высокой степенью

переработки, перечень которых достаточно широк. Эксперты также достаточно высоко оценивают потенциал производства и экспорта российской органической продукции.

Пока что российские поставщики указанных товаров не имеют необходимой им поддержки со стороны государства при экспорте своей продукции. К тому же спрос на такую продукцию в мире в условиях пандемии в ближайшее время будет только сокращаться. Однако в «пост-COVIDной» ситуации, по мере стабилизации мировых рынков и возрастания потребности различных стран в более дорогом и качественном продовольствии, Россия сможет адекватно среагировать на изменение конъюнктуры мирового рынка и еще более усилить свою роль в обеспечении глобальной продовольственной безопасности.

Для более детального определения потенциальной роли России в обеспечении глобальной продовольственной безопасности целесообразно создать постоянную Экспертную группу с привлечением экспертов не только государственных ведомств, но и негосударственных структур, а также международных организаций, в первую очередь ФАО ООН.

*Дмитрий Булатов,
президент Национального союза
экспортеров продовольствия*

НОВОСТИ

Названы самые перспективные для экспорта российские продукты

В ближайшее время зерно останется основной экспортной продукцией АПК, несмотря на введенные ограничения в виде квот и пошлин. Но увеличить экспорт продовольствия можно за счет переработанной продукции: вместо подсолнечника - масла, вместо рыбы - рыбных консервов и т.п., считает президент Национального союза экспортеров продовольствия Дмитрий Булатов.

Напомним, на ПМЭФ министр сельского хозяйства Дмитрий Патрушев заявил, что план по экспорту продукции АПК к 2030 году будет увеличен с 45 до 47 миллиардов долларов уже с учетом существующих ограничений на экспорт отдельной продукции (зерна, масличных, крупы). По его оценке, в уходящем сезоне на внешние рынки будет поставлено около 48 миллионов тонн зерна, из них пшеницы - около 37 миллионов тонн. Тем самым Россия сохранит лидирующие позиции на мировом рынке зерна.

По словам заместителя министра сельского хозяйства Сергея Левина, за последние шесть лет экспорт продукции АПК вырос почти вдвое - более чем на 14 миллиардов долларов. По результатам прошлого года, несмотря на пандемию, экспорт российского продовольствия достиг рекордных 30,5 миллиарда долларов,

впервые превысив импорт. Чтобы развивать АПК, надо увеличивать экспорт, расширять каналы и объемы сбыта. По мнению Левина, это позволит привлечь дополнительные инвестиции, укрепить продовольственную безопасность страны и одновременно повысить доступность продовольствия на внутреннем рынке.

По прогнозам Россельхозбанка, в новом агросезоне доля России на мировом рынке масложировых культур составит 26%, на рынке пшеницы - 11%. Наибольший потенциал роста агроэкспорта замминистра видит в поставках продовольствия в Китай, Индию, страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и Африки. Речь может идти о поставках зерновых, растительных масел, рыбы и морепродуктов, мясной и молочной продукции, кондитерских изделий.

Булатов напоминает, что Россия уже ставила задачу увеличения экспорта до 45 миллиардов долларов к 2024 году. Однако в прошлом году сроки были сдвинуты на шесть лет. Поэтому гарантировать выполнение новых обещаний сложно. По его словам, сейчас 40% российского экспорта приходится на зерновые, еще 40% - на готовое продовольствие (масло, кондитерские и колбасные изделия и т.п.), еще 20% - рыба. И если в увеличении экспорта зерна есть сомнения (из-за введения ограничительных мер), лучше сосредоточиться на увеличении экспорта готовой продукции. На ее

вывоз нет ограничений, она стоит дороже, и, значит, за счет такой продукции можно добиться увеличения экспорта в денежном выражении и оставить добавленную стоимость внутри страны.

Но для этого необходимо изменить систему господдержки, сместив ее с поддержки аграриев (то есть производства сырья) на поддержку перерабатывающих предприятий (готовой продукции), считает Булатов.

"Сейчас на мировом рынке цены на продовольствие выше, чем на внутреннем. Если не предпринимать мер, все сельхозсырье уйдет на внешний рынок. А если дать субсидии нашей пищевой промышленности, чтобы производители зерна могли продать продукцию отечественным мукомольным предприятиям, которые могли бы купить зерно у него по цене, близкой к мировой, - другое дело. Если правительство даст переработчикам субсидию, вполне возможно, что тогда этот экспортный поток сам по себе "завернется" внутрь", - поясняет Булатов. Сейчас на поддержку экспорта продукции АПК выделяется порядка 3,5 миллиарда долларов в год. Неплохо было бы часть этих средств сосредоточить на "стабилизацию экспортного потенциала", говорит эксперт.

При этом, по его мнению, нам лучше ориентироваться на быстро растущие рынки - Юго-Восточная Азия, страны Ближнего и Среднего Востока. "Уровень жизни в этих странах растет. А практика показывает, что, когда в таких странах с довольно скромными

доходами населения возрастают их доходы, то население предпочитает тратить доходы на продовольствие. Поэтому спрос на импортное продовольствие будет расти", - поясняет Булатов.

Закон об отмене возврата валютной выручки для несырьевых экспортеров вступил в силу

В России с 1 июля отменено требование о репатриации валютной выручки, которую несырьевой бизнес получил при заключении контракта на экспорт.

Соответствующий закон, подписанный президентом России Владимиром Путиным, был опубликован на официальном портале правовой информации.

Закон отменяет для несырьевого неэнергетического экспорта требование обязательности репатриации резидентами на свои счета в уполномоченных банках иностранной валюты, полученной за переданные нерезидентам товары, выполненные для них работы, оказанные им услуги. При этом норма об отмене требования о репатриации не будет распространяться на внешнеторговые договоры между резидентами и нерезидентами по передаче товаров сырьевого экспорта, сумма обязательств по которым определена в иностранной валюте.

Закон также предусматривает возможность зачислять экспортную валютную выручку на счета экспортеров, открытые в банках за пределами территории РФ.

21 апреля Путин, оглашая послание парламенту, заявил, что в стране необходимо снять все избыточные ограничения валютного контроля для несырьевых экспортеров с июля 2021 года.

Совет директоров утвердил новую стратегию РЭЦ до 2030 года

Совет Директоров АО «Российский экспортный центр» (входит в группу ВЭБ.РФ) утвердил новую стратегию института развития до 2026 года и на перспективу 2030 года. Стратегия развития разработана с учетом проводимой Правительством РФ реформы системы институтов развития в целях повышения эффективности их работы и достижения синергетического эффекта для ускорения экономического развития России. Стратегия направлена на обеспечение весомого вклада Группы РЭЦ в достижение национальной цели развития экспорта – реального роста экспорта несырьевых неэнергетических товаров до уровня 70% к базовому показателю 2020 года по итогам 2030 года.

«Экспорт – приоритетное направление для Группы ВЭБ.РФ. РЭЦ выступает ключевым центром компетенций и методологической поддержки для всей системы институтов развития. При этом, экспортная составляющая есть и в проектах малых и средних предприятий, в промышленности, в отечественных инновационных разработках. В рамках интегрированной стратегии Группы ВЭБ.РФ мы обеспечим нашим клиентам

бесшовный путь поддержки – от бизнес-идеи до привлечения финансирования и выхода на внешние рынки» - рассказал Председатель ВЭБ.РФ Игорь Шувалов.

«В соответствии с утвержденной стратегией мы продолжим поддерживать экспортеров на всех этапах жизненного цикла – от первичного обучения, помощи с анализом целевых рынков и выходом на них через наши специализированные каналы до применения комплексных инструментов финансовой поддержки крупных проектов. При этом РЭЦ будет использовать как собственные возможности, так и привлекать партнеров, в том числе коммерческие компании, - рассказала Вероника Никишина, Генеральный директор РЭЦ. - Особое внимание мы уделяем продуктам с высоким мультипликативным эффектом, которые дают максимальный прирост «нового» экспорта. И безусловным акцентом останется развитие цифровой экосистемы «Одно окно» для экспортера».

При разработке Стратегии развития также учтены стратегические ориентиры объединенной Группы ВЭБ.РФ на 2024 год и на перспективу до 2030 года, результаты интервью с экспортерами, а также анализ международной практики деятельности.

Страны ЕАЭС унифицировали подходы к маркировке товаров

В странах-участниках Евразийского экономического союза появилась базовая модель системы

маркировки товаров. Соглашение об этом вступило в силу 15 мая.

Как отмечал ранее член коллегии по торговле Евразийской экономической комиссии Андрей Слепнев, темпы внедрения маркировки в России, Армении, Белоруссии, Казахстане и Киргизии отличаются, что связано с разным уровнем технологической готовности и необходимостью контроля над теми или иными видами продукции. Чтобы исключить возникновение барьеров при взаимной торговле товарами, как раз и нужна базовая модель системы маркировки, пояснил он.

Документ описывает порядок и механизм взаимодействия между государствами в случае, если Совет ЕЭК не решил вводить маркировку товаров на территории всего ЕАЭС и маркировка в отдельных государствах-членах идёт поэтапно. Базовая модель включает порядок формирования и нанесения средств идентификации, состав и структуру сведений о маркированном товаре, порядок взаимодействия национальных операторов, порядок функционирования информационной системы маркировки в контуре интегрированной информационной системы ЕАЭС.

При этом каждая страна сохраняет за собой право некоторую продукцию, например табачные изделия, алкоголь, лекарства, маркировать в соответствии с положениями, отличными от базовой модели.

Экспортная пошлина на подсолнечник повышена с 1 июля

Экспортная пошлина на подсолнечник в России с 1 июля 2021 года повышена до 50%, но не менее чем \$320 за 1 тонну, одновременно пошлина на экспорт соевых бобов снижена. Соответствующее решение было принято правительством России в апреле 2021 года.

Согласно документу, новые ставки будут действовать до 31 августа 2022 года. Ранее с 9 января по 30 июня 2021 года экспортная пошлина на подсолнечник и рапс в России была повышена с 6,5 до 30%, но не менее €165 за тонну.

Кроме того, в России с 1 июля 2021 года введены новые пошлины на вывоз соевых бобов. Размер пошлины составляет 20% от стоимости продукции, но не менее чем \$100 за тонну. С 1 февраля по 30 июня 2021 года ставка экспортной пошлины на эту продукцию была равна 30%. Как отмечали ранее в Правительстве РФ, снижение на 10%, с одной стороны, позволит сельхозпроизводителям отправлять часть продукции на экспорт, с другой стороны - сохранит препятствия для роста цен на этот продукт.

Решение будет действовать до 31 августа 2022 года включительно. Оно поможет поддержать баланс на внутреннем рынке масличных культур и продуктов их переработки, считают в Правительстве РФ.

АНОНСЫ

ХІХ БІЗНЕС-КОНФЕРЕНЦІЯ «МЕЛЬНИЦА - 2021»

Москва, Международная промышленная академия,

29-30 сентября 2021 г.

Бизнес-конференция проводится при поддержке:

- Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
- Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию
- Комитета Государственной Думы по аграрным вопросам
- Комитета по развитию агропромышленного комплекса Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
- ЦК Профсоюза работников АПК Российской Федерации
- ФГБУ «Центр оценки качества зерна»
- ВНИИ Зерна и продуктов его переработки - филиала ФГБНУ «ФНЦ пищевых систем им. В.М.Горбатова» РАН

Формат проведения бизнес - конференции - гибридный: организаторы предлагают возможность участия в Конференции лично (офлайн) или онлайн.

Основные вопросы для обсуждения:

- Мукомольно-крупяная отрасль России: вызовы и тренды.
- Роль Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий в современных условиях.

