

# АГРОС

AGROS  
№ 3, 2023



**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, Минэкономразвития, Минсельхоз, Торгово-промышленная палата России, Международный клуб агробизнеса, международные организации, связанные с вопросами продовольствия и сельского хозяйства), возможность внесения своих предложений.

Более подробную информацию о деятельности Союза можно получить по тел.: +7 (495) 354-39-08, E-mail: nfeu2000@mail.ru, а также на сайте Союза [www.prodexport.ru](http://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, Ministry of Economic Development, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry and Commerce of Russia, Chamber of Commerce and Industry of Russia, International Agribusiness Club, international food and agriculture 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

<b>Тема номера</b>	
Еда на экспорт	6
<b>Новости</b>	
Освобождение ряда товаров от курсовых пошлин поддержит производителей и экспорт - "Асконд"	14
Минсельхоз Казахстана намерен перенять опыт России в работе системы прослеживаемости зерна	14
Правительство продлило на полгода квоты на вывоз минеральных удобрений	15
<b>Анонсы</b>	
Международная промышленная академия	16
<b>Экспортно-импортная политика зарубежных стран</b>	
Мировая и региональная политика	18
Ближнее зарубежье	21
Дальнее зарубежье	23
<b>Российские компании на внешних рынках</b>	
Торговая марка «Лакомства для здоровья».	
<i>Новая линейка продукции – иммунные коктейли</i>	24
Настоящий подарок Алтая	26
Холдинг «АЛТАМАР»	28
<b>Наши зарубежные партнеры</b>	
ADEGA DO FAVAIOS	30
MIGUELS	33
<b>Новости выставочной сферы</b>	
Производство и потребление всех видов животного белка растет в России	34
World Food India 2023: праздник инвестиций и инноваций	37
Food Africa и Pacprocess MEA 2023	39
<b>Практические вопросы продвижения продукции</b>	
<i>С.Илюха</i> Стратегии входа в торговые сети для производителей	41

# CONTENTS

## Special Topic

Food for export 6

## News

Exemption of a number of goods from exchange duties will support producers and exports - Askond 14

The Ministry of Agriculture of Kazakhstan intends to adopt the experience of Russia in the work of the grain traceability system 14

The Government extended the quotas for the export of mineral fertilizers for six months 15

## Announcements

International Industrial Academy 16

## Export & import Policies of Foreign Countries

World and regional policy 18

Neighboring Countries 21

Far-Abroad Countries 23

## Russian companies on foreign markets

Trade mark "Delicacies for health". 24

*New product line - immune cocktails* 24

The real gift of Altai 26

Holding "ALTAMAR" 28

## Our Foreign Partners

ADEGA DO FAVAIOS 30

MIGUELS 33

## Exhibition News

Production and consumption of all types of animal protein is growing in Russia 34

World Food India 2023: a feast of investment and innovation 37

Food Africa and Pacprocess MEA 2023 39

## Product promotion

*S. Ilyukha* Strategies for entering retail chains for producers 41

# ТЕМА НОМЕРА

## ЕДА НА ЭКСПОРТ



Фото: ©Андрей Зенков

**Предлагаем вниманию наших читателей текст передачи программы «Крестьянская застава» радиостанции «Радио России» от 13 декабря 2023 года, посвященной экспорту российского продовольствия.**

**Автор и ведущий – Игорь Абакумов**

**ВЕДУЩИЙ:** Считается, что рынок продовольствия в России переполнен, и все чаще звучат слова о перепроизводстве. Как быть? Есть два пути: сокращать производство или увеличивать экспорт, зарабатывая деньги за границей, где продовольствия не хватает. И то и другое прямо касается самочувствия многомиллионного населения сельских территорий. По какому же пути идём мы?

Добрый день, великий народ! На «Радио России» «Крестьянская застава» - единственная в федеральном эфире сельскохозяйственная программа. С Вами Игорь Абакумов. В гостях на «Заставе» собеседник, который, надеюсь, прояснит ситуацию, - Дмитрий Сергеевич Булатов, президент Национальной ассоциации экспортёров продовольствия.

Добрый день, Дмитрий Сергеевич!

**БУЛАТОВ:** Добрый день!

**ВЕДУЩИЙ:** Дмитрий Сергеевич, расскажите, сколько и чего экспортирует Россия.

**БУЛАТОВ:** Сейчас Россия экспортирует агропродовольственной продукции на сумму более 40 миллиардов долларов. Эта сумма для нас вполне приличная, учитывая то, что пять лет назад наш экспорт был вдвое меньше, так что динамика очень активная.

Но это не самое главное. Самое главное то, что у нас экспорт стал превышать импорт, и мы совсем недавно превратились в нетто-экспортёра продовольствия. Да, до этого мы были одними из ведущих в мире поставщиков пшеницы, но импорт, к сожалению, превышал экспорт, и мы оттягивали на себя определённую часть товарных потоков с мировых рынков продовольствия. Сейчас картина принципиально другая,

**ВЕДУЩИЙ:** Но это не может не радовать, потому что 15 лет назад или чуть больше мы импортировали на 40 миллиардов. То есть сейчас мы вернули, так сказать, долги мировому рынку. А каковы направления экспорта, в какие страны, что мы поставляем?

**БУЛАТОВ:** Примерно три четверти нашего экспорта продовольствия идёт в дальнее зарубежье, а одна четверть – в ближнее. 20% экспорта составляет рыба, а из «сухопутного» экспорта 40% - зерно, прежде всего пшеница, и ещё 40% - это продукция пищевой промышленности. Мы привыкли говорить, что Россия

экспортирует зерно, но далеко не только зерно.

**ВЕДУЩИЙ:** А что ещё из пищевой промышленности?

**БУЛАТОВ:** Из пищевой промышленности? Прежде всего это подсолнечное масло, шоколадные изделия, водка, пиво, минеральные воды, сигареты. Экспортируется также пшеничная мука, печенье, макароны, колбасы, мясные рыбные консервы, рыбные филе, молочные продукты - сыры, сухое сгущённое молоко и так далее.

**ВЕДУЩИЙ:** Я напоминаю - у нас в гостях на «Крестьянской заставе» Булатов Дмитрий Сергеевич, президент Национального союза экспортёров продовольствия. Динамика экспорта в принципе положительная, а вот что стимулирует и что сдерживает сейчас экспорт?

**БУЛАТОВ:** Здесь трудно однозначно ответить, поскольку, когда мы говорим про ведущие страны-экспортёры, принято употреблять термин «стимулирование экспорта». Что касается нашего экспорта, чаще говорят о регулировании экспорта, поскольку применяются не только стимулирующие, но и ограничительные меры.

Почему эти меры применяются? По вполне понятным причинам - чтобы не оголять внутренний рынок. Вопрос только в том, как их применять. Ведь если производителю закрывать возможности сбыта, он начинает свёртывать производство или вообще уходит в другие отрасли. Поэтому производители ощущают на себе эти меры очень болезненно. Да, сейчас эти

меры смягчены. Раньше были запреты, сейчас же принято применять так называемые плавающие пошлины. Даже появился термин «демпфер», но демпфер - это все-таки что-то смягчающее, а на практике ограничительные меры - это колотушка, которая бьёт по голове экспортёра

**ВЕДУЩИЙ:** И производителя тоже.

**БУЛАТОВ:** И производителя тоже. Поэтому, может быть, имеет смысл подумать над другими мерами. А если дать субсидии переработчикам, нашим российским переработчикам с тем, чтобы то же зерно не уходило за рубеж, а поступало на наши мелькомбинаты?

Откуда взять средства? Ведь мера-то затратная. Но у нас расходуются достаточно большие средства на поддержку экспорта продовольствия. И в те годы, когда необходимо не стимулировать, а ограничить экспорт, может быть, бросить часть этих средств именно на сохранение экспортного потенциала? И все будут довольны: и наши производители сельхозпродукции, и наши переработчики. А по изменению ситуации можно будет эту продукцию в переработанном виде уже и экспортировать.

**ВЕДУЩИЙ:** Ну, разумно, наверное, разумно. Скажите, а вот санкции повлияли на экспортные пути?

**БУЛАТОВ:** Прежде всего, нарушилась логистика. Это касается недружественных стран. Но, с другой стороны, активизировался поиск новых рынков сбыта, новых партнёров. Мы сейчас активно работаем на рынке Китая, Индии, других стран, прежде

всего стран Дальнего Востока, Южной и Юго-Восточной Азии, Северной Африки, и эта работа идёт достаточно успешно.

**ВЕДУЩИЙ:** Сейчас давайте послушаем материал, который подготовил наш корреспондент Андрей Зенков.

---

**КОРР:** Ещё не так давно Россия покупала свинину за рубежом. Сейчас мы производим свиное мясо в достаточном количестве. Появился даже избыток, и внезапно выяснилось, что во Вьетнаме, Гонконге и даже в Китае интересуются нашими свиньями. Точнее, некоторыми их частями.

