

**Обзор прессы  
за 03-09.06.06**

## Содержание

<b>Содержание</b> .....	<b>2</b>
<b>Импорт мясного сырья в Россию</b> .....	<b>4</b>
Россельхознадзор вводит временные ограничения на ввоз животных и мяса из Вьетнама .....	4
Импорт мяса вырос.....	4
Мяса стало больше. Импорт говядины и свинины резко вырос.....	4
<b>Государственное регулирование мясной отрасли</b> .....	<b>6</b>
Козы и овцы под запретом.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Последний янки Москву не пускает в ВТО только Вашингтон .....	6
Курганские таможенники изъяли 1 500 кг контрабандного мяса.....	7
В магазинах появилась китайская колбаса, реализуемая под российскими марками (Хабаровский край) .....	7
<b>Тенденции в производстве и потреблении мясопродуктов в России</b> .....	<b>9</b>
Юрий Лужков присоединил Липецкую область .....	9
Мясо вредно!.....	10
Приморье увеличивает производство мяса за счет скота из частных подворий.....	10
Вадим Ерыженский: "Отечественные производители для сохранения доли на рынке должны повышать эффективность производства".....	11
Самарская область: Чапаевский мясокомбинат обзавелся оффшором Иностранная компания стала акционером предприятия .....	16
В 2006-2007 гг. в московские агрохолдинги инвестируют около 13 млрд рублей.....	17
Импортной говядины и свинины станет меньше. Об этом позаботятся столичные производители мяса.....	18
Национальный проект вступает в активную фазу.....	19
Новосибирская область: Нашим курам присвоили статус колбасных изделий.....	21
Датчане поделятся с россиянами опытом производства мяса .....	21
В Тульской области увеличат производство мяса и молока .....	22
Что мы едим? Роспотребнадзор забраковал колбасу, яйца и другие продукты.....	22
Точка зрения: Министр сельского хозяйства Ростовской области Вячеслав Василенко: "Увеличить производство мяса и молока нам под силу, главное, чтобы были созданы условия для их реализации" .....	23
«Никогда не солите отбивную перед жаркой» Почему в российских ресторанах мясные деликатесы готовят из импортной говядины.....	24
<b>Новости животноводства и птицеводства</b> .....	<b>29</b>
В Новгородской области в 2 раза уменьшилось производство мяса птицы.....	29
Что было и что сало Лужков подложит свиней агропрому.....	29
Варшавский поручился за свиней. Совладелец "Русского угля" вложится в животноводство .....	30
Кормовая добавка .....	32
Будущее у овцеводства есть! .....	32
«Совладелец «Русского угля» вложится в животноводство» .....	33
Столичный птицеводческий холдинг вложится в орловских свиней .....	34

Пельмени занимают 60% рынка мясных полуфабрикатов.....	35
“Бабу Фросю” никто не забудет.....	36
«Куриное царство» клонируется.....	37
<b>Новости мясоперерабатывающей отрасли .....</b>	<b>40</b>
Генеральный директор управляющей компании мясной корпорации "Евросервис" Игорь Кофман: "Евросервис" взял курс на IPO" .....	40
Пельменная религия .....	42
Ведомости .....	47
"Черкизово" разместились задешево .....	48
Мясокомбинат в Находке освоил выпуск новых деликатесов.....	49
<b>Новости оптовой и розничной торговли .....</b>	<b>51</b>
Компания "Рамэнка" в течение трех лет планирует направить на развитие сети "Рамстор" в Татарстане 10 млн долл .....	51
Хлеба и зрелищ .....	51
ГК "Виктория" в 2006 г планирует вложить в развитие сети одноименных супермаркетов в Москве около 20 млн долл .....	55
Новый универсам «Седьмой Континент» открылся в Москве .....	56
Объединенная «Пятерочка» может продать «Магниту» сеть супермаркетов. «Франк» на продажу .....	56
Региональные сети выходят на федеральный уровень .....	57
Кошерные товары продадут отдельно.....	59
Бывшие партнеры возвращаются в «РусторгЪ».....	60
На следующей недели в магазинах "Перекресток" и "О'кей" появятся кошерные продукты под новым зонтичным брэндом "Кашрут" Кошерные товары продадут отдельно под общим брендом .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Metro открыл в Липецке торговый центр.....	61
«АБК» растет .....	62
О"Кей" и "Лента" давят на малость .....	62
"Пятерочка" идет к российским инвесторам .....	63

## Импорт мясного сырья в Россию

### *Россельхознадзор вводит временные ограничения на ввоз животных и мяса из Вьетнама*

Акм.ру, 05.06.06

Россельхознадзор вводит временные ограничения на ввоз и транзит живых животных, в том числе крупного рогатого скота, свиней, овец и коз, а также мяса и сырой продукции этих видов животных, а также кормов для животных из Вьетнама. Об этом говорится в сообщении Россельхознадзора.

Ограничения введены со 2 июня 2006 года в связи с регистрацией во Вьетнаме вспышки ящура типа "Азия-1" и широком распространении на его территории ящура типа "О".

[http://www.akm.ru/jsp/frames.jsp?left=rus/news/news\\_contents.stm&right=rus/news/2006/june/05/ns1712858.htm](http://www.akm.ru/jsp/frames.jsp?left=rus/news/news_contents.stm&right=rus/news/2006/june/05/ns1712858.htm)

(к содержанию)

### *Импорт мяса вырос*

Прайм-тасс, 08.06.06

— Импорт в РФ мяса свежего и мороженого из стран дальнего зарубежья вырос в январе — апреле 2006 г. на 66,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — до 309 600 т. Стоимость закупок составила \$430,5 млн, сообщает Федеральная таможенная служба. Импорт в РФ мяса птицы в январе — апреле составил 366 700 т, стоимость закупок — \$227,8 млн.

(к содержанию)

### *Мяса стало больше. Импорт говядины и свинины резко вырос*

Ведомости 09.06.2006

*С 2003 г. мясо в Россию импортируется по квотам. Каждый год Минэкономразвития по историческому принципу распределяет, какая компания, из какой страны и сколько мяса может ввезти, и выдает на это лицензию. В 2006 г. квота на импорт свежей и охлажденной говядины составляет 27 800 т (27 300 т из них приходится на Евросоюз), мороженой говядины — 435 000 т (из них 343 700 т — Евросоюз, 17 900 т — США, 3000 т — Парагвай). Квота на импорт свежей, охлажденной и мороженой свинины в этом году равняется 476 100 т (из них 240 500 — Евросоюз, 54 800 — США, 1000 — Парагвай). У Аргентины и Бразилии самостоятельных квот на импорт нет.*

Российские импортеры ударно потрудились в этом году. За первые четыре месяца они ввезли в страну на 66,5% мяса больше, чем за такой же период прошлого года. Чиновники стали расторопнее, а сами поставщики успели запастись бразильским и аргентинским мясом до прекращения его поставок в Россию, объясняют импортеры столь бурный рост.

Федеральная таможенная служба на днях опубликовала статистику внешнеторговой деятельности за первые четыре месяца 2006 г. По данным таможенников, в январе — апреле 2006 г. в Россию из стран дальнего зарубежья было ввезено на 66,5% больше свежего и мороженого мяса, в том числе на 88,6% больше говядины и на 46% — свинины. Всего за четыре месяца российские покупатели поставили в страну 310 500 т

**мяса** на общую сумму \$432,1 млн, на страны СНГ из них пришлось 900 т на \$1,6 млн, остальное — поставки из дальнего зарубежья.

Похожие данные и у самих участников рынка. По оценкам Национальной мясной ассоциации, с января по апрель в страну было ввезено по 145 000 т говядины и свинины. За те же месяцы 2005 г. этих видов **мяса** было импортировано 90 000 т и 100 000 т соответственно.

Самое распространенное объяснение резкому росту — попытки поставщиков завезти в Россию как можно **больше** бразильского и аргентинского **мяса**. Это связано с проблемами в странах-производителях. Так, 13 декабря 2005 г. приостановила производство **мяса** Бразилия, а спустя некоторое время запрет на поставки оттуда говядины и свинины ввел Россельхознадзор — в нескольких штатах страны был обнаружен скот, пораженный вирусом ящура. А в марте этого года Россия едва не лишилась главного поставщика — Аргентины. 11 марта президент этой страны запретил экспортировать **мясо** до тех пор, пока им не будут обеспечены сами аргентинцы. “Примерно половина импорта говядины была вневкотной, с повышенной пошлиной (40% от таможенной стоимости, но не менее 0,4 евро за 1 кг): поставщики пытались спешно ввезти **мясо** из Бразилии и Аргентины. Все чувствовали, что поставки вот-вот закроются, а цены будут расти”, — говорит исполнительный директор Национальной мясной ассоциации (НМА) Сергей Юшин. “[За рассматриваемый период] пришло очень **много** товара, который был произведен в Бразилии до введения запрета”, — соглашается представитель Бразильской ассоциации экспортеров **мяса** Юрий Рибейро. В результате самостоятельной квоты для Аргентины по-прежнему нет, а поставки из Бразилии запрещены ветеринарами, напоминает Александр Никитин из компании “Мираторг”. Получается, что сейчас ввезти **мясо** в рамках квот можно лишь из Европы, но там нет ни говядины, ни свинины, сокрушается он.

Вторая причина — в расторопности чиновников. В 2004 и 2005 гг. распределение квот обычно задерживалось, поставки фактически начинались во второй половине марта и в результате статистическая картина импорта за первое полугодие была “смазанной”, вспоминает Рибейро. В этом году “квоты распределили на удивление быстро”, и импорт начался уже в январе, говорит он.

И наконец, россияне **стали** есть **больше мяса**. Такой версии придерживается президент Мясного союза Мушег Мамиконян. С 1999 г. потребление **мяса** стабильно растет — на 8-12% ежегодно. И даже резкий рост цен на **мясо** в 2005 г. не остановил российских потребителей. “Оптовики боялись закупаться при высокой цене, но когда они увидели, что **мясо** неэластично по цене, начали ввозить”, — говорит он.

Но рост импорта не остановил внутренние цены, сокрушается Юшин. По данным НМА, в январе 2005 г. оптовая цена на свиную полутушу равнялась 85 руб. за 1 кг, а на говяжью бескостную лопатку — 78 руб. за 1 кг. Спустя год обе цены достигли 90 руб. за 1 кг, а в апреле свинина обходилась оптовикам в среднем в 100 руб. за 1 кг, а говядина — в 113 руб. “Цены на говядину и свинину стабилизировались только сейчас, а квот на импорт из тех стран, где есть **мясо**, все равно нет. Так что остается надеяться на разрешение ветеринарной ситуации с Бразилией и успех переговоров с Евросоюзом о перераспределении части европейской квоты на другие страны”, — говорит он.

Анфиса Воронина

(к содержанию)

# Государственное регулирование мясной отрасли

*Последний янки Москву не пускает в ВТО только Вашингтон*

Газета, 06.06.2006

Сегодня в Женеве директор департамента торговых переговоров Минэкономразвития и главный переговорщик России с ВТО Максим Медведков обещал подписать протокол об условиях присоединения к всемирному торговому клубу с Австралией. На финишной прямой - Коста-Рика. Если эти прогнозы оправдаются, то счет переговоров Москвы с Женевой 58:1. Победа России не вызывала бы сомнений, если бы последней страной, о достижении договоренностей с которой нет пока обнадеживающей информации, были бы не США.

Вашингтон же демонстрирует не только неуступчивость, но наступательность. Его логика очевидна: раз Москва готова и даже идет хоть на какие-нибудь уступки, успех надо развивать. Пример: Герман Греф предложил Роберту Портману, нынешнему главе административно-бюджетного департамента администрации США, ответственному - по личному поручению Джорджа Буша - за вступление России в ВТО (до 20 апреля этого года он отвечал в должности торгового представителя США за все ВТО) сделку. Россия почти вдвое увеличивает долю иностранного капитала в российском банковском и страховом сообществах. Взамен США отказываются от требования открытия в России филиалов зарубежных банков и страховых обществ. Кроме того, Греф сумел пролоббировать в российском налоговом законодательстве уступки западным производителям самолетов. Аппараты, не производимые в России, освобождаются от НДС, а ввозная пошлина резко снижается. Правда, шаг навстречу иностранным авиапроизводителям попытались уравновесить освобождением от НДС и российского авиапрома. Пошли навстречу Америке и в импорте мяса. До 2009 года американским производителям обещано сохранить их нынешнюю тарифную квоту: по мясу птицы - 74% от общероссийской импортной квоты, свинины - 11%, говядины - 4%. Шаг навстречу был сделан Грефом (в мае он провел несколько телефонных переговоров с Портманом) и в сфере защиты интеллектуальной собственности. Конечно, Греф не согласился на подписание двустороннего соглашения, в котором обязанности налагались только на Россию, но обещал подписать довольно жесткую одностороннюю декларацию по борьбе с пиратством.

Греф, видимо, ожидал, что этого хватит. Не хватило. Наоборот, его уступки только раздражили аппетит Портмана. Последний стал дополнительно требовать, например, продления американских мясных квот до бесконечности. Что же касается банковских и страховых филиалов, то они остаются безусловным требованием США. В Минэкономразвития говорят, что у Грефа опустились руки - с Портманом он так и не совладал. В общем, вся надежда на Владимира Путина. Вернее, на Джорджа Буша, который может приструнить своих подчиненных - с американскими банкирами уже договорился Максим Медведков. Он, в частности, выяснил, что крупнейшим американским банкирам филиалы в России не нужны - им достаточно и дочерних структур.

Надежда на договоренности Путин - Буш сохраняется. В конце концов, должен же американский президент привезти что-нибудь в подарок российскому коллеге на саммит G8 в Санкт-Петербург.

**Константин Смирнов**

(к содержанию)

***Курганские таможенники изъяли 1 500 кг контрабандного мяса***  
Regnum.ru, 06.06.06

В ходе оперативно-розыскных мероприятий на участке российско-казахстанской границы в зоне деятельности Уральского таможенного управления сотрудниками Курганской таможни совместно с пограничной службой **ФСБ РФ** была предотвращена контрабанда мяса.

Как сообщили 6 июня корреспонденту **ИА REGNUM** в пресс-службе Уральского таможенного управления, в районе села "Романово" в пятидесяти пяти километрах на северо-восток от автомобильного пункта пропуска "Звериноголовское" оперативники задержали автомобиль "ВАЗ-2101", следовавший из Казахстана в Россию помимо таможенного контроля. При досмотре транспортного средства был выявлен незаконно перемещаемый груз - порядка полтонны мяса (говядина и свинина). Ввозимый товар не был оформлен в таможенном отношении, а также на него отсутствовали санитарно-эпидемиологические сертификаты. Общая стоимость контрабандной партии превысила 40 тысяч рублей.

По факту незаконного перемещения товаров через таможенную границу России возбуждено дело об административном правонарушении по ч.1 ст.16.1 КоАП РФ. Задержанный автомобиль помещен на склад временного хранения Звериноголовского таможенного поста, а товар возвращен на территорию Республики Казахстан.

<http://www.regnum.ru/news/652303.html>

(к содержанию)

***В магазинах появилась китайская колбаса, реализуемая под российскими марками***  
(Хабаровский край)  
Regnum.ru, 07.06.06

На прилавках хабаровских магазинов появились колбасные изделия с российскими брендами, но произведенные в Китае. Об этом 7 июня корреспонденту **ИА REGNUM** сообщили в правительстве Хабаровского края.

Поставка мяса из КНР в Россию давно запрещена. Однако запрет не касается готовой мясной продукции. Этим "нюансом" воспользовались некоторые мясопереработчики, поскольку в последнее время им стало трудно выдерживать конкуренцию предприятий Дальнего Востока, продукция которых дешевле. Произвести колбасу в Китае и привезти ее в Хабаровск оказалось дешевле, чем организовать производство на месте.

По мнению мясопереработчиков, все дело в том, что российское правительство не определило квоты дальневосточникам на закупку мяса у его производителей напрямую. Поэтому приходится закупать сырье у перекупщиков, цены у которых значительно выше. Отсюда доля цены мяса в готовой продукции доходит до 80%.

Заместитель председателя правительства, министр экономического развития и внешних связей края Александр Левинталь подтвердил, что подобная ситуация действительно существует. "Если посмотреть внимательно, то на некоторых сортах колбасы с российским брендом мелким шрифтом указано, что продукт изготовлен в КНР".

Россия, 191002, Санкт-Петербург,  
наб. р. Фонтанки, 54/164  
тел.: +7 (812) 572-19-65, +7 (812) 764-34-22  
факс: +7 (812) 764-33-44  
[www.rubeg.com](http://www.rubeg.com)  
Группа компаний «Рубеж»

ГРУППА КОМПАНИЙ  
**РУБЕЖ**

В правительстве края прошло совещание, на котором решено направить обращение к правительству Российской Федерации, в котором будет выражена озабоченность сложившейся ситуацией.

<http://www.regnum.ru/news/653159.html>

(к содержанию)

# Тенденции в производстве и потреблении мясопродуктов в России

*Юрий Лужков присоединил Липецкую область*  
Коммерсантъ (Воронеж) 03.06.2006

В ходе вчерашнего визита в Липецкую область мэр Москвы Юрий Лужков определил регион в качестве одной из основных площадок для реализации его концепции продовольственной безопасности столицы. Концепция подразумевает содействие экспансии московских агрохолдингов в регионы с целью вытеснения со столичного рынка импортного продовольствия. По оценкам областных властей, вложения московских инвесторов в липецкий агропром в течение четырех лет превысят \$1 млрд.

Вчера в Лев-Толстовском районе Липецкой области прошло совещание по реализации нацпроекта «Развитие АПК», в котором приняли участие полпред президента в Центральном округе Георгий Полтавченко, замминистра сельского хозяйства РФ Сергей Митин и мэр Москвы Юрий Лужков. На совещании господин Лужков заявил, что столичные власти на примере Липецкой области намерены продемонстрировать всем другим регионам Центрального федерального округа, как можно успешно возрождать производство сельхозпродукции и животноводство. По мнению столичного мэра, Липецкой области «принадлежит приоритет как по объемам производимой сельхозпродукции, так и в вопросах внедрения высоких технологий в АПК».

Губернатор Олег Королев, в свою очередь, отметил, что «регион намерен активно использовать финансовый, технологический и интеллектуальный потенциал российской столицы». По оценкам господина Королева, в рамках достигнутых за последнее время договоренностей в течение четырех лет общие вложения московских инвесторов в агропроекты области достигнут \$1 млрд.

«Хотя в Москве больше асфальта, мы примем самое активное участие в развитии сельхозпроизводства», – пояснил господин Лужков. Такая стратегия столичных властей основана на концепции продовольственной безопасности Москвы, которой, по их мнению, угрожает доминирование продовольственного импорта. По данным московской мэрии, 70% мяса на прилавки столичных магазинов поступает из-за рубежа. Для исправления сложившейся ситуации, как убежден мэр, Москве «необходимо иметь свои ресурсы продовольствия». Стимулирование притока московских инвестиций в развитие агрохолдингов позволит, по мнению градоначальника, обеспечивать столицу продовольствием более высокого качества и по более низким ценам, чем предлагают западные производители.

Своими заявлениями столичный градоначальник, по сути, отнес Липецкую область к ключевым регионам, с которыми московское правительство намерено сотрудничать для реализации концепции продовольственной безопасности. Вчера московская делегация посетила свинопредприятия ОАО «Липецкмясопром», входящего в агропромышленный комплекс «Михайловский» («дочка» московской группы компаний «Черкизово», президент которой Игорь Бабаев сопровождал московского мэра в ходе визита). Московская агрокорпорация реализует в Липецкой области свинопредприятие, предполагающий выпуск 50 тыс. т мяса в год. Как считают господа Королев и Лужков, «Черкизово» является наиболее удачным примером сотрудничества Москвы и региона. В рамках инвестпроекта «Черкизово» стоимостью 4,5 млрд рублей администрация

намерена выделить 1,5 млрд из облбюджета в качестве субсидий, а московское правительство готово содействовать в сбыте продукции.

По словам директора Института аграрного маркетинга Елены Тюриной, действия московской мэрии по укреплению продовольственной безопасности вполне логичны – высокая доля продовольственного импорта, ввиду возможных колебаний цен на мировых рынках и государственных запретов на ввоз какой-либо продукции, содержит в себе угрозы сбоя в продовольственном обеспечении столицы. А укрепление сырьевой базы крупных московских агропромышленных структур в близлежащих регионах, считает аналитик, позволит снизить подобные риски, хотя вряд ли приведет к существенному снижению цен и объемов импорта. Но, как полагает эксперт, реализация такой стратегии простимулирует приток инвестиций в предприятия переработки, расположенные в регионах, в связи с чем на московском рынке конечной продукции региональные игроки могут серьезно пошатнуть монополию ряда столичных производителей.

(к содержанию)

### ***Мясо вредно!***

Мурманский вестник 03.06.2006

Эта фраза из бессмертного произведения Ильфа и Петрова в наши дни становится весьма актуальной. Причем речь идет не об экономии средств или особых системах питания, а о нашем здоровье. И повод для беспокойства есть. Судите сами. С начала года в нашей области специалисты управления по ветеринарному и фитосанитарному надзору задержали свыше 11,5 тонны опасной и некачественной продукции животного происхождения. Подозрительная пища была выявлена в ходе обследования 106 предприятий, занимающихся ее производством, хранением и реализацией. Из всего объема изъятого 4,5 тонны продуктов решили уничтожить, дабы не подвергать никого опасности. Остальное будет направлено на корм животным или на специально аттестованные предприятия для промышленной переработки.

Так, на днях при проверке одного из оптовых продовольственных складов на улице Домостроительной в Мурманске специалисты отдела ветеринарного надзора арестовали крупную партию продуктов. Было установлено, что полторы тонны мяскоколбасной продукции производства петербургских и московских предприятий и 186 килограммов ставропольского шпига не соответствовали требованиям ветеринарного законодательства: у части истек срок годности, часть вообще не имела маркировки, позволяющей установить дату изготовления.

Любопытно, что два месяца назад на этом же предприятии были выявлены аналогичные проколы. И тогда руководителям выдали предписание о недопущении нарушений ветеринарного законодательства. Однако эта мера осталась безрезультатной.

Теперь, по итогам повторной проверки, возбуждено дело об административном правонарушении. Документы переданы в суд. Всего же по результатам проведенных специалистами ветнадзора мероприятий с начала года возбуждено 55 дел об административных правонарушениях.

**Илья ЛЕОНИДОВ.**

(к содержанию)

### ***Приморье увеличивает производство мяса за счет скота из частных подворий.***

РИА "Дейта" (г. Владивосток) 05.06.2006

Первый в Приморском крае пункт приема и забоя скота из частных подворий будет построен в Уссурийске. Как сообщили информационному агентству Дейта.RU в пресс-службе администрации края, как сообщили в департаменте сельского хозяйства и продовольствия администрации Приморского края, сейчас заканчивается проектирование объекта. Напомним, строительство таких пунктов ведётся в рамках реализации приоритетного национального проекта "Развитие агропромышленного комплекса". Одно из направлений проекта – стимулирование деловой активности жителей села, развитие производства на частных подворьях.

Строительство пунктов приёма сельхозпродукции у частных, в том числе пунктов забоя скота, гарантирует населению сбыт продукции. Уссурийский пункт будет покупать живой скот у жителей близлежащих районов. Уже есть договорённость с мясоперерабатывающими предприятиями, которые будут закупать продукцию частных. Помимо Уссурийска, пункты приема скота планируется построить в других районах Приморья.

