

**Обзор прессы  
за 05-11.08.06**

## Содержание

<b>Содержание.....</b>	<b>2</b>
<b>Импорт мясного сырья в Россию.....</b>	<b>4</b>
Объем импорта России вырос в I полугодии 2006г. на 33%.....	4
Свердловская область: половина сырья для мясных деликатесов поступает из Европы ..	4
Россия запретила импорт голландских кур.....	5
Россия дала Бразилии еще один шанс .....	5
Колбаса из Китая тоже стала невъездной .....	6
<b>Государственное регулирование мясной отрасли .....</b>	<b>8</b>
Рабочее совещание .....	8
У мяса будет единый стандарт .....	10
Куриная доля.....	10
Росптицесоюз считает необходимым увеличить размер ввозных пошлин на мясо птицы с 0,2 до 1 евро за килограмм.....	12
Москве изъято 120 тонн некачественного мяса стоимостью около 500 тыс. долл.....	12
В Екатеринбурге забраковали 15 тонн колбасных изделий.....	13
В Москве изъято 120 тонн некачественного мяса на \$500 тыс.....	13
Татарстан: Необходимо удвоить объемы производства мяса птицы и свинины.....	14
<b>Тенденции в производстве и потреблении мясопродуктов в России .....</b>	<b>15</b>
Возросло производство скота и птицы на убой в хозяйствах всех категорий .....	15
Илюмжинов рассказал Путину о «мясном поясе России» .....	15
В Оренбургской области через два года производство мяса вырастет на 16,3%.....	16
Мясом единым .....	16
Живем без мяса и фруктов, но зато прожорливы.....	17
"Моссельпром" в I полугодии 2006г. увеличил производство мяса птицы на 6% - до 14,3 тыс. т. ....	18
<b>Логистика .....</b>	<b>20</b>
Компания MeatLand L&D — в ногу со временем .....	20
Неразвитая транспортно-логистическая инфраструктура может стать препятствием на пути роста мясного рынка .....	23
<b>Новости животноводства и птицеводства.....</b>	<b>26</b>
Бройлер-бум. Красноярский холдинг "Сибирская губерния" будет наращивать производство птицефабрики "Томская".....	26
Рязанская область ждет скот из Австрии .....	27
"Татэнерго" займется свиноводством.....	28
Свинарник на курятнике. Оренбургские растениеводы решили выращивать поросят.....	28
В Ростовской области сокращается поголовье крупного рогатого скота.....	29
Томский бизнес больше не хочет выращивать куриц.....	30
Кузбасс: свиней будут выращивать по канадской технологии.....	31
Даешь тушки мясных ягнят!.....	32
Крестьяне удвоят производство .....	32
<b>Новости мясоперерабатывающей отрасли .....</b>	<b>34</b>
<b>Обзор прессы за 05-11.08.06</b>	<b>2</b>

«Мы будем лидерами в России» .....	34
Новый генеральный директор ООО «МПЗ «КампоМос» .....	37
Новая уникальная производственная линия компании «Мириталь» .....	37
Государственная поддержка кредитования предприятий мясопереработки в Тамбовской области .....	38
Совет директоров ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" утвердил стратегию развития направления "Производство мясопродуктов" .....	41
Колбасные облигации .....	43
Родословная колбасы. Инструкции по пользованию .....	44
Сюрприз от ООО АПК "МаВР" - только для ценителей .....	53
Брэндинг колбасных изделий .....	53
ООО "Ростовский колбасный завод - Тавр": новинки первого полугодия 2006 года. ....	56
<b>Новости оптовой и розничной торговли .....</b>	<b>58</b>
Торговый Дом "КОПЕЙКА" сообщает об открытии 7 новых в июле 2006 г. ....	58
"Лента" развернется в Волгограде. Санкт-петербургская торговая сеть выходит на региональный рынок .....	58
Новое имя Руатеросчка. Головная компания "Пятерочки" и "Перекрестка" может быть названа X5 .....	59
Слишком «Дешево» .....	61
Открыт 26-ой магазин сети «Перекресток» .....	62
"Холидей Классик" и "Сибиряда" обменялись брендами .....	62
«Сибирская губерния» поищет резервы сбыта .....	64
Поглощение с последствиями. Холдинг "Марта" судится с бывшими поставщиками "Продмака" .....	65
Центр Сибирского опта .....	66

## Импорт мясного сырья в Россию

### **Объем импорта России вырос в I полугодии 2006г. на 33%**

Emeat.ru 08.08.06

Импорт России в I полугодии 2006г. составил 56,7 млрд долл. и по сравнению с I полугодием 2005г. вырос на 33,2%, сообщает Федеральная таможенная служба РФ.

Объем импорта из стран дальнего зарубежья - 47,2 млрд долл. (рост на 40,1%), из стран СНГ - 9,5 млрд долл. (рост на 7,0%). Как отмечается в сообщении ФТС, основным фактором роста импорта, прежде всего, являлось увеличение инвестиций в основной капитал на 9,2%, а также повышение внутреннего спроса за счет роста на 10,5% реальных располагаемых доходов населения (данные Росстата за 5 месяцев текущего года).

В январе-июне 2006г. по сравнению с аналогичным периодом 2005г. увеличились закупки в странах дальнего зарубежья (физические объемы) мяса свежего и мороженого на 29,5%, в том числе говядины мороженой - на 16,9%, свинины - на 38,6, баранины - в 4,1 раза, мяса птицы - на уровне прошлого года. Закупки свежемороженой рыбы сократились на 25,4%.

<http://www.emeat.ru/new.php?id=5887>

(к содержанию)

### **Свердловская область: половина сырья для мясных деликатесов поступает из Европы**

Product.ru, 09.08.06

По словам заместителя министра по сельскому хозяйству и продовольствию Свердловской области Сергей Лацков, объем сырья, которое производится в области, составляет не более 50% от общего объема. При этом свинины, по сравнению с говядиной, гораздо меньше. В России нет традиции производства говядины, считает специалист, а говядина, которая поступает к переработчикам мяса - это всего лишь побочный продукт производства молока, передает "JustMedia". "Кормовая база на Урале нестабильна из-за погодных условий, отличных от европейских. У нас в Свердловской области, к примеру, считается удачным год, когда мы выходим на 20 ц/га. В Южной России считается урожайным год, когда собирается 30 и выше ц/га. А у европейских производителей, урожайность ниже 40 ц/га не рассматривается вообще", - говорит С. Лацков - В Латинской Америке так же. Понимаете, чем выше урожай зерновых, тем ниже себестоимость корма. Если раньше скотину кормили сеном или силосом, то сейчас мы уже оперируем понятием сбалансированного корма. Мы серьезно отстаем от Европы, потому что только-только внедряем технологии. Сейчас суточный привес в России составляет 550-600 гр и это уже прогресс. Но в той же Европе суточный привес от 800 до 1000 гр. Сравните", - сказал замминистра.

Переработчики покупают мясо в Бразилии, Аргентине, Европе и в Белоруссии. Причем, отпускная цена говядины от импортеров составляет 80 руб/кг. Наши производители ориентированы на цену, которая начинается от 90 руб/кг. Происходит это потому, что многие руководители мясокомбинатов ориентируются при ценообразовании на колхозный рынок, где говядина по 150 руб/кг. Таким образом, основная рыночная цена в Свердловской области - 85 руб/кг.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44797>

(к содержанию)

**Обзор прессы за 05-11.08.06**

### ***Россия запретила импорт голландских кур***

Vz.ru, 09.08.06

Запрет на импорт домашней птицы и продуктов птицеводства был введен после того, как на одной из ферм на прошлой неделе в Нидерландах был обнаружен низкопатогенный вирус птичьего гриппа H7.

Сообщение о вирусе было обнародовано в среду министерством сельского хозяйства Нидерландов. Кроме РФ, к запрету присоединились Филиппины, Сингапур, Тайвань и Гонконг.

Нидерланды являются одной из крупнейших в мире стран-экспортеров домашней птицы и вторым по величине производителем продуктов птицеводства в Европе после Франции

<http://www.vz.ru/news/2006/8/9/44672.html>

(к содержанию)

### ***Россия дала Бразилии еще один шанс***

Газета "Бизнес", 10.08.06

С сегодняшнего дня Россельхознадзор отменяет временные ограничения на ввоз в Россию из бразильского штата Мату-Гросу мясной продукции. Участники рынка говорят, что это очередной шаг навстречу импортерам, которого, однако, недостаточно для полноценного открытия бразильского рынка.