**ПЕПЕЛЫШЕВ:** Многие части свиньи россияне не употребляют, или употребляют, но не в таком количестве. Например, это уши свиные, это ножки. Да, мы варим холодцы из ножек, но мы столько этих продуктов не съедаем. А есть ещё категория продуктов, которые россияне вообще не употребляют. Это, например, кишечное сырье: кудрявки, гузёнки, глухарки. Это разные названия частей кишечника свиньи, которые мы просто выкидываем. Мы варим из этого мясокостную муку, тот же жир, который мы отправляем в Европу для биотоплива.

**КОРР:** Коммерческий директор группы компаний «Агропромкомплектация» Евгений Пепелышев уверен - будущее российского свиного экспорта в Юго-Восточной Азии,

**ПЕПЕЛЫШЕВ:** У них есть культура употребления этих продуктов. Нам они не нужны. Там они



востребованы, и им этого не хватает, хотя у них огромное поголовье свиней - в Китае самое большое поголовье свиней в мире. Опять-таки из-за культуры потребления. Например, то, что у нас пользуется популярностью. Например, шея, она считается деликатесной частью. Мы из неё делаем кошельки. Там она совершенно не нужна. Из одной свиномы получается одна шея, два уха и четыре ноги. И вот шею они не доедают. Она у них лишняя. А вот двух ушей и четырех ножек им не хватает.

**КОРР:** Сегодня предприятия, работающие в формате «от поля до прилавка», готовы поставлять на экспорт столько ушей и ножек, сколько запросят.

**ПЕПЕЛЫШЕВ:** У нас есть поля, на которых мы выращиваем зерновые и составляющие комбикорма. У нас есть комбикормовые заводы, которые перерабатывают это в комбикорм. У нас есть свиномы, которые «едят» наш комбикорм из нашего зерна. В Курске мы бьём 7000 свиней в день. На Курском заводе у нас гораздо глубже переработка. Соответственно, там ещё появляются те продукты, которые также востребованы и в Африке: рёберные косточки, какие-то позвоночники, там, бедренные кости.

**КОРР:** Не стоит думать, что сухогрузы везут в дальние страны многотонные морозильные контейнеры с грудями свиных костей, пяточков, ушей и хвостиков.

**ПЕПЕЛЫШЕВ:** Все нужно дорабатывать. Комплект раньше брался только для натуральной черевы, для того, чтобы сделать сосиски. Потом из этой черевы все остальное

выкидывалось. Теперь нужно было поставить дополнительные валы, которые собирают мукозу.

Да, Юго-Восточная Азия употребляет все эти продукты. Они должны быть исключительно беленькие. Они не должны быть опалённые, поэтому, естественно, пришлось переоборудовать, поставить какие-то это дополнительные центрифуги, в которых это отбеливается. Ушки должны быть чистые, хвостики должны быть беленькие, красивые, ровненько уложенные в коробку.

На самом деле очень много таких вещей для нас всегда было загадкой. Почему стоимость передних и задних ног разная? При том, что задняя ножка чуть побольше, на ней как раз немножко больше мяса, а стоимость её ниже, чем передней ноги на экспорт. Да, совершенно невероятная причина: передняя ножка короче, а задняя длиннее и не во все домашние кастрюли задняя ножка влезает, а передняя влезает во все. Поэтому спрос на переднюю ножку именно по этой причине гораздо выше, чем на заднюю.

---

**ВЕДУЩИЙ:** Дмитрий Сергеевич, как санкции повлияли, что нам запретили суда пропускать страховку. Нам ограничили,

**БУЛАТОВ:** Отлучили наши аграрные банки от системы расчётов SWIFT, блокировали валютные резервы, запретили поставку семян, средств защиты растений, запчастей для сельхозтехники и создали проблему с транспортировкой нашего продовольствия и удобрений.

Удобрения хоть и являются продукцией химического комплекса, но в следующем году они должны превратиться в продовольствие, а если ограничительные меры будут действовать, они в продовольствие не превратятся, и нуждающиеся страны останутся без того продовольствия, которое они хотели бы иметь.

**ВЕДУЩИЙ:** Я слышал, что наши удобрения застряли где-то за границей, в портах, запретили ими торговать. Но я вспоминаю в то же время складские помещения в Бейруте, которые взорвались тамо. Удобрения лежали, лежали и вдруг они там «махнули». Не создаёт ли Запад себе дополнительные риски?

**БУЛАТОВ:** Возможно, создаёт - и самим себе, и тем странам, которые хотели бы получить эти удобрения. Недопоставка этих удобрений не только воздействует на продовольственную ситуацию в нуждающихся странах, но ещё и бьёт по репутации, по престижу тех стран, которые тормозят поставку этих удобрений, тем более что часть из них Россия готова поставить безвозмездно.

**ВЕДУЩИЙ:** Ну, безвозмездно, наверное, с государственной точки зрения. Государство, видимо, выкупает эти удобрения и это зерно, а потом уже дарит, что называется, даёт безвозмездно. То есть для производителя это оплаченный товар?

**БУЛАТОВ:** Да, на коммерческой основе.

**ВЕДУЩИЙ:** Ещё вопрос, который волнует и меня, и наших слушателей. Чёрное море перестало быть зоной

мира. Есть ли такая перспектива, что для экспорта могут закрыть Босфор и Дарданеллы.

**БУЛАТОВ:** Перспектива чисто теоретическая. На практике вряд ли это будет осуществлено. Вопрос: кто будет закрывать? Турция? Турция заинтересована в продолжении зерновой сделки, поскольку Турция активно на этом зарабатывает.

**ВЕДУЩИЙ:** То есть бизнес за мир всегда?

**БУЛАТОВ:** Бизнес есть бизнес, он вообще выступает за расширение связей, за мир.

**ВЕДУЩИЙ:** Стало быть, наши слушатели могут быть спокойны. А каковы перспективы транспортного коридора через Каспий в Индию и Африку? Это же замена или дублирование коридора через Босфор.

**БУЛАТОВ:** Здесь уменьшаются риски и улучшается логистика.

**ВЕДУЩИЙ:** Я напоминаю, у нас в гостях на «Крестьянской заставе» Булатов Дмитрий Сергеевич, президент Национального союза экспортёров продовольствия. Сейчас растёт экспорт муки, и уже заявлено, что экспорт муки из России превысит один миллион тонн. Каковы плюсы и каковы минусы?

**БУЛАТОВ:** Это довольно долгий спор, что нам лучше экспортировать: зерно или муку? Почему-то никто ставит вопрос, а неплохо ли экспортировать и то и другое. Одно другому не мешает. Но зерно - это товар, гораздо более удобный в транспортировке. Оно хранится намного дольше, чем мука. И поэтому мировой рынок зерна намного более емкий, чем рынок муки. Но муку

нам экспортировать тем не менее надо, поскольку есть рынки сбыта, есть ниши, и нужно их заполнять.

**ВЕДУЩИЙ:** Экспорт продовольствия - это ведь мягкая сила России в мировой политике. Как вы. Вы относитесь к такому утверждению?

**БУЛАТОВ:** Смотря что понимать под мягкой силой.

**ВЕДУЩИЙ:** Это продвижение интересов России не средствами силы.

**БУЛАТОВ:** Это ещё и укрепление нашего престижа и привлекательности нашей страны в глазах других стран. Если так, то да, мы применяем мягкую силу.

Но на Западе звучат другие утверждения. Например, Урсула фон дер Ляйен заявила о том, что Россия использует продовольствие как оружие. Высказывание, на мой взгляд, неуважительное и даже невежественное в отношении страны, в которой в течение XX века было три волны голода: голод в Поволжье, Голодомор и голод 46-47 годов. Мы потеряли от голода 15 миллионов человек. Мы сами были объектом использования «продовольственного оружия» Запада. Достаточно вспомнить зерновое эмбарго Картера. И даже в те периоды, когда мы испытывали достаточно серьёзную нехватку продовольствия, мы помогали продовольствием братским странам.

**ВЕДУЩИЙ:** Она, конечно, аляповато выразилась. Но тем не менее продовольствие всегда было мягкой силой, и не только мягкой.

**БУЛАТОВ:** Продовольствие и политика всегда были связаны с

древнейших времён. Вопрос в характере этой взаимосвязи.

В начале прошлого года, когда началась известная операция, на Западе стали появляться усиленные слухи о том, что Россия и Украина уходят с мирового рынка зерна, поэтому планете грозит глобальный голод. Украина вовсе не собирается уходить, она довольно быстро наладила альтернативные каналы поставок через сухопутные границы. А почему Россия должна уходить? Другое дело, что некоторые западные страны очень хотели бы, чтобы Россия ушла с мировых рынков.

Да, такие намерения были, и действия были предприняты активные и до сих пор предпринимаются. То есть не мы уходим, а нас пытаются «уйти» с мировых рынков. К чему это ведёт? Некоторые нуждающиеся страны просто недополучают продовольствие. Мировая продовольственная ситуация становится нестабильной.

Сейчас мы видим парадоксальную ситуацию. Одни страны хотят получить продовольствие, другие страны хотят его поставить, а третьи страны препятствуют этим поставкам. Если бы два года назад кто-то сделал такой прогноз, его объявили бы сумасшедшим.