(к содержанию)

***Вадим Ерыженский: "Отечественные производители для сохранения доли на рынке должны повышать эффективность производства".***

Rosinvest.ru, 05.06.06

На прошлой неделе в Москве проходил Второй Всероссийский Агропромышленный Форум, организованный компанией АН Conferences. С докладом "Развитие агропродовольственного рынка и меры его государственного регулирования" Форум открыл Вадим Ерыженский, директор Департамента регулирования агропродовольственного рынка Минсельхоза России. Анализ нынешнего состояния рынка продуктов питания, представленный высокопоставленным государственным чиновником, представляет не только академический интерес, поэтому мы публикуем текст его выступления.

Агропродовольственный рынок является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов рынка.

Объем внутреннего рынка, оцениваемый по показателю оборота розничной торговли продовольственными товарами в последние годы, имеет тенденцию к ежегодному росту. В 2005 году оборот розничной торговли продовольственными товарами составил 3,2 триллиона рублей, увеличившись на 25 процентов по сравнению с 2004 годом. В общем объеме розничного товарооборота доля продовольственных товаров в 2005 г. составила 46 процентов. Высокой динамике отрасли способствует развитие инфраструктуры торговли и рост спроса населения на продукты питания.

Улучшение макроэкономической ситуации и реальный рост доходов населения создали условия для повышения спроса на продовольственные товары. В настоящее время темпы роста реальных располагаемых денежных доходов населения остаются высокими. В 2005 году по сравнению с 2004 годом они увеличились на 8,8 процента. В последующие годы прогнозируется дальнейший рост денежных доходов населения, ежегодный прирост которых может составлять от 7% до 9 процентов в год. Таким образом, ситуация на потребительском рынке оценивается как положительная и дальнейший прогноз его развития благоприятен.

Перейдем к ситуации на основных сегментах российского агропродовольственного рынка. Рынок зерна

Базовым сектором российского агропродовольственного рынка является рынок зерна. Валовой сбор зерна в 2005 году составил 78 млн. тонн. На фоне увеличения сбора пшеницы, ржи и риса произошло ощутимое снижение производства прочих крупяных и зернобобовых культур.

Основными направлениями государственной политики на зерновом рынке в настоящее время является обеспечение ценовой стабильности, повышение его прозрачности и развитие экспортного потенциала.

Для сглаживания колебаний цен на зерновом рынке осуществляются государственные закупочные и товарные интервенции. В 2005 году проводились закупки пшеницы продовольственной 3 и 4 классов и ржи продовольственной группы "А". Поскольку пшеница 4 класса пользуется спросом со стороны экспортеров, основной объем закупки в ходе интервенций пришелся на пшеницу 3 класса.

По результатам проведения закупочных интервенций в интервенционный фонд заложено 1,6 млн. тонн зерна на сумму 4,9 млрд. рублей, что способствовало стабилизации цен в период массового предложения зерна.

По предварительным прогнозам в 2006 году урожай зерна может составить 70-73 млн. тонн. При таком валовом сборе ожидается стабильная ценовая ситуация на рынке зерна, обеспечивающая конкурентоспособность российского экспорта. В случае необходимости Минсельхоз России готов во 2-й половине 2006 г. провести закупочные интервенции для поддержания доходности реализации зерна производителями. В 2005 году возросшие ресурсы зерна при низком уровне цен внутреннего рынка обеспечили значительный объем экспорта. С начала июля по декабрь 2005 года экспортировано около 8,4 млн. тонн зерна. Около 70% от всего российского зернового экспорта составляют поставки пшеницы 4 класса.

Необходимо отметить, что стабильные показатели в растениеводстве и устойчивые цены зернового рынка также оказывают положительное влияние на ситуацию в животноводстве, поскольку растет производство кормов. Имеющиеся ресурсы зерна позволяют обеспечить как развитие экспортного зернового потенциала, так и расширение кормовой базы животноводства.

#### Рынок молока

Рынок молочной продукции является одним из наиболее значимых секторов российского продовольственного рынка. Однако ситуация на рынке остается сложной для отечественных производителей.

В 2005 году продолжилось снижение объемов производства молока. Валовой надой молока в Российской Федерации составил 31 млн. т., что меньше по сравнению с предыдущим годом почти на 1 миллион тонн или 2,9 процента. Сокращение поголовья коров является доминирующим фактором снижения производства молока. В то же время, можно отметить рост объемов производства цельномолочной продукции и сыров. Производство цельномолочной продукции в 2005 году составило 9,5 млн. тонн, что на 5% больше по сравнению с предыдущим годом. Объемов производства сыров увеличился на 7 % к уровню 2004 года и составил 371 тыс. тонн. Российский рынок имеет значительный потенциал увеличения спроса на молочную продукцию. Потребление молока и молочных продуктов (в пересчете на молоко) в России в настоящее время оценивается в 229 кг на душу населения в год. В развитых странах потребление молока на душу населения в год составляет от 267 кг в США до 434 кг во Франции. Растущий уровень доходов населения обеспечивает дальнейшее увеличение объемов потребления данной продукции. Однако прирост потребительского спроса на молоко в основном, удовлетворяется за счет импортной, а не отечественной продукции.

Учитывая короткие сроки хранения сырого молока, импорт представлен молочными продуктами (сухое молоко, сливочное масло, сыр).

Импорт молочной продукции стабильно растет. Объем импорта к производству молока и молокопродуктов в пересчете на молоко в настоящее время составляет 21,3%, а по отдельным видам молочной продукции (сыры, масло сливочное) объем импорта к внутреннему производству гораздо выше – 88% и 48 процентов соответственно.

#### Рынок мяса

В 2005 году производство скота и птицы на убой в хозяйствах всех категорий по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года снизилось на 163 тыс.т., или на 1,7 % и составило 7,6 млн тонн. Однако производственная динамика различается по отраслям животноводства.

Так, поголовье крупного рогатого скота, как и производство говядины, имеет устойчивую тенденцию к снижению. Это обусловлено отрицательной рентабельностью реализации мяса КРС. В 2005 году стабилизировалось положение в свиноводстве, в сельхозпредприятиях отмечен рост поголовья свиней. Одновременно растет поголовье домашней птицы. Продолжающийся рост производства мяса птицы обеспечивает стабильные объемы производства мяса в целом.

Основным препятствием для развития отечественного производства является импорт мяса. Ввоз говядины увеличился в 2005 году на 33% по сравнению с предыдущим годом, свинины – на 20%, птицы на 18%. Поставки мяса птицы увеличились за счет роста поставок через территорию особой экономической зоны в Калининградской области. Поэтому важным направлением поддержки животноводства остается ограничение импорта мяса путем применения тарифных квот. Параметры тарифных квот определены на 2006-2009 годы.

Таким образом, ситуация на рынке животноводческой продукции остается достаточно сложной. Именно поэтому основным направлением разработанного Минсельхозом России приоритетного национального проекта "Развитие АПК" стало "Ускоренное развитие животноводства". Реализация данного направления позволит повысить рентабельность животноводства, провести техническое перевооружение действующих животноводческих комплексов (ферм) и ввести в эксплуатацию новые мощности.

Основная цель, которую предполагается достичь в результате реализации Национального проекта в ближайшие два года, — это увеличение производства мяса на 7%, молока на 4,5% при стабилизации поголовья крупного рогатого скота (КРС), в том числе коров, не ниже уровня 2005 года.

Особое внимание в части совершенствования таможенно-тарифного регулирования необходимо уделить молочной продукции. Отсутствие эффективных ограничений импорта молочной продукции при существующем ограничении импорта мяса будет сдерживать развитие животноводства в целом. Таким образом, в настоящее время необходимо принятие мер таможенно-тарифного регулирования в отношении отдельных видов молочной продукции, в том числе поставляемой из стран ближнего зарубежья.

#### Рынок сахара

Необходимо отметить положительные тенденции в свеклосахарном комплексе. В 2005 году увеличение производства сахара-песка составил 115,8% по сравнению с 2004 годом. Он обусловлен ростом выработки сахара из сахарной свеклы. Зависимость внутреннего рынка от импортного сырья имеет устойчивую тенденцию к снижению. Доля сахара отечественного производства в потреблении выросла с 22% в 1998 г. до 42% в 2005 г. Однако доля сахара-сырца в производстве белого сахара остается значительной. В результате ситуация на внутреннем рынке определяется конъюнктурой рынка мирового.

Так, наблюдавшееся в начале 2006 года резкое повышение цен на сахар на российском рынке было связано с активным ростом мировых цен.

Для минимизации конъюнктурных всплесков цен в настоящее время рассматривается возможность изменения шкалы ввозных таможенных пошлин на сахар-сырец. Еще одним фактором дестабилизации внутреннего рынка являются поставки сахара-песка из Белоруссии, которые увеличились в 2005 году до 481 тысячи тонн. Причем эти поставки осуществляются с нарушением межправительственных соглашений о свободной торговле.

Правительством России было принято решение об ужесточении контроля за поставляемым белорусским сахаром. С февраля 2006 года был установлен единственный таможенный пост для пропуска этого сахара, и его деятельность уже оказалась результативной. Выявлено около 2 тысяч тонн контрабандного белорусского сахара. Сокращение объемов поставок сахара из Белоруссии, а также растущие цены на мировом рынке, создают стимулы для развития отечественного свекловодства. В 2006 году прогнозируется расширение посевных площадей по сахарной свекле на 10-15%, что позволит увеличить на внутреннем рынке долю сахара, произведенного из отечественного сырья.

Если говорить об агропродовольственном рынке в целом, то несмотря на его активный рост, темпы развития аграрного сектора остаются достаточно низкими. Индекс физического объема производства продукции сельского хозяйства в 2005 году составил 101,4%, в то время как индекс промышленного производства по пищевой промышленности - 105 процентов.

В настоящее время стабильный рост доходов населения создает предпосылки для дальнейшего расширения российского агропродовольственного рынка. В этих условиях очень важна эффективная государственная поддержка аграрного сектора путем совершенствования механизмов защиты внутреннего рынка. Увеличение объемов импорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия сдерживает развитие отечественного производства сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

Импорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья для их производства составил в 2005 году 17,4 млрд. долларов США и по сравнению с 2004 годом увеличился на 25,6 процента. Для ограничения объемов импорта достаточно активно применяются меры таможенно-тарифного регулирования. Из числа принятых в 2005 году мер таможенно-тарифного регулирования можно выделить следующие основные решения. В отношении мясной продукции

Постановлением Правительства Российской Федерации от 5 декабря 2005 г. № 732 "Об импорте говядины, свинины и мяса домашней птицы в 2006-2009 годах" определен режим регулирования импорта мяса на ближайшие четыре года, предусматривающий сохранение тарифного квотирования импорта мяса. Фиксация режима регулирования импорта на достаточно длительный срок создает предпосылки для стабильной и предсказуемой работы участников мясного рынка, повышает инвестиционную привлекательность отрасли.

В отношении масложировой продукции

Постановлением Правительства Российской Федерации от 6 октября 2005 г. № 599 "О временных ставках ввозных таможенных пошлин на жиры и масла, частично переработанные, маргариновую продукцию и спреды" увеличены ставки ввозных таможенных пошлин с 15% до 20%.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 13 октября 2005 г. № 612 "Об утверждении ставок ввозных таможенных пошлин на масло пальмовое" увеличена ставка

ввозной таможенной пошлины с 5% до 15%. Данное решение повышает конкурентоспособность отечественной масложировой продукции, что способствует росту ее производства.

В отношении риса

Постановлениями Правительства Российской Федерации от 3 марта 2005 г. № 115 и от 1 декабря 2005 г. № 710 утверждена ставка ввозной таможенной пошлины в размере 0,07 евро за 1 кг на постоянной основе вместо действующей ранее 10 %-ной, что существенно дополняет комплекс мер государственной поддержки по увеличению отечественного производства риса.

Необходимо отдельно отметить, что в 2006 году Правительством Российской Федерации принято постановление о снижении до нуля пошлин на отдельные виды технологического оборудования, в том числе для животноводства и пищевой промышленности. Это будет стимулировать процесс технологического перевооружения в российском агропромышленном комплексе.

В то же время, остается еще много вопросов требующих принятия незамедлительных решений. В настоящее время на рассмотрении Рабочей группы по товарам агропромышленного комплекса и рыболовства Межведомственной Комиссии по защитным мерам во внешней торговле и таможенно-тарифной политике находится ряд вопросов, в том числе:

установление тарифной квоты на импорт риса

сезонное снижение экспортной пошлины на семена подсолнечника.

Еще одним сдерживающим фактором роста внутреннего рынка является недостаточный уровень развития инфраструктуры отечественного агропродовольственного рынка. Созданные в советское время системы оптовой торговли и потребительской кооперации практически не функционируют. Колхозные рынки перешли в частную собственность, часть из них перепрофилировалась или закрылась. Появилось множество мелких посредников, скупающих произведенную сельскохозяйственную продукцию по низким ценам.

Состояние торговой инфраструктуры в настоящее время ограничивает для сельхозтоваропроизводителей возможность реализации произведенной продукции на выгодных условиях. Затруднена реализация продукции личных подсобных хозяйств, фермеров и других мелких производств, которые суммарно производят 57% валовой продукции сельского хозяйства.

Государственная поддержка по перечисленным направлениям будет способствовать росту объемов производства и качества отечественных продуктов питания, увеличению их доли на внутреннем рынке, а также обеспечению доступности основных продуктов питания для всех групп населения.

Существенную угрозу для развития отечественного агропромышленного сектора представляет планируемое присоединение России ко Всемирной торговой организации. Переговорный процесс близок к завершению, и сегодня можно предполагать, какие трудности у российских производителей могут возникнуть в ближайшие годы. Необходимо отметить, что условия проведения переговоров о присоединения к ВТО для российской стороны были непростыми из-за жесткой позиции стран-членов ВТО по вопросам сельского хозяйства. Кроме того, в отличие от ряда наших соседей, Россия не была готова идти на обширные уступки в данной сфере. В целом начальные уровни связывания импортных тарифов на сельскохозяйственную продукцию и продовольствие соответствуют действующему уровню защиты внутреннего рынка. Таким образом, резкого изменения условий производства и реализации для отечественных производителей не произойдет.

Однако в течение переходного периода, который по различным товарам составляет от 2 до 5 лет, ставки ввозных таможенных пошлин будут снижаться. По ряду важных товаров условия присоединения к ВТО не вполне соответствуют интересам отечественного рынка. Например, по мясу параметры квотирования импорта предусматривают и увеличение объемов квот, и сохранение странового принципа распределения квот. Учитывая динамику мирового рынка мяса, эти условия не обеспечивают стабильности функционирования отечественного рынка, что и наблюдается в 2005-2006 годах.

После присоединения России к ВТО конкурентоспособность импортных товаров на отечественном рынке будет возрастать. В этих условиях отечественные производители для сохранения доли на рынке должны повышать эффективность производства, а также более эффективно отстаивать свои интересы с применением разрешенных ВТО инструментов. Государство готово поддерживать отечественное производство, и мы призываем вас активизироваться в части предложений по возможной защите рынка. Минсельхоз России, как отраслевое министерство, будет оперативно рассматривать их, поддерживать их принятие.

[\(к содержанию\)](#)

### ***Самарская область: Чапаевский мясокомбинат обзавелся оффшором Иностранная компания стала акционером предприятия***

Коммерсант (Среднее Поволжье), 05.06.06

Как стало известно „Ъ“, ООО «Лурдес», аффилированное с группой «Разгуляй-УКРРОС», продало свою долю участия – 19,61% — в акционерном капитале ОАО «Чапаевский мясокомбинат» оффшору ELARDUS TRADING LTD. В самой группе не комментируют сделку. Однако, по мнению аналитиков, продажа пакета такой величины может говорить о том, что холдинг избавляется от неприбыльного актива и в скором времени будут проданы и остальные акции, принадлежащие сейчас компаниям, связанным с «Разгуляй-УКРРОС».

ОАО «Чапаевский мясокомбинат» распространило сообщение об изменениях в структуре своего акционерного капитала. ООО «Лурдес», аффилированное с группой «Разгуляй-УКРРОС», вышло из состава акционеров мясокомбината продав принадлежавшую ему долю в акционерном капитале в 19,61%. Покупателем пакета стал малоизвестный оффшор ELARDUS TRADING LTD. Кому принадлежит эта компания, выяснить не удалось. В пресс-службе «Разгуляй-УКРРОС» отказались как-либо прокомментировать сделку. «Эта информация выходит за рамки нашей компетенции и относится к разряду коммерческой тайны», — заявил директор департамента по персоналу и общественным связям группы Игорь Кашин. На самом Чапаевском мясокомбинате также отказались общаться на эту тему, сообщив лишь, что предприятие уже около года не работает из-за отсутствия финансирования со стороны управляющей компании. Связаться с генеральным директором ЗАО «Мясная индустриальная компания», в которое входит мясокомбинат, Андреем Ерискиным вчера не удалось.

---

*Ъ* Основной деятельностью ОАО «Чапаевский мясокомбинат» является производство мясopодуKтов (изготовление мяса и субпродуктов, колбасных изделий, мясных консервов). Производительная мощность комбината составляет 200 т колбасных изделий в месяц, 100 т мяса в месяц, 750 тыс. банок консервов в месяц. Является единственным предприятием по производству мясных консервов. ОАО «Чапаевский мясокомбинат» до декабря 2004 года входил в группу «Разгуляй-УКРРОС», в декабре

*президент группы выделил венчурный проект ЗАО «Мясная индустриальная компания», куда и вошел мясокомбинат. По данным за третий квартал 2005 года, собственный капитал Чапаевского мясокомбината составлял \$2,366 млн, выручка — \$ 0,021 млн.*

О том, что ООО «Лурдес» вошло в состав акционеров чапаевского предприятия, было официально объявлено в апреле этого года, после того как ООО выкупило 120 тыс. акций из дополнительного выпуска мясокомбината. Допэмиссия в размере 600 тыс. рублей размещалась в равных долях по закрытой подписке среди пяти компаний, аффилированных, по информации „Ъ“, с «Разгуляй-УКПРОС» и его руководством. Тогда аналитики предполагали, что одной из возможных причин увеличения уставного капитала с помощью допэмиссии может быть предпродажная подготовка. Спустя два месяца «Лурдес» продал свой пакет. По словам генерального директора ИК «Восток Инвест» Владислава Зотова, поскольку подобные сделки происходят на внебиржевом рынке, отследить их довольно сложно. По его мнению, сейчас можно говорить о том, что ЗАО «МИК» избавляется от неприбыльного актива. «Поскольку у предприятия есть определенные проблемы и задолженности по заработной плате, акции, вероятно, ушли достаточно дешево, так что в перспективе мясокомбинат можно назвать выгодным приобретением. Конечно, при условии, что найдется предприниматель, который реанимирует производство. Сама же по себе покупка пакета такой величины может говорить о том, что это только начало и стратегический инвестор намерен в дальнейшем увеличить свой пакет и хочет заниматься этим предприятием. Возможно, мы уже в этом году увидим положительные сдвиги», — считает господин Зотов. Согласен с ним и начальник правового управления ИК «Трансфер» Денис Борзых: «Они (нынешние владельцы. – „Ъ“) сейчас могут начать продавать предприятие частями».

**ОЛЬГА ПАСТЕРНАЦКАЯ**

(к содержанию)

***В 2006-2007 гг. в московские агрохолдинги инвестируют около 13 млрд рублей***  
Regnum.ru 05.06.06.

Об участии Москвы в реализации приоритетного национального проекта "Развитие агропромышленного комплекса" и укреплении продовольственной безопасности столицы сообщил в рамках своей пресс-конференции первый заместитель руководителя департамента продовольственных ресурсов Москвы **Виктор Ольховой**, сообщает корреспондент **ИА REGNUM**.

По словам Виктора Ольхового, правительство Москвы рассмотрело вопрос о законе города Москвы о продовольственной безопасности. "В РФ такого закона нет, он рассматривался уже несколько раз в Госдуме и несколько раз принимались решения о его несвоевременности. **Правительство РФ** дало согласие на внесение в Мосгордуму проекта закона о продовольственной безопасности, - пояснил Ольховой. По его словам, законом предусмотрен ряд статей, которые четко регламентируют, что продовольственное направление будет иметь приоритетное значение. Правительство выделяет из бюджета определенные суммы для того, чтобы продовольственный комплекс города имел достаточные запасы всех продуктов питания и удовлетворял покупательскую способность населения, подчеркнул Виктор Ольховой.

Что касается состояния продбезопасности в Москве на нынешний момент, то, по словам Ольхового, сегодня жители Москвы, имея большие доходы, чем в других регионах, имеют лучший рацион питания. В Москве среднее потребление мяса превысило 80 кг, при то, что

в целом по России этот показатель держится на уровне 45-50 кг. "К 2010 г., учитывая темпы роста покупательской способности, среднестатистический москвич будет иметь возможность потреблять продукты в том количестве, которое рекомендует Институт питания, - считает Виктор Ольховой. - Основное направление деятельности - работа с регионами РФ, уменьшение зависимости от импорта. К сожалению, сегодня мы импортируем почти 70% мяса, 60% масла, а это очень сильная зависимость от других государств. Такие регионы как Оренбург, Саратов, Краснодар продолжают завозить продукцию из других стран".

Для преодоления зависимости от импорта город на протяжении ряда лет развивает систему агрохолдингов силами столичных предприятий во взаимодействии с департаментом продресурсов. "На сегодняшний день за счет такой интеграции мы завозим более 1 млн. тонн продуктов питания. Это мясо, молоко, зерно, - сообщил Виктор Ольховой. - Почти 50% московского зерна закуплено агрохолдингами через их дочерние предприятия в РФ". По его словам, в эту работу включилось 12 московских крупных предприятий, которые выполняют проекты в 10 областях. За 2006-2007 гг. московские холдинги инвестируют около 13 млрд рублей. "Было заключено соглашение с Министерством сельского хозяйства, чтобы работы эта была выполнена полностью. У нас сегодня есть все основания полагать, что мы такую программу выполним, - подчеркнул первый заместитель руководителя департамента продовольственных ресурсов.

Он также добавил, что сегодня идет интенсивное формирование крупных сельхозпредприятий; в сельское хозяйство начинают вкладывать деньги как в наиболее перспективную отрасль хозяйства. В частности, по его словам, три года Россия является участником поставок зерна за границу. "Даже в прошлом году, при не очень высоком урожае, мы вывезли за границу 12 млн тонн. Евросоюз дал квоту всего 1 млн тонн на всю РФ и бывшие страны СНГ, - пояснил Ольховой. - Встретив такой жесткий отпор на мировом рынке по зерну, многие зерновые фирмы начинают ориентироваться на интенсивное животноводство. За последние три года вложено более 500 млн. евро только в оборудование и холодильники. То есть регионы проявляют большой интерес к этому. И на московский рынок очень стремятся выйти все сельхозпроизводители". Многие регионы уже выступают против того, чтобы Москва закупала в регионах сырье, и стараются поставлять готовую продукцию - в результате, в Москве можно приобрести молоко из 10-15 городов, отметил Ольховой.

<http://www.regnum.ru/news/651918.html>

(к содержанию)

### ***Импортом говядины и свинины станет меньше. Об этом позаботятся столичные производители мяса***

Вечерняя Москва 06.06.2006

12 московских агрохолдингов намерены принять участие в приоритетном национальном проекте "Развитие АПК". Их усилиями в 10 регионах страны, в частности, в Московской, Липецкой, Ярославской, Орловской областях, Краснодарском крае заработают 20 современных предприятий животноводства.

Об укреплении продовольственной безопасности столицы власти серьезно задумались еще три года назад. Так как собственных сельхозугодий у Москвы нет, пришлось идти в регионы.