Как говорится в сообщении Россельхознадзора, ведомство отменяет временные ограничения на ввоз в Россию свинины, говядины и сырой свинины и говяжьей продукции, произведенной после 1 июля 2006 года. Отмена ограничений касается только одного штата - Мату-Гросу. Напомним, вспышка ящура типа О была выявлена в Бразилии в октябре 2005 года. Тогда было уничтожено свыше 33 тыс коров, после чего полный или частичный запрет на импорт бразильской говядины ввели 56 стран, в том числе и Россия. Запрет на импорт мяса из восьми бразильских штатов (Мату-Гросу-ду-Сул, Мату-Гросу, Гояс, Сан-Паулу, Минас-Жерайс, Парана, Санта-Катарина и Риу-Гранди-ду-Сул) был введен 13 декабря 2005 года. До запрета эти штаты являлись основными поставщиками мяса в Россию - на них приходилось до 60% всего импорта. Однако с 4 апреля Минсельхоз отменил запрет на ввоз мяса из штата Риу-Гранди-ду-Сул. Несмотря на то, что этот штат не был основным поставщиком говядины, российские импортеры посчитали это первым шагом к возобновлению торговых отношений с Бразилией. Недавно "Бизнес" писал о том, что делегация представителей Россельхознадзора собирается провести инспекцию эпизоотической обстановки и в остальных бразильских штатах. Импортеры рассчитывали, что поездка приведет к тому, что Россия разрешит импорт говядины и свинины из основных штатов-поставщиков.

Гендиректор компании "Мираторг" (крупный импортер мяса) Александр Никитин считает, что ценовую ситуацию открытие этого штата не переломит. "Чтобы как-то повлиять на рынок, России надо открыть еще хотя бы два-три штата. С точки зрения импорта говядины надо открывать Гояс, Сан-Паулу и Минас-Жерайс, с точки зрения свинины - штаты Парана и Санта-Катарина. Тогда предложение резко увеличится и сможет урегулировать цены, которые сейчас превышают обычные на \$0,5-1 за килограмм в зависимости от позиции", - говорит Никитин. Он добавляет, что для других стран эти штаты остаются открытыми для импорта: "Но у России свой собственный путь. Она, в отличие от других стран, не руководствуется документами международной ветеринарной организации".

Исполнительный директор Ассоциации операторов российского рынка мяса птицы Антон Суриков утверждает, что Мату-Гросу - один из ведущих штатов-поставщиков мяса птицы и говядины. "Безусловно, открытие этого штата не сделает революцию, но ситуацию улучшит. Я привязываю его открытие к решению МЭРТ месячной давности, когда импортерам было разрешено поменять 43% квоты, выделенной на Евросоюз, на другие страны. Это почти 200 тыс тонн, поэтому люди стали смотреть на Аргентину, которая недавно сняла самоограничение, и на Бразилию",- рассуждает Суриков. Президент Российского мясного союза Мушег Мамиконян говорит, что спрос на говядину сейчас сильно превышает предложение. "С точки зрения рынка это хорошее и своевременное решение. Возможно, это и не снизит цены, но их повышение остановится",- считает Мамиконян. Но с ним не соглашается другой крупный импортер мяса. "Спрос, действительно, очень велик, но открылся всего один штат, и это может только подстегнуть рост цен на бразильское мясо. Говядины в Мату-Гросу достаточно, но Бразилия понимает свою важность для нашего рынка и цены снижать не станет",- говорит он.

[\(к содержанию\)](#)

### ***Колбаса из Китая тоже стала невъездной***

Тихоокеанская звезда, 10.08.06

В конце июля заместитель руководителя Федеральной ветеринарной службы Е. Непоклонов приостановил ввоз на территорию России готовых **мясных** изделий производства КНР.

Такое решение было принято, как сказано в телеграмме, которую получили контролирующие потребительский рынок службы Хабаровского края, в связи со сложной эпизоотической обстановкой в Китайской Народной Республике по ящуру, гриппу птиц и т.д. В России был выявлен незаконный оборот продукции китайского происхождения, кроме того, китайская ветеринарная служба затягивает, а порой и вовсе не предоставляет информацию о системе контроля за вырабатываемой продукцией.

Как пояснил Непоклонов, вопрос ввоза в Россию колбасных изделий и прочих **мясных** деликатесов из КНР может быть рассмотрен после того, как "китайские ветеринарные службы предоставят Россельхознадзору ответы на вопросы для проведения анализа риска заноса возбудителей заразных болезней на территорию Российской Федерации и после проведения аттестации мясоперерабатывающих предприятий, изучения сырьевой зоны, системы лабораторного контроля, выполнения российских ветеринарно-санитарных норм и правил".

Такие же телеграммы были направлены в Санкт-Петербург, Смоленскую, Читинскую, Еврейскую области и Приморский край.

За несколько дней до того, как ветеринарной службой РФ было принято такое решение, специалисты министерства пищевой **промышленности** Хабаровского края и Роспотребнадзора нашли на прилавках магазинов Хабаровска **мясные** деликатесы китайского производства, опасные для здоровья людей.

Наша газета уже писала о том, что в Китае открываются совместные с Россией предприятия по изготовлению **мясной** продукции. Шел разговор о том, что производство будет осуществляться под контролем российских технологов и ветеринарных врачей, а колбасные изделия и деликатесы будут соответствовать нашим, российским ГОСТам.

И вот недавно в хабаровских магазинах появились сосиски, сардельки и копчености в вакуумной упаковке, на которой крупным шрифтом значится, что произведены они ООО "Валерия". А между тем на той же упаковке мелким шрифтом содержится информация о

том, что деликатесы эти производит ООО "Мясоиндустрия "Бэйдаухуан" КНР под торговой маркой "Совместный проект Валерия". Понятно, что производят колбасные изделия китайцы. И несмотря на то, что в удостоверениях качества на эти продукты есть подписи русских технологов, проведенные лабораторные исследования насторожили хабаровских специалистов.

Например, в сардельках "Свиных" 1 сорта бактерий кишечной палочки и других микроорганизмов оказалось в 30 раз больше нормы. Вообще, как объяснили нам специалисты, в готовой **мясной** продукции по санитарным нормам допустимо присутствие микроорганизмов, но оно минимально, не несет никакой опасности для человека. А вот кишечной палочки быть вообще не должно. В китайской же колбасе их количество таково, что может стать причиной инфекционных заболеваний и отравления. Кроме того, колбаса "Свиная" производства ООО "Мясоиндустрия "Бэйдаухуан" КНР содержала и влаги на 10, 8 процента больше нормы. Отсутствие информации о дате упаковки, массе продукта лишь еще одно подтверждение того, что компетентных российских специалистов, знающих, какие требования предъявляют наши контролирующие органы к оформлению товара, на совместном предприятии нет. А судя по содержанию в нем опасных для здоровья бактерий, можно предположить, какое мясо идет в переработку.

По-прежнему "на карандаше" у контролеров производители колбасы из Приморья. Хоть и привлекают они покупателей сравнительно невысокими ценами на свои продукты, на самом деле качество их частенько "хромает". Вот, например, в колбасе "Краковская" от производителя ООО "Ратимир" (Владивосток) влага завышена на 11, 5 процента. А раз влаги больше, то соответственно мяса меньше, отсюда и невысокая цена. На продуктах из свинины в вакуумной упаковке того же производителя не нашлось даты изготовления. Только по маркировке транспортной тары инспекторам удалось выяснить, что срок годности на них истек девять дней назад.

А вот ИП Виноградов и вовсе схитрить решил. Получил из Владивостока от ООО "Надежда-95" окорочок "Тироль" и карбонат "Восточный" 26 июня этого года, что подтверждают транспортные накладные. А на самих деликатесах датой выработки значится 29 июня 2006 года. Контролерам ничего не остается делать, как установить факт фальсификации. Вот только кто этим занимается, продавец или производитель, еще предстоит решить.

**О. Аносова**

(к содержанию)

## Государственное регулирование мясной отрасли

### *Рабочее совещание*

Мясные технологии №7,2006

23 июня в Москве в Министерстве сельского хозяйства России состоялось рабочее совещание под председательством министра сельского хозяйства Алексея Гордеева. Тема совещания: «Ситуация, сложившаяся на отечественном рынке мяса (говядины и свинины) и прогнозы по ее изменению в 2006 году». К обсуждению темы были приглашены представители Минэкономразвития и Минсельхоза России, руководители ведущих специализированных предприятий и холдингов страны.