• Экспорт зерна, муки и крупы: стагнация или развитие.

• Государственное регулирование рынков зерна, муки и хлеба. Вопросы таможенно-тарифного регулирования, инвестиционных кредитов, «хлебной субсидии» и другие.

• Техническое регулирование в отрасли. Изменения нормативной базы в аспекте реализации механизма «регуляторной гильотины».

• Секреты выживания от ведущих предприятий отрасли.

• Мини-мельницы - члены отраслевого сообщества или главные в сегменте «серых» производителей муки на рынке B2B?

• Российский и зарубежный опыт в обеспечении предприятий технологиями и оборудованием, системами управления и автоматизации, инновационными проектными решениями.

• Современные методы и приборы контроля качества и безопасности зерна и продуктов его переработки.

• Промышленная безопасность. Современные требования с учетом риск-ориентированного подхода.

В рамках бизнес-конференции предусмотрено проведение:

- Отчетно-выборного собрания Российского союза мукомольных и крупяных предприятий.

- Выставки отечественных и зарубежных компаний и научно-технической литературы.

Для оформления заявок на участие и справок по вопросам проведения конференции обращаться:

Международная промышленная академия

Фейденгольд Владимир Борисович:

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

Злобина Людмила Николаевна:

тел./факс: (495) 959-71-05; e-mail:

zlobina@grainfood.ru

Урлапова Ирина Борисовна:

тел.: (499) 235-46-91; e-mail:

urlapova@grainfood.ru

Галкина Лариса Сергеевна: тел.:

(495) 959-66-76

Декан Карцева Ольга Павловна

тел./факс: (499) 235-95-79; e-mail:

dekanat@grainfood.ru

XIII МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «СВИНОВОДСТВО – 2021»

Срок проведения - 7 - 9 декабря 2021 г.

Организаторы конференции:

- Национальный Союз свиноводов
- Международная промышленная академия

При поддержке:

- Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
- Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору РФ

В программе конференции:

- Вызовы новой реальности, с учетом фактора Covid-19. Основные прогнозные тенденции на период до 2025 года
- Реакция рынка и потребителя на постоянные изменения мясного баланса страны. Приоритетные направления экспорта свинины из РФ

- Возрастающая роль ветеринарного и санитарного обеспечения отрасли

- Техническое регулирование как фактор биобезопасности производства. Проблемы, связанные с природоохранным законодательством в части, касающейся свиноводства

- Современные технологии, техническое перевооружение и модернизация - основа развития свиноводческих предприятий

- Научное и кадровое обеспечение отрасли. Аграрный подход в партнерстве бизнеса и образования

В рамках конференции предусмотрены:

- Выставка отечественных и зарубежных компаний
- Деловые встречи и переговоры

К участию в работе конференции приглашаются руководители и специалисты:

агрохолдингов, свиноводческих, мясоперерабатывающих и комбикормовых предприятий

- органов управления АПК субъектов Российской Федерации, отраслевых союзов и ассоциаций АПК

- отечественных и зарубежных компаний, фирм и предприятий - производителей оборудования, комплектных линий для свиноводческих и мясоперерабатывающих предприятий и кормопроизводства

- ученые научно-исследовательских институтов и высших учебных заведений (университетов) России, стран СНГ и дальнего зарубежья

- представители средств массовой информации

Справки и заявки:

Профессор Щербакова Ольга Евгеньевна, тел./факс (495)959-71-06,

e-mail:

scherbakovaoe@grainfood.ru

Доцент Агеева Ксения

Михайловна, тел./факс (499)235-48-27,

e-mail: a89057777955@yandex.ru

ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

**Сельскохозяйственный
прогноз ОЭСР-ФАО
раскрывает тенденции в
области производства,
потребления, торговли и цен
на ближайшее десятилетие**

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (ФАО) и Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) опубликовали новый доклад, согласно которому сегодня, когда до 2030 года, срока, определенного для достижения

поставленных ООН целей в области устойчивого развития (ЦУР), остается меньше десяти лет, правительствам следует нарастить усилия, направленные на решение глобальных задач в области продовольственной безопасности и экологии.

Ожидается, что при условии быстрого преодоления последствий глобальной пандемии, наличия стабильных погодных условий и устойчивой политической среды мы сможем достичь прогресса в достижении ЦУР, однако сбои, спровоцированные пандемией COVID-

19 за последний год, отодвинули мир назад. Сложившаяся ситуация требует незамедлительного анализа факторов и сил, определяющих эффективность функционирования агропродовольственных систем.

Сельскохозяйственный прогноз ОЭСР-ФАО на 2021-2030 годы представляет директивным органам согласованную оценку десятилетних перспектив производства 40 основных видов продукции сельского и рыбного хозяйства на региональном, национальном и глобальном уровнях, знакомит с результатами анализа факторов, влияющих на эффективность агропродовольственных рынков, содержит информацию, необходимую для анализа и планирования перспективных политических мер. Базовые прогнозы доклада отражают ожидаемые тенденции с учетом проводимой сегодня политики и позволяют выявить области, где достижение ЦУР требует дополнительных усилий.

Сложной задачей остается обеспечение продовольственной безопасности и здорового питания для растущего населения планеты. Согласно прогнозам, в ближайшие десять лет темпы роста мирового спроса на сельскохозяйственные товары, включая продовольствие, корма, топливо, промышленное сырье, составят 1,2 процента в год, что ниже показателя предыдущего десятилетия. Ожидается, что спрос будет формироваться под воздействием тенденций в области демографии, замены мяса птицы красным мясом в

рационах жителей стран с высоким уровнем дохода и многих стран со средним уровнем дохода, а также резкого роста душевого потребления молочных продуктов в Южной Азии.

Прогноз ориентирован на среднесрочные тенденции, однако существует множество факторов, способных создать условия для краткосрочных колебаний цен на рынках сельхозпродукции. Так, перемены на рынке энергоресурсов, влияющие на цены производственных ресурсов, и обусловленный увеличением рыночной доли некоторых стран рост волатильности цен на зерно способствуют возникновению несоответствия между фактическими и прогнозными ценами.

Сформирована карта агроиндустрии ЕАЭС

Коллегия Евразийской экономической комиссии одобрила карту развития агроиндустрии, которая фактически является инвестиционной базой данных перспективных проектов в агропромышленной сфере государств ЕАЭС.

Карта развития агроиндустрии – это информационный ресурс, состоящий из более чем 70 крупных инвестпроектов в сфере АПК на общую сумму более \$6,5 млрд. Наиболее значимы проекты карты, направленные на реализацию импортозамещающего и экспортного потенциала, в том числе в сферах растениеводства, животноводства, переработки и агрологистики.

Документ также включает технологические направления, по которым в ЕАЭС необходимо импортозамещение, и организации, готовые участвовать в реализации соответствующих проектов. Данная информация позволит сформировать производственные кооперационные цепочки в рамках союза, а также рационально распределять меры господдержки импортозамещающих производств. В карту также вошли товарные позиции, наиболее значимые по объему импорта в союзе.

Как ожидается, ресурс станет важным инструментом для координации действий стран ЕАЭС по импортозамещению и будет отражать импортозависимые технологические направления, потенциал производителей государств-членов, сложившиеся кооперационные связи в союзе. Это позволит странам ЕАЭС избежать дублирования производств и начать работу по отраслевой специализации производителей.

Интерактивная версия карты размещена на официальном сайте ЕАЭС и будет актуализироваться по мере необходимости в соответствии с новыми предложениями сторон.

Новая программа разработки межгосударственных стандартов ЕАЭС на масложировую продукцию

Коллегия Евразийской экономической комиссии утвердила новую редакцию программы разработки межгосударственных стандартов к

техрегламенту на масложировую продукцию.

Как уточняется, обновленным документом предусмотрена разработка десяти новых межгосударственных стандартов в данной сфере, два из которых подготовит Казахстан и восемь – Россия.

«Разработка пяти межгосстандартов необходима для идентификации пищевой продукции. В частности, это касается стандартов вида «Общие технические условия» (ОТУ) и «Технические условия» (ТУ) для масла кокосового, пальмового, пальмоядрового, льняного нерафинированного и сафлорового пищевого», - отметили в ЕЭК.

Еще пять межгосударственных стандартов планируется разработать для проведения исследований при оценке соответствия объектов регулирования требованиям техрегламента на масложировую продукцию. Предусмотрена разработка единых стандартов на методы определения содержания в жирах и маслах животных и растительных токоферолов, токотриенолов, стиролов и других микроэлементов, а также определения в масле какао и шоколаде эквивалентов масла какао, произведенных с использованием модифицированных растительных масел.

Кроме того, программа предусматривает пересмотр или внесение изменений в 26 межгосударственных стандартов ЕАЭС.

В ЕАЭС планируется создание единого рынка семян

Государства Евразийского экономического союза планируют создание единого рынка семян сельхозрастений. Решение об этом было принято на состоявшемся 21 мая заседании Высшего Евразийского экономического совета.

Как уточняется, по итогам заседания был утвержден перечень мер, направленных на унификацию законодательства стран ЕАЭС в сферах испытания сортов и семеноводства сельхозрастений.

«Согласно принятому документу, в ближайшие пять лет в Союзе планируется унифицировать подходы и методики проведения испытаний сортов, требования к категориям, сортовым и посевным качествам, упаковке и маркировке семян, составу сведений во взаимно признаваемых документах о качестве, методы и схемы производства семян», - говорится в сообщении.

В документ также включены меры, направленные на формирование общих в ЕАЭС информационных ресурсов в сфере семеноводства, – единого реестра документов о сортовых и посевных качествах семян и единого реестра производителей семян.

«Реализация данных мер будет способствовать углублению интеграции в сферах селекции и семеноводства, позволит снизить административные барьеры во взаимной торговле семенами в рамках ЕАЭС, повысить прозрачность систем семеноводства, установить прямые

контакты между производителями семян и сельхозтоваропроизводителями, а также окажет мультипликативный эффект на развитие агропромышленных комплексов стран Союза», – прокомментировал подписанный документ министр по промышленности и агропромышленному комплексу ЕЭК Артак Камалян.

Эксперты USDA прогнозируют повышение мирового производства пшеницы в следующем сезоне

Аналитики USDA в своем майском отчете опубликовали прогнозы мирового спроса и предложения пшеницы в сезоне-2021/22. В частности, эксперты ожидают повышения мирового валового сбора зерновой до 788,9 млн тонн по сравнению с 776,1 млн тонн в текущем МГ, что также на 25 млн тонн выше показателя в 2019/20 МГ.

В частности, ожидается увеличение валового сбора пшеницы в Аргентине до 20,5 млн тонн (+2,8 млн тонн в год), ЕС – до 134 (+8,05) млн тонн, Украине – до 29 (+3,6) млн тонн, США – до 50,9 (+1,2) млн тонн, Китае – до 136 (+1,75) млн тонн и Великобритании – до 14,1 (+4,4) млн тонн. В то же время, производство зерновой может снизиться в Австралии до 27 (-6) млн тонн, Канаде – до 32 (-3,2) млн тонн, Иране – до 15 (-1,7) млн тонн, России – до 85 (-0,3) млн тонн и в Турции – до 17,25 (-1) млн тонн.