---

**КОРР:** Шоколадные шахматы и шашки, дамские тувельки и заколки, сугубо мужские наборы столярных инструментов тоже из шоколада, а ещё компьютерные клавиатуры и CD, диски, футбольные и теннисные мячи, и ёлочные игрушки, и даже картины, выполненные специальными

шоколадными красками по шоколадному холсту...

**ЭЛЬДАРХАНОВА:** ... детские раскраски, изделия в виде книги. Шоколад натуральный, разного цвета, который разогревается или в тёплой воде, или в микроволновке. И им на шоколадном полотне рисуют дети. Получается шоколадная картинка. Очень интересно наблюдать поведение детей, когда дети рисуют пальчиками. В Санкт-Петербурге с институтом, занимающимся неврологией, мы проводили по их просьбе эксперименты с детьми с некоторыми особенностями. Дети рисовали, на них были приборы, и они фиксировали, как у детей улучшается мозговая деятельность именно тогда, когда они рисуют пальцами. Тёплый шоколад, нервные окончания и такие эмоции!

**КОРР:** Ирина Эльдарханова, основатель и руководитель кондитерской фабрики «Конфаэль» в Красногорске, поясняет: все это пользуется спросом не только в России.

**ЭЛЬДАРХАНОВА:** Тот принцип, по которому мы работаем, очень сложный. Он не имеет аналогов в таком масштабе ни в одной стране, в том числе в Китае. Именно туда у нас идут основные поставки. Мы имеем патенты в Китае. Перед тем, как заходить на китайский рынок, мы сначала зарегистрировали торговую марку, потом зарегистрировали несколько патентов на самые ключевые изделия, которые пользуются наибольшим спросом. Угадали, правильно просчитали, что некоторые изделия действительно эксклюзивные, их нет, но

никто другой их выпускать не может, потому что на них есть патенты.

**КОРР:** Изделия, выполненные малыми партиями вручную, и позволили российской фабрике занять свою экспортную нишу на огромном китайском рынке, который наводнён продукцией знаменитых бельгийских и швейцарских производителей шоколада.

**ЭЛЬДАРХАНОВА:** В Китае самой распространённой торговой маркой шоколада является "Dove". Но они, например, выпускают на Новый год всего один-два вида продукции, тогда как мы можем предложить десятки.

Плюс играет роль необычность тех изделий, которых нет у других швейцарских, бельгийских, французских торговых марок. Им очень трудно вводить какие-то новые изделия, потому что идёт массовое производство, полностью автоматизированное, роботизированное. Мы же перестраиваемся очень быстро и осваиваем изделия буквально мгновенно, бывает, что за один день.

**КОРР:** тренд последних недель - шоколадные драконы для Нового года. По восточному календарю это год зелёного деревянного дракона. Остаётся совсем немного времени.

---

**ВЕДУЩИЙ:** Дмитрий Сергеевич, как вы относитесь к перспективе создания зерновых хабов? Ну, скажем, на территории Африки, где-нибудь в Зимбабве или Мозамбике. Мозамбик имеет выход к морю. Если создавать там зерновой элеватор, туда закачивать российское зерно и по мере необходимости его перемалывать в муку

и быстро доставлять нуждающимся странам Африки? Это гораздо более логистически быстрый путь, чем через Организацию объединённых наций собирать пул, доноров, которые будут поставлять эту муку, скажем, куда-нибудь в Западную Сахару. Не будет ли это лучшим продвижением российских интересов?

**БУЛАТОВ:** Эта идея очень интересная. Вопросы создания таких хабов уже обсуждаются в разных странах, и дело идёт к практической реализации, в частности, в Египте.

**ВЕДУЩИЙ:** Я ещё слышал, что вот в районе Южной Африки.

**БУЛАТОВ:** Там перспективы менее определённые, поскольку транспортные издержки намного больше. Довезти наше зерно до Южной Африки получится не так быстро, как до Египта.

**ВЕДУЩИЙ:** Как вы считаете, внутренняя наша структура, я имею в виду ментальность чиновников политиков, они уже готовы к тому, чтобы объявить, что Россия будет глобальным поставщиком продовольственных ресурсов на мировой рынок? Уже готовы или не совсем понимают, как это делается?

**БУЛАТОВ:** Думаю, что полного понимания пока ещё нет. И, к сожалению, необходимо сказать, что на Западе очень хорошо научились связывать продовольствие и политику. Мы же пока этому только учимся.

Поэтому нам необходимо создать Центр продовольственной дипломатии, туда привлечь представителей заинтересованных министерств, Академии наук, торгово-промышленных палат, объединений экспортёров, независимых экспертов.

Первой задачей такого Центра продовольственной дипломатии, на мой взгляд, должно стать формирование Глобального кодекса поведения на мировых продовольственных рынках с тем, чтобы исключить все неправомерные меры, которые принимает сейчас Запад.

Такой Кодекс, наподобие Полярного кодекса, позволил бы на совершенно другой основе вести мировую торговлю продовольствием. Это содействовало бы и стабильности мирового рынка, и престижу нашей страны.

**ВЕДУЩИЙ:** Продовольствие интересно всем на том простом основании, что каждый человек ест минимум три раза в день.

Именно поэтому у нас нет секретов от наших замечательных слушателей по поводу состояния наших полей и ферм, заводов, фабрик. Каждую неделю вам об этом рассказывают лучшие эксперты, а я помогаю им ничего не забыть.

Я - ведущий программы «Крестьянская застава» Игорь Абакумов.

Увидимся на следующей неделе в тот же день, в тот же час, на том же месте, в любую погоду.

# НОВОСТИ

## **Освобождение ряда товаров от курсовых пошлин поддержит производителей и экспорт - "Асконд"**

Исключение ряда кондитерских товаров из-под действия гибких курсовых экспортных пошлин поддержит их производителей и станет дополнительным стимулом к экспорту продукции с высокой добавленной стоимостью, прокомментировали РИА Новости в Ассоциации предприятий кондитерской промышленности "Асконд". Подкомиссия кабмина по таможенно-тарифному и нетарифному регулированию на этой неделе поддержала предложения об исключении ряда товаров из-под действия гибких курсовых экспортных пошлин. В частности, ими не будут облагаться лекарственные средства и фармацевтические субстанции, химическая продукция, бытовые изделия из металлов, а из продуктов питания - пастила и зефир. "Взвешенный подход со стороны правительства Российской Федерации и Минсельхоза России в определении номенклатуры исключений поможет производителям и станет дополнительным стимулом к экспорту продукции с высокой добавленной стоимостью", - считают в ассоциации. Объем экспорта продукции кондитерской промышленности РФ по итогам 2023 года ассоциация оценивала в 1,65-1,7 миллиарда долларов (в 2022 году было 1,6 миллиарда). А по поставкам отечественного шоколада, возможно, появится шанс войти и в первую десятку: за неполный год в мировом рейтинге

экспортеров шоколада, по данным "Асконда", РФ поднялась с 12-го на 11-е место. Российское правительство с 1 октября текущего и до конца 2024 года ввело на ряд товаров гибкие экспортные пошлины, составляющие от 4% до 7% в зависимости от курса рубля. Самая высокая пошлина, в 7%, будет применяться при курсе выше 95 рублей за доллар. При курсе ниже 80 рублей гибкая пошлина обнуляется. Под гибкую пошлину, в частности, попали экспорт электроэнергии в дальнее зарубежье, экспорт меди, цинка, алюминия, золота, алмазов, полимеров и каучуков. Пошлинами обложен и экспорт материалов для строительства, например, щебня, извести, мрамора и камня. При этом для удобрений действует особый режим. Пошлина на их экспорт при курсе доллара от 80 рублей составляет 10%, а ниже этого порога - 7%, при этом минимальный размер пошлины зависит от типа удобрения.

## **Минсельхоз Казахстана намерен перенять опыт России в работе системы прослеживаемости зерна**

Министерство сельского хозяйства Казахстана намерено перенять успешный российский опыт в работе информационной системы прослеживаемости зерна. Об этом сообщила пресс-служба Минсельхоза Казахстана по итогам встречи в Москве главы ведомства Айдарбека Сапарова с министром сельского хозяйства РФ Дмитрием Патрушевым.

Сапаров отметил, что намерен тесно сотрудничать с Россией в вопросах развития сельского хозяйства. "По словам министра, Казахстану интересен опыт России по видам и направлениям государственной поддержки. Отдельно Айдарбек Сапаров остановился на интеграции информационных систем в АПК. При этом Минсельхоз Казахстана намерен перенять успешный опыт России в прослеживаемости зерна, который будет использован в разрабатываемой нашим министерством информационной системе прослеживаемости в растениеводстве", - говорится в сообщении.

Как отметил Сапаров, интеграция информационных систем Казахстана и РФ позволит упростить и оптимизировать ветеринарно-контрольные процедуры, устранить ненужные барьеры, автоматизировать и сократить время прохождения контроля на границах.

Глава Минсельхоза Казахстана также сообщил о возможности увеличить поставки говядины из республики в Россию. "В рамках телефонного разговора мы обсуждали действующие ограничения по ящуру на импорт животноводческой продукции из Казахстана в Россию. С целью дальнейшего развития и укрепления стратегического сотрудничества просим пересмотреть возможность снятия введенных ограничений, что позволит казахстанской продукции поступать на рынок Российской Федерации", - сказал Сапаров, обращаясь к Патрушеву.