Сегодня стабильность мясного рынка России всё еще зависит от цен на сырье в Европе и размеров квот. Особенно это касается говядины, поскольку ее производство внутри страны развивается пока достаточно медленно. В настоящий момент в Европе отмечается рост цен на говядину, связанный с сокращением поголовья. Чтобы этот факт не отразился на себестоимости производства колбасных изделий в России, переработчики обратились в Министерство сельского хозяйства с просьбой увеличить квоту для Бразилии, где говядина значительно дешевле. Алексей Гордеев поддержал руководителей предприятий, но подчеркнул, что это не снимает необходимости заниматься возрождением откормочных комплексов в России. Сегодня этот вопрос приобрел даже большую актуальность: по прогнозам экспертов, рост цен на говядину в странах ЕС в ближайшее время составит 10-30%. А наша страна пока не готова обеспечивать себя мясом самостоятельно. В качестве положительного примера развития нужной государству отрасли на совещании была отмечена работа, проделанная в Самарской области. В частности, создание экспериментального комплекса в Нефтегорском районе и деятельность Группы компаний «СВ» (в чью структуру входит ЗАО «СВ-Поволжское»), которая направлена на восстановление откормочных площадок сразу в нескольких хозяйствах губернии.

Насыщенность рынка свининой вызывает у Правительства России меньше тревоги. Квоты на поставки этого вида мяса было решено оставить на прежнем уровне. Тем более что сначала необходимо навести на рынке порядок. Огромные объемы свинины поступают в Россию контрабандой с Китая, а также с Европы транзитом через Украину и Белоруссию. Алексей Гордеев сообщил, что в настоящий момент его ведомство совместно с таможенным комитетом, ветеринарной службой и правоохранительными органами вырабатывает перечень мер, призванных перекрыть эти каналы. И в дальнейшем борьба с контрабандой будет только ужесточаться, так как никто не может дать гарантии, что такое мясо безопасно для потребителей. Именно поэтому участников совещания призвали ввести более серьезный контроль за сырьем и в регионах. Если же некачественное мясо все-таки появится на местных рынках, незамедлительно сигнализировать в Москву, что даст федеральным службам повод инициировать дополнительные проверки на предмет происхождения говядины или свинины.

Самым действенным инструментом, способным помочь животноводству быстро возродиться, министр сельского хозяйства считает вертикально интегрированные холдинги. На совещании А.Гордеев снова обстоятельно объяснил свою точку зрения. Холдинг исключает проблему несправедливого распределения дохода между производителем и переработчиком. Когда они не связаны между собой, всегда получается, что основная часть прибыли достается либо предприятию переработки, либо — животноводам. Равномерно развиваться при этом очень трудно. Если же и комбинат, и

**Обзор прессы за 05-11.08.06**

ферма — часть одного холдинга, они развиваются в связке. По этим причинам Министерство сельского хозяйства намерено всячески поддерживать и поощрять слияние производителей и переработчиков в крупные компании.

Положительное решение приняло Правительство России по вопросу, который давно лоббировался и самарским предприятием ЗАО «СВ-Поволжское», и другими крупными компаниями страны. Речь идет об увеличении сроков реализации охлажденного мяса. Сейчас в России он составляет 14 дней, что исключает возможность поставлять свежее сырье на большие расстояния. Этот стандарт был принят еще в советские времена и много лет не пересматривался. Между тем, результаты исследований говорят, что современные технологии забоя и охлаждения позволяют без ущерба для качества сохранять мясо в свежем виде даже 60 дней. Решение Правительства России продлевает срок реализации охлажденного сырья в соответствии с европейскими нормами до 45 дней. Предположительно с осени новый закон вступит в силу.

«Для нас это определенное раскрытие рынка, - сказал по этому поводу Председатель Совета директоров ЗАО «СВ-Поволжское» А. Гриншпун. — Мы получили возможность поставлять мясо на более дальние расстояния, чем позволял старый срок реализации. То есть теперь мы сможем обеспечивать свежим, незамороженным мясом не только Самарскую область, но и другие регионы».

Напоследок А. Гордеев сообщил участникам совещания новость, которую давно ждут все сельхозпроизводители. В настоящее время Министерство сельского хозяйства готовит пакет документов для Минэкономразвития и Правительства России с предложением предоставлять государственную субсидию на выращивание крупного рогатого скота и производство молока. Кроме того, на самом высоком уровне рассматривается вопрос о частичной компенсации за электроэнергию из федерального бюджета.

Комментируя итоги совещания, представлявший Самарскую область А. Гриншпун заметил:

«Радует, что мы, производители, находим понимание и поддержку на уровне федеральной власти. Например, дотации будут существенной помощью для отечественных сельхозпроизводителей: для молочных ферм, для откормочных комплексов. Как раз дотации многим и не хватало, чтобы уверенно встать на ноги. Я думаю, что и вопрос с компенсацией за электроэнергию решится положительно. Тем более что многие регионы поддержат эту инициативу Минсельхоза и предложат какие-то свои решения в дополнение к федеральным.

Сейчас Президент продлил срок действия национального проекта «Сельское хозяйство» с двух до трех лет. Это говорит, что сельскохозяйственный бизнес в сегодняшнем дне не рассматривается властью, как краткосрочный. Я думаю, что через два года сроки реализации проекта снова будут продлены, потому что даже кредиты выдаются на 8 лет, а не на 3. Государство заинтересовано в развитии села. Я думаю, что все условия для развития молочно-товарных ферм и площадок КРС в Самарской области есть. Это производство должно и будет возрождаться, как возрождается и животноводство в стране в целом».

(к содержанию)

### ***У мяса будет единый стандарт*** Московский комсомолец, 05.08.06

Существенно снизить риск попадания на прилавки мяса и мясопродуктов, зараженных болезнетворными микробами, позволит внедрение нового “мясного” ГОСТа. В скором времени специалисты ВНИИ мясной промышленности разработают стандарт, определяющий порядок проведения микробиологических исследований мясных продуктов.

Как сообщили “МК” в институте, сегодня такие исследования проводятся в соответствии с четырьмя ГОСТами (один касается мяса, два — колбасных изделий, еще один — мясных полуфабрикатов), самый “свежий” из которых был принят четверть века назад. Все эти стандарты предписывают проводить “освидетельствование” мяса и мясопродуктов по методикам, существовавшим в те далекие годы. На многие исследования, проводимые по старинке, требуется трое суток и более. А так как качество и безопасность мясных продуктов за такое продолжительное время может ухудшиться, их нередко отправляют на прилавки до вынесения вердикта микробиологов. Уже появились новые методы, позволяющие дать заключение об опасности или безопасности мясного изделия для здоровья человека буквально за пару часов. Но так как старинными стандартами они не предусмотрены, то производители стоят перед выбором: проверять колбасы быстро, но “неправильно”, или в полном соответствии с ГОСТами, но очень долго.

Такое противоречие и должен устранить новый стандарт. Предполагается, что он заменит все четыре существующих, и в соответствии с ним микробов будут искать и в мясе, и в колбасе, и в других мясных продуктах. Одной из основных особенностей стандарта станет то, что он позволит проводить исследование и быстрыми, и традиционными методами.

(к содержанию)

### ***Куриная доля*** Aksnews.ru, 07.08.06

В 2007 году ожидается изменение порядка администрирования квоты на импорт мяса птицы в РФ. По словам главы Минсельхоза РФ Алексея Гордеева, данная мера направлена на «сохранение в следующем году существующего распределения долей рынка между его участниками». Это, пояснил министр, «необходимо для того, чтобы не оставить «в дураках» компании, поддержавшие государство в его усилиях стабилизировать крайне сложную ситуацию на рынке мяса».

Уже в ближайшее время в правительство РФ будут внесены поправки к действующим нормативным актам, регулирующим импорт мяса птицы в Россию. Изменения рассчитаны на то, чтобы сохранить в предстоящем году на прежнем уровне доли участников ВЭД на рынке, независимо от размеров их фактического импорта в текущем году.

За что такая забота?