Прогноз мирового экспорта пшеницей в предстоящем МГ эксперты USDA повысили до 203,2 млн тонн против 197,1 млн тонн, ожидаемых по

итогах текущего. Как уточняется, повысить отгрузки зерновой могут Аргентина – до 13 (+3,5) млн тонн, ЕС – до 33 (+3) млн тонн, Украина – до 20 (+3) млн тонн, Россия – до 40 (+0,5) млн тонн и Казахстан – до 8 (+0,5) млн тонн. В свою очередь, аналитики прогнозируют снижение экспорта пшеницы из Австралии до 20 (-2) млн тонн, Канады – до 23,5 (-4) млн тонн, США – до 24,5 (-1,7) млн тонн.

Прогноз мировых запасов пшеницы в 2021/22 МГ аналитики в целом сохранили на уровне текущего МГ – 294,9 млн тонн (294,6 млн тонн в 2020/21 МГ). При этом оценка была повышена для России до 15,1 (+3) млн тонн, Индии – до 28 (+0,8) млн тонн, ЕС – до 9,6 (+0,5) млн тонн и Пакистана – до 4,7 (+0,5) млн тонн и снижена для Австралии до 4,8 (-0,8) млн тонн, Китая – до 142,4 (-3) млн тонн, США – до 21 (-2,6) млн тонн, Ирана – до 5,8 (-1,1) млн тонн.

IGC повысил прогноз мирового производства и запасов кукурузы в 2021/22 МГ

Аналитики IGC в июньском отчете повысили прогноз валового сбора кукурузы в 2021/22 МГ до 1,201 млрд тонн по сравнению с 1,193 млрд тонн по предыдущей оценке, что также значительно выше результата сезона-2020/21 (1,13 млрд тонн).

Как уточняется, эксперты повысили прогноз урожая зерновой в ЕС – до 68,3 (67,5) млн тонн, ЮАР – до 16,1 (15,3; 17) млн тонн и Китае – до 272,8 (267,3; 260,7) млн тонн.

Прогноз мировых конечных запасов кукурузы аналитики также повысили – до 267 (261; 266,6) млн тонн за счет повышательных корректировок в КНР – до 182,1 (173,9; 190,6) млн тонн, а также ЮАР – до 3,2 (2,9; 3) млн тонн и Украине – до 2,2 (1,7; 2,5) млн тонн.

В свою очередь, аналитики снизили прогноз запасов зерновой в США – до 28,5 (32,5; 26) млн тонн, Аргентине – до 5,9 (6,4; 4,3) млн тонн, Бразилии – до 6 (6,2; 4,2) млн тонн, ЕС – до 6,7 (6,8; 5,8) млн тонн.

В то же время прогноз мирового экспорта кукурузы в будущем сезоне был несколько снижен – до 181 (182,4; 189,1) млн тонн.

Мировое производство сои в 2021/22 МГ может возрасти почти на 20 млн тонн

Аналитики Oil World прогнозируют повышение мирового производства соевых бобов в 2021/22 МГ на 19,7 млн тонн в сравнении с показателем предыдущего сезона – до 378,1 млн тонн благодаря ожидаемому росту валового сбора масличной в странах Южной Америки.

В частности, эксперты ожидают в будущем сезоне увеличения производства сои в Бразилии – до 140 млн тонн против 135,4 млн тонн в 2020/21 МГ, а также в Аргентине – до 49,2 (43,5) млн тонн и Парагвае – до 10,4 (9,5) млн тонн.

Также прогнозируется рост валового сбора в США – до 119 (112,55) млн тонн, Индии – до 11 (9,8) млн тонн, Канаде – до 6,5 (6,3) млн тонн, Украине

– до 3,4 (3) млн тонн и ЕС – до 2,9 (2,6) млн тонн.

Объем переработки соевых бобов в предстоящем сезоне, по мнению аналитиков, также возрастет – на 6,8 млн тонн, до 326,7 млн тонн.

Мировые конечные запасы соевых бобов в 2021/22 МГ на фоне роста производства могут увеличиться на 6,2 млн тонн – до 98,7 млн тонн.

Ближнее зарубежье

Правительство Украины утвердило положение об офисе развития предпринимательства и экспорта

Правительство Украины утвердило положение «Об офисе развития предпринимательства и экспорта». Об этом сообщила пресс-служба Минэкономики.

Целью деятельности офиса будут являться содействие развитию и поддержка малого и среднего предпринимательства, а также поддержка и продвижение экспорта товаров, работ и услуг украинских производителей.

Положение также предусматривает создание Наблюдательного совета в составе представителей Секретариата КМУ, Министерства развития экономики, торговли и сельского хозяйства Украины и Министерства цифровой трансформации.

«Такая трансформация предусматривает, что в Украине впервые появится институция, которая будет осуществлять свою деятельность с целью эффективного развития предпринимательства и экспорта, будет

способствовать актуализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Украине и разработке единых программ поддержки МСП», - подчеркивается в сообщении.

Украинская зерновая ассоциация: ограничения экспорта негативно влияют на инвестиции и экономику

Любые ограничения на экспорт продукции, в первую очередь, негативно влияют на инвестиции в экономику и на национальных производителей. Такое мнение высказал президент Украинской зерновой ассоциации Николай Горбачев.

По его словам, все страны пытаются защитить свой рынок, но это делается для того, чтобы работала собственная экономика. Защищают же свой рынок, в первую очередь, импортными пошлинами и квотами, а не экспортными.

«Введение экспортных ограничений ведет к снижению инвестиционной привлекательности страны. Любой инвестор, который хочет построить перерабатывающее предприятие, он, в первую очередь, смотрит, куда он будет продавать свою

продукцию: если рынок в стране мал, то он обращает свой взор на внешние», - сказал Н.Горбачев.

Заклученный недавно Меморандум о предельных объемах экспорта подсолнечного масла из Украины президент УЗА охарактеризовал как «не идеальный инструмент, но который позволяет в наших условиях внедрить механизм, удовлетворяющий правительство, производителей и экспортеров».

«Как уже отмечала УЗА, подписание меморандума - это гораздо лучше, чем введение прямых ограничений на экспорт в виде лицензирования или квотирования. Десятилетний опыт подписания такого меморандума на зерновом рынке свидетельствует об эффективности этого инструмента, который позволяет участникам рынка спокойно работать и знать, что в их работу никто не будет вмешиваться. С другой стороны, этот инструмент позволяет международным партнерам сформировать свои ожидания и прогнозы по экспорту продукции из Украины, а нам - сохранить репутацию надежного торгового партнера на мировом рынке», - подчеркнул Н.Горбачев.

Казахстан предложил открыть торговый дом в Китае

Казахстан готов к открытию торгового дома в Китае, что позволило бы увеличить торговый оборот между странами. Об этом заявил министр торговли и интеграции РК Бахыт Султанов.

«На текущий момент в рамках Национального проекта развития торговли до 2025 г. запланировано открытие ряда торговых домов Казахстана за рубежом с 2022 г. Готовы рассмотреть вопрос открытия торгового дома в КНР в приоритетном порядке», - сказал глава Минторга. Также он попросил содействия в регистрации зарубежного представительства компании KazakhExport в Пекине.

В Минторге отметили, что Казахстан имеет потенциал наращивания экспорта в Китай на общую сумму \$808 млн по 60 товарным позициям в таких отраслях, как металлургия, пищевая промышленность, нефтехимия и химия, машиностроение и строительные товары.

Дальнее зарубежье

Индия временно разрешила импорт ряда зернобобовых культур

Министерство торговли и промышленности Индии сообщило о разрешении импортировать ряд

зернобобовых культур - мелкий горох, бобы мунг и урд, импорт которых в страну ранее был полностью запрещен.

Разрешение на импорт указанной продукции будет действовать до 31 октября т.г. При этом отмечается, что импортные поставки зернобобовых

по коносаменту, выпущенному до/или 31 октября, не могут производиться позднее 30 ноября.

По оценке экспертов USDA в Индии, подобное решение правительства было обусловлено опасениями относительно возможного повышения цен на продовольственные товары на внутреннем рынке. Данной мерой планируется стимулировать трейдеров, которые ранее накапливали объемы зернобобовых, начать реализовать продукцию на рынке, что будет способствовать снижению цен.

Как уточняется, на текущий момент цены на мелкий горох и урд на 15-23% превышают показатели в прошлом году и значительно превосходят цену, установленную государством.

Индия снизила импортную пошлину на пальмовое масло

Правительство Индии приняло решение о временном снижении пошлины при импорте в страну пальмового масла с 15% до 10%.

Как уточняется, новая пошлина вступило в силу 30 июня и будет действовать в течение 3 месяцев.

Предполагается, что снижение пошлины могло быть обусловлено тем, что внутренние цены на растительные масла в Индии в мае т.г. достигли рекордно высоких показателей. Ввиду этого снижение пошлины может привести к росту импорта пальмового масла в страну и ослаблению внутренних цен на масла.

Индонезия вновь вносит изменения в структуру налогов при экспорте пальмового масла

Индонезия вновь вносит изменения в структуру налогов при экспорте из страны пальмового масла, что, по ожиданиям экспертов Ассоциации пальмового масла Индонезии GAPKI, может повысить маржу экспортеров.

В частности, планируется сократить размер налога при экспорте сырого пальмового масла до \$175 за тонну по сравнению с \$255 за тонну, установленными ранее. При этом уточняется, что продукт будет облагаться налогом, когда его цена превысит \$750 за тонну, и будет повышаться на \$20 за тонну с каждым приростом цены на продукт на \$50 за тонну.

Ранее налог повышался на \$15 за тонну при каждом повышении цены на масло на \$25 за тонну.

По мнению GAPKI, снижение налога на экспорт пальмового масла будет стимулировать экономику страны. В то же время операторы рынка отмечают, что частые изменения в структуре налогов вызывают неопределенность на рынке, а также создают сложности для трейдеров при определении цен и рисков по контрактам.

*По материалам
информационного агентства
«АПК-Информ»*

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

ТОРГОВАЯ МАРКА «ЛАКОМСТВА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ»

Новая линейка продукции – иммунные коктейли



Торговая марка «Лакомства для здоровья» появилась на российском рынке в 2010 году. Главной идеей и миссией бренда явилось создание широкого ассортимента кондитерских изделий на основе только полезных для здоровья, полностью натуральных ингредиентов.

Первым продуктом марки, запущенным в серийное производство, стал горький шоколад (77 % какао-продуктов) с отрубями, вкусовые качества которого были высоко оценены сначала собственными сотрудниками компании, а потом и конечными потребителями. Важное отличие этого

продукта от традиционных шоколадных плиток заключается в сниженной на 10 % калорийности. Кроме того, шоколад с отрубями поставляет в организм человека натуральную клетчатку, способствующую улучшению метаболизма, что особенно ценно для людей, ведущих ограниченно подвижный образ жизни.

Сегодня в каталоге бренда «Лакомства для здоровья» более 60 кондитерских изделий, многие из которых не имеют аналогов ни на российском, ни на зарубежном рынке. Традиционные составляющие рецептов сладостей дополняются отварами

целебных трав, натуральной овощной клетчаткой, специями – и в результате получаются неожиданные, но очень приятные вкусы, покоряющие покупателей с первой дегустации.

В основе энтузиазма специалистов бренда, создающих все новые и новые рецептуры полезных лакомств, лежит убеждение: забота о здоровье должна быть постоянной. Необходимо не мучить себя время от времени диетами, а выстроить систему питания таким образом, чтобы, получая наслаждение от каждого приема пищи, насыщать свой организм максимально возможным количеством полезных компонентов – витаминов, минералов, клетчатки и других веществ, несущих неоценимую пользу здоровью.