## **Правительство продлило на полгода квоты на вывоз минеральных удобрений**

Правительство приняло решение продлить квоты на вывоз из России минеральных удобрений. Они будут действовать с 1 июня по 30 ноября 2023 года. Постановление об этом подписано. Принятое решение направлено на поддержание достаточных объемов удобрений на внутреннем рынке.

Общий объем экспортной квоты составит более 16,3 млн т. Распределить объёмы между экспортёрами поручено Министерству промышленности и торговли.

Квоты не будут распространяться на поставку удобрений в Абхазию и Южную Осетию.

Аналогичные меры Правительство приняло в декабре 2022 года – тогда были установлены нетарифные ограничения, действующие с 1 января по 31 мая 2023 года. На данный момент их объем составляет 12,6 млн т. Однако в связи с полным обеспечением удобрениями внутреннего рынка ещё одним постановлением действующие квоты на вывоз карбамида, аммиачной селитры, сложных NPK-удобрений и моноаммонийфосфата увеличены почти на 2 млн т.

Эта мера позволит производителям минеральных удобрений экспортировать невостребованные остатки готовой продукции.

Подписанным документом №821 внесены изменения в постановление Правительства от 20 декабря 2022 года №2353.



# МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ АКАДЕМИЯ

Академия, имеющая 55-летний опыт работы в сфере дополнительного профессионального образования, приглашает в 2024 учебном году руководителей и специалистов предприятий отрасли на обучение

## Модули программ повышения квалификации:

- ♦ Международная бизнес-конференция «Элеваторы России – 2024»..... **13–15 февраля**
- ♦ XII Всероссийский конкурс «Лучший хлеб России-2024», приуроченный к 29-й Международной выставке «MODERN BAKERY MOSCOW»..... **18–22 марта**
- ♦ XVI Симпозиум МПА «Хлеб – основа здорового питания» на 29-й Международной выставке «MODERN BAKERY MOSCOW»..... **19 марта**
- ♦ XV Международная бизнес-конференция «Кондитерские изделия XXI века».... **апрель**
- ♦ Международный смотр качества кондитерских изделий «Инновации и традиции – 2024»..... **апрель**
- ♦ XVIII Международная конференция «Комбикорма – 2024»..... **23–25 апреля**
- ♦ V Бизнес-форум «Пищевая индустрия и медицина – 2024» ..... **28–29 мая**
- ♦ III Международная ветеринарный форум по свиноводству – 2024..... **25–26 июня**
- ♦ XIV Всероссийский смотр качества муки и крупы..... **15 августа – 26 сентября**
- ♦ XXII Международная бизнес-конференция «МЕЛЬНИЦА-2024»..... **24–26 сентября**
- ♦ XV Всероссийский смотр качества хлеба и хлебобулочных изделий «Инновации и традиции» ..... **24–27 ноября**
- ♦ XIX Международная бизнес-конференция «Хлебопекарное производство в России – 2024» ..... **25–27 ноября**
- ♦ XVI Международная научно-практическая конференция «Свиноводство-2024» ..... **3–5 декабря**

## Программы повышения квалификации:

- ♦ Обоснование сроков годности кондитерских изделий стандартными, ускоренными и сокращенными методами. Рекомендации по применению ГОСТ Р 70412-2022 «Изделия кондитерские». Руководящие указания по установлению и подтверждению сроков годности ..... **24–25 января**
- ♦ Все о налогах на 2024 г..... **14–16 февраля**
- ♦ Производство «растительного мяса и колбасных изделий» на основе растительного сырья ..... **16 февраля**
- ♦ Практический семинар «Безалкогольные напитки, в том числе тонизирующие и энергетические, на рынке России. Регулирование, качество, маркировка потребительской упаковки» ..... **19–20 февраля**
- ♦ Кормовые добавки и премиксы нового поколения: производство и использование в животноводстве, птицеводстве, пушном звероводстве и кролиководстве..... **12-13 марта**
- ♦ Современные способы защиты зерна от вредителей хлебных запасов..... **19–29 марта**
- ♦ Техническое регулирование производства пищевой продукции в ЕАЭ..... **2–4 апреля**
- ♦ Учет зерна и продуктов его переработки..... **13–17 мая**
- ♦ Контроль качества зерна при приемке на элеваторы и хлебоприемные предприятия. Организация его размещения и послеуборочной обработки..... **21–23 мая**
- ♦ Управление налогами..... **3–8 июня**
- ♦ Учет на птицефабриках ..... **16–20 сентября**
- ♦ Современное производство мучных кондитерских изделий..... **17–19 сентября**
- ♦ Мясное скотоводство в современных реалиях: проблемы и перспективы развития в России..... **22–23 октября**
- ♦ Учет на предприятиях молочной промышленности ..... **11–15 ноября**



- ◆ Современные технологии, технологический контроль производства пива, безалкогольных напитков ..... **13–15 ноября**
- ◆ Промышленная и пожарная безопасность опасных производственных объектов: изменения в законодательстве и практика эксплуатации объектов хранения, переработки и использования растительного сырья.....**19-21 ноября**
- ◆ Актуальные проблемы в сфере контроля качества и безопасности зерна (семян) и продуктов его переработки в ЕАЭС ..... **10–13 декабря**
- ◆ Бухгалтерская отчетность за 2024 год. Внутренний аудит ..... **16–20 декабря**

**Программы профессиональной переподготовки (в течение года):**

- ◆ Технологии, организация и контроль производства хлебобулочных изделий
- ◆ Инженерное обеспечение предприятий хранения, переработки и использования растительного сырья
- ◆ Технология и оборудование мукомольного производства
- ◆ Технологии и оборудование зернохранилищ
- ◆ Технология и оборудование производства комбикормов
- ◆ Профессиональный бухгалтер:
  - учет на хлебопекарных и зерноперерабатывающих предприятиях;
  - учет на предприятиях хлебопечения;
  - учет на предприятиях молочной промышленности;
  - учет на птицефабриках.

По окончании обучения по программам повышения квалификации (от 16 до 72 ч) выдаются удостоверения.

По окончании обучения по программам профессиональной переподготовки (от 250 ч) и после успешной защиты выпускной аттестационной работы слушатели получают соответствующий диплом.

Занятия ведут высококвалифицированные преподаватели и специалисты отрасли, известные ученые, имеющие большой опыт практической работы.

Слушателям выдаются учебно-методические и информационные материалы.

Иногородним слушателям предоставляются номера в гостиницах Академии за отдельную плату.

Более подробная информация о мероприятиях, проводимых Международной промышленной академией - на сайте [www.grainfood.ru](http://www.grainfood.ru).

Декан: Карцева Ольга Павловна, тел./факс (499) 235-95-79, e-mail: [dekanat@grainfood.ru](mailto:dekanat@grainfood.ru)

Руководитель учебно-методического отдела, Масальцева Ольга Ивановна, тел./факс: (495) 959-71-01 e-mail: [masaltseva@grainfood.ru](mailto:masaltseva@grainfood.ru)

# ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

## Мировая и региональная политика

### **Мировые цены на продовольствие в ноябре оставались стабильными**

В ноябре среднее значение индекса продовольственных цен, ежемесячно определяемое Сельскохозяйственной и продовольственной организацией ООН (ФАО), составило 120,4 пункта, что практически соответствует показателю октября и на 14,4 пункта (на 10,7%) ниже соответствующего показателя в ноябре 2022 г., сообщила 8 декабря пресс-служба ФАО.

Среднее значение индекса цен на зерновые в ноябре составило 121 пункт, что на 3,7 пункта (на 3%) ниже октябрьского показателя и на 29,1 пункта (на 19,4%) – уступает рекордному показателю прошлого года.

«Значительнее всего за месяц снизились мировые цены на фуражные зерновые – на 5,6%. Такое снижение было обусловлено в первую очередь резким падением мировых цен на кукурузу на фоне увеличения объемов реализации фермерской продукции в Аргентине и понижительного давления, оказываемого сезонным увеличением предложения в США, где прогнозный объем производства был пересмотрен в сторону повышения», - отметили эксперты.

Мировые цены на пшеницу в ноябре также снизились – на 2,4%, в основном в результате сезонного увеличения предложения в Аргентине и Австралии на фоне хороших темпов проведения уборочной кампании, а также ввиду сохраняющейся острой конкуренции со стороны РФ.

«Среднее значение индекса цен на растительные масла в ноябре составило 124,1 пункта, повысившись на 4,1 пункта (на 3,4%) по сравнению с октябрьским уровнем, после трех месяцев непрерывного снижения. Рост значения данного индекса был обусловлен повышением мировых цен на пальмовое и подсолнечное масла, которое с лихвой компенсировало снижение котировок соевого и рапсового масел», - говорится в сообщении.

### **ФАО повысила оценку мирового производства пшеницы в 2023 году**

Аналитики Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО) в декабрьском отчете повысили прогноз мирового производства пшеницы в 2023 г. до 787 млн тонн, что почти на 2 млн тонн выше, чем ожидалось месяцем ранее, но на 2,1% (на 17,1 млн тонн) ниже по сравнению с показателем 2022 г.