- Стратегия крупных московских пищевиков сейчас такая: выкупается контрольный пакет акций бедствующего районного предприятия, в него вливаются солидные инвестиции и начинается интенсивное производство, - пояснил первый заместитель руководителя

московского Департамента продресурсов Виктор Ольховой. По такому пути пошли Черкизовский мясоперерабатывающий завод, Останкинский молочный комбинат, завод плавяных сыров "Карат", завод "Микоян" и другие пищевые "крупняки" столицы, объединившие в 20 своих агрохолдингов 100 региональных сельхозпредприятий. В частности, завод "Микоян", имея во Владимирской области предприятие с 180-тысячным поголовьем свиней, намерен построить новый комплекс-"миллионник", равных которому нет в мире. Благодаря агрохолдингам, в столицу ежегодно поставляется до 1 миллиона тонн основных продуктов питания - мяса, молока, зерна. По этой же причине зависимость Москвы от внешних поставок снизилась на 25%.

"У одного только Черкизовского мясокомбината свиней больше, чем во всей Тамбовской области", - говорит Виктор Ольховой. За последние 4 года поступление отечественного мяса в столицу выросло в 2, 3 раза, животного масла в 4, 4 раза, растительного-в 1, 9 раза. Дальнейшим шагом в этом направлении будет участие 12 московских агрохолдингов в приоритетном национальном проекте "Развитие АПК". Их усилиями в 10 регионах страны, в частности, в Московской, Липецкой, Ярославской, Орловской областях, Краснодарском крае заработают 20 современных предприятий животноводства. За 2006-2007 годы в этот бизнес-проект будет вложено 13 миллиардов рублей кредитных средств. Они позволят построить и модернизировать коровники на 31 тысячу скотомест, свинарники на 837 тысяч мест, а также закупить более 40 тысяч единиц племенного крупного рогатого скота и свиноматок. И в конечном счете объемы производства мяса в следующем году должны увеличиться до 60 тысяч тонн, молока - до 96 тысяч тонн.

Кстати, уже сейчас темпы потребления мяса в столице превышают среднероссийский уровень почти в 2 раза. Ежегодная норма потребления в Москве мяса и мясопродуктов составляет 80 кг, по России 45-50 кг. А к 2010 году город планирует достичь объемов потребления продовольствия, рекомендованных специалистами РАН. Это значит, что среднестатистический москвич сможет съесть за год по 90 кг мяса и картофеля, 6, 2 кг животного масла, 20 кг рыбы, 146 кг овощей, бахчевых, 80 кг фруктов, ягод и 270 штук яиц.

**Анна МИРГОРОДСКАЯ**

(к содержанию)

### ***Национальный проект вступает в активную фазу.***

Крестьянские ведомости, 06.06.2006

Об этом глава Минсельхоза Алексей Гордеев рассказал в Кремле Министерство сельского хозяйства России завершило формирование необходимой нормативно-методологической базы для национального проекта "Развитие АПК", и его реализация вступает в активную фазу. Об этом глава Минсельхоза Алексей Гордеев сообщил на совещании руководителя Администрации Президента РФ Сергея Собянина с полномочными представителями Президента в федеральных округах. Как сообщает официальный сайт "Приоритетные национальные проекты", приняты постановления Правительства, регламентирующие предоставление субсидий по кредитам, изданы приказы о направлениях использования кредитов, утверждены методики определения объемов субсидий по субъектам РФ, заявил А. Гордеев. По его словам, разработаны и утверждены Концепция развития сельскохозяйственной потребительской кооперации и Концепция развития сельской кредитной кооперации.

Регионы приняли обязательства по целевым показателям реализации нацпроекта, а Министерство - по обеспечению их нормативными правовыми актами. В настоящее время в бюджетах субъектов федерации предусмотрено более 4, 6 млрд. руб. на реализацию

проекта. В I квартале 2006 г. из федерального бюджета на авансирование субъектов РФ на субсидирование процентных ставок по кредитам, полученным на развитие малых форм хозяйствования АПК, профинансированы 32 субъекта РФ на общую сумму 274, 3 млн. руб., в том числе Белгородская, Курская, Липецкая, Рязанская, Ярославская области, Республика Татарстан, Мордовия. А. Гордеев привел результаты первых месяцев реализации нацпроекта "Развитие АПК". За январь - апрель продажа скота и птицы на убой в живом весе в хозяйствах всех категорий составит 2158 тыс. т, что на 2, 6% больше соответствующего периода 2005 г.

В том числе реализация свиней, по предварительным итогам, возрастет на 1, 7%, овец и коз - на 1, 5%, птицы - на 16, 9% и мяса прочих видов - на 3%. Реализация на убой крупного рогатого скота уменьшилась на 7, 8%. Производство скота и птицы на убой возрастет в 47 субъектах. В частности, в Приморском крае и Республике Адыгея - на 50% и более, в Белгородской области - на 35%, в Краснодарском крае, Московской, Липецкой, Астраханской областях, Республике Коми - на 10% и более.

Экспертная группа Минсельхоза России рассмотрела представленные субъектами РФ проекты и отобрала 392 объекта с объемом привлеченных кредитов на строительство, реконструкцию и модернизацию животноводческих комплексов (ферм) в объеме около 70 млрд. руб. при установленном объеме субсидий 3, 45 млрд. руб.

Наиболее активная работа по заключению кредитных договоров проводилась в Центральном (66%), Приволжском (100%), Южном (89%), Северо-Западном (56%) и Сибирском (46%) федеральных округах. Организации АПК Республики Татарстан, Чувашской Республики, Воронежской, Тульской, Нижегородской, Тамбовской и Кемеровской областей заключили кредитные договоры не только по всем объектам, включенным в перечень, но и по дополнительным объектам.

Неудовлетворительно организована работа в Уральском федеральном округе, где из 18 отобранных объектов заключено только два кредитных договора, и в Дальневосточном федеральном округе, где из девяти отобранных объектов не заключено ни одного кредитного договора.

Особую роль в реализации проекта играет ОАО "Россельхозбанк" как национальная кредитно-финансовая система АПК. Наряду с другими банками он является активным кредитором сельхозпроизводителей. Банк имеет 390 отделений и филиалов, расположенных в 70 регионах России. В этом году будет создано еще 150 территориальных отделений. Перейдя к приоритетному направлению "Развитие малых форм хозяйствования в АПК", А. Гордеев сообщил, что по состоянию на 1 мая 2006 г. в целом по России создано 778 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, в том числе 333 кредитных. Лидеры по созданию кооперативов - Приволжский (260), Центральный (193) и Сибирский (119) федеральные округа.

Большое количество кооперативов создано в Белгородской области (86), Республике Мордовия (55), Оренбургской области (136), Республике Саха (Якутия) (59). Не созданы кооперативы в республиках Коми, Карачаево-Черкесской, Удмуртской, Хакасии, на Алтае, в Хабаровском и Приморском краях, в Тверской, Мурманской, Псковской, Магаданской, Сахалинской, Пензенской, Ярославской областях, в Чукотском, Еврейском, Эвенкийском, Таймырском и Ненецком автономных округах.

Коснувшись приоритетного направления "Обеспечение доступным жильем молодых специалистов (или их семей) на селе", глава Минсельхоза сообщил, что в этой программе участвует 81 субъект РФ. В текущем году не принимают участие в данных мероприятиях Чеченская Республика, Хабаровский край, Псковская, Магаданская, Сахалинская области, Ханты-Мансийский автономный округ, города Москва и Санкт-Петербург.

Наиболее активное участие в реализации мероприятий по обеспечению жильем молодых

специалистов (или их семей) на селе принимают Белгородская, Ростовская, Тюменская, Орловская, Липецкая области, Республики Татарстан, Башкортостан, Мордовия, Коми. В этих регионах в 2006 г. планируется построить (приобрести) от 16, 5 до 87, 4 тыс. кв. м жилья для молодых специалистов.

Большинство субъектов РФ совместно с органами местного самоуправления формируют списки молодых семей, молодых специалистов АПК и работников социальной сферы, желающих принять участие в реализации мероприятий по строительству (приобретению) жилья в сельской местности.

[\(к содержанию\)](#)

### ***Новосибирская область: Нашим курам присвоили статус колбасных изделий***

Product.ru 06.06.06

Этой весной на птицефабрике "Октябрьская" был запущен в действие цех по производству колбасы из мяса бройлеров. На сегодняшний день в России ассортимент колбасных изделий из мяса птицы достаточно мал, а тем более из высококачественного мяса цыплят бройлеров.

Продукты из этого мяса относят к диетическим, и их употребление, например, при диабете, повышенном содержании холестерина в крови или заболеваниях желудочно-кишечного тракта гораздо предпочтительнее традиционных видов колбасы.

По словам заместителя генерального директора птицефабрики "Октябрьская" Сергея Доровского, к концу этого года колбасный цех выйдет на запланированную производительность - 2,5 тонны изделий в день. Об этом сообщает Новосибирский биографический центр.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=42579>

[\(к содержанию\)](#)

### ***Датчане поделятся с россиянами опытом производства мяса***

Product.ru, 06.06.06

7 июня в Москве в Международной промышленной академии состоится российско-датская агропромышленная конференция по животноводству и повышению производительности в сельском хозяйстве. Деловая встреча пройдет в рамках визита в Российскую Федерацию министра продовольствия, сельского хозяйства и рыболовства Дании Ханса Кристиана Шмидта. В программу конференции включены вопросы разведения крупного рогатого скота, производства и переработки свинины, высокопродуктивного использования земельных угодий, управления сельскохозяйственным производством и т.д. В форуме примут участие представители региональных управлений АПК, агрохолдингов, животноводческих комплексов, мясоперерабатывающей промышленности и инвесторов, более 20 датских компаний и организаций.

В работе конференции участвуют министр продовольствия, сельского хозяйства и рыболовства Дании Ханс Кристиан Шмидт, министр сельского хозяйства РФ Алексей Гордеев и генеральный директор сельскохозяйственного совета Дании Клаус Буструп.

Конференцию откроют министр сельского хозяйства Российской Федерации Алексей Гордеев, министр продовольствия и сельского хозяйства Дании Ханс Кр. Шмидт. Руководитель департамента Мясной Ассоциации Дании Финн Удсен сделает доклад "Датский метод и экономика" о достижениях в свиноводстве. Руководитель национальной

консультационной службы Хенрик Ньюгорд расскажет по теме: "Датский молочный скот, производительность в молочном секторе". О применении новых технологий в сельском хозяйстве доложит главный советник национальной консультационной службы Кьельд Воддер Нильсен. Тема сообщения - "Научный подход к организации сельского хозяйства для повышения урожайности". Директор компании AIB Consult Эсбен Юль сделает доклад "Управление проектами, планирование, обучение и повышение производительности".

Во время конференции пройдут презентации представителей датских компаний и организаций, состоятся деловые встречи.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=42559>

(к содержанию)

### ***В Тульской области увеличат производство мяса и молока***

Myslo.ru, 07.06.06

В рамках нацпроекта в регионе в течение нескольких лет планируется увеличить производство мяса на 7 процентов, молока - на 4,5 процента. На совещании отмечалось, что с начала 2006 года в Тульской области наблюдалась тенденция снижения производства мяса и молока, снижалось поголовье животноводческих комплексов.

<http://www.myslo.ru/news/702/>

(к содержанию)

### ***Что мы едим? Роспотребнадзор забраковал колбасу, яйца и другие продукты***

Fontanka.ru, 07.06.06

Сотрудниками ТУ Роспотребнадзора по Петербургу не понравилось, как кормят петербуржцев магазины.

Как сообщает АЖУР со ссылкой на городской Роспотребнадзор, специалисты службы во втором квартале провели очередные проверки оптовых и розничных предприятий торговли Петербурга.

В двух предприятиях, оптовом и розничном, была забракована "Докторская" колбаса соответственно производства компаний "Парнас-М" и "Мясокомбинат "Санкт-Петербург" (Ломоносов). Специалисты обнаружили, что колбаса не соответствует тому составу, который указан на упаковке, и, соответственно, является фальсифицированной.

В ходе проверки на оптовом предприятии ООО "Торговая группа "Гелла" специалисты изъяли из оборота 5200 банок томатной пасты производства Грузии и 1032 банки белой консервированной фасоли петербургского производства.

18 тысяч штук яиц, привезенных из Пскова, забраковали работники Роспотребнадзора на предприятии ООО "ТД "Грумант". Специалистам не понравилось, что скорлупа яиц загрязнена пометом, также не на всех яйцах присутствовала маркировка.

Около 4000 банок мясных консервов из-за заниженной доли мяса и жира производства ЗАО "НП Борисоглебский мясоконсервный комбинат" изъяли из оборота на предприятии ООО "Юникс".

Из розничной торговли в ходе рейдов, помимо "Докторской" колбасы, из-за наличия грубой соединительной ткани и заниженной доли белка при завышенной доле жира были забракованы 154 банки "Говядины тушеной" (консервный завод "Ставропольский").

Из-за завышенного содержания лимонной кислоты изъяты из оборота 400 упаковок яблочного сока (ООО "Амтел Софт Дринкс", Московская область), рыбные консервы "Печень трески" мурманского производства и 90 банок сгущенного молока из Смоленска.  
<http://www.fontanka.ru/166535>  
(к содержанию)

**Точка зрения: Министр сельского хозяйства Ростовской области Вячеслав Василенко: "Увеличить производство мяса и молока нам под силу, главное, чтобы были созданы условия для их реализации"**  
Rad.su, 09.06.06

Нацпроект "Развитие АПК" набирает обороты. Однако у многих селян сохраняется сдержанный оптимизм в отношении его результатов. Это не удивительно. В одночасье разбудить закостеневшее за 15 лет невзгод доверие селян к государству невозможно. Разделяя мнение главы Минсельхоза РФ Алексея Гордеева, что нацпроект способен решить лишь часть проблем, министр сельского хозяйства Ростовской области Вячеслав ВАСИЛЕНКО уверен: добиться существенных перемен в АПК с помощью национальной программы реально.

- В Ростовской области активно реализуются все три направления, предусмотренные нацпроектом. На сегодняшний день мы отобрали 35 инвестиционных проектов по строительству и модернизации объектов животноводства общей стоимостью 3,1 млрд. рублей. Уже началось строительство свинокомплексов, птичников, молочных комплексов. К сентябрю полностью завершим строительство птицекомплекса по производству индюшатины проектной мощностью 63 тыс. тонн в год.

Кроме того, в областном бюджете заложены средства на компенсацию затрат на покупку племенного скота - до 25 процентов стоимости одной головы. Плюс к этому выделяется 5 млн. рублей на содержание, то есть на ветеринарную обработку. К настоящему времени по федеральному лизингу для области уже закуплено за рубежом, а также в Воронежской области 520 голов высокопродуктивных животных. Всего за два года в рамках нацпроекта мы приобретем около 5 тысяч голов племенного скота.

Таким образом, в этом году мы рассчитываем увеличить производство мяса на 5 процентов, а молока - на 4,5. Только по мясу птицы ожидается прирост не менее 20-25 процентов. В целом я бы сказал, что увеличить производство мяса и молока нам под силу, главное, чтобы были созданы условия для их реализации. На мясной рынок валом идет импорт, а закупочная цена на свинину уже упала с 55 до 30 рублей за кг. Та же беда и с молоком. Поэтому было принято решение выделить из областного бюджета 53 млн. рублей на покупку молоковозов и охладительных установок.

**- Каковы успехи региона в стимулировании малых форм хозяйствования?**

- В области создано 37 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, в том числе 22 кредитных, 8 - снабженческо-сбытовых и 7 - перерабатывающих. При этом мы хотим, чтобы за два года в каждом из 43 районов области их было не менее пяти. Кроме того, четыре банка - в первую очередь, Россельхозбанк и Сбербанк - участвуют в кредитовании личных подсобных хозяйств. На сегодня ЛПХ области выдано более тысячи кредитов на сумму порядка 100 млн. рублей, крестьянские /фермерские/ хозяйства получили около 500 кредитов на 300 млн. рублей. Однако нас беспокоит, что при оформлении кредитов фермерам приходится тратить уйму времени. Именно поэтому кредитование малого

агробизнеса идет не очень быстрыми темпами. Посудите сами: в области насчитывается более 530 тысяч личных хозяйств и только чуть более тысячи из них на сегодня взяли кредиты.

**- Ростовская область - один из ведущих аграрных регионов страны. Какой прогноз вы можете дать на урожай этого года?**

- К сожалению, последствия зимних холодов внесут свои коррективы. По предварительным прогнозам, урожай зерновых будет как минимум на 10-15 процентов меньше прошлогоднего (6,5 млн. тонн). Наибольший урон зимняя стужа нанесла фруктовым садам и виноградникам. Черешни, вишни, абрикосов в этом году практически не будет, урожай яблок и груш ожидается намного меньше, чем в 2005 году. Сейчас мы почти завершили посевную кампанию. Общая площадь под яровыми составляет 2,4 млн. га, что на уровне 2005 года. Зато мы втрое увеличили посевные площади под сахарной свеклой, вдвое - под соей.

**- Недавно на Дону проходила Всероссийская выставка племенных овец. Как бы вы в целом оценили перспективы развития овцеводства?**

- Этой отрасли последние годы мы уделяем особое внимание. Сейчас для улучшения качества шерсти мы рассматриваем возможность закупки в Австралии племенных овец. Также прорабатываем вопрос планомерного перевода части хозяйств с шерстного на мясное овцеводство. Это вынужденная необходимость. Надо признать, что на рынке шерсть практически не востребована. Совсем другая ситуация с бараниной - спрос на нее постоянно растет, следовательно, развитие мясного овцеводства становится очень выгодным. У нас здесь хорошие перспективы. Разведением овец в нашей области занимается свыше 130 сельхозпредприятий, в которых насчитывается 670 тыс. голов овец.

**Екатерина ДАШКОВА**

[http://rad.su/modules/s\\_one/index.php?id=290](http://rad.su/modules/s_one/index.php?id=290)  
(к содержанию)

**«Никогда не солите отбивную перед жаркой» Почему в российских ресторанах мясные деликатесы готовят из импортной говядины**  
Newizv.ru, 09.06.06

Сегодняшняя статья в рубрике «Гурман «НИ» – не для убежденных вегетарианцев и не для противников жестокого обращения с животными. Разговор в ней пойдет о мясе и о том, как правильно его готовить. Именно эту тему живо обсуждал Матвей ГАНАПОЛЬСКИЙ в последнем майском эфире передачи «Кухонные тайны» на радиостанции «Эхо Москвы» со своим гостем – известным ресторатором, лауреатом национальной премии «Гостеприимство-2005» Михаилом ЗЕЛЬМАНОМ.

Матвей ГАНАПОЛЬСКИЙ: – Сегодня мы говорим о мясе, потому что и «Гудман», и «Колбасофф», владелец которых у нас в гостях, – мясные рестораны. «Гудман» – это стейк-хаусы, а название «Колбасофф» говорит само за себя. Откуда же в основном сегодня поступает мясо для ресторанов?

Михаил ЗЕЛЬМАН: – К большому сожалению, все мясо везется из-за границы. Основные поставщики – Австралия, Новая Зеландия, Аргентина, немного Европа. Пока, увы, невозможен импорт из Америки...

Ганапольский: – Почему?

**Обзор прессы за 03-09.06.06**

Зельман: – Импорт из США запрещен. Но мы надеемся, что в ближайшее время запрет на ввоз американского мяса снимут.

Ганапольский: – А в каком виде к нам приходит импортное мясо – в замороженном или охлажденном?

Зельман: – Мясо сюда прилетает охлажденным, можно сказать, летит первым классом. Во всяком случае цена с учетом транспортировки на него получается примерно такая же. Почему-то у наших контролирующих ветеринарных органов сложился стереотип, что охлажденное мясо нельзя везти контейнером – якобы оно испортится. По российским правилам охлажденным мясом может быть только две недели. Хотя уже есть технологии, позволяющие продлить его срок годности до нескольких месяцев.

Ганапольский: – И при таком раскладе его можно везти к нам и морем?

Зельман: – Конечно. Себестоимость доставки была бы значительно ниже, что позволило бы иметь качественное мясо не только в дорогих стейк-хаусах, но и в более демократичных ресторанах.

Ганапольский: – А что не так с нашим мясом?

Зельман: – С нашим мясом все не так.

Ганапольский: – Вроде бы и поля, и луга, и трава у нас есть, и разные климатические области в России – от самых жарких до самых холодных...

Зельман: – Я постараюсь объяснить. Дело в том, что есть молочные породы и есть мясные. Я больше знаю про мясные, но могу сказать, что и молочные у нас приносят меньше молока, чем в других странах. А про мясные породы и говорить нечего. Как это не удивительно, но не умеют у нас хорошее мясо получать. Здесь все зависит от технологии откорма. Чтобы получить хорошее мясо, надо потратить немалые средства на первоклассное питание для бычка: на зерно, на траву, которую надо соответствующим образом засеивать...

Ганапольский: – А почему для бычка? Это не коровье мясо?

Зельман: – Нет, коровы, как правило, дают нам молоко. А мясо дают бычки. Но чтобы его получить, нужны технологии выращивания крупного рогатого скота. Их внедрение требует немало времени и очень больших затрат. Поэтому и мясо такое дорогое получается. А на те же стейки на жарку годится всего лишь 8–10% мяса животного – миньон, вырезка, толстый, тонкий край. У животного есть определенная часть, которая меньше работает при жизни, такое мясо более нежное, более мраморное. Остальное, жесткое, мясо надо перерабатывать в полуфабрикаты – пельмени, фарш, но и они должны быть высококачественными. И вот здесь возникает такое понятие, как индустрия. У нас, к сожалению, нет индустрии, которая могла бы производить и продавать мясо так, как это делается во всем мире.

Ганапольский: – Поразительно. Казалось бы, такая простая вещь – получить качественное мясо. Для этого ведь не надо создавать какую-то высокую технологию, это же не корабль

в космос запускать, не к звездам лететь. Нужно просто съездить в Аргентину, в Австралию, посмотреть, как там вскармливают бычков, вернуться в Россию и сделать что-то подобное.

Зельман: – Возможно, я вас удивлю, но в мире не так много стран, которые славятся своим производством высококачественного мяса. Я перечислил лидеров. Российские же ингредиенты на сегодняшний день составляют в ресторанах очень небольшую долю. В основном все, из чего мы готовим, – импорт. Но это проблема не только мясной промышленности, это проблема вообще нашей пищевой отрасли в целом. Возьмите сыры и задайте тот же вопрос: «Почему у нас не производят такие качественные и прекрасные сыры, как «Моцарелла», «Пармезан»?»

Ганопольский: – Так ведь тот же «Пармезан» можно производить лишь в определенной области Италии?

Зельман: – Отдельные виды пармезанских сыров – да. Но мы же говорим о технологии, которую использовать никто не запрещает. Ну почему бы не взять их коров, не привезти их сюда и, изучив весь технологический процесс, получать от них молоко и делать из него вкуснейший сыр? Не обязательно называть его «Пармезаном», главное – чтобы он по качеству был не хуже итальянского. Производство качественных, вкусных продуктов – это все-таки определенная культура, целая философия. В той же Италии говорят: «Мы не производим сыры, мы их выращиваем». К сожалению, у нас во времена Советского Союза уничтожили всю пищевую промышленность. До революции у нас были прекрасные имена, люди, которые делали замечательные продукты. Ничего не осталось, и понадобятся десятилетия (а во всех странах продуктовая культура формировалась столетиями), чтобы качественные продукты снова начали производить в России.

Ганопольский: – А вам, вернее, корпорации, которую вы представляете, невыгодно было бы заняться возрождением забытых производств? Или это экономически не интересно? Я знаю, кое-кто из рестораторов уже начал индюшек выращивать, и неплохо получается...

Зельман: – Хорошо получается. Но наша компания взяла на себя миссию возрождения индустрии гостеприимства в России, ресторанной культуры. И браться еще за такой масштабный проект, как сельское хозяйство, животноводство, мы просто не в силах. Хотя с точки зрения экономической привлекательности заниматься производством мяса и других продуктов очень выгодно, рентабельность намного выше, чем в ресторане. Но каждый должен заниматься своим делом.