В апреле 2020 года бренд «Лакомства для здоровья» выпустил линейку иммунных коктейлей, включающую в себя 5 разных по вкусу составов – 3 ягодно-кисельных и 2 супа-пюре. Приготовленные из натуральных ингредиентов, рекомендуемых к употреблению как натуропатами, так и представителями официальной медицины, эти коктейли радуют потребителей нежной консистенцией и высокими вкусовыми качествами. Они могут употребляться в качестве легкого самостоятельного перекуса или в составе меню комплексного обеда. В

любом случае все полезные вещества из них будут легко усвоены организмом и внесут свой вклад в укрепление его защитных сил.

Растительную вкусовую основу ягодных коктейлей составляют дегидратированные соки облепихи, черноплодной рябины, клубники, черники, лимона, а также лепестки гибискуса, богатые натуральным витамином С. Богатый вкус супов обусловлен присутствием разнообразных ароматных пряностей: петрушки, чеснока, паприки, пажитника, перца, базилика.

Два мощных антимикробных компонента, входящих в каждый состав – куркума и имбирь – придают готовым киселям и супам приятную терпкость. Также во все коктейли добавлен витамин D3, рекомендованный медиками в качестве средства для профилактики воспалительных заболеваний.



В настоящее время иммунные коктейли марки «Лакомства для здоровья» реализуются в торговых сетях, в том числе аптечных. Объем их продаж планомерно увеличивается, так как продукция в полной мере соответствует потребностям покупателей в обогащении повседневного рациона полезными и вкусными блюдами.

НАСТОЯЩИЙ ПОДАРОК АЛТАЯ



Алтай – прекрасный край, наполненный силою величественных гор, сверканием чистейших рек, простором целительных озер и бескрайних полей, ароматом холмистых лугов и потрясающей глубины истории человеческой.

Алтай – это царство чистой природы и настоящих продуктов.

Алтай – это подарок.

Коллектив «Студия 3» на протяжении 15 лет разрабатывает комплексы подарочной продукции, которые максимально являются отражением Алтая и сохраняет натуральность продуктов.

«Душа Алтая» - это подарочные наборы, в которых объединяются основные направления народных промыслов жителей Алтая, максимально сохраняются природные качества продуктов и натуральность упаковки.

Содержимое наборов функционально и объединяет основные направления народных промыслов:

- бочонок выточен из цельного куска липы, обработан настоящим пчелиным воском;

- мед для коллекции "Душа Алтая" фасуется вручную без подогрева;

- травяные сборы эксклюзивно разработаны для коллекции подарков "Душа Алтая";

- глиняные изделия сделаны из красной глины и обработаны пищевой глазурью;

- и даже ложемент разработан на основе натуральных материалов - льняной мешковины и сизалевого волокна.

Подарок из коллекции «Душа Алтая» – это эксклюзив, который вы презентуете своим деловым партнерам и близким людям.



Упаковка каждого отдельного подарка уникальна и является отражением креативных производственных и дизайнерских решений «Студия 3». В линейку продукции «Душа Алтая» входят категории подарков от эконом до VIP вариантов.



Подарочная коллекция «Душа Алтая» является победителем краевого конкурса «Сувенир года 2015» в номинации «БРЕНД АЛТАЯ».

Также необходимо отметить, что набор «Душа Алтая» - «Золотая» был удостоен второго места во Всероссийском фестивале-конкурсе «Туристический сувенир».



Набор является отражением русских традиционных продуктов. На конкурсе было отмечено, что набор - Русский лесной чай «Шиповник и лист смородины» - это наиболее устойчивое сочетание на основе трав и ягод, которое сложилось за многие века на Руси.



В 2016 году был реализован проект новой коллекции подарков «Достояние Алтая». Коллекция представляет собой отображение всех красот Алтайского края.

Сегодня в планах компании "Студия 3" реализация новых интересных идей и замыслов.

ХОЛДИНГ «АЛТАМАР»

Оздоровительный центр «Легенды Алтая» холдинга «Алтамар» (Алтамар — от слов **Алтайский марал**) расположен в мараловодческом комплексе «Никольское» Алтайского района Алтайского края.



Площадь маральника почти 4500 га.

Здесь содержатся более 1100 животных.



На территории работают два круглогодичных гостиничных комплекса.

Основная оздоровительная процедура в центре «Легенды Алтая» - натуральные пантовые ванны с использованием концентрата пантового отвара из свежесрезанных или замороженных пантов марала.



Залогом высокого качества пантовой продукции является прежде всего использование сырья собственного производства. Это пищевые и биологически активные добавки к пище из пантов и концентрата крови маралов, панты в меду, пантовые фитобальзамы, пантовые ванны для использования в домашних условиях и т. д.

В настоящее время показано благотворное воздействие пантовых ванн на омоложение организма, снятие физической усталости и умственного переутомления, повышение иммунитета.

Рекомендовано применение процедур при заболеваниях опорно-двигательного аппарата, при нарушении сна, ожирении и нарушении обменных процессов.

В 2012 году Российским обществом врачей восстановительной медицины РАМН (г. Москва) разработана комплексная программа оздоровления и активного долголетия «Алтай-SPA», куда вошли результаты исследований центра «Легенды Алтай» холдинга «АЛТАМАР».



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



Для повышения резервов физического и психического здоровья даже у практически здоровых лиц после длительного психоэмоционального перенапряжения, хронического стресса или физических нагрузок рекомендовано применение алтайского мёда с пантами.

Повышению защитных сил организма, умственной и физической работоспособности, замедлению процессов старения способствуют продукты глубокой переработки сырья пантового мараловодства. Это

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



Предприятия холдинга «Алтамар» выпускают пантовую продукцию на основе высококачественного сырья собственного производства. Номенклатура насчитывает более 30 наименований.



Из них можно особенно выделить продукты отмеченные золотыми медалями Международного конкурса качества «Лучшие товары и услуги — ГЕММА» (г. Новосибирск), проводимого между предприятиями Казахстана, Китая, Поволжья, Урала, Сибири и Дальнего Востока.

НАШИ ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

Представляем Вашему вниманию зарубежные компании, заинтересованные в продвижении на российский рынок

ADEGA DO FAVAIOS

Истоки Favaios уходят в древность. Считается, что слово происходит от Flavius, названия древнеримского поселения.



Adega de Favaios, расположенная в регионе Дору, была основана в 1952 году и стала одним из крупнейших и наиболее признанных кооперативов страны благодаря отличному качеству Moscatel Favaios.

Favaios ассоциируется с москателем, напитком региона Дору, который высоко ценится за мягкость и аромат. Вино способствовало развитию деревни, и это оказало большое влияние на местную экономику и архитектуру.

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

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

модернизацию линий розлива и центра винификации.

Она обладает самыми современными технологиями, которые в сочетании со светскими традициями создают разницу в качестве вина. Кроме того, строительство нового центра винификации создало условия для обработки на его территории белого и красного винограда, выращенного участниками кооператива.

Миссия винодельни состоит в том, чтобы развивать бренд Moscatel de Favaios как одного из важнейших эталонов в национальной категории вин и, как, например, в случае Port Wine, расширять свой международный рынок.



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

К 1930 году производство мускателя и портвейна было настолько интенсивным и неконтролируемым, что заставило реформировать сектор. Для регулирования этого производства были созданы регулирующие учреждения, такие как Каса-ду-Дору (Casa do Douro) и Институт портвейна. К 1935 году Каса-ду-Дору запретила добавлять винный спирт в производство мускателя и портвейна на высоте выше 500 метров над уровнем моря. Плато Фавайуш находится выше этого уровня.



Фермеры сочли это правило несправедливым, поскольку добавление винного спирта необходимо для производства мускателя. Виноделы были недовольны и заявили Каса-ду-Дору, что они не принимают во внимание особое положение Фавайуш. За последующие 20 лет мало что изменилось. Эти ограничения в производстве побудили группу фермеров вновь представить вопрос перед Каса-ду-Дору, и они обратили основное внимание на несправедливое законодательство в отношении мускателя. Решением этой проблемы было создание ассоциации виноградарей, которая стала началом Adega Cooperativa de Favaio.

Identity

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

The Adega de Favaio, in the Demarcated Region of the Douro, was founded in 1952 and has become one of the largest and most recognized cooperatives of the country due to the distinct quality of the Favaio Moscatel



Favaio is synonymous with Moscatel, a liqueur of the Douro Region, highly appreciated for its sweetness and aromas.

The wine enabled the development of the village and it had a great impact in the local economy and architecture.

'Douro Moscatel is remarkable for its exquisite taste and delicious aroma'

Mission and vision

Recognizing the market requirements Adega de Favaio decided to invest in the modernization and revitalization of the winery infrastructure through a high investment. It also invested in the modernization of bottling lines and the vinification center. It has the most modern technology which combined with

the secular traditions makes all the difference in the quality of the wine.

Moreover, the construction of the new vinification center created conditions to treat on its premises the white and red grapes grown by the members.



The mission of the winery is to develop the brand of the Moscatel de Favaios as one of the most important

references in the national wine category and, such as in the case of Port Wine, expand their international market.

History

The Adega Cooperativa de Favaios was founded in 1952 by a hundred farmers that worked very hard to make the dream come true. The number of members has grown over time and today the cooperative has more than 550 members.

By 1930 the production of Moscatel and Port wine was so intense and uncontrolled that forced the sector to reform. Regulatory institutions such as Casa do Douro and the Port Wine Institute were created to regulate that production.

By 1935 Casa do Douro ruled that 500 meters above sea level it was forbidden to add wine spirit to the production of moscatel and port wine.

The plateau of Favaios is above that range so the farmers of Favaios considered that rule unfair because the addition of wine spirit is essential to the production of the Moscatel.



The winegrowers were not happy and protested to Casa do Douro saying that they were not taking into account the special situation of Favaios.



During almost 20 years little changed. These restrictions in production motivated a group of Favaios farmers to submit, again, the issue to Casa do Douro and they highlighted the unfair legislation applied to Moscatel wine. The solution to the problem was to set up an association of winegrowers which was the start of the Adega Cooperativa de Favaios.

MIGUELS WINES



MIGUELS

MIGUELS ассоциируется с почти 100-летней семейной традицией.

Мы предлагаем широкий ассортимент вин из основных регионов производства Португалии: Дору и Порту, Байрада, Дау, Виньюш Вердеш.

Мы ориентируемся на производство высококачественных вин с очень хорошим соотношением цена-качество.

В портвейнах наша линейка простирается от традиционных Тони Порт, Руби и Розе до 10, 20, 30 и 40 лет, имея, кроме того, обширный ассортимент старых портвейнов, начиная с 1947 года и до наших дней.

Мы, по сути, один из немногих, кто может предложить очень качественные старые порты.

В MIGUELS мы гордимся нашей семейной историей с ее трудностями и успехами, И хочется думать, что все приходит на благо, и мы рады, что вы можете попробовать немного нашей семейной истории в бутылке ..

MIGUELS is associated with a almost 100 years old family tradition.

We offer a range of wines from the major producing regions of Portugal: Douro and Porto, Bairrada, Dão, Vinhos Verdes.

We are focused on producing high quality wines with very good price-quality relationship, benefiting from a experienced team.

In Port wines, our range extends from traditional Tawny Port, Ruby and Rosé, to the blends of 10, 20, 30 and 40 years, having, in addition, an extensive range of old Ports, dating from 1947 to the present day.

We are, in fact, one of the few that can offer very high quality Old Ports.

In Miguels we praise our family history with it's difficulties and successes,

And like to think that everything comes for good and we are delighted you can taste a bit of our family history in a bottle...