Таким образом, Минсельхоз идет на встречу компаниям-импортерам, которые весной того года в условиях кризиса, вызванного птичьим гриппом, сознательно снизили объемы импорта в РФ на 30%. Снижение их доли позволило отечественным производителям самостоятельно преодолеть кризис. И теперь Минсельхоз намерен сохранить на 2007 год доли компаний, сокративших объемы поставок, и доли компаний-импортеров, которые этого не сделали, на уровне, предусмотренном для текущего года. При распределении

квот на 2007 год фактические объемы импорта в 2006 году не будут иметь решающего значения, что не позволит компаниям, не снизившим объемы поставок, получить на будущий год увеличение собственной доли на те же 30%.

К сожалению, данная мера не выглядит, как поворот в сторону отечественного производителя, и не направлена на снижение доли импорта на российском рынке птицы. Государство пока еще не принимает решительных мер для улучшения положения российских птицеводов.

Напомним, что первый опыт квотирования импорта мяса птицы Россия начала осваивать в 2003 году. Тогда появилось постановление правительства РФ (N48) «О мерах по защите Российского птицеводства». Так как действие документа было рассчитано на 4 года, то в любом случае именно в 2007 году его необходимо было пересмотреть или же продлить сроки существующего порядка квот.

Минсельхоз решил пойти на изменения. Главным импортером мяса птиц в РФ являются США. Объемы ввоза американского мяса в 2003 году были ограничены уровнем в 553,5 тыс. тонн. Вторую позицию заняли страны ЕЭС 139,9 тыс. тонн, далее Бразилия — 33,3 тыс. тонн, и Китай — 3,1 тыс. тонн. Всем остальным странам была выделена квота в 14 тыс. тонн. Общий объем импорта мяса домашней птицы, таким образом, составлял 744 тыс. тонн в 2003 году. На последующие три года изменение квоты предполагалось распределить следующим образом: в 2004 и 2005 годах она должна достигнуть уровня в 1050 тыс. тонн, а с 1 января 2006 года понизиться до уровня в 306 тыс. тонн.

На самом деле — все сложнее

Однако в действительности, объемы поставок мяса птицы из-за рубежа соответствовали запланированному уровню только в 2004 году. В последующие два года он превышал утвержденные ранее квоты. Так, в 2005 году этот показатель составил 1090 тыс. тонн. В 2006 году из-за постановления №732 «Об импорте говядины, свинины и мяса домашней птицы в 2006-2009 годах», вступившего в силу в январе текущего года, квота на импортные поставки птицы в Россию увеличилась до 1130 тыс. тонн.

Также запланированные объемы поставки мяса птиц в 2007 году могут достигнуть 1171 тыс. тонн, и в дальнейшем будут увеличиваться: 1211,6 тыс. тонн на 2008 год и 1252 тыс. тонн на 2009 год. Таким образом, очевидно увеличение, а не снижение объемов импортируемой в Россию птицы.

Еще в начале 90-х годов Россия производила 1800 тыс. тонн птичьего мяса, тогда как импорт составлял 2,4% от общего объема.

В 2002 году потенциал производительности отечественных птицеводческих компаний эксперты оценивали в 3,5-5 млн тонн в год. Доля импорта к текущему периоду прогнозировалась в пределах 20% от общего потребления. Однако в 2005 году российские производители смогли поставить на рынок 1370 тыс. тонн (данные Росптицесоюза), что составляет не многим более половины от общего объема.

Надежды были

Именно 2005 год расценивался как год возрождения отечественно птицепрома, но вмешался птичий грипп. Апогей «куриной истерии» пришелся на 2006 год. В результате очередной удар отрасль получила как раз тогда, когда она только начинала набирать обороты. Именно в текущем году произошло снижение спроса на куриное мясо, падение цен и затоваривание складов готовой продукцией.

Государство пошло на встречу птицепрому, и в апреле 2006 года Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) отменила все разрешения на импорт в Россию мяса птицы. «Сейчас из-за истерии, связанной с птичьим гриппом, склады оказались затоваренными, а цены максимально снижены. Теперь же можно прогнозировать положительный экономический эффект — товар разойдется и цены

удастся немного «подтянуть», — заявил «Новому Региону» координатор Уральского мясного союза Иван Блинов.

При этом западные компании, комментируя ситуацию, называли ее политическим заказом, и, скорее всего, это имело место быть. В тот момент бизнес почувствовал поддержку со стороны государства и даже делал оптимистические прогнозы на то, что доля импорта в этом секторе продовольственных товаров снизится.

Стоит отметить, что участники птицепрома давно лоббируют идею снижения импорта мяса птицы и даже передали на рассмотрение в Минсельхоз инициативу сократить в 2006 году импорт в Россию птицы на 30%.

Однако последние действия министерства вынуждают предположить, что государство намерено вновь отдать предпочтение импортерам, а не оказывать поддержку отечественным производителям.

*Сергей Гаукин*

[http://www.aksnews.ru/m/103185/kurinaya\\_dolya.html](http://www.aksnews.ru/m/103185/kurinaya_dolya.html)  
(к содержанию)

***Росптицесоюз считает необходимым увеличить размер ввозных пошлин на мясо птицы с 0,2 до 1 евро за килограмм***

ИТАР-ТАСС, 08.08.06

Росптицесоюз настаивает на увеличении размера ввозных таможенных пошлин на мясо птицы с 0,2 до 1 евро за килограмм, а также установлении лимита на торговую наценку на данный вид продукции в объеме 15-20 проц. Такое мнение высказала сегодня в беседе с корр. ИТАР-ТАСС генеральный директор Росптицесоюза Галина Бобылева.

"Чтобы поддержать рост отечественного производства мяса птицы и создать равные конкурентные условия на рынке, учитывая невозможность до 2009 года снижения объема мясных квот, в настоящее время необходимо увеличить размер ввозных пошлин", - отметила она. Наряду с этим, считает Бобылева, на рынке должен быть наведен порядок с ценами.

"На сегодняшний день, - констатировала гендиректор "Росптицесоюза", - разница между отпускной и розничной ценами на мясо птицы достигает порой 50 и выше проц". По ее данным, средняя отпускная цена за кг в июне текущего года составила 47,50 руб против 63,50 руб в октябре 2005 года. Поэтому, подчеркнула Бобылева, "на продукты первой необходимости, в том числе мясо, молоко нужно ввести ограничения на торговую наценку в размере 15-20 проц".

Гендиректор "Росптицесоюза" также сообщила, что в целом с октября по июнь упущенная выгода отечественных бройлерных предприятий составила 11 млрд рублей.

По данным союза, в этом году в России планируется произвести 1,5-1,6 млн т мяса птицы, что на 180 тыс т больше, чем в 2005 г. Импорт при этом составит около 1,3 млн тонн. Таким образом соотношение импортной и отечественной продукции составляет 49 к 51 проц.

(к содержанию)

***Москве изъято 120 тонн некачественного мяса стоимостью около 500 тыс. долл.***

Avis.ru, 10.08.06

В Москве изъято 120 тонн некачественного мяса стоимостью около 500 тыс. долл. Как сообщили РБК в пресс-службе управления по борьбе с экономическими преступлениями (УБЭП) ГУВД Москвы, в УБЭП поступила информация, что в столице начались поставки

некачественного мяса в розничную сеть. В ходе оперативно-розыскных мероприятий оперативники установили, что мясо поступало в продажу из подпольного холодильного цеха, расположенного на территории одного из автосервисов в Северо-Восточном административном округе, недалеко от МКАД. Также было установлено, что данный автосервис принадлежит выходцам из Азербайджана. Сотрудники УБЭП провели спецоперацию, в ходе которой на территории автосервиса было обнаружено около 120 тонн говядины и свинины. Мясная продукция хранилась в металлических контейнерах в антисанитарных условиях. Документы на продукцию отсутствовали. По мнению сотрудников УБЭП, обнаруженное мясо было нелегально завезено из Китая. В настоящее время решается вопрос о возбуждении уголовного дела в отношении предпринимателей, причастных к поставкам и сбыту некачественного мяса. Проводится расследование.

<http://advis.ru/pischevaya/myaso/>

(к содержанию)

### ***В Екатеринбурге забраковали 15 тонн колбасных изделий***

Regnum, 10.08.06

Фальсифицированную колбасу изымают из продажи сотрудники свердловского Роспотребнадзора. За первое полугодие 2006 санврачи забраковали почти 15 тонн колбасной и мясной продукции, сообщили 10 августа корреспонденту ИА REGNUM в ведомстве. Чаще всего - претензии заключаются в повышенном содержании соевого белка в тех сортах колбасы, в которых его быть не должно. В частности, в "Докторской" и "Молочной". Кроме того, растительные компоненты найдены в тушенке высшего сорта Курганского мясокомбината.