«Прирост по сравнению с предыдущим месяцем в основном обусловлен более высокими объемами производства в РФ и Турции, где, согласно последним официальным данным, урожай оказался выше, чем ожидалось ранее. При этом прогнозы производства зерновой в Аргентине и Бразилии, где в конце сезона сложились неблагоприятные погодные условия, были несколько понижены», - говорится в сообщении.

Прогнозируемый объем мировой торговли пшеницей в 2023/24 МГ (июль-июнь) составляет 194,1 млн тонн, практически не изменившись по сравнению с предыдущим месяцем. Корректировка прогнозов по экспорту из Турции и Украины в сторону повышения была нивелирована в результате пересмотра в сторону понижения видов на экспорт из Аргентины, Бразилии и ЕС.

«В свете новых данных, главным образом по Египту, ЕС и Саудовской Аравии, прогноз по объему запасов пшеницы в мире был пересмотрен в сторону повышения на 4,2 млн тонн, до 319,3 млн тонн, что на 0,2% выше уровня начала сезона», - добавили аналитики.

### **USDA повысил прогноз мирового урожая кукурузы в 2023/24 МГ за счет США**

Аналитики USDA в ноябрьском отчете повысили прогноз мирового производства кукурузы в 2023/24 МГ до 1,220 млрд тонн по сравнению с 1,214 млрд тонн по октябрьской оценке, что также значительно превышает результат предыдущего сезона (1,157 млрд тонн).

Главным драйвером повышательных корректировок стали США, для которых эксперты повысили прогноз урожая зерновой до рекордных 386,9 млн тонн против 382,6 млн тонн, ожидаемых ранее, что также на 38 млн тонн превышает результат прошлого МГ. На фоне этого прогнозируемые запасы американской кукурузы также были повышены с 53,6 до 54,7 млн тонн (34,5 млн тонн в 2022/23 МГ).

Данные корректировки способствовали тому, что на торгах 9 ноября на бирже СВОТ фьючерсы кукурузы подешевели до \$184,3 (\$3,1) за тонну, хотя стоит отметить, что эксперты также повысили прогноз экспорта зерновой из США в текущем МГ до 53,5 (52,5;42,8) млн тонн.

Дополнительно отметим, что мировой экспорт кукурузы аналитики прогнозируют на уровне 197,3 (194,3; 180,5) млн тонн, а ее конечные запасы оценивают в 314,9 (312,4; 299,2) млн тонн.

### **Мировой урожай сои в 2023/24 МГ может превысить 400 млн тонн**

Аналитики USDA в ноябрьском отчете повысили прогноз мирового производства соевых бобов в 2023/24 МГ до 400,4 млн тонн против 399,5 млн тонн по предыдущему прогнозу, что также значительно выше результата предыдущего сезона (372,2 млн тонн).

В частности, повышательную корректировку эксперты провели для США – до 112,3 (111,7; 116,2) млн тонн.

Прогноз мирового экспорта масличной в текущем МГ остался в

целом без изменений – на уровне 168,3 (168,2; 170,9) млн тонн, а прогноз ее мировых запасов был снижен до 114,5 (115,6; 100,3) млн тонн.

В частности, существенное понижение прогноза запасов аналитики провели для Китая – до 33,6 (37,2; 33,8) млн тонн. В то же время прогноз запасов соевых бобов аналитики повысили для Бразилии на 2 млн тонн, до 39 млн тонн (33,4 млн тонн в 2022/23 МГ), а также для США – до 6,6 (5,9; 7,3) млн тонн.

### **Мировой экспорт соевого масла в 2023/24 МГ может снизиться более существенно**

По оценке Oil World, мировой экспорт соевого масла в 2023/24 МГ может быть ниже, чем ожидалось ранее, на фоне растущего потребления продукта в странах Южной Америки и США.

Так, правительство Бразилии приняло решение повысить мандат биотоплива до 14%, начиная с 1 марта 2024 г. Благодаря этому объем производства биодизеля в стране в 2024 г. может достигнуть по меньшей мере 7,3 млн тонн по сравнению с 6,45 млн тонн в 2023 г. г. и 5,47 млн тонн – в 2022 г.

В этой связи аналитики прогнозируют снижение мирового экспорта соевого масла в текущем сезоне (октябрь-сентябрь) до минимума за последние 6 лет – 11,5 млн тонн, что на 0,5 млн тонн уступает показателю 2022/23 МГ и на 1,5 млн тонн – в 2021/22 МГ.

### **Мировой спрос на рапсовое масло повышается на фоне ценовой привлекательности продукта**

Рекордное производство и привлекательные мировые цены на рапсовое масло способствуют увеличению мирового потребления продукта до нового рекорда – до 29,8 млн тонн в январе-декабре с.г., что на 3 млн тонн (или на 11%) выше показателя прошлого года, по оценкам Oil World.

Также отмечается, что рапсовое масло возобновило долю не только на рынке пищевых продуктов (в основном в КНР и Индии), но и на рынке биодизеля в Северной Америке и ЕС. В частности, премия на масло по сравнению с соевым маслом в Роттердаме снизилась до \$37 за тонну в нынешнем году по сравнению с \$263 за тонну в 2022 г., что сделало аргентинский биодизель непривлекательным для европейских покупателей, на фоне чего объемы поставок биотоплива из Аргентины в ЕС в январе-октябре с.г. сократились до 0,2 млн тонн против 1 млн тонн годом ранее.

Улучшение ценовой привлекательности рапсового масла способствовало значительному увеличению использования продукта в ЕС в качестве сырья для биодизеля в нынешнем году. Таким образом, объемы потребления масла в ЕС по итогам 2023 г. могут достичь рекордных 10 млн тонн (+0,4 млн тонн в год). В США потребление рапсового масла в нынешнем году может увеличиться на 1 млн тонн (или почти на 40%) – до рекордных 3,7 млн тонн, в Канаде – до 1,2 (+0,2) млн тонн.

В то же время темпы мирового производства рапсового масла в 2023 г. превышают темпы его потребления примерно на 0,7 млн тонн, на фоне чего запасы продукта увеличатся до

максимума за последние 7 лет – до 4,15 млн тонн против 3,42 млн тонн на конец декабря 2022 г.

## Ближнее зарубежье

### **В Казахстане планируется создать экспортный центр на базе Продкорпорации**

В Казахстане планируется создание экспортного центра на базе АО «Продовольственная контрактная корпорация». Это предусмотрено в обновленной Концепции развития агропромышленного комплекса Казахстана на 2021–2030 гг., представленной Минсельхозом.

Согласно новой редакции документа, для увеличения сбыта отечественной продукции АПК на внутреннем и внешних рынках будут приняты меры по:

- развитию сети торгово-логистической инфраструктуры;
- устранению торговых барьеров на внешних рынках и расширению рынков сбыта, в т.ч. и за счет государственной протекции;
- дальнейшему расширению географии экспорта с продвижением казахстанских товаров на зарубежных рынках;
- увеличению экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью;
- стимулированию инвестиций в экспортоориентированные производства;

- сокращению транзакционных издержек, связанных с таможенным оформлением и логистикой;
- предоставлению налоговых льгот.

Указывается, что основными проблемами в вопросах развития рынков в Казахстане являются:

- низкая конкурентоспособность отечественной продукции;
- неразвитая система заготовки, хранения, первичной подработки и сбыта продукции;
- наличие большого числа посреднических структур;
- импортозависимость по некоторым товарным позициям;
- недостаточный уровень интеграции в систему сбыта;
- ветеринарные, фитосанитарные и торговые барьеры;
- ограниченность транспортных возможностей;

Также среди проблем названы отсутствие развитой транспортно-логистической инфраструктуры (изношенная инфраструктура, низкая пропускная способность железной дороги, нехватка вагонов в сезон); высокие транспортные издержки и логистические сложности; таможенные барьеры, включая сложности в процессе

таможенного оформления; недостаточное использование экспортерами нефинансовых мер поддержки (аналитика рынка, обучение, участие в торговых экономических миссиях и выставках, вывод на электронные торговые площадки, экспортная акселерация); волатильность рынка и колебания цен на мировых рынках.

### **Аналитики USDA повысили прогноз экспорта пшеницы из Украины, несмотря на проблемную логистику**

Украина продолжает активно использовать имеющиеся возможности для отгрузки пшеницы, в результате чего аналитики USDA в своем ноябрьском отчете повысили прогноз экспорта зерновой из страны в 2023/24 МГ на 2 млн тонн по сравнению с оценкой предыдущего месяца – до 12 млн тонн.

При этом эксперты отметили, что после окончания работы зерновой инициативы отгрузки по Черному морю по маршруту, установленному ВСУ, являются минимальными. Поэтому Украина в значительной степени полагается на перевалку через румынский порт Констанца или через другие европейские страны по железной дороге, автотранспортом или по речным путям.

Также аналитики прогнозируют, что, несмотря на сокращение уборочных площадей, объемы производства пшеницы в Украине в 2023/24 МГ составят около 22,5 млн тонн (+1 млн тонн в год), благодаря повышению урожайности зерновой.