Ганопольский: – Хорошо, вопрос по делу: как поджарить мясо, чтобы было вкусно? Многие хозяйки говорят, что все зависит от мяса, и если оно хорошее, то хоть что с ним не делай, будет вкусно. Но, по-моему, это справедливо лишь по отношению к свинине, которая всегда получается мягкая, а вот загадка говядины – действительно загадка: как ее не жарь, все равно жесткая.

Зельман: – Очень многое действительно зависит от самого мяса. Безусловно, свинину на наших рынках можно встретить достойного качества, все-таки свиноводство в России хорошо развито. А говядину, как я уже говорил, далеко не во всех странах умеют правильно производить, поэтому найти у нас хорошую говядину очень-очень тяжело. Я имею в виду российскую и на рынке. А с точки зрения бытового совета хочу сказать только одно – не солите мясо до того, как вы положили его на сковороду, потому что соль

выгоняет соки из мяса. Солите его только после того, как снимете со сковороды и положите на тарелку.

Ганапольский: – Надо жарить без соли?

Зельман: – Жарить без соли. Иначе оно станет более жестким и менее сочным. У нас в ресторанах мы жарим стейки в специальных печах – хосперах, где нагнетается высокая температура и в которых мясо жарится под давлением и без единого грамма растительного или животного масла. Оно получается очень сочное.

Ганапольский: – А можно вымачивать мясо в маринадах?

Зельман: – Можно его отбить. Безусловно, есть разные рецепты приготовления мясных блюд, и добиться того, чтобы мясо было мягким, можно и вымочив его. Но это уже немножко напоминает китайскую кухню, когда ешь и не можешь понять, что это такое. Это вкусно, но понять невозможно. Все-таки стейк – это натуральный продукт. Но в маринаде соль тоже лучше не использовать.

Ганапольский: – То, что вы сейчас говорите, как-то противоречит всей нашей кулинарной традиции, когда мясо надо посолить, поперчить, втереть специи...

Зельман: – Ну, попробуйте. Это, как говорят, вкусно или не вкусно. Кому-то ведь нравится сам процесс приготовления: втереть соль, поперчить, а когда своими руками делаешь, все вкусно, мне кажется.

Ганапольский: – Медицинский вопрос: вредно ли есть мясо, особенно свинину, людям, страдающим сердечно-сосудистыми заболеваниями, пожилым? Американцы, кстати, уже доказали, что в той же свинине никакого холестерина нет.

Зельман: – Я не врач и никаких рекомендаций по диете больным людям давать не могу. Скажу только, что мой папа несколько лет назад перенес операцию по коронарорешунтированию, и он ест мясо. Он, конечно, ограничивает себя в свинине и любом жирном мясе. Но постное мясо ест, это очень полезный продукт, есть немало «мясных» диет. Моя же жизненная позиция: все хорошо в меру, и ничем нельзя злоупотреблять. Это касается и еды.

Ганапольский: – Мы говорили о говядине, свинине. А что скажете о баранине? Какая лучше, как ее выбрать?

Зельман: – Австралийская и новозеландская. Но я лично очень люблю нашу, дагестанскую. К сожалению, купить ее непросто, а использовать в ресторанах и вовсе невозможно.

Ганапольский: – Почему? Это штучный товар?

Зельман: – Да.

Ганапольский: – А как вы определяете, что это дагестанская баранина, а не краснодарская, например?

Россия, 191002, Санкт-Петербург,  
наб. р. Фонтанки, 54/164  
тел.: +7 (812) 572-19-65, +7 (812) 764-34-22  
факс: +7 (812) 764-33-44  
[www.rubeg.com](http://www.rubeg.com)  
Группа компаний «Рубеж»

ГРУППА КОМПАНИЙ  
**РУБЕЖ**

Зельман: – По запаху. Есть курдючные породы, которые могут выращивать и в Подмосковье. Но привезенное мясо – очень ароматное, животные ведь там едят сочную траву, пасутся на высокогорных пастбищах.

Гананольский: – А предлагают ли в наших ресторанах блюда, например, из крольчатины?

Зельман: – Да, во французских и итальянских ресторанах кролик – довольно распространенное блюдо. Но у нас в стейк-хаусах его не подают.

Гананольский: – Мясных блюд – сытных и вкусных – в любой национальной кухне великое множество. Выберите себе по вкусу: говядину, свинину, баранину, конину, птицу или дичь. Жареную, тушеную, копченую, фаршированную, отварную, под маринадом или запеченную. И приятного аппетита!

**Наталья ТИМАШОВА**

<http://www.newizv.ru/news/2006-06-09/47989/>  
(к содержанию)

## Новости животноводства и птицеводства

*В Новгородской области в 2 раза уменьшилось производство мяса птицы*

Agronews.ru, 05.06.06

В АПК Новгородской области с начала года хозяйствами всех категорий произведено 32,8 тыс. т молока (93% к уровню января-апреля 2005 г.), в т.ч. сельхозорганизациями - 18,9 тыс. т (103%), мяса скота и птицы на убой в живом весе 6,6 тыс. т (74%). В т.ч. в сельхозорганизациях - 5,1 тыс. т (75%), включая мяса птицы - 1,5 тыс. т (42%) и мяса свиней - 2,3 тыс. т (116%), сообщает «НовгородИнформ.Ру».

Снижение общего объема производства молока вызвано сокращением его производства в хозяйствах населения на 18%.

Основными производителями мяса являются сельскохозяйственные организации, производящие мясо птицы и свинину. Основной причиной, повлиявшей на снижение общего объема производства мяса, стал спад производства мяса птицы.

Сельхозпроизводители по областному лизингу приобрели новой техники на 12,4 млн рублей, в т.ч. за счет возвратных средств на сумму 3,6 млн рублей. На собственные средства организаций и кредиты банков закуплено новой техники на 15,6 млн рублей. Из средств областного бюджета выплачена субсидия за приобретенную технику и оборудование из расчета 25% фактически произведенных затрат на общую сумму 3 млн рублей.

В рамках реализации нацпроекта «Развитие АПК» товаропроизводителями АПК области заключено 9 восьмилетних кредитных договоров на сумму 140,4 млн рублей на строительство, реконструкцию и модернизацию животноводческих комплексов (ферм). Кроме того, 4 сельхозорганизации заключили соглашение с ОАО «Россельхозбанком» о выдаче восьмилетнего кредита на сумму 181 млн рублей.

Для развития малых форм предпринимательства заключено 89 кредитных договоров на сумму 11,2 млн руб., в том числе 62 - личными подсобными хозяйствами на сумму 9,5 млн руб. и 27 крестьянскими (фермерскими) хозяйствами на сумму 12,3 млн рублей.

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?NId=27868>

[\(к содержанию\)](#)

***Что было и что сало Лужков подложит свиней агропрому***

Московский комсомолец, 05.06.2006

Москва готова присоединиться к реализации национального проекта в области АПК. Об этом на совещании в Липецке заявил столичный градоначальник Юрий Лужков. "Хотя у нас больше асфальта, чем травы, мы кровно заинтересованы в развитии сельхозпрома", - сообщил он. Еще бы: 13-миллионное население столицы съедает почти 30 тысяч тонн еды в день.

По приезде в Липецк московскую делегацию погрузили в автобус и повезли на другой конец области смотреть новенький свинокомплекс, построенный по датской технологии. Зеленые ангары под желтыми крышами смотрелись куда наряднее расположенных по соседству деревенских домов. "И немудрено, - философски заметил руководитель хозяйства, - строительство и оснащение 1 кв. м свинарника обошлось в 600 долларов. Дороже, чем жилье в Липецке". В других условиях содержать свиней не имеет смысла: опыт реконструкции советских свиноводческих хозяйств показал, что производимая по старой технологии продукция не выдерживает конкуренции с зарубежными аналогами ни

по цене, ни по качеству. "Необходимо вкладывать деньги в принципиально новые комплексы, построенные в соответствии с последними европейскими стандартами", - убеждали Лужкова бизнесмены. Правда, хавроний, выращенных по этим стандартам, никому из делегации увидеть не удалось: чтобы попасть в свинарник, нужно пройти строжайший санитарно-гигиенический контроль. "В костюме, галстук и туфлях на каблуках не пушу", - грудью вступилась за подопечных отдыхающая после смены свинарка. Зато гостей от души накормили тем, что из хрюшек в конце концов получилось - колбасой с фисташками и маслинами, карбонатом, шейкой и пахучей бужениной. На пробу столичному мэру выкатили даже целого колбасного коня, откусить от которого, впрочем, никто так и не рискнул. Новый липецкий свинокомплекс - составная часть агрохолдинга, за созданием которого стоят столичные власти и московские деньги. Всего в налаживание быта свиней предполагается инвестировать 160 млн. долларов. Отдача - 50 тыс. тонн мяса в год. Аналогичные крупные проекты в области животноводства московские агрохолдинги намерены реализовать еще в 10 регионах страны, в том числе в Ярославской, Орловской, Владимирской областях, а также в Краснодарском крае. В 2006-2007 годах их силами будут реконструированы коровники и свинарники на несколько тысяч ското-мест, закуплены 13 тыс. племенных коров (2800 из них в рамках сотрудничества Москвы с Баварией) и 30 тыс. лучших свиноматок. "В результате в 2007 году поставки мяса всеми агрохолдингами в столицу увеличатся до 160 тыс. тонн", - сообщил министр продовольственных ресурсов города Александр Бабурин, отметив, что это примерно 60% всего объема отечественной мясной продукции, потребляемой городом. По идее столичных властей, агрохолдинги должны существовать на принципах частно-государственного партнерства. Москва готова поддержать вложения бизнесменов бюджетными субсидиями на выплату процентов по кредитам, без которых реализация ни одного проекта в области АПК, увы, невозможна.

**Елена ЕГОРОВА**

(к содержанию)

### ***Варшавский поручился за свиней. Совладелец "Русского угля" вложится в животноводство***

Ведомости, 05.06.06

Совладелец "Русского угля" и металлургической группы "Эстар" Вадим Варшавский увлекается не только необычными подарками. Как стало известно "Ведомостям", компания стала инициатором и финансовым гарантом строительства сразу трех крупных свинокомплексов в Ростовской области.

*Вадиму Варшавскому принадлежит 25% акций УК "Русский уголь", управляющей активами холдинга "Русский уголь", созданной "дочкой" "Роснефти" и одной из структур Межпромбанка в 2002 г. До прихода в "Русский уголь" Варшавский служил управляющим директором Московской нефтяной компании. В прошлом году структуры предпринимателя получили контроль над сетью магазинов необычных подарков Le Futur.*

Компания "Русская свинина" учреждена компанией, созданной Вадимом Варшавским еще до избрания его в Госдуму. Как рассказал "Ведомостям" сам Варшавский, компания "Эстар" стала поручителем по финансовым обязательствам ЗАО "Русская свинина", которое приступило к строительству в Ростовской области трех свинокомплексов на 100 000 голов каждый. Обойдется строительство в 3,9 млрд руб., 1,2 млрд руб. из которых вложит "Русская свинина", остальное дадут в кредит банки. Окупить вложения

планируется за шесть лет с момента начала строительства (для первого комплекса оно займет полтора года). Каждый из комплексов после выхода на проектную мощность будет производить 10 800 т мяса (в живом весе), которое будет продаваться в Ростовской области и Москве в виде полутуш и охлажденного разделанного мяса. В декабре 2007 г. компания собирается выпустить первую партию готовой продукции.

Информацию о том, что проект первого свиного комплекса “Русской свинины” сейчас проходит согласование, а для двух других выбираются земельные участки, подтверждает начальник управления животноводства Минсельхозпрода Ростовской области Алексей Яковлев. Он говорит, что Варшавский выступает “инициатором этого проекта”. Об этом же говорит исполнительный директор Агентства инвестиционного развития Ростовской области Игорь Бураков. Такой интерес логичен, считает он: “Варшавский — бизнесмен и хорошо чувствует ситуацию на рынке. Если это выгодно, почему бы промышленнику не заняться сельским хозяйством?”

Построить несколько свиного комплекса на севере Ростовской области было одним из предвыборных обещаний Варшавского (в 2005 г. он был избран депутатом Госдумы по одному из одномандатных округов Ростовской области), подтверждает гендиректор УК “Русский уголь” Андрей Мишин.

Крупные промышленники с удовольствием вкладывали в сельское хозяйство, но судьба этих проектов сложилась по-разному. Так, Олег Дерипаска строит в родном Усть-Лабинском районе Краснодарского края “самое передовое в мире” агропромышленное предприятие (общие вложения до 2008 г. составят как минимум 4 млрд руб.). Президент “Интерроса” Владимир Потанин в 2001 г., вложив \$100 млн, собирался создать “одну из крупнейших в мире агропромышленных компаний”, но к концу прошлого года оборот группы “Агрос” на рынке конечных продуктов составил \$150 млн и группа постаралась выйти из всех секторов, кроме производства макарон и мяса птицы. Но в “Интерросе” по-прежнему считают поход Владимира Потанина в агробизнес “удачным”. “Для нас “Агрос” был и остается венчурным проектом. И в этом смысле, я думаю, он все-таки удачный”, — говорит член правления “Интерроса” Лариса Зелькова. А Аркадий Гайдамак с 2003 г. инвестирует в производство куриных яиц. Сам предприниматель называет производство яиц “и бизнесом, и формой социальной ответственности”.

“Фактор социальной ответственности присутствует, но все-таки мы занимаемся бизнесом”, — настаивает член совета директоров “Русской свинины” Андрей Горбов. По его словам, свиноводство привлекло компанию своей потенциальной доходностью и рентабельностью.

Свиноводство и правда одно из самых модных направлений агробизнеса. Только за прошлый год было объявлено о проектах на общую сумму больше \$1 млрд. Внутренний рынок защищен квотами, цены на мясо растут на десятки процентов в год, государство субсидирует 2/3 процентной ставки по банковским кредитам — в итоге операционная рентабельность свиноводства составляет 30-40%, признаются участники рынка. По стопам мясокомбинатов и импортеров мяса пошли даже сахарные компании, а член “золотой сотни Forbes” Федор Клюка именно со свиноводства начал свое возвращение в агробизнес.

[\(к содержанию\)](#)

### **Кормовая добавка**

SmartMoney 05.06.2006

Пищевому холдингу «Черкизово» мало IPO— он начинает привлекать деньги и на долгом рынке

Группа «Черкизово» размещает свой первый облигационный заем вскоре после проведенного в начале мая IPO на Лондонской фондовой бирже. Заручившись доверием инвесторов, мясопереработчики рассчитывают занять 2 млрд руб. на 5 лет без премии за дебют. Цель—развитие бизнеса и реструктуризация кредитного портфеля. С сентября 2003 г. на рынке обращаются трехлетние бумаги другого крупного игрока— Микояновского мясокомбината. Они торгуются с доходностью 7,18% годовых к погашению. Участники рынка считают, что организаторы и синдикат «Черкизово» сумеют разместить заем дешевле—около 9,75% годовых к трехлетней оферте. Правда, в таком случае он не будет пользоваться особой популярностью и отличаться высокой ликвидностью. Облигации «Разгуляя» торгуются на уровне около 11,5% (погашение в 2008 г.), но ориентация, видимо, идет скорее на «Вимм-Билль-Данн»—8,5% (погашение в 2010 г.). «По консолидированным данным, компания имеет достаточно высокую долговую нагрузку: платный долг превышает EBITDA в 3,5 раза. Частично его планируется рефинансировать за счет средств, привлеченных от IPO и нового облигационного займа, но пока это только планы»,—говорит главный аналитик управления долговых инструментов банка «Союз» Мария Красникова. С ней согласна и Анна Матвеева из «Тройки Диалог»: «В 2006 г. мы ожидаем увидеть отношение долг/EBITDA на уровне 3,3–3,5—высокий уровень для данного сектора. Кроме того, сейчас в кредитном портфеле “Черкизово” преобладают непубличные заимствования и, соответственно, значительная часть основных средств обременена залогом». Оценка справедливой доходности «Союза»—9,5–9,7% годовых, «Тройка Диалог» дает 9,75–10,25% к оферте. По итогам 2005 г. отношение долга группы к активам составило 0,47, к капиталу—4,59.

Весьма оптимистичен взгляд на будущее мясного холдинга у аналитиков Газпромбанка: чистая прибыль группы к 2008 г. должна вырасти с уровня 2005 г. более чем в 11 раз (до \$200 млн), выручка—с \$546 млн до \$1,211 млрд, отношение чистого долга к EBITDA—сократиться до уровня 0,39 (3,49—в 2005 г.). Радужные прогнозы банку пришлось дополнить специальным разъяснением о том, что цифры отражают исключительно мнения его сотрудников. Пока объемы продаж основных категорий мясопродуктов сокращаются—минус 9% с 2003 по 2005 г., до 162 000 т. В группе это объясняют новой ассортиментной политикой, заключающейся в сокращении выпуска товаров низкоценового сегмента в пользу продукции с более высокой добавленной стоимостью. Сейчас в состав «Черкизово» входят 19 юрлиц, диверсифицированных по основным направлениям. После проведения IPO контрольный пакет акций остался у Cherkizovsky group Ltd, основными бенефициарами которой, по данным инвестмеморандума, являются в равных долях Игорь Бабаев, Сергей, Евгений и Лидия Михайловы

(к содержанию)

### **Будущее у овцеводства есть!**

Молот (Ростов-на-Дону) 06.06.2006

Ростов-на-Дону, похоже, становится аграрным центром и «столицей овцеводства России». Именно эти слова произнес министр сельского хозяйства РФ Алексей ГОРДЕЕВ на

открытии 8-й Всероссийской выставки племенных овец и других сельскохозяйственных животных.

Третий раз подряд в донской столице демонстрировались лучшие селекционные достижения, возможности возрождения и развития животноводства, а Ростовская область вошла в первую пятерку регионов страны по овцеводству. А в целом по России за четыре последних года благодаря госдотациям (отрасль получила около 1,8 миллиарда рублей) овцепоголовье с 17 миллионов увеличилось до 18,2 миллиона голов. Много это или мало? Мировое производство баранины растет и занимает уже более пяти процентов во всех объемах мяса. Причем баранина очень дорога, на 30-40 процентов дороже говядины и свинины. Но особенно в цене молодая баранина — в мировом овцеводстве наиболее эффективна реализация 3-6-месячных ягнят. К примеру, по словам доктора сельскохозяйственных наук, профессора, исполнительного директора Союза животноводов России Тенгиза Джапаридзе, в супермаркетах Москвы и Санкт-Петербурга цена мяса ягнят из Новой Зеландии колеблется от 600 до 650 рублей за килограмм. Российские овцеводы, для того чтобы занять свою нишу на этом рынке, стали продавать хорошо подготовленное и по-европейски упакованное мясо 9-месячных мериносов по 350-370 рублей — продукция пошла на «ура». Появились сдвиги и в реализации шерсти напрямую переработчикам: сегодня они могут заплатить по 110—130 рублей за килограмм в чистом виде. Экономическая выгода налицо, если учесть, что в Южном федеральном округе сосредоточено больше половины «российской отары», и где еще совсем недавно всегда разводили грубошерстные мясные (эйдельбаевская порода) и тонкорунные породы. Произошел хоть и небольшой, но все же сдвиг и в промышленном скрещивании этих двух пород, поставлена цель — создать новую породу овец с высокой мясной продуктивностью и качеством шерсти. Генетических препятствий для этого, по мнению Тенгиза Джапаридзе, не существует.

Подставить плечо овцеводам может и государство в рамках реализации Национального проекта «Развитие АПК», обеспечив льготное кредитование хозяйств, возобновив госзаказ по шерсти, выделив средства на поддержку маточного поголовья. Правда, основа основ овцеводства — племя — скорее всего уйдет с государственного уровня и будет базироваться на букве соответствующего закона. А функции советов по породам (российские ученые, селекционеры и практики создали более 35 пород) должны взять на себя ассоциации, а задача государства — помочь им стать на ноги. Уже на этой выставке были представлены тонкорунные породы (советский меринос, ставропольская, кавказская, грозненская, волгоградская, сальская, маньчжурский меринос, прекос), полутонкорунные породы (северокавказская мясо-шерстная, линкольн, цигайская, куйбышевская), грубошерстная порода (карачаевская), смушковая порода (каракульская), шубная порода (романовская)...

Так что итоги 8-й Всероссийской выставки племенных овец и других сельхозживотных обнадеживают: будущее у овцеводства ЮФО есть!

**Виктор Афанасенко**

(к содержанию)

*«Совладелец «Русского угля» вложится в животноводство»*  
Agronews.ru, 06.06.06

Совладелец «Русского угля» и металлургической группы «Эстар» Вадим Варшавский увлекается не только необычными подарками. Как стало известно «Ведомостям»,

компания стала инициатором и финансовым гарантом строительства сразу трех крупных свинокомплексов в Ростовской области, пишут «Ведомости».

Вадиму Варшавскому принадлежит 25% акций УК «Русский уголь», управляющей активами холдинга «Русский уголь», созданной «дочкой» «Роснефти» и одной из структур Межпромбанка в 2002 г. До прихода в «Русский уголь» В. Варшавский служил управляющим директором Московской нефтяной компании.

Компания «Русская свинина» учреждена компанией, созданной Вадимом Варшавским еще до избрания его в Госдуму. Как рассказал сам В. Варшавский, компания «Эстар» стала поручителем по финансовым обязательствам ЗАО «Русская свинина», которое приступило к строительству в Ростовской области 3-х свинокомплексов на 100 тыс. голов каждый. Обойдется строительство в 3,9 млрд руб., 1,2 млрд руб. из которых вложит «Русская свинина», остальное дадут в кредит банки.

Окупить вложения планируется за 6 лет с момента начала строительства (для первого комплекса оно займет 1,5 года). Каждый из комплексов после выхода на проектную мощность будет производить 10 тыс. 800 т мяса (в живом весе), которое будет продаваться в Ростовской области и Москве в виде полутуш и охлажденного разделанного мяса. В декабре 2007 г. компания собирается выпустить первую партию готовой продукции.

Информацию о том, что проект первого свинокомплекса «Русской свинины» сейчас проходит согласование, а для двух других выбираются земельные участки, подтверждает начальник управления животноводства минсельхозпрода Ростовской области Алексей Яковлев. Он говорит, что В. Варшавский выступает «инициатором этого проекта». Об этом же говорит исполнительный директор Агентства инвестиционного развития Ростовской области Игорь Бураков. Такой интерес логичен, считает он: «В. Варшавский - бизнесмен и хорошо чувствует ситуацию на рынке. Если это выгодно, почему бы промышленнику не заняться сельским хозяйством?»...

Полностью с публикацией газеты «Ведомости» можно познакомиться на нашем сайте в разделе «Обзор прессы».

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?Nid=27907&Page=3>

(к содержанию)

### ***Столичный птицеводческий холдинг вложится в орловских свиней***

Agronews.ru, 06.06.06

ЗАО «Моссельпром», один из крупных российских производителей мяса птицы, намерено заняться свиноводством, построив в Орловской области комплекс на 216 тыс. голов и завод по убою скота (120 голов в день). Сумма инвестиций составит около \$95 млн. Аналитики находят решение компании оправданным: активная поддержка государства делает свиноводство привлекательной отраслью. По их мнению, наличие у компании комбикормового завода решит проблему и с откормом свиней, и со сбытом мяса, пишет «Коммерсантъ - Воронеж».

Как сообщил замгендиректора ЗАО «Моссельпром» Вадим Камашев, свинокомплекс в Мценском районе Орловской области будет построен к началу 2008 г. Его мощность составит 25 тыс. т свинины в год, объем инвестиций - более \$70 млн. По словам В. Камашева, свинокомплекс ЗАО «Орелсельпром», дочернее предприятие «Моссельпрома», внесен в список участников нацпроекта «Развитие АПК», по которому предусмотрена компенсация двух третей процентной ставки по кредиту. «Таким образом, строительство

комплекса обойдется нам в 4% годовых», - подсчитал топ-менеджер. Он добавил, что вторым этапом реализации проекта станет строительство завода по убою скота (120 голов в день) и переработке мяса с объемом инвестиций до \$20 млн. «Многие животноводы испытывают проблемы с убоем - аналогичных предприятий мало, а мясопереработчики зачастую предлагают невыгодные цены», - объяснил В. Камашев.