NICOLA И CHAVE D'OURO



Nicola и Chave D'Ouro - два из самых старых и известных португальских брендов, первый из которых существует с 1789 года, а второй - с 1916 года. Рождение обеих марок происходит от традиционных кофеен в центре Лиссабона, где ежедневно жарили кофе. Сегодня мы принадлежим к Massimo Zanetty Beverage Group, и мы являемся ведущим поставщиком горячих напитков и крупным игроком на рынке кофе в Португалии, где оба бренда имеют важное признание и долю на рынке. Наша основная деятельность включает обжаривание, измельчение, упаковку и распределение.

Наиболее значимые ценности брендов тесно связаны с опытом, инновациями, взаимоотношениями, этикой и преданностью. Оба бренда ориентированы на развитие кофейного бизнеса, создание решений, которые



Nicola and Chave D'Ouro are two of the oldest and famous Portuguese brands, the first existing since 1789 and the second since 1916. The birth of both brands goes back to traditional coffeehouses in the downtown area of Lisbon that roasted coffee daily. Later both invested in production units and in the commercialization of coffee. Today we belong to Massimo Zanetty Beverage Group and we are a leading service provider of hot drinks and a major player in the Portuguese coffee market where both brands have an important recognition and market share. Our main activities include roasting, grinding, packaging and distribution.

Nicola and Chave D'Ouro have countrywide coverage and multichannel distribution reaching over 10.000 clients with over 1 million coffees served every day. The most relevant values of the brands are strongly linked to

привлекают потребителей и приносят прибыль, благодаря опыту, качеству продукции, гибкости и истинному духу делового партнерства. Благодаря разнообразным кофейным смесям с различной интенсивностью и особенностями мы имеем сегментированные портфели в зависимости от канала, на котором мы работаем.

За последние три года сегмент капсул вырос, и Nutricafés сегодня является одним из лидеров в капсулах, которые совместимы с кофеварками Nespresso * и Dolce Gusto *. На внутреннем рынке мы являемся лидерами с долей рынка более 40%.

Сегодня мы присутствуем в более чем 30 странах мира через дистрибьюторов или соответствующих партнерских отношений со значительными розничными сетями. Наша ориентация на международные рынки очень важна, и обе марки планируют продолжать инвестировать в присутствие за рубежом. Наши традиции и знания в обжаривании и смешивании кофе различного происхождения были высоко оценены, и мы помогаем растущим интересам во всем мире, особенно в нашем кофе эспрессо.

* Бренд, зарегистрированный компанией, не связанной с Nutricafés, SA.

Experience, Innovation, Relationship, Ethics and Dedication. Both brands are focused on developing the coffee business, creating solutions that attract consumers and generate profitability, through experience, quality of products, flexibility and true spirit of business partnership. Through a variety of coffee blends with different intensities and features, we have segmented portfolios depending on the channel where we are operating.

In the last three years the capsule segment has grown and Nutricafés is today one of the leaders in capsules that are compatible with Nespresso and Dolce Gusto* Coffee machines. In the domestic market we are leaders with more than 40% market share.*

The focus on exportation has been more relevant in the last years and today we are present in more than 30 countries worldwide through distributors or relevant partnerships with significant retail chains. Our focus on the international markets is very important and both brands plan to continue investing in a presence abroad. Our tradition and knowledge in roasting and blending coffee of different origins as been greatly appreciated and we assist a worldwide growing interest especially in our espresso coffee.

**Brand registered by a company not related with Nutricafés, SA.*

НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

Награды, деловые контакты и планы на будущее

*В Москве завершила работу ежегодная международная выставка
«Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия Холода для АПК / MAP
Russia & VIV 2021».*

Диалог профессионалов

Насыщенная деловая программа выставки позволила обсудить экспонентам и экспертам отрасли самые актуальные вопросы. Глобальный и российский рынок кормов для птицеводства и животноводства, биологическая безопасность в сельском хозяйстве и ветеринарии, повышение эффективности отрасли, инновации и кадровый вопрос стали темами профессионального диалога на пленарном заседании и отраслевых секциях.



Высокий уровень обсуждения основных профессиональных вопросов в рамках пленарного заседания был задан выступлениями приглашенных спикеров. Среди них – Галина Бобылева, д.э.н., генеральный директор НКО «Росптицесоюз» и Юрий Ковалев, генеральный директор Национального Союза свиноводов.



Модератором пленарной сессии выступил Альберт Давлеев, президент Agrifood Strategies. По традиции, наиболее значимые темы были вынесены на пленарную сессию. Оценке состояния и перспектив мясной отрасли были посвящены доклады Лео ден Хартога, директора по исследованиям, разработкам и качеству, компания Nutreco, Нан-Дирка Мюлдера, старшего специалиста по животным белкам, Rabobank и Дмитрия Авельцова, руководителя ФГБУ «Центр Агроаналитики».



О текущей ситуации в мясоперерабатывающей отрасли

рассказала Екатерина Лучкина, исполнительный директор Национального союза мясопереработчиков.

Тему «Качество кормов и ингредиентов, риски и решения: влияние качества на количество, здоровье животных, качество мяса: более высокие затраты, но более высокая прибыль» в рамках сессии осветил Ян Контербах, главный инженер, Wellhope De Heus.

Российские производители мяса, наращивающие объемы производства, успешно обеспечивают потребности внутреннего рынка и увеличивают свое присутствие на глобальном рынке. Суммарный экспорт российского мяса в 2020 году увеличится более чем на половину и превысит 490 тысяч тонн.



Однако, производители мяса во многих странах сталкиваются с новыми вызовами. В частности – агрессивной повесткой радикальных борцов за экологии, обвиняющих животноводов в загрязнении окружающей среды. Этой теме посвятили свое выступление Марк Колотовкин, руководитель отдела КРС и Грант Айдинян, технический директор из компании Alltech.

Другим важным вызовом для животноводов становится проблема

биологической безопасности и качества мясной продукции. Этой теме была посвящена специальная сессия – «Биологическая безопасность в сельском хозяйстве и ветеринарии». Участники сессии обсудили вопросы биобезопасности племенной продукции крупного рогатого скота, требования различных стран к содержанию химических загрязнителей в продукции животноводства, микробиологический контроль качества кормов в Российской Федерации, организацию и осуществление ветеринарно-санитарной экспертизы в хозяйствах и другие актуальные темы.

Качество как приоритет

Вечернее продолжение пленарного заседания было посвящено рынку кормов. Модератором заседания выступил Сергей Шабает, к.б.н., президент «Агроспром», председатель Международного форума птицеводов и президент Евразийской ассоциации птицеводов.



О том, как сказываются на отрасли последствия пандемии COVID-19 в мясомолочной отрасли, рассказал Олег Кобяков, директор отделения ФАО для связи с Российской Федерацией. Последствия COVID-19, птичьего

гриппа, а также возникшие изменения потребительских предпочтений представил Константин Корнеев, исполнительный директор ООО «Ринкон Менеджмент». Эти глобальные события повлияли и на отечественный рынок. Обзору трендов потребления категорий на рынке мяса и мясных продуктов в России посвятила свой доклад Анастасия Джафарова, директор по работе с клиентами отдела исследований потребительской панели GFK Rus.

Кроме ситуативных проблем, на вечерней части пленарного заседания обсуждались и традиционные для рынка темы, в том числе, рентабельность производства. Доктор Яни Кияя, президент Румынской ассоциации производителей комбикормов и консультант Совета по экспорту сои США (USSEC) затронул тему влияния стоимости кормов на рентабельность в производстве бройлеров. А сам USSEC и в этом году выступил партнером Саммита.



Глобальные тренды постепенно меняют стиль работы крупных и мелких производителей мяса. О том, какие перспективы имеют фермерские хозяйства в условиях глобальной индустриализации сельскохозяйственной отрасли,

рассказала Марина Хван, основатель и управляющий партнер КФХ «Честная Ферма».

Новым возможностям и вызовам рынка посветил свой доклад Олег Радин, президент Ассоциации предприятий глубокой переработки зерна Союзкрахмал. Справиться с новыми вызовами невозможно без ставки на безупречное качество продукции.



Как отметила Наринэ Багманян, президент выставочной компании «Асти Групп», организатор выставки, требования к качеству продуктов становятся более жёсткими. И участники рынка отвечают на это ростом экологичности, энергоэффективности, управляемости предприятий АПК. Именно поэтому в 2021 году в деловой программе выставки была представлена вся цепочка производства продуктов птицеводства и животноводства. А также та её часть, которой на прошлых выставках уделялось меньше внимания. В том числе - производство ингредиентов для переработки, пищевых добавок, организация хранения и доставки, развитие постоянного спроса на качественный продукт.

Экспортные ориентиры

Условия для успешной работы на экспортных рынках стали востребованной темой для многих участников выставки. Успешная работа на зарубежных рынках обсуждалась в рамках сессии «Внешняя торговля: перспективные направления экспорта и потребность рынка в импорте». Модератором сессии выступил Андрей Терехин, руководитель управления взаимодействия с отраслевыми союзами и государственными институтами ТД «Черкизово».

Одними из основных векторов наращивания экспортных поставок остаются производство экологически чистой органической продукции и развитие индустрии «Халяль».



О том, что важно знать для экспорта органической продукции, рассказал Олег Мироненко, исполнительный директор Национального союза производителей и потребителей органической продукции.

Актуальные вопросы в развитии индустрии «Халяль» представил Эдуард Хамидуллин, руководитель отдела сертификации ООО МЦСиС «Халяль».

Тем, кто только собирается экспортировать свою продукцию, посвятили свои доклады Наталья Панферова, советник директора ФГБУ

«Центр оценки качества зерна» и Денис Казанников, руководитель проекта по поддержке экспорта АПК Российского экспортного центра (РЭЦ), представивший финансовые инструменты поддержки экспорта.



Снизить импортозависимость

Тема экспортных поставок была затронута и на секции «Обеспечение биобезопасности и повышение эффективности производства, включая кормление птицы».

Как отметила Галина Бобылева, д.э.н., генеральный директор НКО «Росптицесоюз», отечественные птицеводческие компании планируют более чем вдвое увеличить объемы экспортируемой продукции в ближайшие пять лет. Задача - к 2025 году увеличить объемы поставляемой продукции на экспорт до 700 тысяч тонн, а к 2030 году – выйти на показатель в один миллион тонн.

Однако достичь этих показателей будет крайне сложно в условиях значительной импортозависимости в производстве птицеводческой продукции. Шаги в этом направлении уже сделаны. Так, селекционно-генетический центр «Смена» создал четырехлинейный кросс с высоким генетическим

потенциалом. Это направление важно активно и быстро развивать. Поскольку удорожание инкубационного яйца на 23% больше всего сказывается на росте себестоимости мяса птицы.

Другой важной темой на этой секции стала тема обеспечения биобезопасности предприятий и профилактика заболеваний птицы. Сергей Яковлев, главный ветеринарный эксперт НКО «Росптицесоюз» посвятил свой доклад обеспечению биобезопасности на птицеводческих предприятиях. Светлана Полякова, главный ветврач ООО «Авиаген» рассказала о профилактике гриппа в птицеводческих хозяйствах. Алексей Фролов, ведущий специалист НПП «Авивак» представил практические меры по преодолению теплового стресса птицы. Участники секции познакомились с новыми зооигиеническими средствами, дезинфекционными кабинами, а также современными цифровыми технологиями для эффективного производства мяса птицы.

Ударные темпы

К началу 2021 года Россия превратилась в одного из крупных экспортеров свинины, а уровень ее потребления внутри страны достиг пика за 30 лет. Полностью реализованный потенциал импортозамещения и удовлетворенный внутренний спрос заставляет производителей искать рентабельность на внешних рынках. При благоприятной эпизоотической ситуации экспорт свинины по итогам 2021 года установит новый рекорд – 250 тысяч тонн. Эта ситуация ставит

российских свиноводов в особое положение.