Общий показатель экспорта зерна из Украины в 2023/24 МГ был увеличен на 1,7 млн тонн по сравнению с октябрьской оценкой, до 34,1 млн. тонн. Хотя по сравнению с предыдущим сезоном экспорт зерновых культур может сократиться на 27%, а по отношению к среднему показателю последних пяти лет - на 28%.

### **Молдова перехватила у Украины лидерство в поставках семян подсолнечника в ЕС**

По данным Еврокомиссии, в текущем сезоне крупнейшим поставщиком семян подсолнечника в страны ЕС является Молдова, сместившая с лидерской позиции Украину.

Как сообщается, всего в период с 1 июля по 26 ноября с.г. страны ЕС импортировали почти 190,62 тыс. тонн семян подсолнечника, что на 85% меньше, чем за аналогичный период предыдущего сезона. Почти 120 тыс. тонн (или 63%) из указанного объема обеспечила Молдова, тогда как годом ранее данный показатель составлял 108 тыс. тонн.

Украина же, являвшаяся ведущим поставщиком масличной в ЕС, в 2023/24 МГ резко сократила ее поставки – с 1,086 млн тонн (86,7% общего импорта) лишь до 35,76 тыс. тонн (18,8%).

Ключевыми импортерами семян подсолнечника в ЕС в 2023/24 МГ являются Румыния (78,84 тыс. тонн), Болгария (почти 39 тыс. тонн) и Испания (13,74 тыс. тонн).

## **Правительство Грузии ввело пошлину на импорт сахара**

При ввозе более 100 кг сахара, товар будет облагаться пошлиной на импорт в размере 40 тетри, что составляет 400 лари (\$13,95) за тонну. Соответствующее постановление правительства вступило в силу 20 ноября с.г. и будет действовать до 1 июля 2024 г.

Грузия ежегодно импортирует десятки тысяч тонн сахара. Так, за 2022 г. объем его закупок составил 152 тыс. тонн на сумму \$89 млн, а за 9 месяцев 2023 г. импорт оценивается в 13 тыс. тонн (на \$77 млн). Кроме того, в прошлом году было импортировано 94 тыс. тонн сахарного тростника на \$51 млн.

## **Дальнее зарубежье**

### **Запасы пшеницы в Индии сократились до минимума за последние 7 лет**

По оценкам правительства Индии, внутренние запасы пшеницы в стране к началу декабря составили 19 млн тонн, что является самым низким показателем за последние 7 лет.

Ожидается, что к началу нового сезона (с 1 апреля 2024 г.) запасы пшеницы в стране сократятся до 6 млн тонн против нормы для указанного периода в 7,46 млн тонн.

### **Индия сохранит сниженную импортную пошлину на пищевые масла до марта 2025 года**

Согласно распоряжению правительства Индии, поставка в страну пищевых масел по более низким ставкам импортной пошлины будет разрешена до марта 2025 г., поскольку крупнейший в мире импортер растительного масла пытается сдерживать рост внутренних цен на продукт.

Низкая структура импортной пошлины на сырое пальмовое масло, сырое подсолнечное масло и сырое соевое масло должна была закончиться в марте 2024 г.

Однако, согласно приказу правительства, теперь переработчики могут продолжать импортировать продукцию по сниженной пошлине до марта 2025 г.

### **Марокко продолжит программу поддержки импорта пшеницы**

По информации государственного зернового агентства Марокко ONICL, правительство страны выделит субсидии на импорт до 2,5 млн тонн мягкой пшеницы в период с 1 января по 30 апреля 2024 г. Указанные средства будут направлены в рамках программы поддержки импорта зерновой для компенсации потерь внутреннего урожая из-за засухи.

Схему импорта пшеницы в период с января по апрель 2024 г. уже одобрили министерства финансов и сельского хозяйства Марокко.

# 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 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 отарами



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 полезных веществ.



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 Алтая» холдинга «АЛТАМАР».



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



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

Повышению защитных сил организма, умственной и физической работоспособности, замедлению процессов старения способствуют продукты глубокой переработки сырья пантового мараловодства. Это «Пантогематоген «Дар Алтая» жидкий»,

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



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



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

## НАШИ ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

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

### ADEGA DO FAVAIOS

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



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 Adegа Cooperativa de Favaios.

## Identity

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

The Adegа de Favaios, 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 Favaios Moscatel



Favaios 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 Adegа de Favaios 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 an 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 Miguel's 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...

## НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

### Производство и потребление всех видов животного белка растет в России

*Именно такой вывод можно сделать, исходя из данных Национальной мясной ассоциации. По прогнозам ее главы Сергея Юшина, к концу 2023-го наши соотечественники установят новый рекорд для страны по потреблению мяса – показатель составит 80 кг на человека в год. При этом эксперт считает, что спрос на мясо продолжит расти в 2024-м. Как удовлетворить его максимально эффективно, участники рынка узнают на выставке «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК | Meat and Poultry Industry Russia», которая пройдет с 20 по 22 мая 2024 года в московском выставочном центре «Крокус Экспо». Это единственная выставка для отраслей птицеводства и мясной промышленности с концепцией «от поля до стола».*

Производство всех видов животного белка в нашей стране растет и будет продолжать увеличиваться – по прогнозам НМА, в следующем году объем выпуска свинины будет на 5-6% выше, чем в текущем; говядины – на 1%, птицы – на 1,5-2%. Несколько лет назад заявлялись крупные проекты по производству заменителей мяса, однако пока данный тренд в России остается узко нишевым – у наших соотечественников был, есть и будет в почете животных белок, потребление которого находится еще далеко не на предельных значениях. Так, по данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, в США и Австралии среднестатистическое потребление мяса находится на уровне 120 кг в год, в Монголии, Сербии, Испании и Аргентине – 100 кг в год.

Но эффективная работа животноводческих и птицеводческих предприятий не должна ограничиваться увеличением прибыли за счет роста физических объемов продаж хорошо

знакомой рынку продукции – филе, полутуш, тушек птицы. Важно извлечь максимум из выращенной головы. Это можно сделать за счет экспорта тех частей, которые не популярны в России, но востребованы в Азии. К слову, Китай, крупнейший экспортер многих видов животноводческой продукции, в этом году отменил для нашей страны запрет на экспорт свинины, который действовал с 2008 года.

Еще один способ – повышать информированность потенциальных внутренних потребителей о тех или иных продуктах, которые, несмотря на свою ценность, пока находятся у российских потребителей в «слепой зоне». Это можно сделать на интерактивной платформе MeatBattle, завершающей концепцию «от поля до стола». Данная концепция предполагает демонстрацию не только решений для максимального увеличения эффективности работы участников рынка на всех этапах производства и логистики. Организаторы мероприятия – выставочная компания «Асти Групп» –

предусмотрели также уникальный инструмент продвижения продукции в прямом смысле до стола!

MeatBattle будет проходить все дни выставки и поможет животноводам и птицеводам наилучшим образом продемонстрировать свой продукт целевой аудитории. Ведущие российские шеф-повара приготовят любой отруб так, что специалисты предприятий сектора HoReCa, да и конечные потребители, непременно захотят его включить в свое регулярное меню!

Кроме того, MeatBattle является коммуникативной платформой для сотрудников животноводческих и птицеводческих производств. В ходе приготовления блюд шефы подробно рассказывают о том, почему выбирают мясо того или иного вида откорма и разделки, на какие нюансы обращают внимание при его приемке.

Качество исходных компонентов для приготовления блюд для кулинаров-профессионалов является первостепенным. Такая целевая аудитория готова платить больше за действительно хорошие продукты. А значит, участие в MeatBattle позволит производителям мяса и птицы повысить маржинальность своего бизнеса.

Впервые MeatBattle был проведен на выставке «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК | Meat and Poultry Industry Russia 2023», вспоминает Наринэ Багманян, руководитель выставочной компании «Асти Групп». «По отзывам участников, баттл позволил им улучшить в соответствии с полученными от шеф-

поваров рекомендациями эффективность производства и качество продукции, приобрести постоянных покупателей на те позиции, которые ранее не пользовались активным спросом из-за слабой информированности целевой аудитории о том, как их можно вкусно приготовить», - рассказывает она.

Участников выставки также ожидает традиционно насыщенная деловая программа. Все три дня в рамках MAP Russia 2024 будет проходить саммит «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции животного белка». На нем ведущие эксперты мясной и птицеводческой отраслей, чиновники, аналитики продовольственного рынка расскажут о том, как будут влиять на мясную и птицеводческую отрасли экономические, геополитические и законодательные процессы.

Регистрация на выставку «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК | Meat and Poultry Industry Russia 2024» будет доступна после 10 января.