«В птицеводстве сейчас идет активное импортозамещение, российское правительство наконец обратило внимание на свиноводство, где не все потеряно и можно добиться серьезных результатов, чтобы не оказаться на крючке у импортера», - мотивировал решение «Моссельпрома» о выходе на животноводческий рынок В. Камашев.

Свинопроект «Моссельпрома» - третий из заявленных крупными агрокорпорациями в Орловской области. Вслед за Белгородской и Липецкой областями аналитики называют Орловщину «бронзовым призером» по развитию свиноводства в Черноземье.

Как считает аналитик Института конъюнктуры аграрного рынка Лариса Дорогова, у «Моссельпрома» не будет проблем ни с возведением свинокомплекса, ни с откормом скота, ни со сбытом мяса. Как считает аналитик, Орловщина привлекательна для «Моссельпрома» с точки зрения логистики - основные активы холдинга находятся в Подмоскowie и Тульской области, то есть в непосредственной близости от региона.

Между тем участники птицеводческого рынка скептически отнеслись к намерениям своего конкурента. «Мы можем выращивать зерно или производить коробки - и то, и другое нам нужно для производства мяса птицы, можно и кенгуру, в общем, разводить», - объяснил свою позицию замгендиректора российско-американского холдинга «Куриное царство» Андрей Дмитриев, пояснив, что птицеводство и свиноводство - разные типы бизнеса. Он не исключает, что реализация всех продекларированных животноводческих проектов в полном объеме приведет к перенасыщению отечественного мясного рынка.

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?NIId=27905&Page=3>

(к содержанию)

### ***Пельмени занимают 60% рынка мясных полуфабрикатов.***

Крестьянские ведомости, 06.06.06

В мае 2006 г. маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group провело исследование рынка замороженных мясных полуфабрикатов. По мнению специалистов агентства, производство мясных полуфабрикатов - одна из наиболее динамичных отраслей пищевой промышленности, сообщает "РБК. Исследования рынков".

Согласно имеющимся данным в 2005 г. производство мясных полуфабрикатов выросло на 15%. Впрочем, ожидается, что в течение 2006 г. темпы роста рынка несколько снизятся, так как рынок близок к насыщению.

Специалисты DISCOVERY Research Group оценивают объем рынка мясных полуфабрикатов всех видов в \$1, 7-\$ 1, 9 млрд. Ключевыми тенденциями являются замещение импортных замороженных продуктов отечественными (их цена ниже на 25-50%), а также развитие сегмента премиум и появление элитной продукции, рассчитанной на покупателей с доходами выше среднего.

Крупнейшим сегментом рынка замороженных полуфабрикатов является сегмент пельменей данный вид продукции занимает 55-60% всего рынка мясных полуфабрикатов в стоимостном выражении. Однако в 2006 г. эксперты прогнозируют дальнейшее снижение темпов прироста российского пельменного рынка, которые в 2004 г. составляли 12-15%, а в 2005 г. - уже 9-10% (более того, согласно некоторым экспертным оценкам, в прошлом году этот показатель упал до 5%).

Характерно, что в крупных городах объем продажпельменей перестал увеличиваться, а в регионах рост сохранился. В настоящий момент увеличение потребления обеспечивается за счет жителей средних городов (с населением 200-500 тыс. человек), постепенно включающих покупные пельмени в свой рацион. Также специалисты DISCOVERY Research Group отмечают, что объем продаж дешевых пельменей уменьшается, в то время как относящихся к верхнему ценовому сегменту растет.

(к содержанию)

### **“Бабу Фросю” никто не забудет**

Волга (Астрахань) 07.06.2006

Африканские страусы - это не только диетическое мясо, двухкилограммовые яйца, но и агротуризм

О том, что в Камызякском районе появилась страусиная ферма, “Волга” уже информировала читателей. По просьбе редакции на ней побывал наш нештатный корреспондент. Вот что он там увидел и услышал. Новое предприятие обосновалось на месте бывшей колхозной фермы вблизи села Иванчуг. Еще недавно эта ферма представляла печальное зрелище ввиду разрухи и запустения. Сегодня она преобразилась. Нас “встретил” длиннющий забор из бетонных плит, проходная, пяток легковушек-иномарок и... трое молодых симпатичных, улыбающихся мужчин. Знакомимся: Олег Петрович Никулика – хозяин, его брат Игорь – директор, Игорь Дмитриевич Балжиков – главный ветврач, представитель молдавской фирмы-поставщика страусов.

Они провели нас на смотровую площадку. Увиденное впечатлило. Несколько гектаров земли огорожено сетчатым забором и разбито на прямоугольные загоны (примерно 100x15 или 20 м). В каждом три громадные птицы. Голова небольшая, но тело в добрый центнер весу. А один черный великан, как нам подсказали хозяева, весит аж 170 кг! Впечатлили и затраты. Один страус куплен в Молдавии примерно за 500 евро, или за 17000 наших рублей. Умножьте на 74 птицы - и получите миллион с хвостиком. Плюс доставка за 2000 км, плюс таможня, аренда автотранспорта, а поборы на дорогах, а кормление. А еще строительство самой фермы – на одной сетке разориться можно. В общем, к миллиону надо еще несколько миллионов приплюсовывать, тем более если учесть, что уже строится инкубатор и другие производственные помещения. Никулика 15 лет занимается бизнесом. Был собственником строительной фирмы в Республике Коми, а потом увлекся животными (свой зоомагазин) и парфюмерией (свой косметический салон). Как-то в отпуске познакомился с астраханскими коллегами, съездил вместе с женой к ним в гости – понравилось! И в прошлом году перебрался в Астрахань на постоянное местожительство.

Сначала задумал Олег Петрович (по специальности он машинист газовых компрессорных установок-станций) заняться кроликами. Почитал, посчитал и... отказался: наши астраханские специалисты посоветовали. Оказывается, есть у кроликов нехороший комар, мешающий им нормально жить, кормиться и размножаться. Страусы на глаза попались ему в Молдавии, где он гостил у родственников. Оказывается, их там за последние годы стало много. И, главное, никто не жалуется. Подобрал литературу, поговорил со сведущими людьми и выяснил, что страусоводство в XXI веке из африканского стало по сути дела мировым.

В Соединенных Штатах, например, более пятисот таких ферм. Множество появилось их и в Европе. Даже в таких холодных странах, как Норвегия и Финляндия, и в России, но сравнительно немного.

Есть и выгода. И вот какие аргументы он нам привел: от одной особи женского пола можно иметь за сезон (март-ноябрь) 20-40 яиц. А каждое яйцо весом от 1200 до 2000 граммов. Диетическое мясо страуса (без жира и холестерина) считается деликатесным, пользуется повышенным спросом и имеет хорошую цену (до 700 руб. за 1 кг). Плюс кожа, используемая в обувной и кожевенной промышленности. Плюс страусиные перья. Так что выгода есть.

Учел бизнесмен и то, что страус – птица неприхотливая и хорошо приспосабливается к любым погодно-климатическим условиям. Практически не болеет и имеет устойчивый иммунитет к птичьему гриппу (даже прививки не нужны). Это все плюсы. Есть и минусы. Основной заключается в том, что отдачи, т.е. прибыли, придется ждать несколько лет. Как свидетельствует статистика, откорм длится 13-14 месяцев, яиц для инкубации каждая особь несет немного. Нужна устойчивая кормовая база. Часть ее под ногами – загоны засеют люцерной, но этого, конечно, не хватит. Придется выращивать (или покупать) зерно кукурузы, ячменя, овса и т.п. и зеленку из многолетних трав.

Я заикнулся было о риске, но Олег Петрович сомнения отверг: в бизнесе все и всегда рискуют, сказал он, если всего бояться да опасаться, так лучше заняться чем-нибудь другим.

Не мог я уехать, не спросив о перспективе: ну хорошо, наладят производство страусиного мяса и яиц, коже найдут покупателя и молодняку, а неужто экзотика останется при этом втуне?

Нет. Оказывается, О.П. Никулика со своими товарищами-помощниками глядит далеко, намечая со временем агробизнес превратить в агротуризм. Схема проста: один из туристических маршрутов по нашему краю проляжет через эту ферму, где построят столовую-кафе, смотровую площадку для туристов и т.п. Посетителям предложат не только полюбоваться на птиц-великанов, но и отведать яичницу из страусиных яиц и блюда из страусиного мяса. Предоставят возможность полюбоваться окрестностями (река рядом), расскажут о страусоводстве (может, кто заинтересуется и через полгода-год купит парочку-тройку страусят!). Намечается также создать перепелиную ферму и свиноферму (вислобрюхие поросята).

Мы обратили внимание, что обслуживающий персонал (девушки из Иванчуга) в зеленой униформе, и это не случайно, ибо страус не запоминает лицо человека, а только его внешний вид.

Опасен ли страус? Если не раздражать, то нет. А если рассердится, то лучше спереди не подходить: удар ногой (коготь до 15 см) может оказаться смертельным. Сзади он безопасен.

Не знаю, что у этих “ребят молдавских” получится на астраханской земле, но привлекает их оптимизм, эрудиция и настрой.

P.S. Да, совсем упустил: свою ферму (и ООО) Олег Петрович назвал “Баба Фрося”. Почему? Убежден, что такое имя никто даже с одного раза не забудет!

**Е. АТРАШКЕВИЧ.**

(к содержанию)

**«Куриное царство» клонируется**

RBCEdaily, 09.06.06

*Компания «Куриное царство», которой принадлежит крупный комплекс по производству и переработке мяса птицы в Липецке, запускает аналогичный проект в Брянске*

ОАО «Куриное царство», один из крупнейших российских производителей мяса птицы, в июне запускает новый проект в Брянской области, сообщил RBC daily заместитель директора по маркетингу и продажам компании Андрей Дмитриев. По его словам, новый комплекс по производству и переработке мяса птицы будет практически «клоном» липецкого проекта. В Брянске компания сможет производить 36 тыс. тонн мяса птицы в год, что позволит ей удвоить объемы выпуска. В результате «Куриное царство» сможет побороться за место общероссийского лидера (сейчас, по оценке экспертов, оно принадлежит группе компаний «Продо»). Аналитики считают, что новый проект «Куриного царства» будет успешным, однако сомневаются, что уже пришло время говорить о смене лидера на российском рынке.

ОАО «Куриное царство» (прежнее название – ООО «Золотой Петушок Инвест») на 100% принадлежит компании Golden Rooster Co. Ltd. Стоимость чистых активов «Куриного царства», по данным на конец 2005 года, составила 696 млн руб. В прошлом году компания произвела 45,8 тыс. тонн мяса птицы. По данным Росптицесоюза, всего в 2005 году в России было произведено 1 млн 370 тыс. тонн куриного мяса, еще почти столько же страна импортировала. По оценкам Института аграрного маркетинга, годовой объем отечественного рынка мяса птицы в денежном выражении составляет 5,3 млрд долл., причем ежегодно он увеличивается на 15–20%. Крупнейшими игроками рынка являются «Продо», АПК «Михайловский», «Куриное царство».

В середине июня «Куриное царство» откроет новый цех птицепереработки в Брянске, проектная мощность которого составит 36 тыс. тонн мяса птицы в год, сообщил заместитель директора по маркетингу и продажам компании Андрей Дмитриев. Всего в брянский проект планируется вложить 40 млн долл. из собственных и кредитных средств. В компании рассчитывают, что инвестиции окупятся за два года. Сейчас «Куриному царству» в Брянской области уже принадлежат четыре цеха по выращиванию бройлеров, открытых на базе птицефабрик «Речица-1», «Речица-2», СХПК «Орловский» и «Зимницкий». По словам г-на Дмитриева, со временем к ним будут добавлены новые птицефабрики и инкубаторий, строительство которого уже ведется. До сих пор компания возила бройлеров, выращенных в Брянской области, на переработку в Липецк. «Теперь у нас в Брянске появится свой убойный цех, ориентированный, в основном, на производство охлажденного мяса», – заявил г-н Дмитриев, пояснив, что по своей структуре проект будет в точности копировать липецкий.

Часть продукции планируется продавать в Брянске. «Однако это будут совсем небольшие объемы – 400–500 тонн в месяц, – говорит Андрей Дмитриев. – В Брянске мы не единственный производитель, там есть и другие крупные птицефабрики. Кроме того, на местном рынке активно действуют белгородские и курские птицеводы, и рынок довольно насыщен». Основные объемы будут поступать на федеральный рынок и продаваться под брендом «Куриное царство». Компания не опасается снижения спроса на мясо птицы в связи с птичьим гриппом. «Есть текущая ситуация на рынке, а есть стратегия. Если бы в 1998 году, когда начиналось производство в Липецке, мы действовали исходя из текущих рыночных прогнозов, то проект не был бы запущен», – вспоминает г-н Дмитриев. По его словам, с октября по март цены на мясо птицы снижались, но сейчас они стабилизировались, и летом, по прогнозу эксперта, «никаких резких падений не будет».

Директор Института аграрного маркетинга (ИАМ) Елена Тюрина считает оправданной стратегию «Куриного царства» по увеличению доли охлажденной продукции: «Раньше они были известны больше как производители замороженной продукции. То, что они решили наращивать производство именно охлажденного мяса, – это правильно. По данным последних опросов, сегмент «охлажденки» динамично развивается, и люди отдают предпочтение российской продукции». Кроме того, снижается зависимость

российского рынка от импорта, и у наших производителей курятины «есть потенциал для роста», говорит г-жа Тюрина. Марка «Куриное царство», по ее мнению, узнаваема на российском рынке. Сейчас, по данным ИАМ, «Куриное царство» занимает третье место среди российских производителей мяса птицы – после «Продо» и АПК «Михайловский». «Увеличение объемов производства позволит ей удержать свои позиции на рынке и остаться в тройке лидеров». Однако говорить о смене лидера пока преждевременно, считает директор ИАМ: другие ведущие производители мяса птицы тоже не стоят на месте.

Эдуард Нефедов, директор по развитию компании «Белый фрегат», которой в Брянской области принадлежит птицефабрика «Победа-Агро», знает о планах «Куриного царства». «Конкуренции мы не боимся. Наоборот, приветствуем появление в области еще одного сильного игрока», – говорит он. Г-н Нефедов согласен с тем, что компании необходимо будет продавать продукцию на федеральном рынке: «Рынок мяса птицы в Брянской области уже и так насыщен. То же можно сказать и обо всем Центральном регионе России – там, например, очень активны птицефабрики «Агрохолдинга». Теперь конкуренция идет не по объемам, а по себестоимости и качеству продукции». Падения спроса и цен на мясо птицы г-н Нефедов также не опасается: «Уже можно наблюдать обратную тенденцию – повышение спроса на мясо птицы», – отмечает он. О стабилизации рынка, по его мнению, свидетельствует и то, что сейчас «практически нет птицефабрик, выставленных на продажу», тогда как в конце 2005 года многие владельцы продавали птицеводческие активы.

В начале этого года на рынке появились слухи о продаже «Куриного царства» группе «Черкизово», однако Андрей Дмитриев назвал их «беспочвенными». Эдуард Нефедов также не верит разговорам о возможной продаже «Куриного царства». «Не думаю, что сейчас этот актив будет кому-то продан, особенно учитывая наличие иностранных акционеров», – говорит он. – Возможно, были какие-то встречи или переговоры, но это не означает, что речь шла о продаже».

**Александра Иванская**

(к содержанию)

## Новости мясоперерабатывающей отрасли

*Генеральный директор управляющей компании мясной корпорации "Евросервис"  
Игорь Кофман: "Евросервис" взял курс на IPO"*

Webagro.ru 04.06.2006

- Игорь Маркович, сейчас Мясная Корпорация "Евросервис" - один из ключевых игроков на рынке мясопродуктов, входящий в пятьдесят крупнейших компаний негосударственного сектора России. В прошлом году "Евро-сервис" успешно провел эмиссию облигационного займа на сумму 1, 5 млрд рублей. Насколько успешно идут дела у компании сегодня?

- Прошлый год был достаточно удачен для отрасли и нашей компании. По результатам года оборот Мясной Корпорации превысил 400 млн долларов. Было реализовано свыше 196 тыс. тонн мяса и мясной продукции. В этом году, особенно во втором квартале, ценовая ситуация складывается благоприятно и мы рассчитываем на хорошие результаты уже до середины текущего года.

В 2006 году мы не прогнозируем значимых отклонений от выработанной ранее стратегии развития. Сохраняя ведущие позиции в импорте мяса птицы, мы планомерно выстраиваем широко диверсифицированный по регионам и странам, вертикально интегрированный бизнес, который включает замкнутый цикл от производства собственного сырья до продуктов глубокой переработки и сети дистрибуции.

- Какие ключевые проекты вы считаете для себя приоритетными и каковы масштабы ресурсов, направляемых в развитие бизнеса?

- Сегодня "Евросервис" выделяет три основных направления мясного бизнеса - это переработка, развитие собственной сырьевой базы, а также комплексная система логистики и дистрибуции.

В настоящее время Корпорация владеет тремя заводами, которые производят широкий спектр продукции - от охлажденного мяса до колбас, сосисок и других мясных изделий. В течение года количество заводов увеличится до шести-восьми. На основании проведенных в начале 2006 года по заказу Корпорации независимых исследований мы внесли ряд изменений в технологическое оснащение заводов, в результате которых "Евросервис" будет располагать новыми возможностями как по спектру перерабатываемого сырья, так и по ассортименту продукции.

Учитывая, что часть заводов располагается в свободных экономических зонах, мы имеем возможность, сохраняя приемлемый срок окупаемости и конкурентоспособную цену, использовать одни из лучших известных мировых технологий, обеспечивая тем самым высокую конкурентоспособность продукции в обозримом будущем. Например, буквально неделю назад, по итогам тендера, мы заключили контракт с австрийской компанией "Schaller" на поставку высокотехнологичных линий по производству полуфабрикатов на сумму свыше 10 млн евро. Таким образом, мы имеем все необходимые предпосылки не только для выхода к концу 2007 - началу 2008 гг. на запланированный объем производства в 20 тыс. тонн, но и для дальнейшего существенного увеличения доли рынка.

Кроме того, "Евросервис" осуществляет несколько проектов по расширению собственной сырьевой базы. Масштабность трех из них заслуживает особого внимания: ориентировочное поголовье только свиней, не считая индейки и бройлеров, составит более трехсот тысяч голов. В совокупности с перерабатывающими производствами, птицефабрики и свинокомплексы позволят обеспечить полную сырьевую независимость и выход Корпорации на перспективный рынок охлажденных мясопродуктов и продуктов

глубокой мясо-переработки, что существенно снизит зависимость бизнеса от импорта мяса птицы.

Финальным аккордом по структурированию мясного направления бизнеса "Евро-сервиса" будет завершение формирования комплексной системы логистики и дистрибуции. Уже сегодня компания располагает складскими помещениями общей площадью более 70 тыс. м<sup>2</sup>, холодильными емкостями более 15 тыс. м<sup>2</sup>, автопарком в более чем 100 автомобилей и спец. техники, широкой сетью дистрибуции, высококвалифицированными кадрами и положительной репутацией. Тем не менее, мы не собираемся останавливаться на достигнутом и наметили большой объем работ в данном направлении.

- Как нам известно, ваш проект в Пензе по животноводству включен в список Национальных проектов России. Не могли бы вы остановиться на нем подробнее.

- В начале весны мы начали создание свинокомплекса и птицеводческого комплекса по выращиванию индейки, с убойным цехом и цехом глубокой переработки мяса на базе нашей агрофирмы "Красная Горка" в Пензе. В ближайшей перспективе компания намерена построить в Пензенской области птицеводческий комплекс по выращиванию бройлеров, комбикормовый завод, а также предприятие по производству мясной гастрономии и полуфабрикатов. Создание свинокомплекса мощностью 10 тыс. тонн мяса в год позволит увеличить производство свинины в Пензенской области более чем на 50% (для сравнения, в 2005 г. общий объем производства свинины в области составил 6, 7 тыс. тонн). Создание комплекса по производству мяса индейки годовой мощностью 15 тыс. тонн откроет новое направление производства мяса, т.к. подобные комплексы в области отсутствуют. Предприятия станут градообразующими объектами, дадут толчок к развитию районной инфраструктуры области и обеспечат рост налоговых поступлений в бюджет. Эти проекты действительно включены в программу Национальных проектов в 2006 г. с выделением субсидированного кредита, а на днях аналогичный, масштабный проект стартовал и в Курской области, где было подписано соответствующее соглашение с администрацией области.

- В последнее время многие операторы мясного рынка обозначили свои планы по инвестициям в аграрный сектор. Насколько своевременен проект в Пензе и Курске и почему - именно данный регион?

- Мы считаем приоритетным развитие собственной сырьевой базы, поскольку благоприятная ситуация в секторе импорта не будет продолжаться вечно. С принятием правительством курса на поддержку производства мяса внутри страны, когда намерения не просто озвучиваются, но и подкрепляются реальным делом, создался благоприятный момент для форсирования планов. В выбранных нами регионах уже успешно работают наши агрофирмы, что способствует развитию кормовой базы под создаваемые промышленные предприятия. Например, наша собственная посевная площадь только по Пензе - 46 тыс. га. За счет масштабов и вертикально интегрированной цепочки обеспечивается высокая экономия на издержках. Сформированы сильные команды, участвующие в наших проектах. В частности, в Пензе нашими стратегическими партнерами являются известные мировые компании, отобранные по итогам жестких шестимесячных тендеров. Таким образом, благодаря комфортному инвестиционному климату в выбранных регионах, государственной поддержке через национальные проекты и их социальную значимость для регионов, мы уверены в успехе.

- Недавно правительство предприняло ряд мер относительно усиления контроля за импортом ввозимого мяса. Не окажут ли данные нововведения негативное влияние на ваш бизнес?

- Если вы имеете в виду переоформление разрешений на импорт мяса, то хочу с полной ответственностью заявить, что данные нововведения носят чисто технический характер и

не влияют ни на сроки, ни на объемы наших импортных операций. Скорее наоборот, данные меры позволят поставить барьер для входа на рынок игроков, осуществляющих импорт по не всегда юридически прозрачным схемам.

- Игорь Маркович, многие аналитики рынка позитивно оценивают динамику "Евросервиса". Бумаги "Евросервиса" пользуются устойчивым спросом. Чем Вы это объясните?

- Сегодня "Евросервис" является динамично развивающейся корпорацией с диверсификацией бизнеса как по торговому ассортименту, выпускаемой продукции, так и по странам. Купон в размере 14% годовых обеспечивает хороший запас прочности в отношении макроэкономических показателей рынка ценных бумаг. Финансовые показатели Корпорации стабильно улучшаются.

В частности, в 2006 году мы прогнозируем увеличение товарооборота как за счет продукции собственного производства, так и за счет импортной продукции. Рост выручки в 2006 г. ожидается не менее чем на 50%. Поскольку возрастает доля реализации продукции мясной переработки с высокой добавленной стоимостью, мы планируем хорошую динамику по прибыли и другим финансовым показателям. Уверен, что текущий год будет для нас успешен в финансовом плане.

- Сейчас наблюдается повышенный интерес инвесторов к бумагам аграрного бизнеса - размещение "Разгуляя" и "Черкизовского" яркий тому пример. Ранее вами озвучивалось намерение выхода на IPO. Каковы планы группы компаний "Евросервис" в этой связи?