Среди фальсификаторов - крупнейшие производители продукции Екатеринбурга, Ишима, Кургана, Красноуфимска и так далее. Кроме того, на некоторых изделиях отсутствует информация о содержащихся в продуктах генетически модифицированных составляющих

<http://www.regnum.ru/news/686757.html>

(к содержанию)

### ***В Москве изъято 120 тонн некачественного мяса на \$500 тыс***

Retailer.ru, 10.08.06

В Москве изъято 120 тонн некачественного мяса стоимостью около 500 тыс. долларов. Как сообщили РБК в пресс-службе управления по борьбе с экономическими преступлениями (УБЭП) ГУВД Москвы, к ним поступила информация, что в столице начались поставки некачественного мяса в розничную сеть.

В ходе проведения оперативно-розыскных мероприятий было установлено, что мясо поступало в продажу из подпольного холодильного цеха, расположенного на территории одного из автосервисов в Северо-Восточном административном округе недалеко от МКАД.

Также было установлено, что данный автосервис принадлежит нескольким выходцам из Азербайджана. В результате была проведена операция, в ходе которой оперативники обнаружили на территории автосервиса и изъяли около 120 тонн говядины и свинины. Мясная продукция хранилась в металлических контейнерах в антисанитарных условиях. Документы на данную продукцию отсутствовали. По мнению сотрудников УБЭП, обнаруженная мясная продукция была нелегально завезена из Китая, а ее стоимость составляет примерно 500 тыс. долларов.

В настоящее время решается вопрос о возбуждении уголовного дела в отношении предпринимателей, причастных к поставкам и сбыту некачественного мяса. Проводится расследование.

Напомним, что в конце июня в Московской обл. была изъята партия бутылок грузинского и молдавского вина на сумму в несколько миллионов руб. Как сообщили РБК в областном ГУВД, вина перевозила грузовая автомашина Volvo из Курска в Москву.

Автомашина была остановлена сотрудниками милиции на 42-м км автодороги Москва - Дон во время проведения профилактических мероприятий на территории Подольского района. Винная продукция в грузовике перевозилась с неправильно оформленными товарно-сопроводительными документами.

По результатам проверки изъято 9 тыс. 665 бутылок вина на общую сумму в несколько миллионов рублей. Проводится административное расследование.

[http://www.retailer.ru/?cat=i\\_news&key=9715&&d=2006-08-10#body](http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=9715&&d=2006-08-10#body)

(к содержанию)

### ***Татарстан: Необходимо удвоить объемы производства мяса птицы и свинины***

Product.ru, 11.08.06

На очередное совещание соберутся завтра в Казани работники свиноводческой и птицеводческой отраслей Татарстана, на котором будут подведены итоги работы за 7 месяцев текущего года и намечены планы на ближайшую перспективу. Об этом сообщил корреспонденту информационного агентства "Татар-информ" заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия РТ по животноводству Назип Хазипов.

По словам заместителя министра, за 7 месяцев текущего года свинины было произведено 31,4 тысячи тонн, что составляет 114 процентов к соответствующему периоду прошлого года. Мяса птицы было отправлено в торговую сеть 33,2 тысячи тонн (121 процент), яиц - 439 миллионов штук (103 процента). Вместе с тем, Н.Хазипов считает, что работникам свиноводческой и птицеводческой отраслей в ближайшие два года необходимо удвоить объемы производства мяса птицы и свинины.

Кроме того, в ходе совещания аграрии намерены ознакомиться с ветеринарной лабораторией Международного конно-спортивного комплекса "Казань", оснащенного уникальным оборудованием.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44934>

(к содержанию)

## Тенденции в производстве и потреблении мясопродуктов в России

***Возросло производство скота и птицы на убой в хозяйствах всех категорий***  
ИТАР-ТАСС, 07.08.06

По сообщению ИТАР-ТАСС, рост производства мяса наметился в России за первые 6 месяцев реализации нацпроекта "Развитие АПК". По данным Минсельхоза, на 1 июля производство скота и птицы на убой в хозяйствах всех категорий повысилось на 3,6% по сравнению с I полугодием 2005 г.

В то же время отмечено снижение молочного производства на 0,3% по сравнению с аналогичным периодом 2005 г. При этом сельхозпредприятия увеличили показатели на 1,4%, а личные подсобные и крестьянские хозяйства - снизили на 1,6%.

Что касается субсидирования процентных ставок по кредитам коммерческих банков на строительство, реконструкцию и модернизацию животноводческих комплексов на срок до 8 лет, то с начала 2006 г выдано 32,7 млрд руб кредитов из запланированных на 2006 г. 40 млрд руб. Закуплено и выделено в лизинг. 25,3 тыс голов высокопродуктивного племенного скота из запланированных на этот год 50 тыс голов.

По данным Росстата, поголовье крупного рогатого скота в хозяйствах всех категорий увеличилось за первую половину 2006 г на 1,3 млн голов и составило 22,765 млн голов. В рамках направления "Стимулирование развития малых форм хозяйствования", сумма привлеченных кредитов и займов за I полугодие составила 7,88 млрд руб из запланированных на год 20 млрд руб. Созданы 556 сельскохозяйственных потребительских кооперативов по снабжению и сбыту продукции подсобных и фермерских хозяйств, что на 39% превысило плановые показатели. Однако план по созданию кооперативов по переработке сельхозпродукции выполнен пока на 36%: созданы 72 кооператива из запланированных 200. Кредитных кооперативов за полгода создано 482 из 600 по плану.

(к содержанию)

***Илюмжинов рассказал Путину о «мясном поясе России»***  
Aksnews.ru, 08.08.06

АКС-Реальный сектор, 8 августа. Президент Калмыкии Кирсан Илюмжинов пообещал сегодня президенту РФ Владимиру Путину развивать в республике мясное животноводство, передает ИТАР-ТАСС.

По словам Илюмжинова, программа развития этого сектора позволит создать в Калмыкии «мясной пояс» России и через 5 лет обеспечивать половину потребности РФ в мясе.

В Элисте, сообщил он, разработана программа по созданию «мясного пояса России» на базе Калмыкии, а также Оренбурга на Урале и Улан-Удэ в Сибири.

Как отмечает ПРАЙМ-ТАСС, президент Калмыкии напомнил, что в России раньше было около 7,5 млн голов крупного рогатого скота, а сейчас его поголовье сократилось до 350 тыс. «Если эта программа пойдет, что через 4-5 лет половину потребности в мясе для российского населения можно закрыть», - сказал он, отметив, что производство мяса в год может быть доведено до 400 тыс. тонн.

«Мы над этой программой работаем и хотели получить ваше одобрение», - обратился Илюмжинов к Путину.

**Обзор прессы за 05-11.08.06**

Кроме того, передает ПРАЙМ-ТАСС, президент Калмыкии доложил главе государства о подготовке к празднованию 400-летия добровольного вхождения калмыцкого народа в состав российского государства. По словам Илюмжинова, второе заседание оргкомитета пройдет в сентябре в Элисте. На празднование предусмотрено 3,5 млрд рублей. «Эта цифра согласована во всех ведомствах и министерствах», - сказал он.

[http://www.aksnews.ru/m/103239/ilyumzhinow\\_rasskazal\\_putinu\\_o\\_myasnom\\_poyase\\_rossii.html](http://www.aksnews.ru/m/103239/ilyumzhinow_rasskazal_putinu_o_myasnom_poyase_rossii.html)

(к содержанию)

### ***В Оренбургской области через два года производство мяса вырастет на 16,3%***

Emeat.ru, 08.08.06

В Оренбургской области определен лимит средств на субсидирование процентных ставок по кредитам в рамках нацпроекта "Развитие АПК", а именно по части "Ускоренное развитие животноводства" на 2007 год. Он составит из федерального бюджета 56 млн. рублей, а из областного - 28 млн. рублей. В данное время в регионе ведется строительство и реконструкция 9 животноводческих комплексов. Их стоимость оценивается в 5,3 млрд. рублей.

"2008 году в области планируется увеличить производство мяса на 16,3%, а молока - на 5,1%", - заявил на встрече с журналистами 7 августа заместитель председателя правительства - министр сельского хозяйства Оренбургской области Василий Еременко, - сообщает корреспондент ИА REGNUM.