Как отметили спикеры сессии «Ветеринария в свиноводстве: как обеспечить конкурентоспособность на внешних рынках», в условиях наращивания поставок свинины за рубеж, прежде всего, важно обеспечить биологическую безопасность свинокомплексов. Этой теме посвятила свой доклад Ирина Левицкая, ведущий эксперт в области свиноводства России и стран СНГ, врач-консультант компании ВЕТПРОМ.

В обсуждении актуальной темы приняли участие эксперты из ведущих веткомпаний России: Константин Попов, ведущий ветеринарный врач по свиноводству ООО «НВЦ Агроветзащита С-П.»; Любовь Денисова, ведущий ветеринарный врач-консультант ГК ВИК; Павел Крайняк, директор по свиноводству НИТА-ФАРМ; Сергей Кукушкин, руководитель технического отдела продуктов для свиноводства в странах СНГ Берингер Ингельхайм; Михаил Сорокин, к. б. н., национальный ветеринарный менеджер Zoetis; Александр Мишин, к. в. н., главный научный сотрудник отдела клинических испытаний «Ветбиохим» и другие.

Как отмечали участники сессии, дополнительными факторами сохранения и повышения маржинальности в российском свиноводстве стала концентрация производства в крупных холдингах, повышение производительности свиноматок за счет роста среднего веса товарных свиней и реализации селекционно-генетических технологий.

Конкурсы и новая Ассоциация

Традиционной и важной частью международной выставки «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия Холода для АПК / MAP Russia» являются конкурсы. Одним из самых популярных у посетителей выставки стал дегустационный конкурс «Лучший традиционный продукт 2021», организованный выставочной компанией «Асти Групп». Высшую оценку качества своей продукции получили ООО Мясной дом «Бородина»; ИП Федоренко Н.В.; АО «ПРОДО Птицефабрика Калужская»; ООО «Чернышихинский мясокомбинат»; ГК «ДАМАТЕ» и ООО Птицефабрика «Улыбино». Все участники конкурса получили заслуженные медали, которые, без сомнения, откроют новые возможности для продвижения этой продукции на российском рынке.

Конкурс инновационных проектов, напротив, привлёк большое внимание экспертов и крупных игроков рынка. Лучшим проектом в номинации «Новейшие технологии и услуги для птицеводства и животноводства» в рамках выставки стали решения, представленные ООО «Матрица» из Белгорода: «1С: Селекция в животноводстве. Свиноводство» и «1С: Селекция в животноводстве. КРС». Эти программы предназначены для ведения зоотехнических и племенных работ, позволяют обеспечить автоматическое формирование регламентной, внутренней и управленческой отчетности.

Выставка «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия Холода для АПК / Meat &

Poultry Russia» 2021 войдет в историю и как дата рождения новой Ассоциации - Национальной Ассоциации производителей индейки.

Учредителями нового отраслевого объединения стали ООО «Пензамолинвест», ООО «ПК Урал», ООО «Агро-Плюс», ООО «Аскор», АО УК «Агропромышленная группа БВК» и ООО «Индюшкин Двор». Ассоциация планирует принять в свои ряды ведущие российские научно-исследовательские центры, университеты, другие отраслевые союзы сельхозпроизводителей и переработчиков для реализации совместных программ по развитию индейководства, рынка мяса птицы и продукции АПК в целом. Ассоциацию возглавил Андрей Ковалев.



Кадровый съезд

Еще одним важным событием выставки стал VII Всероссийский съезд ведущих HR-директоров российского АПК.

Работу съезда открыли Григорий Аксаян, главный эксперт по развитию отрасли Национального Союза свиноводов и Татьяна Еремеева, генеральный директор ООО Кадровое агентство «Время HR» (EXECTLY).

Эксперты отметили, что кадровая ситуация в российском

аграрном бизнесе в прошлом году усугубилась из-за COVID-19 и запрета на въезд иностранцев, которых традиционно привлекают для сезонных сельскохозяйственных работ.



В такой ситуации сельскохозяйственным предприятиям приходилось искать нестандартные решения. Впрочем, и традиционная работа по поиску, найму, мотивации и удержанию квалифицированных специалистов в аграрном бизнесе требует новых подходов. И такой опыт уже накоплен в российских агрокомпаниях. Ирина Ябреева, директор по персоналу и организационному развитию Группы «РУСАГРО» рассказала об опыте развития внутренних коммуникаций с использованием корпоративного телевидения. Игорь Васин, ex-HRD «АПК «КОПИТАНИЯ» представил свое видение того, как сельхозпредприятие может сохранить ценных сотрудников, если нет возможности платить рыночную зарплату с помощью незатратных способов формирования соцпакета. Наталья Мачнева, директор по персоналу АО Ланцет представила

свой опыт управление укомплектованностью кадрами через рост эффективности HR процессов.

Три выставочных дня в «Крокус Экспо» были насыщенными, полезными и интересными. Профессиональный диалог в рамках деловой программы, прямое общение игроков мясного рынка с экспертами и представителями государственных органов, конкурсы станут основой для успешного развития отрасли и будут продолжены в следующем году, 16-18 марта 2022 года, здесь же в Крокус Экспо.

* *
*

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

*Пресс-служба
выставочной компании
«Асти Групп»*



VIV EUROPE 2022

UTRECHT, THE NETHERLANDS

31 MAY–2 JUNE

**VIV worldwide и VICTAM International приглашают на
выставку Animal Feed & Health to Food / VIV Europe 2022,
31 мая - 2 июня, Утрехт, Нидерланды**

Первое отраслевое и масштабное событие в Европе в 2022 году в офлайн-формате

VIV Europe вновь открывает двери с 31 мая по 2 июня 2022 года в выставочном комплексе Jaarbeurs, в Утрехте, Нидерланды.

VIV worldwide в сотрудничестве с VICTAM International предлагает комплексное мероприятие Animal Feed & Health to Food. Выставка для всех отраслей агропромышленного сектора и долгожданных бизнес-встреч с партнерами, обмена новостями и конечно же, знакомства с инновациями.

Мировая экспертиза | Местная практика – главная тема

Глобальные продовольственные системы делают нас уязвимыми в условиях всемирного кризиса. Голос потребителей звучит все громче и громче за устойчивое производство продуктов питания. Роль локального производства продуктов питания намного важнее глобальной цепочки поставок. Глобальная и Локальная системы должны быть сбалансированы. Когда одна из систем выходит из строя, вторая поддерживает стабильность. Для

создания подобного баланса важно увеличить местное потребление, а значит, необходимы более короткие цепочки поставок. Для подобного развития очень важно иметь правильные знания и надежных партнеров.

VIV Europe 2022 – представит на своей площадке весь необходимый глобальный опыт для устойчивого применения локальной практики.

Все мероприятия и конференции будут посвящены этой важной теме!

Если вы заинтересованы во встречах с партнерами и новыми клиентами, тогда забронируйте стенд: Evangeline Brouwer (Ms.) | Sales Manager VIV worldwide Тел: +31 6 82 50 42 28 | E-mail: evangeline@vnueurope.com или E-mail: info@meatindustry.ru и мы поможем забронировать для вас стенд на объединенном российском стенде.

По вопросам посещения выставки VIV Europe 2022 обращайтесь по телефону +7 (495) 797 6914 или e-mail: info@meatindustry.ru



Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия Холода для АПК / MAP Russia & VIV 2022

Значимое событие в мире АПК пройдет 15-17 марта, 2022 год, Москва, в МВЦ Крокус Экспо. MAP Russia & VIV рассчитывает принять более 400 экспонентов из 36 стран мира. Более 8500 человек планируют посетить мероприятие.



По данным опроса участников и посетителей выставки, а также по результатам статистики, более 5000 специалистов в области птицеводства, индейководства и животноводства из России, Европы, Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Южной и Северной Америки посетят MAP Russia & VIV 2022. Среди них птицеводы, свиноводы, животноводы, ветеринары, фермеры, диетологи и производители продуктов питания, которые являются основными целевыми посетителями этого мероприятия.

В 2022 году MAP Russia & VIV снова занимает свои родные павильоны (8 и 7 залы, которые распределены по сегментам: зал 8 «от поля до убоя», зал 7 «от переработки до стола»).

Активное взаимодействие организатора MAP Russia & VIV, выставочной компании Асти Групп, с региональными центрами поддержки экспорта и предпринимательства выполняет главную миссию проекта – предоставляет возможность участия в мероприятии широкого круга организаций, в том числе при софинансировании такого участия государством, и открывает любому бизнесу возможность позиционироваться и увеличить объемы продаж своего продукта, делая свой бизнес устойчивым и способным к преодолению современных вызовов.

Саммит «Аграрная политика России» распахнет свои двери и соберет высоко квалифицированных экспертов АПК. Открытым остается список тем Саммита на 2022 год. Вот некоторые из них: Цифровое управление и умное производство.

Традиционно в рамках MAP Russia & VIV пройдут конкурсы. «Лучший традиционный продукт», Конкурс инновационных проектов «Новейшие

технологии и услуги для птицеводства и животноводства» и новый конкурс, который был анонсирован на выставке 2021 года, «Безопасность и качество продукции».



Салон продуктов и полуфабрикатов (Food Salon) будет представлен производителями продуктов питания различных регионов Российской Федерации, которые планируют охватить как внешний, так и внутренний рынки (найти региональных партнеров, позиционировать продукт с использованием современных и безопасных технологий).



MAP Russia & VIV 2022 порадует посетителей новым мероприятием: MAP Russia Tour.

Тематические экскурсии для специалистов отрасли по выставочной экспозиции с целью презентаций и демонстраций новинок экспонентов.

Выставка, Саммит и мероприятия деловой программы направлены на качество и безопасность конечного продукта всей цепочки «от поля до стола потребителя».



MAP Russia & VIV 2022 выполняет главную миссию: предоставляет возможность широкому спектру предприятий АПК открыть новые возможности позиционирования инновационных продуктов и технологий для Российского и зарубежного потребителя офлайн на одной площадке.

Ждем от Вас обратной связи и предложений по тематике деловой программы и Саммита.

До встречи на выставке MAP Russia & VIV 2022, с 15 по 17 марта!

*Пресс-служба
Выставочной компании
Асти Групп*

УЧАСТНИКУ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ АПК – БАЛАНС ИНСТРУМЕНТОВ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Согласно Указу Президента “О национальных целях развития РФ на период до 2030 года”, предусматривается реальный рост экспорта несырьевых неэнергетических товаров не менее 70 процентов к 2030 году по сравнению с показателем 2020 года. Группа РЭЦ (АО «Российский экспортный центр», АО «ЭКСПАР», АО РОСЭКСИМБАНК) активно участвует в поддержке экспорта российской продукции.

В Группе РЭЦ экспортно-ориентированные компании могут получить как финансовую (кредитно-гарантийную, страховую и др.), так и нефинансовую поддержку (маркетинговые исследования и страновую аналитику, оценку экспортного потенциала и рисков, поиск партнеров за рубежом, анализ торговых барьеров и т.д.). Также экспортеры АПК могут на льготных условиях принять участие в международных выставках, бизнес-миссиях, а также разместиться в дегустационных павильонах за рубежом.

В рамках федерального проекта «Системные меры поддержки международной кооперации и экспорта» Группа РЭЦ занимается цифровизацией экспортной деятельности: в 2020 году была запущена информационная система (ИС) «Одно окно». Сегодня на цифровой платформе для экспортеров уже доступно 4 блока сервисов:

государственные сервисы, бизнес-сервисы, аналитические сервисы, а также сервисы поддержки выставочной деятельности. Использование сервисов ИС «Одно окно» позволит экспортерам сократить издержки, связанные с взаимодействием с контролирующими органами, министерствами и ведомствами, получать услуги в онлайн-формате и в меньшие сроки.