- Уже в прошлом году нами был взят курс на создание публичной компании, чьи акции будут открыто котироваться на бирже. Мы стремимся построить стабильно развивающийся и прозрачный для инвестора бизнес с устойчиво растущей капитализацией. В настоящий момент мы проводим активные консультации по данному вопросу и определяемся с основными участниками. На наш взгляд, объединение мясного и агро-сахарного направлений "Евросервиса", окажут значительный синергетический эффект на рыночную стоимость компании и ее инвестиционную привлекательность.

<http://www.webagro.ru/news.php?id=34933&cat=all>

(к содержанию)

### ***Пельменная религия***

Секрет фирмы 05.06.2006

Высококонкурентный пельменный рынок оставляет мало шансов для маневра его игрокам. Но совладелец питерской компании «Равиоли» Дмитрий Слесарев уверен, что у него еще есть три пути для развития. И скоро ему придется решать, по какому из них пойти.

«А зовут меня Семен Семенович», - заведующий складом компании «Равиоли» даже внешне чем-то похож на героя «Бриллиантовой руки». Точнее не сам завскладом, а мультяшный персонаж на сайте компании. Технолог завода Мария Витальевна выглядит как фотомодель, а секретаршу можно пригласить потанцевать. Но только после интерактивной экскурсии по заводу, во время которой можно зайти на производство и попробовать сварить пельмени.

Правда, на виртуальной экскурсии знакомство с компанией заканчивается. Владельцы одного из крупнейших игроков на рынке заморозки ведут себя как партизаны: информацию о себе и своей компании держат в строгой секретности, интервью стараются не давать. «А зачем? - излагает СФ свою позицию в первом за последние несколько лет интервью совладелец „Равиоли” Дмитрий Слесарев. - Я же не Тиньков, которому нужно было продать завод, а для этого - заработать публичность. У нас такой задачи не было.

Мы хотели продвигать продукт, а не меня. Зачем мне публичность? Я же не собираюсь быть депутатом».

Сайт для «Радиоли» - как, впрочем, название бренда и все рекламные кампании - Слесарев придумал сам. «Меня ругали, говорили, что такой сайт свидетельствует о несерьезности компании. А я считаю, это наоборот говорит о том, что мы не хотим быть как все, не боимся идти против религии», - говорит Слесарев.

Религией совладелец «Радиоли» называет маркетинг, корпоративную культуру, моду на IPO (которая, по его мнению, ни к чему хорошему не приведет), то есть все то, без чего сложно сегодня представить существование любой компании. В «Радиоли» религии тоже есть, но Слесарев от этого не в восторге.

- Раньше была одна религия, теперь другая. Вместо молитвы все миссию шепчут, вместо воскресных месс устраивают корпоративные вечеринки, вместо проповеди отправляют на учебу. Но на самом деле за этим ничего не стоит, - уверен Слесарев.

- Как так?

- Ну, сами посмотрите. Все, кто получил MBA, приходя на новое место, сразу же начинают искать себе другую работу. То есть никакие заклинания, корпоративный дух и культура не спасают.

- А вас какая религия спасает?

- Я вам одно могу сказать: гимн мы по утрам не поем. Корпоративные вечеринки устраиваем, но я лично на них не хожу, потому что потом обычно бывает стыдно всем. Но религия у нас есть - это качество. Когда люди десять лет работают, и им каждый день вдалбливают, что если они произведут хотя бы один невкусный пельмень или блин, то потеряют навсегда кучу потребителей, это действует.

## ДОСЬЕ

Петербургская компания «Радиоли» была основана в 1994 году частными лицами. Компания работает на рынке замороженных мясных полуфабрикатов, выпускает пельмени, блины, котлеты, готовые блюда и т. д. Развивает несколько брендов - «Радиоли», «Радиолло», «Снежная страна», «Ценная бандероль».

Объемы производства составляют 1,5-1,7 тыс. тонн в месяц (в зависимости от сезона). Оборот компании в прошлом году по сравнению с 2004-м вырос на 7% и составил около \$50 млн (ЕБИТДА - \$8 млн, рентабельность - примерно 15%).

Наиболее сильны позиции «Радиоли» в Москве и Санкт-Петербурге. По России в целом компания входит в тройку лидеров практически во всех сегментах рынка замороженных мясopодуKтов.

## Стратегия выжидания

Про качество своих пельменей, которые не слипаются и не развариваются, Дмитрий Слесарев готов говорить вечно. Как и про историю появления компании. У «Радиоли» даже есть музей пельменей, куда водят на экскурсии школьников, выращивая, тем самым, по выражению Слесарева, «пожизненных радиольцев».

Другой вопрос, что ориентироваться только лишь на былые заслуги сегодня явно недостаточно. Пельменный рынок, еще недавно росший процентов на тридцать в год, сейчас демонстрирует динамику не более чем в 5%. А между тем пельмени по-прежнему занимают львиную долю в бизнесе «Радиоли» - 60-65% (остальное приходится на блины, котлеты и готовые блюда). Но доходность этого бизнеса стремительно падает.

«Да, золотые годы прошли. Если раньше наш оборот каждый год рос на 50-70% в год, то в 2005 году по сравнению с 2004-м - всего на 7%. Увеличилась себестоимость производства, соответственно, снижается рентабельность. Такая картина наблюдается не только у нас, но и у других производителей, - признает Дмитрий Слесарев. - Конечно, сильно повлияло

введение квот на мясо, которое из-за этого подорожало за два года более чем в два раза. В то же время сети объединяются и вводят моратории на повышение цен».

В ситуации стагнирующего рынка мелкие производители постепенно выходят из игры, а крупным ничего не остается, кроме как искать новые возможности для развития. Раньше компании сражались за потребителя на рекламном фронте. Теперь на первый план у ведущих игроков рынка выходят инвестиции в расширение продуктовой линейки и укрупнение бизнеса, в том числе и за счет регионов, поделенных еще не так жестко.

«Талосто» разместила облигационный заем и собирается часть средств потратить на приобретение предприятий в разных регионах. «Морозко» недавно купила завод в Подмосковье, где планирует помимо мясной заморозки делать замороженные овощи, рыбу и морепродукты. А «Продукты питания» вложат \$200 млн в строительство завода по производству замороженных полуфабрикатов.

На этом фоне складывается ощущение, что «Равиоли» топчется на месте: компания никого не покупает, ничего нового не выпускает, да и вообще новостями о себе рынок не балует. Что особенно странно для одного из ведущих игроков, чья политика, казалось бы, и должна влиять на рынок.

Может быть, поэтому, несмотря на то, что «Равиоли» появилась на рынке одной из первых, и несмотря на сильные позиции в родном Питере, компания так и не сумела стать лидером ни в одном из сегментов в целом по России. Так, по данным «Бизнес Аналитики» по 16 крупнейшим городам, «Равиоли» выше третьего места не поднимается. По пельменям компания уступает «Дарье» и «Талосто», по блинам - «Талосто» и «Морозко», по вареникам - «Продуктам от Ильиной» и «Компании М» (см. график).

По мнению медиаменеджера Sun Interbrew Михаила Горбунцова, раньше работавшего директором по рекламе в «Дарье» и «Тинькофф», «Равиоли» не стала первой потому, что компании, возможно, не хватило понимания, как выходить на федеральный уровень: «Когда мы выводили „Дарью” на всю Россию, то перепозиционировали брэнд: изменили фирменный стиль, ушли от мультяшных лубочных образов. То есть сделали все на более качественном, современном уровне. А „Равиоли” пыталась завоевать рынок со своей прежней локальной рекламной концепцией. Но для федерального уровня такого продвижения было недостаточно. К тому же они потратили много сил на борьбу с нашей маркой „Царь-батюшка”, которая была выведена на рынок для отвлечения внимания конкурентов от основного брэнда „Дарья”». Что касается Слесарева, то его сложившийся расклад сил устраивает, да и в нынешнем поведении своей компании он не усматривает ничего странного, хоть и признает, что пельменный рынок «будет умирать». А значит, сейчас как раз то самое время, когда необходимо предпринимать какие-то шаги. Но Слесарев не хочет торопиться: он решил пока понаблюдать за действиями конкурентов, заняв выжидательную позицию.

НОУ-ХАУ

Компания «Равиоли»:

- создала федеральный брэнд, сумела занять сильные позиции в крупных городах, за счет чего вошла в тройку лидеров на рынке заморозки;
- на фоне снижения динамики роста рынка и активизации других игроков заняла выжидательную позицию и не предпринимает пока никаких решительных действий;
- рассматривает для себя три пути дальнейшего развития: купить конкурентов, продаться самой или временно ограничиться захватом доли рынка более слабых игроков.

На войне как на войне

Когда в начале 1990-х Дмитрий Слесарев с четырьмя партнерами основали «Равиоли», про пищевое производство они не знали ничего. Профильного образования, как водится,

ни у кого не было (сам Слесарев, в частности, закончил ЛЭТИ и одно время строил подводные лодки), опыт в бизнесе ограничивался торговлей продуктами питания с лотков. Выпускать пельмени по итальянской технологии компания стала по чистой случайности. На одной из выставок партнеры увидели итальянский станок для ravioli (в Италии они считаются одним из видов пасты) и решили его купить. Со временем выяснилось, что название «ravioli» запатентовать нельзя, потому что это, по сути, пельмени по-итальянски. Так появилась еще одна марка - «Равиолло», которая позиционировалась в более высоком, чем «Равиоли», ценовом сегменте. Позже к ней добавились марки «Снежная страна» и «Ценная бандероль».

«Рынок мы заняли довольно быстро, по Питеру у нас было 60-70% рынка. Хотя Москву упустили: не было денег на то, чтобы развиваться в разных городах, все вкладывали в производство, не успевавшее за сбытом», - говорит Дмитрий Слесарев.

Но и за питерский рынок приходилось биться без передышки. Появившаяся позже других крупных игроков «Дарья» сразу повела себя агрессивно и развязала против «Равиоли» рекламную войну. «Они были нашими основными конкурентами на питерском рынке, „Талосто” и „Морозко” работали в другой ценовой нише. Да, было интересно... Веселые времена были, романтические», - вспоминает Михаил Горбунцов.

Слесарев тоже скучает по тем романтическим временам. «Был энтузиазм, а сейчас уже не так интересно: все в книжках расписано», - ностальгирует он.

А тогда все было просто. Например, «Дарья» запускает в Питере рекламу, основная идея которой - от ravioli бывают только колики. «Равиоли» в ответ - ролик с посылом «Дашка, брысь». «И все пять лет, пока Тиньков не продал „Дарью”, у нас продолжались эти войны», - вспоминает Слесарев. - За это время то он нас хотел купить, то, наоборот, нам предлагал купить „Дарью”. Но ни до чего так и не договорились».

Стратегию военных действий Дмитрий Слесарев решил разрабатывать сам. Потому что не доверяет, как он выражается, «рекламной церкви». «Приходят рекламные гуру и говорят: давайте нам кучу денег, мы их сейчас по телеканалам и газетам распределим. А вот чтобы с какими-то идеями прийти, такого нет. Поэтому я всю нашу рекламу придумывал сам», - говорит Слесарев. - Даже по „Дарье” видно. Тиньков делал все сам, посылал эту рекламную церковь, так сразу реклама была заметна. Что по пиву, что по пельменям».

Свою рекламу Слесарев тоже старался сделать заметной. К примеру, когда через «наружку» продвигали марку «Ценная бандероль», установили в Москве перевернутые щиты. А для продвижения брэнда «Равиолло» придумали такую акцию: поставили в магазинах фотографов, которые снимали людей, купивших три пачки пельменей. Фотографии размещали на щитах со слоганом «Стань знаменитым с „Равиолло”». «После таких акций продажи вырастали на 20-30%, повышалась лояльность к брэнду», - утверждает Дмитрий Слесарев.

Несмотря на все выдумки, «Равиоли» всегда уступала конкурентам в размере бюджетов. Так, по данным TNS Gallup Media, в прошлом году лидером по количеству выходов рекламных роликов на ТВ была «Талосто» (более 6,5 тыс. выходов), далее следовали «Морозко» (1518) и «Мириталь» (1233). «Равиоли» с показателем в 778 рекламных выходов - на последнем месте. Точнее, на предпоследнем, если учесть, что «Дарья» уже второй год не рекламируется вовсе.

Правда, на сегодня рекламную активность практически свернули все производители. Что неудивительно. Так, по данным Synovate, при покупке пельменей на рекламу ориентируются всего 3,3% потребителей.

Как считает Михаил Горбунцов, подобная политика производителей продиктована также стагнацией рынка и тем, что стоимость рекламы постоянно растет: производители, доходы

которых растут очень медленно, уже не могут себе позволить рекламу на центральных каналах.

Его слова подтверждает и Слесарев. «Рекламируется только „Сам Самыч” от „Талосто”, но у них другие задачи: они на IPO хотят выйти. Им надо показать, что у них все хорошо,- говорит он.- Сейчас нужны огромные бюджеты для того только, чтобы потребителю в ухо что-то забилося. Мы не можем себе их позволить. А меньшие бюджеты просто тонут. Так что мы теперь занимаемся продвижением на местах продаж - знаете, все эти пляски вокруг прилавка».

## РЫНОК

Объем российского рынка замороженных мясных полуфабрикатов с точностью посчитать не может никто: слишком велико количество небольших локальных производителей. В среднем, по данным компании Discovery Research Group (DRG), в прошлом году было выпущено от 800 до 1200 тыс. тонн продукции на сумму около \$1,4 млрд. Рынок подразделяется на следующие сегменты: пельмени, мясные полуфабрикаты, блины, вареники, пиццу, тесто и изделия из теста. По данным «Бизнес Аналитики», в стоимостном выражении пельмени занимали большую часть рынка - 61,3% в 2005 году. На втором месте мясные полуфабрикаты - 22,4%, на третьем - блины (10,2%). Крупнейшие игроки, работающие почти во всех сегментах,- традиционно «Талосто», «Дарья», «Радиоли» и «Морозко».

В последнее время этот рынок растет все медленнее: в прошлом году - примерно на 15%. Хотя производители рассчитывают на дальнейший рост (по данным DRG, в Европе потребление мясных полуфабрикатов составляет 35-40 кг на человека в год, тогда как в России - всего 8-9 кг), но признают, что все равно через несколько лет он будет составлять не более 5-7% в год. Игрокам приходится осваивать новые, более высокомаржинальные ниши, что они и делают. Так, у «Дарьи» есть серия «Легкая жизнь», «Радиоли» выпускает готовые блюда, например брокколи и цветную капусту, «Талосто» собирается начать выпускать лазанью, канеллони и т. д.

## На распутье

Слесарев без усталости клеймит позором конкурентов, выпускающих дешевые пельмени, потому что «мяса в них нет»: «При нынешней стоимости мяса 80-100 руб. не могут пельмени стоить 30 руб. за килограмм, как у некоторых производителей. Очень легко сделать дешевые пельмени, заполнить ими рынок и получить в итоге большую долю. Но в долгосрочной перспективе такие производители не выдерживают конкуренции. К тому же сегмент дешевых пельменей все больше утрачивает свои позиции. Поэтому мы никогда не будем делать дешевые пельмени. Это, конечно, заманчиво, но опыт других компаний показал, что на них никто не зарабатывает - ни „Дарья”, у которой появилось много дешевых марок, ни „Мириталь”, ни другие».

Как говорит директор по стратегическому развитию и маркетингу компании «Мириталь» Наталья Романова, ее компания начала ощущать замедление темпов роста продаж примерно с октября прошлого года. «По данным компании MEMRB, с сентября 2005-го по апрель 2006-го объем пельменного рынка сократился на 1% по сравнению со среднегодовым темпом роста в 8-10% в 2004-2005 годах,- констатирует Романова.- Нашим приоритетом сначала было поддержание минимальной цены. Но затем мы, понимая, куда движется рынок, инвестировали в повышение качества и продвижение марки „Мириталь”, которая теперь позиционируется в средне-высоком ценовом сегменте».

Времена, когда можно было, выпустив дешевый продукт, подмять под себя рынок, действительно прошли (см. справку о рынке). По результатам исследования компании Synovate, проведенного осенью прошлого года, только 31,4% российских потребителей при выборе пельменей ориентируются на цену. Основная масса прежде всего обращает

внимание на вкус и качество (77,8% и 60,6%). Соответственно, меняются и потребительские предпочтения в отношении различных марок. Так, недорогие пельмени «Богатырские» от «Талосто», в свое время бывшие у компании локомотивом, сейчас покупают лишь 5,3% потребителей, тогда как более дорогие «Сам Самыч» той же «Талосто» - 15,9%.

В этом смысле у «Равиоли» есть некоторое преимущество перед конкурентами. Компания всегда позиционировала свою продукцию в среднем ценовом сегменте, и сейчас ей не надо продвигаться с нуля, как, скажем, «Мириталю», в 2005-м выпустившему более дорогую марку «Баба Люба», а в этом году - «Один к одному», марку в высоком ценовом сегменте (около 150 руб. за 750-граммовую пачку в рознице). Впрочем, даже если бы и нужно было, Дмитрий Слесарев все равно не стал бы тратить силы на масштабное продвижение. Потому что это противоречило бы стратегии выжидания.

«Я думаю, у нас есть три пути для развития. Первый - все покупать. Вторым путем - продаваться. Но есть еще и третий, на котором вполне можно выстоять. Рынок становится тяжелым, слабые игроки выпадают. Вот можно занимать их место. Но я еще не решил, по какому пути двигаться дальше», - размышляет Слесарев.

Пока еще на рынке заморозки не произошло ни одной значимой сделки, не появилось ни одного нового крупного предприятия: у конкурентов «Равиоли» все это в планах. Так что у Слесарева есть время на размышления и возможность выдержать паузу. Главное, чтобы она не затянулась.

**Елена Локтионова**

(к содержанию)

### **Ведомости**

Коммерсантъ (Воронеж) 06.06.2006

Бизнес и власть Игорь Бабаев тянет с воронежским проектом Вчера воронежский губернатор Владимир Кулаков заявил, что начало реализации проекта группы «Черкизово» (специализируется на производстве и переработке мяса, консолидированный оборот – \$466 млн, контролирует президент группы Игорь Бабаев) по строительству свинокомплексов в регионе затягивается. «Переговоры завершились, мы определились с землей, но „Черкизово“ не начинает работы по непонятным мне причинам. В ближайшее время мы надеемся пригласить в администрацию Игоря Бабаева и выяснить, в чем дело», – рассказал губернатор. Для реализации проекта группе выделили пустующие земли в Нижнедевицком, Новохоперском, Таловском и Кантемировском районах площадью 40-50 тыс. га. В первых числах мая началось оформление земельных участков. По словам Владимира Кулакова, «Черкизово» пыталось получить административную поддержку в переговорах с крестьянами о внесении их паев в уставный капитал компании, которая будет реализовывать проект. «В свое время аналогичной была тактика белгородского бизнесмена Федора Клюки при создании холдинга „Стойленская нива“. Я помню, чем там все закончилось (сначала – недовольством собственников земли, затем – продажей компании. – „Ъ“), поэтому мы не стали вмешиваться в процесс», – сообщил г-н Кулаков, добавив, что заинтересованность в регионе есть «у многих инвесторов», которым могут быть отданы выделенные участки, если «Черкизово» не станет вести строительство.

**МАРИЯ СИМОНОВА**

(к содержанию)

**"Черкизово" разместило задешево**  
Rbcdaily, 08.06.06

Компания получила самую низкую ставку на публичном рынке среди компаний пищевой отрасли.

Во вторник группа "Черкизово" полностью разместила пятилетние облигации на сумму 2 млрд руб. Ставка первого купона в ходе конкурса была установлена в размере 8,85% годовых. Таким образом, доходность выпуска к трехлетней оферте составила 9,05% годовых, это ниже, чем у всех остальных компаний пищевого сектора, за исключением пивоваренных. Успешность займа эксперты связывают с мощным пулом андеррайтеров и интересом инвесторов к данному сектору рынка. По их мнению, теперь можно ожидать, что и остальные российские производители мясной продукции активизируются на рынке облигаций.

Группа "Черкизово" объединяет восемь мясоперерабатывающих предприятий (Московский регион, Пензенская, Ульяновская, Белгородская, Ростовская области, Краснодарский край), четыре свинокомплекса, пять птицефабрик, птицеперерабатывающий завод, комбикормовый завод, несколько торговых домов с филиалами в 12 крупных городах страны. Акционерами группы являются ее основатель Игорь Бабаев и члены его семьи. Оборот компании в 2005 г увеличился до 546 млн долл с 463,7 млн долл в 2004 г. Чистая прибыль в прошлом году составила 17,1 млн долл против 1,1 млн долл в 2004 г. В ходе IPO на Лондонской фондовой бирже 10 мая этого года группа привлекла 251 млн долл, разместив 109,9 тыс обыкновенных акций и GRD (27,8% от акционерного капитала). Цена размещения составила 2,3 тыс долл за акцию и 15,3 долл за GDR. Капитализация компании после IPO составила приблизительно 904 млн долл.

Говоря о состоявшемся займе, в "Черкизово" сообщают, что всего на конкурс было подано 48 заявок с диапазоном купона 8,5-9,15% годовых. Общий спрос на облигации составил 3,2 млрд руб. В ходе размещения было удовлетворено 26 заявок на общую сумму 2 млрд руб. "Покупателями облигаций стал широкий круг инвесторов, включающий банки, инвестиционные и страховые компании", - сообщается в пресс-релизе компании. Полученные в результате размещения займа средства компания использует для оптимизации долгового портфеля, который планируется сократить за счет части средств, вырученных в результате недавнего IPO. По оценке "Газпромбанка", являвшегося андеррайтером размещения, группе "Черкизово" удалось получить самую низкую ставку привлечения на публичном рынке среди компаний пищевой отрасли. "В ходе проведения конкурса ряд клиентов выставил достаточно агрессивные заявки, посчитав такую ставку приемлемой", - пояснил RBC daily начальник отдела по взаимодействию со СМИ "Газпромбанка" Сергей Муравьев.

Аналитики отмечают, что, учитывая срок обращения выпуска, доходность 9,05% -самая низкая среди компаний пищевой отрасли. К примеру, ставка купона по облигациям "Микояна" была 13,5%, а "Евросервиса" - 14%. "По сравнению с остальными компаниями, за исключением пивоваренных, группа "Черкизово" действительно имеет ряд серьезных преимуществ. Это и масштабы бизнеса, и рентабельность, и наличие отчетности по МСФО на протяжении нескольких лет, а также удачное IPO, которое прошло совсем недавно", - заявил RBC daily аналитик компании "Антанта Капитал" Георгий Аксенов. Тем не менее, по его словам, даже с учетом всех сильных сторон компании, справедливая доходность находится на уровне не ниже 9,5-9,7% годовых. Около 9% годовых с сопоставимой дюрацией торгуются облигации компаний с более высокой рентабельностью и меньшей долговой нагрузкой, их риск ниже. "Прогнозы шести

аналитиков крупных банков были в диапазоне 9,2-10,25% годовых по доходности, а среднее значение границ диапазона 9,44-9,63%", - добавляет г-н Аксенов.

Александр Афонин из брокерского дома "Открытие" полагает, что в первую очередь столь низкую ставку можно объяснить сильным составом андеррайтеров, состоящим из девяти достаточно крупных банков. "Итоги размещения оказались лучше моих прогнозов, - заявил он RBC daily. - По всей видимости, удачному размещению способствовал состав организаторов и хорошая обстановка на денежном рынке, сложившаяся в последнее время". Спрос на аукционе, на 58% превысивший предложение, аналитики оценивают как достаточно высокий. "Нужно учесть, что прогноз организатора по купону был на уровне 8,65-9,15%, а по доходности - 8,84-9,36% годовых, что ниже, чем средние прогнозы справедливой доходности большинства аналитиков", - отмечает Георгий Аксенов.