<http://www.emeat.ru/new.php?id=5876>

(к содержанию)

### ***Мясом единым***

Ведомости, 09.08.06

В России дефицит мяса, но в избытке вода. В Калмыкии — наоборот. Налицо предпосылки для внутренней глобализации и специализации. Эту идею выдвинул вчера глава Калмыкии Кирсан Илюмжинов, когда предложил российскому президенту создать "мясной пояс России" на базе Калмыкии и попросил помочь с прокладкой водопровода из Ставрополя.

Россияне недоедают мяса: при биологической норме 75 кг мяса на человека в год в России на одного человека, по оценкам Мясного союза, приходится не более 65 кг. Кроме того, российский мясной баланс дефицитен: по экспертным оценкам, ежегодно в России потребляется 7,5-8 млн т мяса, а производится 5-5,5 млн т. Дефицит покрывается за счет импорта.

Неудивительно, что за дело взялось государство, и возрождение российского мясного фонда стало приоритетной задачей правительства. В рамках сельскохозяйственного нацпроекта животноводство будут развивать ускоренными темпами, заданы даже конкретные цели: намечена стабилизация поголовья крупного рогатого скота на уровне 2005 г., производство мяса должно вырасти на 7%, а молока — на 4,5%. Всего за 2006 и 2007 гг. на это будет выделено 14,6 млрд руб. из госбюджета. Проект уже действует, но идеи Илюмжинова вполне могут претендовать на дополнительные госсредства — например, из слабо расходуемого инвестфонда.

Одна незадача: тех 400 000 т мяса, о которых говорит калмыцкий президент, российским мясоедам не хватит и на холодную закуску. Этого мало для отказа от импорта мясопродуктов. Между тем эксперты прогнозируют, что по мере роста благосостояния

будет увеличиваться и потребление мяса: в Мясном союзе надеются, что через пару лет потребление вырастет до 10-11 млн т. Возможно, с такими темпами роста к 2010 г. биологическая норма будет соблюдена и каждый россиянин получит свои 75 кг мяса, вопрос в том, чье оно будет. Цель нацпроекта — рост производства на 7% — тоже не покрывает дефицит, а значит, ответ очевиден: мясо будет иностранное.

В Национальной мясной ассоциации считают, что если заявленное правительством будет выполнено хотя бы на 30%, то доля импорта (сейчас она, по оценкам ассоциации, составляет 30-33% от общего объема потребления мяса) действительно сократится, но в абсолютных цифрах импорт все равно будет только расти.

Ввоз импортного мяса квотируется государством. При этом специалисты уверены, что главная проблема не в размерах квоты, а в ее географии. Например, 80% квоты на импорт говядины приходится на Европейский союз, который не в состоянии в таком объеме обеспечить Россию мясом по приемлемой для россиян цене. А на страны Южной Америки, где есть и достаточные объемы, и приемлемые цены, приходится лишь 20% квоты. В результате в России образуется мясной дефицит, цены растут, а развитие отечественного мясного рынка замедляется. Большинство экспертов, знающих рынок, сходятся во мнении, что главная проблема отечественного мяспрома — неконкурентная себестоимость и низкое качество. Единственный выход — введение новых технологий и воспитание нового поколения специалистов. Но пока на рынке не появится конкуренция и торговать можно чем угодно, развиваться качественно, а не количественно никого не заставишь.

Ключ к изменениям лежит не в госбюджете, а в создании конкурентных условий. Но это только если ограничиться экономикой. Если смотреть на дело политически, то из нацпроекта по развитию АПК и плана Илюмжинова может выйти толк — модель сплочения субъектов Федерации. Прислушавшись к идеям Илюмжинова, можно направить аграрный нацпроект на укрепление продовольственной зависимости разных субъектов Федерации друг от друга, зацементируя таким образом Россию мясом. Но от глобализации федеральной рано или поздно придется обратиться и к мировой — Россию, даже единую, надо будет чем-то кормить.

[\(к содержанию\)](#)

### ***Живем без мяса и фруктов, но зато прожорливы***

Труд, 10.08.06

Столичные власти не на шутку озаботились питанием москвичей. В Москве разработан закон "О продовольственной безопасности", который скоро внесут на рассмотрение Мосгордумы. Впрочем, гораздо любопытнее, какие цели поставили себе власти.

Главная цель - накормить людей до отказа. Точнее, до рекомендованных медиками норм. Обнадеживающий прогноз: к 2010 г. москвичи будут есть столько **мяса и** рыбы, сколько нужно для поддержания себя в тонусе. То есть 90 кг **и** 20 кг в год соответственно (сейчас мы, увы, недоедаем 9 кг **мяса** в год **и** пару кэгэ рыбы). Впрочем, больше радоваться нечему.

Даже через 4 года среднестатистический горожанин не будет поглощать столько **фруктов и** овощей, сколько рекомендуют медики. Так, если сейчас москвич съедает 80 кг овощей в год, то в 2010 г. осилит

110 кг. А нужно-то - 146 кг. И до нормы потребления **фруктов** мы не дотянем целых 10 кг (сейчас же не дотягиваем аж 28 кг!).

Да **и** вообще, как говорят специалисты, нормально москвичи питались лишь в бородастые 60-е. Из начала 90-х приятные воспоминания навеивает лишь молоко: тогда каждый

горожанин мог выпить его 400 литров в год - как раз то, что доктор прописал. Сейчас же - всего 290. И дело тут не в молочном дефиците, а в банальной нехватке денег у населения. Надо полагать, к 2010 г. наши доходы вырастут настолько, что мы сможем не отказывать себе хотя бы в мясе и рыбе. Однако с радостью Фрекен Бок столичные власти констатируют: с каждым годом москвичи становятся все прожорливее. Если в 2001 г. они съедали 24 тонны продуктов в день, сейчас - уже более 29 тонн.

Впрочем, депутаты Мосгордумы сочли, что не так важно, сколько ест народ, как - что он ест. То есть качество продуктов. А вот с этим уже проблемы. По разным видам товаров столица зависит от импорта на 10 - 80 %. Импортная зависимость по мясу снизилась было с 85 % в 2001 г. до 65 % в 2004-м, но сейчас вновь выросла до 70 % (для сравнения - в среднем по России зависимость от импорта мяса - 33 - 35 %).

- И импорт мяса в столице продолжит расти, - уверен 1-й зам. руководителя департамента продресурсов Виктор Ольховой. - Ведь потребление мяса в ближайшие годы вырастет не только в России, но и в регионах, значит, поставки оттуда сократятся, и придется компенсировать их товарами из-за рубежа.

И это не есть хорошо. По экспертным оценкам, от 50 до 70 % импортных продуктов просто нельзя есть - они некачественные. Что уж говорить о трансгенной еде, которой заполнен не только столичный рынок. Кстати, в новом законе есть норма о недопустимости использования бюджетных средств для закупки генетически модифицированной еды для школьников и детсадовцев. Попутно готовится еще один законопроект - "Об ограничении обращения на территории Москвы продуктов с ГМО".

**Ирина ВОРОНОВА**

(к содержанию)

**"Моссельпром" в I полугодии 2006г. увеличил производство мяса птицы на 6% - до 14,3 тыс. т.**

Advis.ru, 10.08.06

Агропромышленный птицеводческий комплекс (АПК) "Моссельпром" в I полугодии 2006г. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года увеличил производство мяса птицы в убойном весе на 6% - до 14 тыс. 282 т, сообщает компания. При этом объем реализации продукции во II квартале 2006г. на 43% превысил показатель I квартала, а выручка за этот же период выросла на 36%. При этом в июне "Моссельпром" реализовал 3 тыс. 170 т продукции, а складские остатки, накопленные в период низкого спроса, за январь-июнь 2006г. снизились на 36%. Напомним, в рамках национального проекта "Развитие агропромышленного комплекса" компания реализует план по увеличению своих производственных мощностей к 2007г. на 66% по сравнению с 2005г. Пятилетний инвестиционный кредит в размере 840 млн руб. на строительство новой убойной линии и реконструкцию бройлерных птичников предоставил Россельхозбанк. В настоящее время идет строительство производственного здания бойни, а на заводах компаний Stork и VDL Agrotech (Голландия) изготавливаются технологические линии для данного проекта. Как сообщали ранее представители компании, в 2006г. "Моссельпром" планирует инвестировать в расширение производства 23 млн долл. Основное направление деятельности "Моссельпрома" - бройлерное птицеводство. В структуру АПК "Моссельпром" входят комплекс "Домодедово" (инкубатор на 50 млн яиц в год и 3 бройлерные фермы на 7,5 млн бройлеров в год), комплекс "Константиново" (8,7 млн бройлеров в год), птицефабрика "Узловская" (11 млн бройлеров) и Ожерельевский комбикормовый завод. Кроме того, в состав ЗАО "Моссельпром" входят ООО "Моссельпром финанс" и ООО "Моспродбаза". Крупнейшим акционером

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**

агропромышленного комплекса является компания Birkdail Management Ltd. (Кипр). По данным Министерства сельского хозяйства Московской области, на долю "Моссельпрома" в 2005г. пришлось 28,7% произведенной продукции. Второе место занимает Петелинская птицефабрика (группа "Черкизово") - 26,7% от объема производства, третье - "Элинар Бройлер" (22%).