Не упустите возможность зарегистрироваться как участник или посетитель по ссылке <https://www.meatindustry.ru/>

Уточнить подробности:

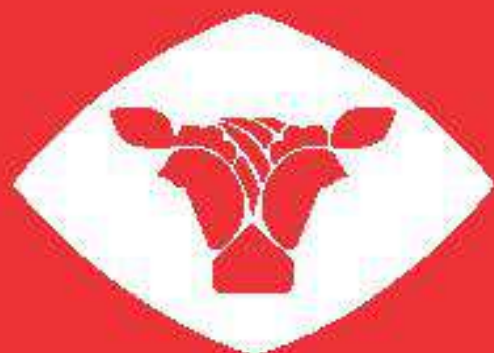
+7 495 797-69-14 (бесплатно для Москвы);

+7 800 222-69-16 (бесплатно по России);

[info@meatindustry.ru](mailto:info@meatindustry.ru)

Пресс-служба  
выставочной компании  
«Асти Групп»

# МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА И САММИТ



**МЯСНАЯ** & **КУРИНЫЙ**  
**ПРОМЫШЛЕННОСТЬ** & **КОРОЛЬ**  
**ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА** для АПК  
**MAP Russia 2024**

**20-22 МАЯ**  
Москва, Крокус Экспо

**FROM  
FEED  
TO  
FOOD**



реклама

**Организатор:**  
Выставочная компания Асти Групп

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

[www.meatindustry.ru](http://www.meatindustry.ru)



## World Food India 2023: праздник инвестиций и инноваций

Форум «World Food India 2023», организованный Министерством пищевой промышленности, продемонстрировал кулинарное наследие Индии и привлек значительные инвестиции в сектор пищевой промышленности.



Мероприятие сыграло ключевую роль в укреплении прочных партнерских отношений между различными отраслями промышленности, превращении Индии в глобальный кулинарный центр и решении проблемы голода во всем мире.



Мероприятие, торжественно открытое премьер-министром Нарендрой Моди 3 ноября, представило Индию как «продовольственную корзину мира» и отметило 2023 год как Международный год проса. Премьер-

министр высоко оценил павильон технологий и стартапов.

При поддержке десяти министерств и департаментов правительства Индии, шести советов по сырьевым товарам и 25 штатов мероприятие Mega Food Event привлекло международные и внутренние заинтересованные стороны.



1208 экспонентов, 14 павильонов стран, участие 715 международных и 218 национальных покупателей, 97 корпоративных лидеров, 50 тысяч квадратных метров в семи выставочных залах – это была комплексная платформа для демонстрации достижений в пищевой промышленности.



В день открытия состоялся круглый стол для генеральных директоров, в котором приняли участие

руководители более 70 ведущих предприятий пищевой промышленности.



Дискуссии были сосредоточены на бизнес-операциях, инвестиционных стратегиях, интересах поставщиков и анализе пробелов в цепочке создания стоимости индийского сектора пищевой промышленности.



В рамках мероприятия было проведено 48 сессий, охватывающих различные аспекты отрасли, включая расширение финансовых возможностей, обеспечение качества, инновации в

машиностроении и технологиях, электронную коммерцию и логистику.



Павильон «Технологии и устойчивое развитие» был посвящен инновационным методам экологически чистого и устойчивого производства продуктов питания, а Food Street, курируемая знаменитым шеф-поваром Ранвиром Браром, обеспечила захватывающий опыт кулинарного наследия Индии.



В рамках мероприятия прошел международный кулинарный конкурс, мастер-классы и церемония награждения.

Более 15 тысяч встреч B2B и B2G способствовали установлению партнерских отношений и обмену знаниями, что подчеркнуло значительное влияние мероприятия на сектор пищевой промышленности Индии.

## Food Africa и Pacprocess MEA 2023

Торжественное открытие 8-й Международной выставки продуктов питания и напитков **Food Africa** и **Pacprocess MEA**, 4-ой Международной выставки переработки и упаковки состоялось 12 декабря 2023 года.



На открытии присутствовали министр снабжения и внутренней торговли Египта Эль-Сайед Али Эль-Моселхи, министр торговли и промышленности Ахмед Самира и министр транспорта Камель аль-Вазир.



Мероприятие проходило в Египетском международном выставочном центре в Новом Каире. Масштабное мероприятие было организовано совместными усилиями компаний International Fairs & Promotions (IFP), Konzept и Messe Дюссельдорф.

Выставки **Food Africa** и **Pacprocess MEA 2023** посетило огромное число гостей благодаря участию более чем 900 компаний из 32 стран.



Было представлено 9 павильонов таких стран, как Кувейт, Греция, Германия, Пакистан, Польша, Россия, Турция и Объединенные Арабские Эмираты.



Мероприятие было организовано и проведено в тесном сотрудничестве с такими организациями, как Египетский совет по экспорту продовольствия, Совет по экспорту сельскохозяйственной продукции, Палата пищевой промышленности, Египетская Коммерческая служба, Национальная

служба безопасности пищевых продуктов.



На мероприятии была представлена «Свежая Африка» — специализированная выставочная площадка, посвященная сельскохозяйственным культурам, на которой были представлены более 60 экспонентов.



Неотъемлемой частью выставки были деловые мероприятия. Сессии конференции были посвящены таким важным темам, как влияние логистики при транспортировке продуктов питания в Африке, прогноз развития производства аграрной продукции и продовольствия, экспорт сельскохозяйственной продукции и будущее свежих продуктов.

В ходе выставки был организован Форум «SAVE FOOD», состоялось торжественное вручение одноименной награды, посвященной устойчивому развитию и борьбе с потерями и порчей пищевой продукции.



Для проведения кулинарных шоу, конкурса бариста (кофейное искусство) и B2B было выделено специальное пространство.



В течение трех дней **Food Africa** и **Procprocess MEA 2023** приняли более 27 тысяч посетителей из более чем 70 стран, тем самым укрепив свои позиции как выставки продуктов питания и напитков, упаковки, полиграфии и перерабатывающей промышленности.



## ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

### Стратегии входа в торговые сети для производителей *Какие особенности и требования к продукции у сетевых ритейлеров, и какие стратегии могут помочь входу на рынок через сети*

Несмотря на развитие интернет-торговли, розничные торговые сети еще долгое время останутся основным каналом сбыта продуктов питания, да и не только их. Но не каждый производитель умеет эффективно сотрудничать с ритейлом, и не все товары нужны на полке магазинов.

Для начала давайте рассмотрим стратегии сотрудничества с торговыми сетями. Любая стратегия начинается с цели. Варианты целей:

1. Заработок на контракте здесь и сейчас.
2. Нарботка технологий работы с ритейлом и связей для развития сотрудничества в будущем.
3. Ввод продукта в торговую сеть для тестирования его потенциала продаж.
4. Ввод продукта в торговую сеть для повышения его узнаваемости и

дальнейшего развития продаж в других каналах и торговых сетях.

5. Сбыт излишков продукции.

6. Увеличение объемов продаж для загрузки производства, увеличения закупочной силы при закупке сырья и оборудования, оптимизация логистики и т.д.

Часто при подписании контракта в той или иной степени фигурируют все эти цели. Тем не менее надо понимать, что при преследовании любой из целей, кроме первой, прибыльность контракта может «добиваться» из других бюджетов: рекламного, бюджета развития и т.д.

После постановки цели сотрудничества необходимо понять, какие аспекты станут предметом обсуждения при подписании контракта:



Рис. 1 Существенные условия контракта с торговой сетью

Очевидно, что экономика контракта складывается из нескольких больших блоков:

1. Непосредственно цены товара: цены поставки, премии от поставщика.

2. Прогноза объема продаж. На объем продаж влияют две группы факторов: ассортимент, который будет закупать торговая сеть, география (территории, форматы магазинов), возможно, место на полке. Если поставщик сможет обсудить этот вопрос, то важным аспектом переговоров, влияющим на объем продаж может стать розничная цена.

3. Программа продвижения. Отдельный блок, который, с одной стороны, влияет на объем продаж, с другой – является достаточно существенной статьей расходов для поставщика. Поставщик должен творчески подойти к формированию промо плана для того, чтобы эффективно расходовать рекламные бюджеты.

4. Расходы на обслуживание контракта:

- Место и частота поставки, та часть, которая оплачивается поставщиков

- Предоставление мерчендайзеров в торговые точки

- Величина кванта поставки и связанные с этим дополнительные расходы поставщика

- Товарный кредит.

5. Взаимные обязательства и гарантии: штрафы за невыполнение заказа, компенсации потерь и т.д.

**Для успешного проведения переговоров по всем этим вопросам поставщик должен понимать традиции рынка, требования торговой сети к поставщикам такого масштаба и в тех категориях, в которых хочет быть представлен производитель, поле возможного торга.**

Результаты исследования торговой сети и предложений конкурентов сводятся в таблицу для выявления своих возможных конкурентных преимуществ.

**Таблица 1. Расширенная матрица конкурентного анализа**

ХАРАКТЕРИСТИКИ						
Название	Значение для предложения	Диапазон торга (варианты)	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Преимущество
ПОТЕНЦИАЛ ПРОДАЖ						
НОРМА ПРИБЫЛИ						
РИСКИ И РАСХОДЫ						
ЦЕНА						
ОТСРОЧКА						
МЕСТО ПОСТАВКИ						
ПРОМО ПЛАН						
СЕРВИС						
МЕРЧЕНДАЙЗИНГ						
ДОП. БЮДЖЕТЫ						
КВАНТ ПОСТАВКИ						
КВАНТ ПРОИЗВОДСТВА						
ВРЕМЯ СОГЛАСОВАНИЯ ЗАКАЗА						
ВРЕМЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАКАЗА						

После выявления своих преимуществ необходимо переходить к разработке стратегия сотрудничества.