По мнению президента Мясного союза России (МСР) Мушега Мамиконяна, интерес инвесторов был, скорее, не к компании, а к сектору рынка, в котором работает "Черкизово". "Здесь надо отметить и национальный проект по развитию АПК, и то, что покупательская способность населения растет, и потенциал покупок мясного характера значительно больше, чем продуктов углеводного содержания, - заявил г-н Мамиконян RBC daily. - Кроме того, благоприятна общая макроэкономическая ситуация". По мнению президента МСР, после успешного размещения "Черкизово" следует ожидать облигационного бума среди других компаний отрасли.

Между тем вчера появилась информация, что в планах у "Черкизово" стоит размещение еще одного займа, но теперь уже на 3 млрд руб. В самой компании RBC daily отказались это подтвердить, сославшись на период молчания. В "Газпромбанке" эти сведения также не стали комментировать. Аналитики полагают, что в ближайшем будущем вряд ли стоит ожидать телодвижений "Черкизово" на долговом рынке. "Не думаю, что в скором времени "Черкизово" будет выпускать новые облигации. Для начала компания должна "переварить" средства, полученные от этого облигационного займа и проведенного недавно IPO", - считает Александр Афонин.

(к содержанию)

### ***Мясокомбинат в Находке освоил выпуск новых деликатесов***

Annews.ru, 09.06.06

Выпуск новой деликатесной продукции - сырокопченого цельномышечного мяса - освоил Находкинский мясокомбинат.

До сих пор такие вкусные, но затратные в приготовлении продукты ближе всего к Дальнему Востоку делали в Улан-Удэ. Секретами приготовления поделились мясники из Германии (мы не конкуренты европейцам). С запада завозят и стартовые культуры с живыми бактериями. Сырье приобретают в разных частях света от Ирландии до Алтая. Завод работает только с проверенными отечественными и зарубежными поставщиками свинины и говядины.

Процесс копчения и вызревания в общих чертах схож с сырокопчеными колбасами. На реализацию отправляют как нарезку в фирменной упаковке, так и балык, цельные куски. По оценке специалистов ведущих московских мясокомбинатов, изделия из Находки не только не уступают в качестве столичным, но и по некоторым показателям превосходят их. Что также было отмечено на конкурсных показах, опросах потребителей и на выставках-ярмарках внутри страны и за рубежом. На самом предприятии за качеством каждой партии следит аккредитованная лаборатория. Стоимость сырокопченого мяса опять же ниже завозимого в Приморье из-за границы и других регионов России. Жаль

Россия, 191002, Санкт-Петербург,  
наб. р. Фонтанки, 54/164  
тел.: +7 (812) 572-19-65, +7 (812) 764-34-22  
факс: +7 (812) 764-33-44  
[www.rubeg.com](http://www.rubeg.com)  
Группа компаний «Рубеж»

ГРУППА КОМПАНИЙ  
**РУБЕЖ**

только, что объем выпускаемой продукции пока не велик: 250 килограмм говядины и 220 килограмм свинины разовых партий. Это связано с имеющимися на вооружении мощностями. В настоящее время на мясокомбинате в наличие имеется три камеры немецкой и польской конструкции. Однако уже этой осенью будет смонтировано еще две германские камеры для копчения. По словам заместителя директора по производству Любови Курыгиной, это позволит увеличить объем выпускаемых деликатесов с 30 до 50 тонн в месяц. Для сравнения, каждый месяц в Приморье завозится со стороны до 60 тонн сырокопченой продукции.

<http://annews.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=45752>  
(к содержанию)

## Новости оптовой и розничной торговли

### *Компания "Рамэнка" в течение трех лет планирует направить на развитие сети "Рамстор" в Татарстане 10 млн долл*

Product.ru. 05.06.06

Компания "Рамэнка" (оператор розничной сети "Рамстор") в течение трех лет планирует направить на развитие розничной сети "Рамстор" в Татарстане 10 млн долл. Как говорится в сообщении "Рамэнки", за время работы сети в республике компания уже инвестировала в развитие 10 млн долл. Объем продаж сети "Рамстор" в Казани за период с апреля 2003 г по апрель 2006 г составил 57,8 млн долл.

Сейчас торговая сеть "Рамстор" в Казани представлена шестью торговыми объектами общей площадью 19 тыс. 550 кв м и включает в себя три гипермаркета и три супермаркета.

За три года (с апреля 2003 г по апрель 2006 г) магазины "Рамстор" в Казани посетили более 6,2 млн покупателей. Ожидается, что к концу 2006 г количество покупателей сети "Рамстор" в Татарстане составит 7,5 млн человек.

Компания "Рамэнка" сообщает, что намерена расширять свою сеть в Татарстане и дальше, причем не только в Казани, но и в Набережных Челнах, Альметьевске и других городах. Кроме того, в течение 2006г. "Рамэнка" планирует построить собственный распределительный центр в республике. Ассортимент казанских магазинов "Рамстор" на 82% состоит из закупаемых в республике товаров. Доля продовольственных и непродовольственных товаров, закупаемых у местных поставщиков, составляет 89% и 55% соответственно.

Компания "Рамэнка" была основана в Москве в 1997 г, ее учредителями выступают промышленно-торгово-финансовый конгломерат из Турции "КОЧ" (КОС) и строительная компания Епка. В России "Рамэнка" управляет торгово-розничной сетью из 55 магазинов (8 торговых центров и 27 гипер- и супермаркетов на территории Москвы и Московской области, 19 гипер- и супермаркетов и один торговый центр в регионах).

<http://www.product.ru/news.asp?ID=42512>

[\(к содержанию\)](#)

### *Хлеба и зрелищ*

Компания, 05.06.2006

Производства в супермаркетах появились на заре становления ритейла как важная имиджевая составляющая сетей. Несмотря на бешеные темпы роста арендных ставок, повлекшие за собой значительное удорожание стоимости открытия магазина, ритейлеры не только не отказываются от производств, но и ищут оригинальные способы их подачи на своих площадях.

В России большая часть «цивилизованного» розничного рынка принадлежит отечественным ритейлерам. В этом наша страна отличается, например, от Западной Европы, где на рынке доминируют зарубежные продуктовые сети. По данным исследовательской компании IGD, объем российского розничного продовольственного рынка с 2000 года увеличился втрое и составил в 2005 году \$230 млрд.

По мнению экспертов, во многом этот рост обусловлен именно увеличением доли магазинов современных форматов. И это еще не предел: к 2020 году российский продовольственный рынок обещает стать крупнейшим в Европе.

Первые продовольственные сети появились в России в начале 1990-х. С тех пор большинство из них прошли примерно одинаковый путь проб и ошибок. С ростом числа магазинов все дожившие до сегодняшнего дня компании были вынуждены задуматься о способах повышения эффективности своего бизнеса. В процессе поиска этих способов ритейлеры обнаружили, какие интересные перспективы открываются перед собственными производствами. Продукция, произведенная в магазине, занимает особое место в ряду потребительских предпочтений. Чтобы купить любимый сорт хлеба или пирожное, клиенты готовы проехать лишний квартал. Изменив подход к организации производств в собственных супермаркетах, ритейлеры обеспечили бизнесу добавленную стоимость. По словам директора по стратегиям компании «Семперия» Олега Гвоздика, доля произведенной в магазине продукции составляет в ассортименте супермаркетов до 8%, в обороте – до 12%, в прибыли – до 18%. В целом маржа в данной товарной группе достигает 65%, а на отдельные продукты доходит до 500%, при этом рентабельность самого магазина может находиться в пределах 4 – 6%.

Как все начиналось

Когда десять лет назад владельцы сетей открывали в магазинах первые мини-пекарни и кондитерские цеха, едва ли они могли предположить, что наценка на отдельные категории продукции, произведенной собственными силами, когда-нибудь составит сотни процентов.

«Перекресток» начал развивать собственное производство с открытия цехов по выпуску полуфабрикатов, мини-пекарен и кондитерских. Дополнительное развитие это направление получило в 2004 году с открытием специализированного комплекса, снабжающего сейчас салатами и готовой кулинарией более 80 московских и подмосковных магазинов сети. В 2005 году комплекс вышел на проектную мощность и теперь ежедневно выпускает до 8 тонн готовых салатов в обычные дни и до 18 тонн – в предпраздничные. В 2006 году открылся цех по разделке мяса (разделка полутуш, фасовка и приготовление полуфабрикатов). В общей сложности ассортимент салатов и готовой кулинарии в сети сегодня составляет 600 наименований, полуфабрикатов – 350, выпечки – 80.

Или другой пример: «Мосмарт» открывает производства в каждом новом гипермаркете. Ассортимент продукции собственного производства составляет более 500 наименований, но для каждого нового магазина расширяется. На сегодняшний день доля собственной продукции в товарообороте магазина по разным категориям составляет: пекарня – 99%, рыба – 25%, мясо – 64%, горячий стол – 78,6%.

История развития собственных производств в «Азбуке вкуса» началась с небольшого цеха, выпускавшего ограниченный ассортимент салатов и полуфабрикатов в одном из первых трех магазинов сети. В 2002 году компания начала активную трансформацию собственного производства, расширив ассортимент до 210 – 230 наименований. К 2006 году доля продуктов собственного производства в обороте сети составила 20%, а специализированные цеха теперь работают в 9 из 12 магазинов сети.

Запуск каждого нового производства обходится компании не менее чем в \$100 000. «Но оборудование – не самая важная составляющая успеха производства, – признается директор по маркетингу сети «Азбука вкуса» Галина Яшук. – Гораздо важнее, чтобы на нем работали грамотные и высококвалифицированные специалисты,

которых нужно найти и обучить». Несмотря на присущую сетевому бизнесу технологичность, маркетинговый анализ потребительских предпочтений в среде отечественных ритейлеров часто сводится к тому, что технолог производства разрабатывает ассортимент на основе личного опыта. «Статус технолога сравним с тем, которым обладает шеф-повар в ресторане, – отмечает Олег Гвоздик. – Помимо таких традиционных блюд, как селедка под шубой или оливье, необходимо предлагать покупателю «изюминку», которую он сможет найти только в магазинах этой сети. Именно за такими «изюминками» и возвращаются люди».

В калининградской компании «Виктория» (магазины у дома «Квартал», дискаунтеры «Дешево», магазины Cash & Carry и супермаркеты «Виктория») производство возглавляет Светлана Нецлер, технолог по образованию, имеющая опыт работы в общепите. Приступив в 1999 году к организации производства, Нецлер специально ездила учиться за границу, в том числе в соседнюю с Калининградом Латвию, где хорошо развито хлебопечение. Теперь производственные мощности компании в Калининграде обеспечивают магазины сети салатами, кулинарией, соленьями, копченьями, хлебом и кондитерской продукцией. В дальнейших планах – запуск завода в Зеленограде по выпуску широкого спектра продукции для обеспечения потребностей магазинов сетей «Квартал» и «Дешево».

В супермаркетах «Виктория» продукция по-прежнему производится на месте, поскольку их ассортиментная политика предполагает максимально широкий выбор свежих продуктов. «Экономить при организации производства не следует, – убеждена Светлана Нецлер. – Для своих супермаркетов мы приобретаем оборудование, которое могут позволить себе далеко не все рестораны. Например, фритюрницы, готовящие курицу под давлением, специальные копильные камеры для приготовления рыбы». Кому это нужно

Само по себе открытие собственного производства – дело нехитрое, и справиться с ним могут практически все магазины. Другой вопрос – сделать этот бизнес рентабельным. А это удел немногих. Считается, что некоторым форматам он и вовсе противопоказан. В первую очередь это относится к дискаунтерам, предлагающим узкий ассортимент продуктов и товаров на ограниченной площади. «Магазины у дома» имеют потенциал для организации производств, но им бывает сложно его реализовать по причине разного рода технических ограничений. «Для магазинов возле дома экономически оправданно создавать производство в местах с пропускной способностью от 2000 человек в день, обеспеченных мощностью в 140 – 150 киловатт, – рассуждает Дмитрий Потапенко, управляющий партнер сетей «Гастрономчик» и «Миллениум». – Найти на сегодняшнем сверхдефицитном рынке недвижимость, которая соответствовала бы этим требованиям, почти невозможно. Она, как солнечное затмение, случается раз в сто лет».

В то же время супермаркетам и гипермаркетам собственные производства необходимы, как минимум, для поддержания имиджа магазинов, предлагающих своим посетителям исчерпывающий ассортимент продукции. Но не в одном ассортименте дело.

Сильный позитивный эффект на покупателей производит изготовление продуктов на их глазах. Некоторые магазины даже специально ставят прозрачную стену между торговым залом и производственным цехом. В тех же случаях, когда продукт везут с фабрики-кухни, его внешний вид и потребительские свойства неизбежно теряются.

Инвестиции в цеха относительно невелики и окупаются почти всегда. Например, объем вложений в строящуюся фабрику-кухню «Азбуки вкуса» со сроком окупаемости 2 – 3 года составляет \$7 млн, то есть столько же, сколько стоит открытие двух-трех

магазинов сети. Издержки на организацию пекарни, мясного и салатного цехов в супермаркете с торговой площадью 1000 кв. м могут составить до \$170 000.

По данным IGD, в 2005 году доля магазинов самообслуживания (супермаркетов, гипермаркетов, дискаунтеров, Cash & Carry, «магазинов у дома») в общем объеме рынка продуктового ритейла составила 15 – 20%. Ожидается, что к 2010 году этот показатель достигнет 50%. Вместе с этой долей будет расти и оборот бизнеса на производстве в магазинах. Так, уже через несколько лет на продукцию собственного изготовления будет приходиться около 15% оборота торговых точек, а в специализированных магазинах – до 30%.

**Издержкам – бой!**

Директор консалтинговой компании Core Competences Олег Бакун отмечает, что на нынешнем этапе развития ритейла в нашей стране приоритетным направлением работы для продовольственной розницы становится стандартизация всех этапов производства, которая позволит существенно сократить издержки. Эту веху в своем развитии уже прошли все иностранные сети и большинство крупных российских. Теперь настала очередь средних и мелких.

Один из наиболее примитивных способов экономии – использование недорогих технологий. Ведь, например, не секрет, что продукция на пределе срока годности, переработанная на производстве в другой продукт, получает новый срок использования...

Но меры такого рода являются паллиативом и не решают проблему цивилизованной экономии в целом. И уж, конечно, они не должны использоваться в условиях высококонкурентного рынка. В тех компаниях, где это понимают, готовы инвестировать в инновационные подходы. Так, например, «Мосмарт» применяет нехарактерное для мини-пекарен бестарное хранение муки в силосах, что существенно снижает себестоимость производимой продукции. В мясном производстве внедрена технология обвалки полутуш в вертикальном положении на подвесном пути, что снижает трудоемкость работы обвальщиков. Сырье на производства магазинов поступает ежедневно, и товарные запасы на складах не превышают суточного объема. Это позволяет значительно снизить издержки, связанные с их хранением. Использование пароконвектоматов (тепловое оборудование) последних моделей стоимостью более \$2000 – 3000 позволяет снизить потери при изготовлении кулинарной продукции на 17 – 22%.

Теоретически сокращать издержки ритейлеры могли бы за счет передачи производств на аутсорсинг. Так, по оценкам экспертов, более 90% private label-продукции российская розница, как, впрочем, и мировая, производит на аутсорсинге. Однако в сегменте непакетированных продуктов с короткими сроками хранения ситуация совершенно иная. Сети, для которых вопрос поддержания качества продукции под собственными марками на должном уровне – один из наиболее значимых, пока никому доверить ее выпуск не могут. Ведь большинство крупных производителей не отличаются гибкостью в ассортиментной политике, не готовы отвечать за логистику и вообще не горят желанием работать с относительно мелкими заказами. «Отдельные группы товаров можно попробовать отдать на аутсорсинг, – рассуждает директор по информационной политике холдинга «Марта» (управляет сетями Billa и Grossmart) Евгений Сухарников. – Но чем можно заменить запах свежеевыпеченного хлеба в супермаркетах? При принятии решения о покупке люди подсознательно реагируют на тот факт, что данная продукция произведена практически на их глазах».

По словам Ирины Беловой, заместителя начальника управления собственных производств ГК «Перекресток», ее сеть сотрудничает с производителями готовой

кулинарии. Компания прибегает к их помощи при выходе в новые регионы. Однако по мере развития региональных филиалов компания намерена отказываться от услуг сторонних производителей для того, чтобы иметь возможность лучше контролировать качество очень требовательных к условиям производства, перевозки и хранения кулинарных продуктов.

Ритейлеры, не нашедшие в свое время партнеров среди производителей, с успехом сами выполнили их функции и теперь вряд ли захотят «взять их в долю». Так что, судя по всему, сомнительного вида буханки с этикетками разнокалиберных хлебозаводов и дальше будут пылиться на полках супермаркетов, в то время как покупатели выстраиваются в очереди к установленным в магазинах мини-пекарням, горячий хлеб из которых сразу попадает к ним в корзину, минуя заботливые руки грузчиков и мерчандайзеров.

**ТАБЛИЦА 1. КОПЕЕЧНАЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ САМЫЕ ИЗВЕСТНЫЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ СЕТИ В МОСКВЕ, %**

Графа (1) - НАЗВАНИЕ

Графа (2) - ХОТЬ РАЗ ДЕЛАЛИ ПОКУПКИ ЗА 3 МЕСЯЦА

Графа (3) - ЗНАЮТ

(1)	(2)	(3)
Копейка	46,7	72,6
Ашан	41,4	73,2
Пятерочка	41,4	66,2
Перекресток	35,8	65,1
Рамстор	27,6	59,7
Седьмой континент	27,6	62,9
Метро	19,2	62,9
Патэрсон	15,2	46,2
Ароматный мир	11,9	38,2
Дикси	10,2	28,6

Источник: КОМКОН, 2 полугодие 2005 года

**Ольга Громова**

(к содержанию)

**ГК "Виктория" в 2006 г планирует вложить в развитие сети одноименных супермаркетов в Москве около 20 млн долл**

Product.ru, 05.06.06

Группа компаний "Виктория" открыла сегодня в Москве первый одноименный супермаркет и до конца 2006 г планирует открыть в столице еще три объекта, инвестировав в общей сложности около 20 млн долл. Об этом РБК сообщил начальник отдела развития ГК "Виктория" Игорь Николаев.

По его словам, инвестиции в открытие первого объекта составили 3 млн долл, примерно по столько же планируется вложить в открытие в Москве еще двух традиционных супермаркетов в формате "у дома". Кроме того, в июле 2006 г. ГК "Виктория" планирует открыть в районе Южное Бутово собственный торговый центр, где супермаркет "Виктория" выступит "якорным" арендатором.

Как пояснил И.Николаев, решение о выводе супермаркета "Виктория" на московский рынок было принято в начале 2005 г (ранее работали только в Калининграде). По планам

группы в 2006 г один супермаркет "Виктория" будет открыт в Санкт-Петербурге, не исключается также возможность выхода и в другие регионы.

Общая площадь первого супермаркета "Виктория" в Москве составляет 3 тыс кв м, площадь торгового зала - 1,7 тыс кв м. Ассортимент предлагаемых товаров включает 15-17 тыс наименований, включая продукцию собственного производства (выпечка, салаты и др). Как ожидают в ГК "Виктория", средний чек будет составлять 300-350 руб, ежедневно планируется оплата 5-6 тыс чеков. По словам директора по брендингу формата "Супермаркет "Виктория" Владимира Попика, по итогам 2006 г оборот первого московского объекта прогнозируется на уровне 9-12 млн долл.

Группа компаний "Виктория" создана в 1993 г, в настоящее время управляет свыше 130 магазинами разных форматов в Калининграде, Москве, Санкт-Петербурге. Кроме того, по договору франчайзинга группа развивает сеть "Квартал" во Владимире и Ульяновске. По итогам 2006 г в сеть ГК "Виктория", как ожидается, будут входить около 180 магазинов. Оборот ГК "Виктория" в 2006 г ожидается на уровне 1 млрд долл по сравнению с 607 млн долл годом ранее.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=42514>

(к содержанию)

### ***Новый универсам «Седьмой Континент» открылся в Москве***

Retailer.ru, 05.06.06

Как стало известно Retailer.RU, 30 мая в Москве на Барвихинской улице появился новый магазин сети. Он стал 120-м в составе компании.

По сообщению пресс-службы «Седьмого Континента», новый супермаркет работает в формате «Универсам». На 1700 кв.м. торговой площади нового универсама покупатели найдут более 20 000 наименований продуктов. Особенностью нового магазина является наличие собственного кулинарного производства. Открывшийся универсам будет работать ежедневно и круглосуточно.

#### **Справка:**

На сегодняшний день «Седьмой Континент» объединяет 120 магазинов: 3 гипермаркета и 117 супермаркетов («Седьмой Континент - Пять звезд», «Седьмой Континент - Универсам», «Седьмой Континент – Магазин у дома»).

**Михаил Ядренцев**

[http://www.retailer.ru/?cat=i\\_news&key=8794&&d=2006-06-05#body](http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=8794&&d=2006-06-05#body)

(к содержанию)

### ***Объединенная «Пятерочка» может продать «Магниту» сеть супермаркетов.***

#### ***«Франк» на продажу***

Бизнес, 06.06.06

Puaterochka Holding определился с судьбой проекта сети универсамов "Франк", который оказался под угрозой после слияния компании с "Перекрестком". Проект заморожен на два года, в течение которых ритейлер попытается продать брэнд кому-нибудь из конкурентов. По данным "Бизнеса", уже ведутся переговоры с крупнейшей российской сетью дискаунтеров "Магнит".

Формат "Франк" был разработан менеджерами "Пятерочки" в прошлом году и представлял собой "супермаркет с умеренной ценовой политикой". Соответственно, после объединения со схожим по формату "Перекрестком" перед акционерами "Пятерочки" встал вопрос о том, стоит ли сохранять два пересекающихся формата. Как рассказал

"Бизнесу" попросивший об анонимности менеджер Pyaterochka Holding, вопрос о судьбе "Франка" уже решен. "Пока решили проект заморозить на два года. Параллельно компания ведет переговоры о продаже брэнда с конкурирующими сетями, один из претендентов - краснодарский "Магнит",- рассказывает собеседник "Бизнеса". Если "Франк" не будет продан, он будет сохранен в качестве "резервного брэнда": "Сейчас мы делаем рестайлинг наших магазинов в Москве и Петербурге, они будут позиционироваться в несколько более дорогом ценовом сегменте, фактически приближаясь по формату к несостоявшемуся "Франку",- рассказывает источник.

По его словам, если брэнд останется за компанией, в долгосрочной перспективе значительная часть "Пятерочек" может быть ребрэндирована под "Франки".

Представители "Магнита" и основатель "Пятерочки" Андрей Рогачев отказались от комментариев. Финансовый директор Pyaterochka Holding Виталий Подольский подтверждать или опровергать то, что "Франк" заморожен, не стал, отметив лишь, что "если у компании уже есть успешный формат супермаркета, развивать параллельный проект лишено стратегического смысла".

Участники рынка считают, что покупка концепции "Франка" была бы неплохим вариантом для "Магнита". Замгендиректора "Патэрсона" Николай Габышев напоминает, что в последнее время "Магнит" проявляет четкий интерес к крупным форматам (см. "Бизнес" от 30 мая). "Если цена вопроса будет небольшой, почему бы "Магниту" не воспользоваться концепцией менеджеров "Пятерочки", которые всем уже доказали, что могут создать хороший и работоспособный формат",- говорит он. Габышев добавляет, что формат "Франка" специально разрабатывался так, чтобы дополнять уже существующую сеть дискаунтеров, и поэтому хорошо подойдет "Магниту". С ним соглашается пресс-секретарь "Седьмого континента" Алексей Чураков. "Конечно, две сети супермаркетов одновременно Pyaterochka Holding развивать не имеет смысла.