Важную роль в поддержке экспортеров играет «Школа экспорта» РЭЦ, которая предоставляет специализированное обучение для предпринимателей и сотрудников экспортно-ориентированных компаний для более быстрого и менее сложного выхода на международный уровень торговли и повышения эффективности экспортных поставок.

Достигнутые результаты

В 2020 году целевой показатель федерального проекта «Экспорт продукции АПК» (\$25 млн США) был перевыполнен: за 2020 год Россия экспортировала продукции АПК на \$30,5 млрд США, что на 19% выше уровня 2019 года (\$25,6 млрд США). В натуральном выражении в 2020 году за границу было поставлено 79 млн тонн сельхозпродукции.

Если говорить о детальной статистике, то она выглядит следующим образом:

Экспортные товары	Объем экспорта	Стоимость экспорта, млрд долларов
Зерно	49 млн тонн	10,2
Рыба и морепродукты	2,3 млн тонн	5,3
Масложировая продукция	8,1 млн тонн	4,9
Продукция пищевой и перерабатывающей промышленности	9,5 млн тонн	4,5
Мясная продукция	525,1 тыс. тонн	0,89
Молочная продукция	207,1 тыс. тонн	0,32

Главными импортерами российского зерна в 2020 году были Турция и Египет, масложировая продукция больше всего экспортировалась в Китай, Турцию и Индию, мясная — в Китай, Вьетнам и Украину. Среди ключевых закупщиков молочных продуктов были Казахстан, Украина и Беларусь, а основными покупателями рыбы и морепродуктов стали Китай, Южная Корея и Нидерланды. Лидерами по закупке продукции пищевой и перерабатывающей промышленности выступили Казахстан, Беларусь и Узбекистан.

В 2021 году также наблюдается положительная динамика: согласно данным по экспорту в страны ЕАЭС за 3 месяца 2021 года, объемы поставок российской продукции АПК за рубеж выросли на 9% к аналогичному периоду прошлого года до \$11,2 млрд. Рост агроэкспорта обеспечило увеличение в полтора раза поставок масложировой продукции (ключевые покупатели – Турция и Китай) и на 23% мясной и молочной продукции (ключевые покупатели – Китай и Вьетнам).

В 2020 году объем поддержки экспорта АПК Группой РЭЦ увеличился почти в 1,5 раза по сравнению с 2019

годом и составил \$4,2 млрд США (\$2,9 млрд США годом ранее). Количество поддерживаемых экспортеров АПК выросло за тот же период на 12,2% до 1261 компаний. При этом, количество поддерживаемых с помощью финансовых инструментов экспортеров АПК выросло на 35,3% с 119 в 2019 году до 161 в 2020 году.

В портфеле Группе РЭЦ есть различные меры поддержки экспортеров, в том числе в форме софинансирования (компенсации) затрат, а некоторые из программ специально разработаны для предприятий АПК.

- В рамках программы продвижения продукции АПК действуют 3 павильона в городах Шанхай (Китай), Хошимин (Вьетнам) и Дубай (ОАЭ). В них представлена кондитерская, мукомольная, масло-жировая и иная продукция 86 компаний АПК, включая лидеров отрасли: Макфа, Объединенные кондитеры, Белевская пастила, Мираторг, Плодоимпорт, Союзпищепром, Эфко и др. Также в ближайшее время в павильонах разместятся еще 24 компании. За счет программы в 2020 году удалось достигнуть заметных

результатов – общая сумма заключенных контрактов превысила 879 млн рублей (более 12,2 млн долларов США). В 2021 году откроется еще один павильон – в Египте.

В 2020 году восстановлена программа защиты прав на результаты интеллектуальной деятельности за рубежом: на ее реализацию было выделено 60 млн руб. По условиям программы, экспортеру компенсируется до 100% затрат на пошлины, необходимые для подачи заявок на охранные документы за рубежом, и до 70% затрат на делопроизводство, включая затраты на патентных поверенных при подготовке и сопровождении заявок в иностранные патентные ведомства. Активными получателями поддержки являются и организации АПК, в том числе субъекты МСП. В рамках программы в 2020 г. применительно к АПК было поддержано 11 экспортеров (из них 4 субъекты МСП) на сумму 5 млн руб.

- В 2020 году РЭЦ совместно с АО «РЖД Логистика» и оператором павильона в Китае запустили программу по доставке сборных грузов в павильон со стоимостью доставки около 32 тыс. руб. за партию до 1000 кг.
- В 2019 году Группа РЭЦ и АО «РЖД Логистика» реализовали совместный проект «Агроэкспресс», доставляющий российскую продукцию АПК прямыми ускоренными железнодорожными поездами на рынок Китая. Сегодня в

рамках проекта экспортерам доступно более десятка приоритетных маршрутов в восточном направлении, а также предоставляется полный цикл услуг перевозки: от обеспечения первой и последней мили до таможенного оформления. Также партнерами РЭЦ привлекаются грузы встречного импорта из Китая, позволяющие существенно снизить транспортные затраты и предложить экспортерам конкурентные тарифы. Также организованы перевозки «Агроэкспрессов» с замороженной мясной продукцией по экспортному коридору Россия – Казахстан – Китай через погранпереход Хоргос с возможностью проведения всех контрольных процедур на станции назначения в г. Чунцин. Такой маршрут позволяет сократить срок доставки продукции во внутренние провинции Китая до 16 дней, что в 2,5 раза быстрее, чем доставка традиционным морским маршрутом через Суэцкий канал.

- В 2020 году РЭЦ совместно с АО «РЖД Логистика» запустил проект по доставке грузов в сборных контейнерах железнодорожным транспортом в Китай (Харбин, Пекин и Чунцин). Проект ориентирован на предприятия МСП, отправляющие как мелкооптовые партии по разовым внешнеторговым контрактам, так и экспортирующие регулярными малыми объемами на B2C и B2B электронные торговые площадки Китая. Для экспортно-ориентированных субъектов МСП

проект интересен тем, что за счет возможности объединения грузов разных отправителей, компания может поставлять на зарубежные рынки от 1 паллеты собственной продукции, что существенно снижает расходы и расширяет круг покупателей.

- Эффективным каналом продвижения готовых продуктов питания на зарубежных рынках показали внутривостановые онлайн-площадки. Так, РЭЦ обеспечивает выход производителей пищевой продукции из России на ключевые онлайн-платформы в странах присутствия оффлайн-павильонов АПК (Китай, Вьетнам и ОАЭ), а также на других целевых рынках. Сочетание двух инструментов продвижения: размещения в оффлайн-формате и на онлайн-полке – создает синергетический эффект и позволяет быстрее выстроить стабильный канал продаж. Сегодня для приобретения в онлайн-доступны ≈50% от демонстрируемого ассортимента.
- В 2020 году заработала программа поддержки сертификации и адаптации продукции АПК на внешних рынках. Благодаря программе экспортеры могут компенсировать до 90% затрат на оценку соответствия продукции АПК требованиям, предъявляемым на внешних рынках, в том числе для получения сертификатов «халяль» и «кошер», проведения ветеринарно-

санитарных и фитосанитарных мероприятий, транспортировку, хранение, испытание и утилизацию испытательных образцов. Объем поддержанного экспорта за счет программы составил 48 млрд руб.

- Также постоянно действует программа компенсации части затрат российским компаниям, самостоятельно принявшим участие в зарубежной выставке или ярмарке.
- В качестве ответа на ограничения из-за COVID-19, связанные с трансграничными поездками и запретом на проведение выставочных мероприятий, РЭЦ запустил новый продукт – онлайн-бизнес-миссии, которые стали альтернативой выставкам и классическим деловым миссиям. В 2020 г. РЭЦ организовал 17 онлайн-бизнес-миссий. Проект оказался востребованным: в мероприятиях приняли участие почти 400 экспортеров, представляющих 20 отраслей, и более 700 байеров из 36 стран, были проведены свыше 2300 целевых переговоров. В 2021 году РЭЦ продолжает активно использовать формат онлайн-бизнес-миссий.

Экспорт-2021: планы и цифры

Выставки

Всего в 2021 г. РЭЦ планирует проведение 20 выставочных мероприятий и 22 бизнес-миссии в онлайн-формате в различных отраслях промышленности

и АПК. В рамках данной меры поддержки произошел уход от бумажного документооборота, теперь обеспечивается полностью электронное взаимодействие через информационную систему «Одно окно».

Компенсация затрат, связанных с участием в международных зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

С начала 2021-го года РЭЦ запустил механизм компенсации затрат, связанных с участием в международных зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях, который охватывает российских производителей, представителей крупного бизнеса, МСП или индивидуальных предпринимателей.

Новая программа предоставляет компаниям возможность самостоятельно выбрать мероприятие для участия, а затем обратиться за компенсацией в РЭЦ. Для получения поддержки экспортер нужно подготавливает только небольшой пакет документов. В дальнейшем получать данную услугу станет возможным в ИС «Одно окно» без обмена бумажными документами.

Открытие нового павильона АПК в Египте

В рамках работы по продвижению российского экспорта АПК РЭЦ совместно с Минсельхозом России расширяют свою сеть дегустационных павильонов за рубежом. В третьем квартале 2021 года запланировано официальное открытие IV павильона АПК в г. Новый Каир, оператором

павильона выступит египетская компания E8 Consulting. Уже сейчас РЭЦ получает заявки от российских организаций на размещение в павильоне.

В 2022 году услуга «Размещение продукции в дегустационно-демонстрационном павильоне» станет доступна онлайн через ИС «Одно окно».

Сертификация АПК

Запланированный объем поддержки в 2021 г. составит 448 млн. руб., а в 2022 году услуга станет доступна онлайн – через ИС «Одно окно».

Патентование

Из-за большого количества обращений принято решение увеличить объем поддержки на получение патентов для иностранных рынков в 2021 г. до 100 млн. руб. Услугу также со временем планируется интегрировать в ИС «Одно окно».

Группа РЭЦ планирует и дальше развивать направления поддержки экспорта продукции АПК, синхронизируя свои действия с государственной политикой. Уже планируется качественно нарастить участие в кредитно-финансовой и страховой поддержке экспорта за счет расширения партнерских программ с финансовыми институтами и иностранными покупателями для повышения привлекательности российской продукции.

*АО «Российский
экспортный центр»*

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

ПОМОЖЕТ ЛИ ЗНАНИЕ КРІ ОППОНЕНТА ЗАКЛЮЧИТЬ ВЫГОДНУЮ СДЕЛКУ?

Казалось бы, ответ очевиден. Конечно «да». Ведь КРІ (Ключевые показатели эффективности (англ. Key Performance Indicators) – это критерии, по которым работодатель оценивает эффективность своих сотрудников или же результаты собственной работы. Следовательно, помогая выполнять КРІ, мы оказываем оппоненту бесценную услугу и он просто обязан принять наше предложение!

А вот здесь вынужден Вас разочаровать. Есть как минимум 5 причин, почему опора на КРІ не является эффективным инструментом для подписания контракта.

Раз уж мы занимаемся торговлей, давайте я буду разбирать ситуацию на примере работы поставщика с розничной сетью. Чем характерна ситуация? Розничные сети в переговорах о закупке товара в 90% ситуаций доминируют. Это обоснованно, так как на рынке сегодня представлено в сотни раз больше товаров, чем можно поставить на полки в ритейле. Кроме того, количество розничных сетей постоянно сокращается, еще более ограничивая возможности попадания товаров на полки.