Но сначала давайте обсудим требования торговых сетей к товарам.

Согласно принципам категорийного менеджмента, о которых я рассказываю на своих тренингах закупщикам торговых сетей, можно выделить пять ролей товаров, к каждому из которых предъявляются особые требования:

**Товары первой цены** - Формируют имидж низкой цены, привлекают мало обеспеченных покупателей. Это могут быть неизвестные и не продаваемые товары, обладающие минимальным набором характеристик в категории (условно: не очень хорошие, но безопасные) и минимальной ценой. Продавать эти товары невыгодно ни для торговой сети, ни для производителя. Но наличие товаров первой цены дает производителю шанс ввести в ассортимент товары с другими ролями.

**Имиджевые товары** - Формируют восприятие магазина как эксперта в данной категории. Очень дорогие и презентабельные товары, возможно супер премиальные линейки известных брендов, которые недоступны для большинства покупателей магазина, но ради которых он может просто прийти в магазин «посмотреть – помечтать», а купить другие, более доступные товары.

**KVI (ценовые индикаторы)** - Узнаваемые товары, на которые большинство покупателей знают цены и по которым формирую восприятие уровня цен в магазине. К этим товарам сеть требований не предъявляет. Спрос

на эти товары формирует производитель, а покупатели поддерживают его рублем. Сеть только анализирует продажи и исходя из этого выбирает самые продаваемые товары в качестве KVI.

**Ассортиментные** - В рамках основного ассортимента категории формируют ценовой ряд и закрывают базовые потребности. Именно в эту группу попадают товары большинства производителей. Торговая сеть сама выбирает ассортиментные товары, исходя из следующих требований:

- Узнаваемый бренд – некоторая гарантия потенциала продаж за счет лояльности к бренду
- Интересный дизайн – некоторая гарантия продаж за счет возможности выделиться на полке и привлечь внимание покупателя
- Соответствие ценовой нише (ожидаемой розничной цене) которую должен занять товар с учетом нормативной наценки в категории
- Соответствие характеристикам, которые необходимы торговой сети для заполнения ассортиментной ниши

**Нишевые** – Это товары, на которых торговая сеть может заработать значительно больше нормативной наценки. Для этого есть два сценария:

- Товары, закрывают специальные потребности в рамках основного ассортимента, которые важны для небольших групп потребителей и которые трудно купить в других местах. В этом случае покупатель готов платить за «уникальность» товара
- Товары, не известные на рынке. Это должны быть товары

достаточно высокого качества, но по цене поставки ниже аналогов. В этом случае торговая сеть может сделать на них большую наценку не опасаясь, что где-то покупатель найдет их значительно дешевле.

После определения роли своего товара и оценки соответствия его предъявляемым сетью требованиям можно переходить к разработке стратегии.

1. Выбор первоначальной стратегии: ассортимент или сервис.

**Таблица 2. Стратегии производителя при сотрудничестве**

СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (КАКИЕ ЗАДАЧИ СЕТИ РЕШАЕМ)	НА ЧТО ДЕЛАЕМ АКЦЕНТ В ПРЕДЛОЖЕНИИ ДЛЯ СЕТИ				За счет чего формируется прибыль производителя
	ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ	РОСТ КРІ	УСИЛЕННОЕ ПРОМО	СУПЕР СЕРВИС	
УСИЛЕНИЕ ОСНОВНОГО АССОРТИМЕНТА					
СНЯТИЕ ПРОБЛЕМ ВТОРОСТЕПЕННЫХ КАТЕГОРИЙ					
ПРОИЗВОДСТВО СТМ ДЛЯ СЕТИ					

В зависимости от категории, в которую производитель хочет поставить товар, возможен выбор одной из двух самостоятельных стратегий:

**1. Усиление основного ассортимента** – помощь сети продавать или зарабатывать больше в товарных категориях с большим объемом продаж.

Задачи по усилению основного ассортимента (повышение товарооборота (ТО), дохода или маржинальности) можно решать следующими способами:

- Увеличение ТО за счет больших продаж в штуках.
- Увеличение ТО за счет замещения дешевых товаров.
- Увеличение ТО за счет привлечения в нишу новых покупателей.
- Увеличение ТО за счет увеличения количества позиций в чеке в категории.

- Увеличение ТО за счет увеличения количества за счет кросс продаж.

- Повышение дохода в категории по причинам (см. выше).

- Повышение маржинальности за счет замещения низкомаржинальных товаров.

- Снижение потерь.

**2. Снятие проблем во второстепенных категориях** – предоставление сервиса и гарантий, которые позволят покупателю снизить трудозатраты и риски потерь в категориях с потенциально небольшим объемом продаж.

Также возможна стратегия, при которой производитель становится партнером ритейлера, но не с самостоятельной стратегией, а как производитель товаров под собственной торговой маркой сети (СТМ).

В этом случае производителю легче договориться с ритейлером, есть перспектива поставки брендов производителя, но заработок на первом этапе будет небольшой.

Независимо от выбранной стратегии необходимо определить, в чем будет заключаться выгода сети:

*Лучшие цены* – возможность много продавать или много зарабатывать.

**Рост KPI закупщика** – помощь ему достигать цели по развитию продаж, которые ставит сеть.

*Усиленное промо* позволяет

усиливать имидж торговой сети и создавать дополнительный трафик, при этом повышая лояльность покупателей (повышать количество повторных визитов или снизить количество покупок у конкурентов).

*Суперсервис* – предоставление дополнительных услуг, важных для закупщика. При этом услуги должны быть полезны, а конкуренты аналогичных услуг предоставить не могут.

И самое главное – не забывать о том, что экономика контракта должна обеспечить возможность производителю достигнуть его стратегические цели.

**Таблица 3. Три способа расширения присутствия на полке**

ВАРИАНТ ВХОДА В СЕТЬ	НА ЧТО ДЕЛАЕМ АКЦЕНТ В ПРЕДЛОЖЕНИИ ДЛЯ СЕТИ				ЦЕЛЬ
АТАКА НА ЛИДЕРА	Полная замена на нас, как более лояльного	Частичное замещение товаров лидера на наши для усиления переговорной позиции закупщика за счет снижения доли лидера	Мы –выгодная альтернатива генераторам бонуса – рост дохода	Мы –выгодная альтернатива генераторам бонуса – усиление позиции в переговорах с лидером при обсуждении ассортимента	Закрепиться в сети. Расширение в следующем году
РАСШИРЕНИЕ ПО ГОРИЗОНТАЛИ	Мы сможем обеспечить большие продажи	Наценка на наши товары выше при равных продажах – повышение дохода	Мы предоставим более высокий сервис при прочих равных условиях	При работе с нами меньше риски недозовов или ненадлежащего качества	Увеличение доли. Заработок на контракте
ВЫТЕСНЕНИЕ СЛАБОГО	Менять слабого все равно надо. Мы поможем быстро продать остатки	Менять слабого надо. У нас есть договор, хорошие товары. С нами будет быстрое заполнение квот	Менять слабого надо. С нами более удобная работа, чем с другими	Менять слабого надо. С нами более безопасная работа, чем с другими	Заполнение ниш, повышение доли, заработок. Подготовка к расширению ассортимента

Оценка конкурентов, роли своего товара, требований сети к товарам и поставщикам – обязательные элементы разработки стратегии сотрудничества с торговой сетью.

Но стратегия – это внутренний элемент сети. На основе стратегии необходимо сформировать коммерческое предложение и провести переговоры.

Но это уже совсем другая история, о которой я расскажу на своем on-line курсе «Полный курс переговоров с закупщиком торговой сети», который стартует 12 января 2024 года.

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

Тел. +7 962 277 88 77

Информация обо мне и отзывы:

[https://www.liga-commerciantov.ru/sergey\\_iluha](https://www.liga-commerciantov.ru/sergey_iluha)

Расписание тренингов:

<https://www.liga-commerciantov.ru/raspisanie>

Внедрение категорийного менеджмента:

<https://www.liga-commerciantov.ru/uslugi-iluha/avtomatizaciy-ars>

Эффективная работа с торговыми сетями

<https://www.liga-commerciantov.ru/uslugi-iluha/konsalting-retail>

Дистанционные курсы для ритейлеров

<https://www.liga-commerciantov.ru/videokursy-dlya-ritejlerov>

Дистанционные курсы для поставщиков

<https://www.liga-commerciantov.ru/videokursy-dlya-postavshikov>



**ПОЛНЫЙ КУРС ПЕРЕГОВОРОВ С  
ЗАКУПЩИКОМ ТОРГОВОЙ СЕТИ**

**ПРИГЛАШАЮ В ШКОЛУ  
ЛИГИ КОММЕРСАНТОВ**



**КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ  
ДЛЯ ПОСТАВЩИКА**



**ВИДЕОКУРСЫ ДЛЯ  
ПОСТАВЩИКОВ**

# АГРОС

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

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

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

Журнал содержит актуальную 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, экспортеров и импортеров, 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 экспортеров продовольствия [www.prodexport.ru](http://www.prodexport.ru)

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

*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](http://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». 2023