А если концепция уже разработана, то почему бы не заработать на ней денег",- рассуждает Чураков. Он добавляет, что для конкурентов "Пятерочки" покупка существующей концепции будет логичной, если стоимость сделки будет экономически оправданной. "Все-таки за этим брэндом мало что стоит - участки и помещения, которые "Пятерочка" застолбила под "Франк", скорее всего, достанутся "Перекрестку",- заключает Чураков.

**ПЕТР МИРОНЕНКО**

(к содержанию)

### ***Региональные сети выходят на федеральный уровень***

Бизнес, 06.06.06

Калининградская группа "Вестор" решила бросить вызов "Ашану" и "Мосмарту". Как стало известно "Бизнесу", группа начала реализацию проекта по строительству национальной сети гипермаркетов в 16 регионах России. После экспансии "Вестора" небольшая Калининградская область становится третьим после Москвы и Санкт-Петербурга регионом России, по количеству появившихся здесь национальных операторов. С другой стороны, в случае если "Вестору" удастся реализовать свои планы, число федеральных продовольственных сетей регионального происхождения превзойдет число сетей "родом из Москвы" ("Пятерочка", ГК "Виктория", "Магнит" и, возможно, "Вестор" против "Перекрестка", "Седьмого континента" и "Патэрсона"). Многие эксперты весьма оптимистично оценивают шансы выходцев из регионов на федеральном уровне. По их словам, компаниям, знакомым с региональной спецификой, осваивать провинцию может быть проще, чем москвичам.

Гипермаркеты Made in Kaliningrad

**Обзор прессы за 03-09.06.06**

К экспансии на территорию "материковой России" "Вестор" подготовился весьма основательно. Достаточно сказать, что на должность гендиректора сети небольшая региональная компания, розничные продажи которой в 2005 году составили всего лишь \$240 млн, наняла бывшего топ-менеджера одного из крупнейших глобальных ритейлеров - Auchan Group. Недавно "Вестор" возглавил Эрик Мюзо, в прошлом управлявший сетями гипермаркетов Bordeaux Le Lac и Auchan Dunkerque, открывавший гипермаркеты Auchan в США. По словам источника "Бизнеса", близкого к руководству "Вестора", Мюзо назначена беспрецедентная для региональной торговой компании зарплата - около 250 тыс. евро в год. В "Весторе" такие расходы объясняют большими планами компании. По словам управляющего партнера "Вестора" Олега Большечева, до 2012 года компания планирует открыть магазины в 16 регионах: Москве, Пскове, Белгороде, Ярославле и т. д. За пределами Калининграда и Москвы (в 2006 году здесь планируется открыть три супермаркета) группа намерена открывать исключительно гипермаркеты площадью около 5 тыс. кв. м.

"Вестор" стал вторым ритейлером с калининградской пропиской, заявившим о своих планах строить федеральную сеть. В 2003 году в Москву пришла калининградская ГК "Виктория". По словам директора по развитию "Виктории" Игоря Николаева, на сегодняшний день в сеть помимо калининградского и московского входят филиалы в Санкт-Петербурге, Владимире и Ульяновске.

#### Регионалам тесно в регионах

Между тем еще четыре-пять лет назад среди столичных ритейлеров преобладало мнение, что доминировать на региональных рынках будут исключительно они. В начале 2000-х операторы из московской топ10 ежегодно удваивали количество объектов, а обороты - как минимум на 20-30%.

В большинстве же регионов из-за низкой покупательской способности населения до 2003-2004 годов до 45% розничного оборота приходилось на открытые рынки.

Первой планируемую монополию москвичей нарушила питерская "Пятерочка". С 2000 по 2006 годы компания открыла более 425 франчайзинговых магазинов почти в 20 регионах. В середине 2000-х на федеральный уровень вышла краснодарская сеть "Магнит", которой на сегодняшний день принадлежит около 1,6 тыс. магазинов по всей европейской России. Активное освоение региональными компаниями федерального рынка сами они объясняют исчерпанностью родных. "Во всех регионах ритейл стал развиваться после 1998 года, а в Калининграде - еще с 1995-го, к середине 2000-х рынок оказался заполнен. Как развиваться на рынке, объем которого составляет всего \$1,5 млрд?" По словам сотрудника "Виктории", на розничные сети в регионе приходится около 60-70% розничного товарооборота. А долю краснодарского "Магнита" на Юге уже несколько лет назад оценивали более чем в 35%.

В России будет как на Западе

Сегодня многие участники рынка считают, что региональным компаниям по силам конкурировать с москвичами при освоении провинции. "Сейчас нельзя ставить вопрос так: москвичи будут успешней или регионалы,- говорит аналитик Альфа-банка Светлана Суханова.- Успех определяет не происхождение компании, а ее доступ к финансированию, стратегические цели акционеров и наличие возможностей найти в нужном регионе удачный участок для строительства или сеть для покупки". Николаев из "Виктории" отмечает, что с этим проблем у региональных компаний меньше, чем у московских: "Во-первых, менеджеры региональных сетей более мобильны.

Во-вторых, в регионах компании "не из Москвы" принимают более тепло и открыто, что способствует развитию".

Гендиректора компании MR & D Consulting Виктория Михайлова отмечает, что ситуация, когда на рынке доминируют исключительно столичные брэнды, была свойственна только России. "У нас исторически, еще со времен СССР, все завязано на Москву.

Во Франции, например, самые богатые семьи живут не в Париже, а на промышленно развитом Севере. В США ритейл формировался не в Вашингтоне, а в небольших городах. Закономерно, что Россия приходит к такой же схеме распределения крупнейших компаний", - считает она.

Слова эксперта подтверждает история крупнейших ритейлеров мира. Офис крупнейшей из них, американской компании Wal-Mart, находится в городке Бентонвиль штата Арканзас с населением менее 20 тыс. человек, английская Tesco управляется из небольшого города Броксбурн на западе Англии, немецкая Aldi - из не столичного Эссена, а в компании Auchan рассказывают, что первый магазин сети появился в 1961 году в небольшом городе Рубе под Лиллем.

**СЕРГЕЙ КАНУНИКОВ**

(к содержанию)

### ***Кошерные товары продадут отдельно***

Коммерсантъ (С-Петербург) 06.06.2006

Как стало известно Ъ, на следующей недели в магазинах "Перекресток" и "О'кей" появятся кошерные продукты под новым зонтичным брэндом "Кашрут". Продвигать на российском рынке новую торговую марку в начале этого года решила группа предпринимателей из Санкт-Петербурга и Москвы. Бизнесмены планируют получать с производителей, использующих брэнд "Кашрут", до 0,5% роялти. Пищевики, впрочем, охотно готовы поделиться с инициаторами проекта.

Как рассказал Ъ один из инициаторов проекта "Кашрут", председатель совета директоров ЗАО "Петромир" Владимир Пратусевич, на данный момент организаторы заняты регистрацией брэнда и лицензированием предприятий. "Уже на следующей неделе в сетях 'Перекресток' и 'О'кей' появятся первые продукты под зонтичным брэндом 'Кашрут'. Вначале товары будут выставлены на общих полках, но к началу активной рекламной кампании в сентябре планируется формировать лайтбоксы и ставить кошерные продукты отдельно. Сегодня уже примерно пять-шесть предприятий прошли сертификацию в нашей лаборатории, и еще около 30 компаний готовы сделать это в ближайшее время. Всего же подписано более 100 соглашений с компаниями", -- сообщил господин Пратусевич. По его словам, в проекте готовы принять участие компания "Балтика", СП "Петросоюз-Heinz", "Балтимор", "Родос-М", птицефабрика "Северная" и многие другие.

Ъ Кошерными называются продукты, которые равнинат разрешает употреблять правоверным иудеям. Основные требования, предъявляемые к кошерной пище, -- соблюдение определенных технологий заготовки сырья, убоя животных, приготовления продуктов. Например, мясо курицы или говядину нельзя считать кошерными, если после убоя у животного находят внутренние повреждения или синяки. Кроме того, продукты растительного происхождения не должны содержать никаких вредителей. Большая часть кошерных продуктов европейского производства помечена буквами OU, это означает наличие у товара сертификата организаций кашрута.

Напомним, что первая информация о проекте "Кашрут" появилась в феврале этого года, когда его инициировала группа предпринимателей из Петербурга и Москвы.

Департамент кашрута при главном раввине России выдает сертификаты кошерности продуктам, проверенным в собственных лабораториях. Под брэндом "Кашрут" смогут продаваться любые товары, соответствующие кошерным стандартам. По словам инициаторов проекта, производители будут платить организации -- владельцу брэнда (в настоящий момент идет регистрация создаваемой под этот проект компании) роялти в размере 0,5% от стоимости продукта за пользование правом клеить марку "Кашрут" на свои продукты и участие в общей рекламной кампании.

Производители к "кошерному проекту" относятся позитивно. Они отмечают, что участие в программе дает компании сразу несколько дополнительных плюсов. "В европейских странах знак кашрута является гарантией качества продукта. Например, в Израиле около 70 процентов товаров сертифицированы как кошерные", -- говорят в пресс-службе компании "Балтимор". "Участие в проекте становится новым маркетинговым ходом, который поможет повысить товарооборот компании путем привлечения новых групп потребителей без существенных дополнительных затрат со стороны производителя", -- прогнозирует Александр Рабинович, глава компании "Родос-М".

"За последнее время мы регистрируем активный рост спроса на здоровые и полезные продукты. Но данный проект будет успешным, если цена на эти и другие продукты будет одинакова", -- считает генеральный директор сети гипермаркетов "О'кей" Игорь Макаров. По его словам, в этих гипермаркетах наценки на кошерный продукт не будет. Эксперты рынка отмечают общую тенденцию роста числа так называемых событийных брэндов, связанных с определенными религиозными обрядами или ориентированных на специфическую аудиторию. "Пока что объем продаж у событийных брэндов невелик. Но с ростом числа специфических потребителей -- например, постящихся верующих -- объемы продаж и, соответственно, число таких марок будут увеличиваться", -- считает Вадим Усков, владелец ЗАО "Юридическая фирма 'Усков и партнеры'".

**МАРИЯ ШЕВЧЕНКО**

(к содержанию)

### ***Бывшие партнеры возвращаются в «РусторгЪ»***

Коммерсант, 06.06.06

Как стало известно „Ъ“, ООО «Агроторг» (управляющая компания розничной сети «Пятерочка») и «Внешторгбанк» подали требования о вхождении в комитет кредиторов ООО «РусторгЪ». «РусторгЪ» является бывшим оператором розничной сети «Пятерочка» в Перми и сейчас находится в конкурсном производстве. Обе компании объяснили свои намерения тем, что являются крупными кредиторами «Русторга» и хотят контролировать ход банкротства. Однако конкурсный управляющий «Русторга» Максим Уточкин полагает, что целью компаний может являться получение информации о ходе судебных разбирательств, которые были инициированы против них обанкротившимся предприятием.

По информации „Ъ“, компании «Агроторг» и «Внешторгбанк» заявили о требовании войти в комитет кредиторов ООО «РусторгЪ». По словам конкурсного управляющего «Русторга» Максима Уточкина, компании подали заявление на днях на общем собрании кредиторов. Однако решение об их включении в комитет не было принято, поскольку другие кредиторы заявили, что не готовы голосовать по этому вопросу без подготовки. Сейчас в комитет входят лица, представляющие несколько крупнейших кредиторов «Русторга», в том числе компании «Кондитерский мир», «Универсам „Семья“», торговый дом «Выбор», а также налоговую службу.

Напомним, что компания «РусторгЪ» была создана для выполнения функций оператора розничной сети «Пятерочка» (управляющая компания «Агроторг», Санкт-Петербург) в Перми. Однако 1 марта 2005 года «Агроторг» разорвала договор коммерческой концессии с «Русторгом», утверждая, что фирма отказалась от развития сети магазинов в Перми и испытывает трудности в погашении банковских обязательств и расчетах с поставщиками товаров. Новым франчайзинговым партнером «Агроторга» стало ООО «Кама Ритейл», учрежденное пермской компанией «Фуд Трэйд». «РусторгЪ» сам обратился в арбитраж с заявлением о банкротстве. 29 октября 2005 года арбитражный суд Пермской области ввел в «Русторге» конкурсное производство. Сейчас общая сумма задолженности предприятия кредиторам, по данным управляющего, составляет 111 млн рублей.

По словам управляющего сетью «Пятерочка» Олега Высоцкого, «решение о вхождении в состав комитета ООО „РусторгЪ“ было принято на основании того, что „Агроторг“ располагает значительной долей голосов в конкурсной массе, и вхождение в состав комитета позволит компании участвовать в принятии решений вышеуказанного комитета». «Как и другие кредиторы, „Агроторг“ пытается уменьшить свои потери по неисполненным обязательствам», — пояснил господин Высоцкий. При этом он отметил, что у «Агроторга» есть ряд замечаний, которые не были учтены конкурсным управляющим, однако конкретизировать их он отказался. Во «Внешторгбанке» „Ъ“ вчера также сообщили, что единственной причиной вхождения в комитет кредиторов является необходимость взыскать свои долги. По данным „Ъ“, долг «Русторга» перед ВТБ составляет около 20 млн рублей, сумма долга «Агроторга» не раскрывается. Однако, по версии управляющего Максима Уточника, интерес ВТБ к комитету кредиторов в основном продиктован желанием контролировать оперативную информацию о ходе банкротства «Русторга». По мнению управляющего, обладание этой информацией может повлиять на ход разбирательства в арбитражном суде, которое инициировал сам господин Уточкин. В частности, сейчас арбитражный суд области рассматривает иск ООО «РусторгЪ» к «Внешторгбанку». Управляющий требует от «Внешторгбанка» возратить 8,4 млн рублей, которые были выплачены бывшим гендиректором «Русторга» Евгением Драчевым незадолго до начала процедуры банкротства. Похожий иск Максим Уточкин предъявил и к ООО «Кама-Ритейл» — нынешнему партнеру ООО «Агроторг» в Перми. Господин Уточкин оспаривает в суде правомерность сделок по продаже «Русторгом» торгового оборудования новому владельцу франшизы «Пятерочки».

**Александра Покровская**

(к содержанию)

### ***Metro открыл в Липецке торговый центр***

Retailer.ru, 06.06.06

4 июня руководители администрации Липецка приняли участие в презентации первого в городе мелкооптового торгового центра немецкого концерна METRO Cash & Carry, сообщает корреспондент ИА REGNUM. В его строительство инвестировано 17 миллионов евро. Торговая площадь нового предприятия торговли составляет 6,5 тысяч квадратных метров. Предусмотрена парковка на 288 автомобилей. Власти Липецка уверены, что открытие нового центра оптовой торговли выведет потребительский рынок Липецка на принципиально новый уровень развития, обеспечив, с одной стороны, гибкую ценовую политику, а с другой, развитие здоровой конкуренции среди предприятий торговли.

[http://www.retailer.ru/?cat=i\\_news&key=8817&&d=2006-06-06#body](http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=8817&&d=2006-06-06#body)

**Обзор прессы за 03-09.06.06**

(к содержанию)

### **«АБК» растет**

Retailer.ru, 07.06.06

Столичная сеть соседских универсамов "АБК" сообщила об открытии двух новых магазинов в Северо-Восточном административном округе и в Восточном административном округе по адресу.

В новых магазинах самообслуживания площадью, соответственно, 270 и 330 кв. метров покупателям предлагается около 5000 наименований товаров повседневного спроса (в том числе 4000 – продукты питания и 1000 – сопутствующие товары). Как и все магазины сети, новые универсамы работают по схеме 24/7.

По мнению Владислава Егорова, председателя совета директоров сети универсамов "АБК", поведение покупателей, их желание приходить в универсам и совершать покупки во многом зависят от внешнего и внутреннего оформления магазина. Именно поэтому дизайн новых магазинов направлен на повышение комфортности покупки и создание в магазине атмосферы открытости и гостеприимства.

На сегодняшний день в сети "АБК" действует 29 универсамов в 9 административных округах Москвы (Центральном, Восточном, Юго-Восточном, Южном, Юго-Западном, Западном, Северо-Западном, Северном и Северо-Восточном), а также в подмосковной Балашихе. До конца этого года "АБК" планирует открыть еще порядка 10 магазинов.

[http://www.retailer.ru/?cat=i\\_news&key=8828&&d=2006-06-07#body](http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=8828&&d=2006-06-07#body)

(к содержанию)

### **"О"Кей" и "Лента" давят на малость**

Коммерсант,09.06.06

Сразу два петербургских ритейлера "О"Кей" и "Лента", специализировавшиеся на развитии продуктовых гипермаркетов, начинают диверсифицировать свой розничный бизнес в сторону более мелкого формата. Как стало известно, "О"Кей" приступил к развитию сети супермаркетов "О"Кей Экспресс", а практически одновременно с этим "Лента" запустила сеть магазинов шаговой доступности "Норма". Эксперты находят действия ритейлеров обоснованными: развитие сетей средних и мелких магазинов позволит им минимизировать риски на случай спада крупноформатной розницы.

Об открытии первого магазина сети "О"Кей Экспресс" в пригороде Петербурга Колпине рассказал гендиректор сети "О"Кей" Игорь Макаров. Раскрывать стратегические планы компании он не стал, однако, по словам одного из топ-менеджеров компании, до конца 2006 года в Петербурге будет открыто шесть отдельно стоящих магазинов "О"Кей Экспресс". Всего в течение ближайших года-двух в компании рассчитывают открыть порядка 15 супермаркетов. Торговая площадь магазинов "О"Кей Экспресс" составит 1,2 тыс кв м, а ассортимент будет насчитывать около 5 тыс наименований товаров. Эксперты оценивают стоимость открытия 15 магазинов "О"Кей Экспресс" в \$25-30 млн.

Одновременно с "О"Кей" развитием более мелкого формата занялся и ее основной конкурент - компания "Лента", до сих пор развивавшая в Петербурге гипермаркеты мелкооптовой торговли. По данным источников, знакомых с планами компании, этим летом "Лента" намерена запустить первые десять магазинов сети шаговой доступности "Норма". Магазины сети, площадь которых ориентировочно составит 200-400 кв м, будут открываться в спальных районах Петербурга. К концу года количество магазинов

"Норма", по словам участников рынка, должно быть доведено до 30 объектов; инвестиции в проект они оценивают в \$10-12 млн. В самой "Ленте" от комментариев отказались.

Учредителем и единственным акционером сети гипермаркетов "О"Кей" выступает люксембургская Dorinda Holding S. A. 25% акций Dorinda Holding принадлежит предпринимателю Борису Волчеку; три других акционера - Дмитрий Троицкий, Дмитрий Коржев и Хилар Тедер - владеют по 23,33% акций. Сеть включает четыре гипермаркета в Петербурге и один в Ростове-на-Дону. В рейтинге крупнейших ритейлеров Ъ "О"Кей" занимает 19-е место с оборотом \$430 млн.

Сеть гипермаркетов мелкооптовой торговли "Лента" основана в 1993 году, включает девять гипермаркетов в Петербурге. Основным владельцем сети считается предприниматель Олег Жеребцов. В рейтинге крупнейших ритейлеров Ъ компания занимает 11-е место с оборотом \$650 млн.

Эксперты находят решение "Ленты" и "О"Кей" открывать сети среднего и малого формата обоснованным. "У "Ленты" и "О"Кей" для развития новых розничных проектов уже есть хороший задел в виде крупных сетей гипермаркетов. Компании пропускают через них огромные объемы товаров и имеют хорошие скидки от поставщиков,- отмечает консультант отдела консультационных услуг компании Cushman & Wakefield Stiles & Riabokobylko Евгений Попов.- Распределив эти потоки в том числе и на новые розничные проекты, можно создать вполне конкурентоспособных игроков на еще не насыщенном петербургском рынке". "Сегодня развитие нескольких форматов, в том числе супермаркетов и магазинов шаговой доступности, входит в стратегию у большинства крупных ритейлеров,- отмечает гендиректор сети "Азбука вкуса" Владимир Садвин.- Достигнув определенных успехов в тех или иных форматах, розничные игроки стремятся идти во все новые неосвоенные ниши. Таким образом, ритейлеры на разных уровнях максимизируют прибыль и минимизируют свои риски на тот случай, если развитие того или иного розничного формата станет невыгодным".

(к содержанию)

### ***"Пятерочка" идет к российским инвесторам***

Коммерсантъ Daily 09.06.2006

Компания Pyaterochka Holding, управляющая магазинами "Пятерочка", рассматривает возможность осуществить листинг и провести размещение акций на РТС, сохранив обращение своих акций на Лондонской фондовой бирже. Предполагается, что это позволит компании расширить круг инвесторов. Эксперты фондового рынка добавляют, что так компания стремится вернуть расположение российских финансовых органов, укоровавших "Пятерочку" за регистрацию и листинг за границей.

По информации Ъ, в настоящее время компания Pyaterochka Holding рассматривает возможность проведения листинга на РТС с целью последующего выхода на российскую биржу. Эту информацию подтвердил Ъ финансовый директор Pyaterochka Holding Виталий Подольский. По его словам, компания изучает ситуацию и в течение месяца будет принято решение. Он отметил, что речь идет не о смене площадки торговли, а о дальнейшем расширении, то есть при размещении в России "Пятерочка" не собирается выводить акции с Лондонской биржи.

Для компании сложность в листинге и размещении на РТС заключается в том, что Pyaterochka Holding зарегистрирована в Нидерландах и, как иностранная компания, не имеет права продавать свои акции в России. По словам Виталия Подольского, единственная возможность выйти на российскую биржу -- использовать систему российских депозитарных расписок (РДР), которые планируется ввести в России.

Ryaterochka Holding N.V. в настоящее время объединяет сети дискаунтеров "Пятерочка" и супермаркетов "Перекресток". На Лондонской бирже обращается 24,8% акций в виде GDR, 54% -- принадлежит "Альфа-груп" и топ-менеджерам сети "Перекресток", 21,2% -- основателям компании "Пятерочка". В 2006 году компания намерена инвестировать в развитие обеих сетей рекордные для отрасли -- \$700 млн, без учета сделок по поглощению. В рейтинге Ъ "Топ-50 российских ритейлеров" за 2005 год Ryaterochka Holding N.V. занял второе место с оборотом \$1,35 млрд (рассчитывалось без учета оборота "Перекрестка").

Эксперты соглашаются, что в результате вывода РДР на российский рынок Ryaterochka может рассчитывать на заметный вес в расчете ключевых фондовых индексов, что привлечет к акциям дополнительное внимание инвесторов. "Листинг и размещение в России действительно могут позволить компании Ryaterochka расширить круг инвесторов. Кроме того, в этом случае акции такой крупной компании будут включены в различные местные и другие индексы, а значит, российские и европейские фонды вынуждены будут купить эти акции для своего портфеля",-- говорит аналитик "Ренессанс-Капитала" Алексей Языков. С ним согласна аналитик ИГ "Атон" Татьяна Капустина: "Я уверена, что с учетом исторического оборота торгов "Пятерочки" они попадут в региональные индексы, что автоматически означает расширение круга инвесторов, а соответственно, повышение спроса и цен на акции",-- говорит она.

Эксперты добавляют, что Ryaterochka может иметь и другие мотивы для размещения в России. "Более значимую роль здесь могут играть политические мотивы: компания Ryaterochka ориентирована на российского потребителя и полностью зависит от российского рынка,-- говорит Алексей Языков.-- Кроме того, известно, что руководство ФСФР укоряло компанию за регистрацию в Нидерландах и размещение за границей". С ним согласен аналитик ИК "Финам" Владислав Кочетков: "В свое время размещение "Пятерочки" вызвало очень резкую реакцию ФСФР. Вероятно, сейчас компания пытается загладить свою вину -- например, им еще не раз придется облигации выпускать".

**ДАРЬЯ РЫЖКОВА**

[\(к содержанию\)](#)