В такой ситуации поставщик должен приложить большие усилия для

того, чтобы его товары выбрали из сотен аналогов. И поставщики это прекрасно понимают и предлагают выгоды, основывая их показателях эффективности.

Почему же это не работает?

1. У закупщика другая иерархия ценностей

Как ни странно это звучит, у закупщика есть иерархия ценностей, в которой КРІ стоят далеко не на первом месте. Это зависит в первую очередь от особенностей человека и национальных традиций. В одних странах (принципиально не буду конкретизировать) при невыполнении каких-то показателей сотрудник считает себя опозоренным и готов совершить самоубийство, в других даже прописанные КРІ являются формальностью и никто их всерьез не воспринимает. Какие такие показатели???

Но даже в случае, если закупщик знает и серьезно относится к своим показателям эффективности, он остается человеком со своими ценностями, страхами и желаниями.

а решение проблемы спасения семьи от голода, т.е. первоочередная личная задача.



Рис. 1 Пирамида интересов закупщика

Если разобрать потребности человека по значимости, то **на первое место, бесспорно, выходит достижение личных целей:** самореализация, дружба и общность, отказ от действия из-за диаметрального несовпадения с личными взглядами, желание безопасности и комфорта. Для закупщика в эту группу могут попасть следующие цели:

1. Имеющийся поставщик стал вести себя слишком нагло и для того, чтобы показать, «кто в доме хозяин», необходимо показать, что у нас есть и другие поставщики аналогичного товара.

2. Предыдущий менеджер не смог договориться о выгодных условиях поставки и хороший контракт позволит закупщику поднять свой статус в глазах руководителя.

3. Закупщик считает это направление перспективным и хочет его развивать.

4. Закупщик любит эту торговую марку и ему удобнее покупать ее в своих магазинах.

Я, конечно, несколько утрирую, но, прочитав перечисленные причины Вы согласитесь, что, имея такие мотивы, закупщик легко пойдет на минимально допустимые условия сотрудничества для того, чтобы заключить контракт и получить желаемое.

Вторая по важности группа задач - решение проблем. Произошло что-то такое, что вынуждает закупщика отложить все дела и срочно заняться решением проблемы. Очень часто ситуация усугубляется тем, что в процесс вовлечены другие люди или ситуация находится на контроле у руководства.

1. Срывается промо акция.

2. Резкий

незапланированный скачок продаж.

3. Разорван контракт с ключевым поставщиком и т.д.

В этих случаях вопрос в переговорах ставится не «на каких условиях мы будем работать», а «ты можешь это сделать в необходимые мне сроки?»

Следующий уровень по значимости – срочные задачи. Это задачи, аналогичные тем, которые регулярно решают сотрудники, но решение этих задач ограничено во времени (месяц, квартал). Задачи находятся на контроле у руководства и за их выполнение чаще всего идет отдельная мотивация или «демотивация».

Это планы по развитию категории или поставщика, специальная задача по повышению какого-то показателя, продажа остатков или неликвидов и т.д.

На четвертой ступени стоят стандартные задачи. Это и есть наши KPI. Эти задачи характеризуются тем, что их необходимо решать регулярно. Их выполнение находится на контроле, но и контроль и мотивация за перевыполнение или невыполнение планов достаточно условны.

Пятая ступень – решение несрочных и второстепенных задач.

К ним я отношу дела, которые можно не делать по одной из трех причин:

1. Их можно отложить, и при этом наша жизнь не изменится ни в лучшую, ни в худшую сторону

2. Затраты времени и сил не окупают тот результат, который мы получим.

3. Есть более важные дела.

Как видите, задача повышения KPI является далеко не первостепенной и в случае срочных задач или проблем принятие решения, повышающего KPI, может быть отложено.

2. Есть иерархия KPI.

На одном из своих недавних проектов мы с заказчиком составляли KPI дистрибьюторской компании. Казалось бы, их 4-5: товароборот, доход, маржинальность, оборачиваемость запасов и т.д. В реальности же мы написали более 20 показателей. Могли бы и больше!

Поставщики, как правило, делают акцент на самых распространенных показателях: увеличение продаж, увеличение дохода, рост наценки и т.д. С одной стороны, делать акцент на эти показатели – беспроигрышный вариант. Но, с другой, большинство конкурентов поставщика тоже делает акцент на эти показатели. В результате, когда приходит сотый поставщик со словами «Мы увеличим товароборот в категории» ценность этих слов и важность самого показателя в переговорах обесценивается. В результате в отношениях с производителями на первый план выходят дополнительные показатели, а товароборотом и доходом закупщик занимается самостоятельно.

3. Не на все показатели можно повлиять.

Вернемся к самым распространенным показателям. Допустим, поставщик все-таки решил делать акцент на рост товароборота. При этом мы оказались в практически идеальной ситуации: закупщик серьезно относится KPI, товароборот является не просто значимым показателем, а используется для расчета бонусной части зарплаты и это тоже важно для закупщика. И вот поставщик говорит:

«По нашим оценкам, заменив существующего поставщика на нас Вы будете продавать каждую единицу товара на 5% дороже, что существенно увеличит товарооборот в подкатегории». И тут вдруг «Извините. Не интересно!» Конечно, хочется думать, что «закупщик на откате».

Но давайте разберемся. Даже если бы закупщик руководил только одной категорией, в которую поставщик хочет поставлять товары, то:

1. Цена единицы товара выросла бы на 5%, но продажи упали бы, допустим на 1%, в результате, было $100\% \cdot 100$, стало $99\% \cdot 105$, т.е. рост продаж менее 4%, + возможный каннибализм. Итого рост 2-3%, а это уже совсем не много. А ведь придется выводить поставщика, распродавать его товары, подписывать новый договор, налаживать логистику... А премия будет только при росте категории на 5 %... Неинтересно.

2. Если же закупщик ведет несколько товарных категорий и обсуждаемая составляет в его «личном портфеле» 5-10%, то наивно рассчитывать, что рост ее продаж даже на 10% будет для закупщика достаточным мотиватором.

4. Нет доверия к достижимости результата.

При предложении увеличить продажи необходимо доказать, что предлагаемый результат в принципе достижим. Когда речь идет о выводе продукта на рынок, важное значение имеет ситуация, удача, «чуйка». При работе с KPI важны технологии, опыт, экспертиза. Для того, чтобы увеличить товарооборот необходимо уметь организовывать производство, логистику и розничные продажи. И доказать свою компетенцию в работе именно с этим показателем. Что может послужить доказательством?



Рис. 2 Рейтинг доказательств

Лучшим доказательством является совместный опыт. Если поставщик и закупщик уже реализовали несколько проектов, то велика

вероятность, что и новый проект увенчается успехом. На втором месте, как это не парадоксально, прописанные обязательства. Условно, закупщик

рассуждает так: «Цена вопроса не очень высока. В успех я не верю. Но если этот оптимист готов гарантировать результат – пусть работает. Выполнит обещанное – хорошо. Не выполнит – выплатит неустойку». Далее идут, условно, рекомендации. Это опыт знакомых или конкурентов. Отсылка к личному опыту и фраза «Я сто раз так делал» на четвертом месте. И уж совсем не являются доказательствами фразы: «Мы провели исследования», «По опросам наших покупателей», «Британские ученые доказали...», «Наша компетентность подтверждена дипломами...»

Если возможность получения результата не доказана, то и результат обесценивается. Какая разница, какой рост продаж пообещает поставщик, если он не понимает, как добиться этого результата.

5. Нет доверия к поставщику как реализатору процесса.

Многие поставщики при начале переговоров уделяют мало внимания представлению и, извините, «самопиару». В результате может возникнуть неприятная ситуация, когда предложенное решение понравилось, но вот связываться с этой неизвестной фирмой и непонятным человеком совсем не хочется. В результате звучит «нет».

Какой хочется дать совет в заключение?

Опытные переговорщики, каковыми и являются закупщики, хотят вести интересные переговоры и работать с компетентными партнерами. Как только поставщик заводит речь о том, что «вам же интересен рост товарооборота?», закупщик делает следующие выводы:

1. Оппонент не готовился к переговорам и не узнал задачи и проблемы сети. Видимо и к сотрудничеству он будет относиться «спустя рукава»

2. Оппонент использует устаревшие шаблонные техники. Видимо, инноваций ждать от него не приходится.

3. Оппонент не стесняется говорить шаблонные вещи и банальности. Трудно будет найти с ним общий язык.

В результате ставка на повышение KPI не срабатывает и переговоры с треском проваливаются.

Надеюсь, Вы сделали правильные выводы и не будете строить переговоры на банальных, недоказанных и несущественных выгодах!

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

Тренинги Сергея Илюхи для тех, кто хочет эффективно сотрудничать с розничными сетями



Сергей Илюха

АГРОС

«АГРОС» - ежеквартальное издание, ориентированное на развитие внешнеэкономических связей в сфере АПК.

Журнал выходит с 1998 г. и издается при поддержке Национального союза экспортёров продовольствия.

«АГРОС» - победитель конкурса «Лучший российский экспортёр» в номинации *«За содействие в продвижении экспорта – лучшее СМИ, освещающее вопросы российского экспорта»*.

Журнал содержит актуальную деловую информацию по следующим вопросам:

- основные события в области внешних связей в сфере АПК;
- анонсы международных мероприятий;
- экспортно-импортная политика зарубежных стран;
- новости выставочной сферы;
- организация и практика внешней торговли (оценки, прогнозы, консультации).

Издание распространяется среди российских организаций и предприятий АПК, экспортёров и импортёров, розничных сетей, заинтересованных министерств и ведомств. Кроме того, получателями издания являются посольства и торговые представительства России в зарубежных странах.

С последними выпусками журнала можно ознакомиться на сайте Национального союза экспортёров продовольствия www.prodexport.ru

Размещение в журнале **«АГРОС»** информации о своей деятельности даёт возможность распространять ее не только по России, но и за рубежом и доводить ее до сведения потенциальных партнеров в различных странах мира.

По вопросам размещения статей и рекламы просим обращаться по тел./факсу:

+ 7 (495) 354-39-08,

E-mail: nfeu2000@mail.ru

AGROS

AGROS is a quarterly publication aimed at the development of foreign trade in agricultural and food products.

The journal is published since 1998 and now it is published with the support of the National Union of Food Exporters.

AGROS is a winner of the Contest "Best Russian Exporter" in the nomination "Assistance in promoting exports - the best media covering the issues of Russian exports."

Journal contains business information on the following issues:

- key developments in Russian foreign agricultural policy;
- announcements;
- export and import policy of foreign countries;
- exhibition news;
- organization and practice of foreign trade.

The publication is distributed to Russian organizations and enterprises, exporters and importers, retailers, concerned ministries and agencies, as well as Russian embassies and trade missions in foreign countries.

An electronic version of the journal is available online on the website of the National Union of Food Exporters www.prodexport.ru,

Foreign companies are welcome to publish information on various products and services and thus to bring such information to potential partners in different regions of Russia.

If you are interested in publishing articles and advertising, please contact us:

Tel . / Fax : + 7 (495) 354-39-08

E-mail: nfeu2000@mail.ru

Главный редактор Д.С.Булатов

109388, Москва, ул. Гурьянова, 73-68.

Тел./факс: + 7 (495) 354-39-08

nfeu2000@mail.ru

Журнал зарегистрирован Комитетом Российской Федерации по печати

Рег. № 017582 от 13 мая 1998 г.

© «АГРОС». 2020