<http://advis.ru/cgi-bin/fulllenta.pl?from=20060807&to=20060811&class={C84E78A3-8CFC-D611-A133-00C026A27F04}&c=1154949789>

(к содержанию)

## Логистика

### ***Компания MeatLand L&D — в ногу со временем***

Мясные технологии, №7 2006

Компания MeatLand L&D успешно внедрила систему автоматизации мясного распределительного центра Exceed™ WMS 4000. Система входит в тройку лучших мировых решений по управлению складом.

Новые возможности распределительного центра позволяют партнерам компании получить доступ к широкому спектру логистических услуг, оптимизируя управление своими цепочками поставок. Стандартная технологическая цепочка дополняется услугами фасовки, упаковки, маркировки, прайсинга, этикетирования, отражающими тенденцию расширения частных марок в ассортименте розничных сетей и рост требований потребителей к качеству мясной продукции. В планах компании строительство распределительных центров в Москве. Инвестиционный план предусматривает строительство универсального логистического терминала для товаров с низкотемпературным режимом хранения емкостью 50 тыс. тонн, который будет выполнять функции оптового межрегионального узла. Опыт внедрения WMS-системы будет незаменим для создания рефрижераторного терминала, способного переключить на себя основные транзитные товаропотоки мяса, как отечественного, так и импортного, для его последующей переработки. Также в планах компании строительство двух распределительных центров по 10 тыс. тонн, оснащенных современными цехами по разделке и упаковке мяса для поставок в розничные торговые сети Москвы.

[\(к содержанию\)](#)

### ***Логистические технологии на мясоперерабатывающем предприятии***

Мясные технологии, №7 2006

Модный термин «логистика», вошедший с недавних пор в обиход постсоветских предпринимателей, наполняется все более конкретным содержанием. Руководители мясоперерабатывающих предприятий осознают, что источником многих их проблем является интуитивный, бессистемный и, если называть вещи своими именами, хаотический подход к ведению бизнеса. О научной обоснованности говорить, как правило, не приходится. Зачастую это ведет к неадекватной оценке общего состояния дел, к неспособности быстро ориентироваться в товарных и финансовых потоках собственного предприятия. Тут-то и приходят на помощь логистические технологии.

Если трактовать понятие «логистика» в контексте функционирования отдельного предприятия, то содержание этого термина можно сформулировать следующим образом: логистика мясоперерабатывающего производства — это координация действий по закупке сырья, транспортировке, переработке, хранению и реализации товара. Все основные процессы, протекающие на предприятии, рассматриваются как потоки товарных, финансовых, трудовых ресурсов, а также серии типовых хозяйственных операций и процедур, увязанные в единый комплекс. Таким образом, мониторинг и анализ данных потоков осуществляются в рамках одной системы.



Основная задача логистики и заключается в согласовании и оптимизации финансовых и товарных потоков, в их увязке с общей конъюнктурой рынка и конкретным состоянием дел в компании.

В условиях постоянно растущей конкуренции все большее значение приобретает внедрение профессиональных методов организации и учета всех производственных процессов - от поступления сырья до сбыта готовой продукции. При этом у руководителя любого предприятия неизбежно появляется острая потребность в актуальных, достоверных, полных и доступных в любой момент сведениях, охватывающих все направления финансово-хозяйственной деятельности компании. «В основе улучшения производственных показателей мясоперерабатывающего предприятия лежит использование оборудования высокой производительности, позволяющего упорядочить и ускорить производственные процессы, оперативно получать информацию о количестве выпускаемой продукции и движении материальных потоков, сократить незапланированные потери готовой продукции и расходы на содержание персонала, — объясняет Владимир Малков, руководитель департамента мясоперерабатывающего оборудования компании «АГРО-3». — Пересмотру подлежат все этапы производства: убой, разделка, изготовление конечного продукта, упаковка, этикетирование, складское накопление с последующим подбором заказов и экспедиция.



Значительное место в общем спектре услуг, предоставляемых компанией, занимает и внедрение на предприятиях пищеперерабатывающей отрасли систем для реализации концепции внутривозвратной логистики, начиная от экспертного обследования предприятия, разработки проекта и заканчивая собственно внедрением и последующим сервисно-консультационным сопровождением».

Компания «АГРО-3» поставляет и обеспечивает послепродажный сервис оборудования самого широкого спектра и поддержку логистических технологий: современные механизмы перемещения пластиковых ящиков, включающие приводные и роликовые конвейеры, элеваторы межэтажного перемещения тары, поточные моечные машины с

автоматической загрузкой и выгрузкой грязной тары (производительностью от 250 до 4 000 ящ./ч), роботизированные склады компактного хранения чистой тары; гравитационные стеллажи; системы автоматического подбора заказов («пикинг»), а также соответствующее программное обеспечение.

«Наш опыт показывает, что «узким» местом мясопереработки является несовершенство оперативного учета сырья, материалов и готовой продукции, — говорит Григорий Скегин, специалист департамента мясоперерабатывающего оборудования компании «АГРО-3». — Мы готовы предложить эффективную систему контроля технологических потерь производства, рационального FIFO складирования, а также подбора заказов. После обследования предприятия мы предлагаем различные варианты программного обеспечения по автоматизации существующего складского хозяйства на базе Wi-Fi- и ШК-технологий внедрения, мобильных терминалов сбора данных.

В работе с клиентами компания «АГРО-3» исповедует комплексный подход, в рамках которого мы предлагаем оборудование по гигиене, охлаждению, упаковке, взвешиванию в потоке, штрихкодированию маркировке продукции; в составе компании есть отдельные подразделения по проектированию пищевых производств и строительству их «под ключ». Эти решения уже опробованы многими нашими заказчиками. Предлагаемые нами системы отлично зарекомендовали себя не только среди мясоперерабатывающих компаний, но и на предприятиях молочной и хлебопекарной промышленности».

Одним из сильнейших в Европе предприятий в области производства специальных машин, агрегатов, подъемно-транспортного оборудования и решений для пищевой индустрии является немецкая фирма **WVGKainz**. Неслучайно международные инвестиционные компании, работающие в сегменте мясоперерабатывающей отрасли пищевой промышленности, демонстрируют высокую заинтересованность в продукции WVGKainz. Количество заказов из Италии, Испании, Венесуэлы, Австрии, Польши и Швейцарии растет и говорит о том, что клиенты дали высокую оценку продукции WVGKainz. Сегодня и российские предприятия имеют возможность оценить знаменитое немецкое качество и надежность этого оборудования, тем более что в России WVGKainz обрела надежного и мощного партнера — компанию «АГРО-3», располагающую всеми необходимыми ресурсами для того, чтобы полноценно и профессионально представлять интересы немецких партнеров на рынке СНГ.

Со своей стороны, сотрудничая с фирмой WVGKainz, компания «АГРО-3» еще более повышает степень механизации производства при минимальном использовании производственных площадей. В данный момент «АГРО-3» выводит на российский рынок несколько новых разработок WVGKainz, в частности укладчики для пустых контейнеров E-1 и E-2 (600 • 400 • 250 мм) для хаотичной разборки до 2 400 ящиков в час, а также устройства загрузки и разгрузки заполненных контейнеров производительностью 800 ящ./ч (немаловажно, что система функционирует преимущественно без обслуживающего персонала). В области подъемно-транспортного оборудования от фирмы WVGKainz представляют интерес транспортеры специальные цепные, а также с втулочно-роликовой цепью, тихие и мощные, не требующие обслуживания. Они предназначены как для наполненных, так и для порожних контейнеров и в будущем должны заменить роликовые транспортеры.

Весьма актуальными для отечественных компаний являются и различные системы подбора заказов — с производительностью до 250 ящ./ч на одно рабочее место. В частности, KKS — система подбора заказов производства фирмы WVGKainz благодаря своей оперативности и надежности подойдет для различных типов производств, к примеру для промежуточных складов, складов распределительных центров, холодильных помещений. В условиях дефицита складских помещений особое внимание стоит обратить

на автоматизированную систему складирования пластмассовых ящиков, которая основывается на оптимальном использовании имеющихся помещений: так, при высоте потолков до 7 м в одном складском модуле с основанием 9 м<sup>2</sup> могут храниться до 900 контейнеров. Это оборудование придется весьма кстати многим компаниям, не понаслышке знакомым с транспортными и складскими проблемами, обусловленными большим ассортиментом и нехваткой складских помещений. Заказы клиентов накапливаются, разделяются и в режиме реального времени направляются напрямую на рабочие места по формированию заказов. При этом отпадает необходимость многократной обработки заказов, а также выбора заказов вручную, что особенно важно, когда последние состоят из огромного количества отдельных позиций. При этом наиболее приоритетные заказы обрабатываются в первую очередь. По оценкам специалистов, эффективность внедрения данной системы подбора заказов довольно высока, ибо может на 30 % увеличить производительность участков формирования заказов, причем без привлечения дополнительного персонала. Благодаря грамотной интеграции внешней и внутривозводской логистики возможно значительное сокращение производственных затрат компании. Внедрение логистических технологий, координация всех операций по закупке сырья, транспортировке, переработке, хранению и реализации товара, оптимизация товарных и финансовых потоков способствуют достижению максимального экономического эффекта, одновременно минимизируя расходы предприятия. Однако, решившись на реализацию концепции внутривозводской логистики на собственном предприятии, помните: единого рецепта упорядочивания бизнес-процессов не существует. Есть только общий алгоритм разработки проекта и его последующего внедрения. Детали же прописываются индивидуально для каждой компании, в зависимости от специфики технологического процесса, расположения производственных объектов, номенклатуры выпускаемой продукции, стабильности материалопотоков и общей степени сложности управления ресурсами.

*Лия Волова, «АГРО-3»*

(к содержанию)

### ***Неразвитая транспортно-логистическая инфраструктура может стать препятствием на пути роста мясного рынка***

Emeat.ru, 07.08.06

Институт Аграрного Маркетинга, в рамках комплексного исследования перспектив развития мясного рынка России, провел обследование систем сбыта основных компаний-поставщиков мяса и мясопродуктов на столичный розничный рынок. Как показали исследования ИАМ, на столичном рынке российское происхождение имеет не более 25% мясной продукции. В рамках правительственных программ, направленных на импортозамещение, сельхозпроизводители, принявшие участие в исследовании, планируют к 2007-2009 гг. увеличение поставок мясного сырья в столицу в среднем на 97%, что позволит довести до 540 тыс. тонн ввоз мяса из российских регионов в столицу, сегодня на 77,3% снабжаемую импортным замороженным мясом. Ожидается, что емкость розничного рынка мяса-сырья г. Москвы возрастет на 15-20%, при этом наибольший рост сбыта прогнозируется через сектор сетевых супермаркетов, который в 2007-2009 годах обгонит оптовые рынки и охватит 35% объемов реализуемых в розницу мясопродуктов. Этот сектор, по данным исследования, является приоритетным каналом сбыта для всех без исключения поставщиков. Под влиянием роста объемов продаж перед мясным рынком г. Москвы к 2010 году встанет проблема хранения и доставки

На фоне планируемого увеличения поставок, среди всех обследованных компаний-поставщиков лишь три предприятия не прогнозируют дефицита собственных транспортных мощностей и ресурсов управления логистикой. Однако ни один из опрошенных сельхозпроизводителей не планирует инвестиций в собственные автотранспорт и логистику, несмотря на то, что на самовывоз продукции покупателями приходится лишь 19% объема производимой ими продукции. Все это делает важной роль специализированных транспортно-логистических субподрядчиков. Хотя у всех обследованных компаний есть опыт работы с подобными субподрядчиками, он не носит систематического характера. Критерии выбора субподрядчика по транспортно-логистическим услугам носят в значительной степени субъективный характер, среди них лидирует такой фактор, как репутация («имидж») компании, а второе место по важности занимает фактор наличия у компании-субподрядчика машин-рефрижераторов. Этот критерий, по сути, является квалификационным, поскольку без специального транспорта оказание качественных транспортно-логистических услуг на рынке мяса просто невозможно. Избрание заказчиками услуг базового критерия в качестве одного из основных факторов выбора свидетельствует о том, что сегодня далеко не все компании, предлагающие транспортно-логистические услуги, в принципе соответствуют даже минимальным квалификационным требованиям. Фактор стоимости, напротив, оказался одним из последних по важности, что подтверждает вывод о неразвитости рынка этих услуг и отсутствии конкуренции по их предоставлению. Исследование показало, что со стороны, в свою очередь, сетевых ритейлеров спрос на внешние логистические услуги сдерживается не только отсутствием качественного предложения, но тем обстоятельством, что транспортно-логистическая составляющая закупочной цены со стороны покупателя просто «не видна», поскольку включена в общую цену «товара с доставкой». С ростом объема сбыта и, соответственно, перевозок, стоимость транспортировки и логистики в абсолютных величинах будет возрастать, что, по мнению экспертов ИАМ, делает необходимым разделение стоимости самого продукта и стоимости его транспортировки. Это, наконец, позволит ритейлерам управлять соответствующими издержками. Принимая во внимание, что стоимость качественной транспортировки и логистики составляет от 10 до 25% закупочной цены, экономия для ритейлеров от привлечения специализированных аусторсинговых субподрядчиков по транспорту и логистике может составлять, по оценке экспертов ИАМ, не менее 3-5% закупочной цены.

Согласно выводам исследования, если издержки на транспортировку и логистику будут выделяться в отдельную статью, это будет выгодно и для производителей, которые смогут оптимизировать собственные транспортно-логистические системы, сокращая расходы на содержание автопарков и специальных складских мощностей. Последнее станет возможным при условии, что субподрядчик по транспортировке и логистике будет иметь и собственные распределительные центры.

На момент проведения исследования лишь одна компания-поставщик из обследованных (MeatLand) имела собственный распределительный центр и систему транспортировки и логистики, отвечающие наиболее вероятной концепции развития рынка. Компания сознательно избрала в качестве направления развития трейдерской модели не создание собственного производства, а транспортно-логистические услуги. Распределительный центр компании емкостью 9 тыс. тонн способен обрабатывать до 2,4 тыс. тонн мясопродуктов в сутки. Этот терминал обслуживает, в основном, Санкт-Петербург и северо-запад России, однако его успешный опыт (терминал и его рефрижераторный автопарк из 120 машин обрабатывают до 2 тыс. заказов в сутки) взят на вооружение и другими трейдерскими компаниями из числа участников исследования («Мираторг»),

«Оптифуд»), в которых активно идет процесс расширения собственного автопарка и рассматриваются планы по строительству специализированных центров дистрибуции. Формирование московского розничного рынка мясопродуктов во многом зависит от стратегии развития логистики сетевых супермаркетов. Некоторые ритейлеры, например «Пятерочка», несмотря на наличие собственных распределительных центров, высказывают желание сотрудничать с логистическими компаниями при наличии у последних выгодных условий и высокого уровня услуг, но отмечают недостаточное количество адекватных предложений.

По данным исследования, мясокомбинаты, в отличие от сетей, пока предпочитают использовать собственные мощности по хранению. Они также ориентированы на расширение мощностей собственного автопарка, хотя при этом нередко привлекают транспортные компании.

Вопрос, будет ли российский рынок мясной розницы развиваться по западному сценарию, а игроки повышать эффективность бизнеса, пока остается открытым.

Обследование проводилось методом интервью с функциональными руководителями служб сбыта и логистики 16 основных компаний-поставщиков мяса и мясопродуктов в столичную розницу, а также с руководителями служб закупок и логистики 5 ведущих столичных розничных сетей.

За дополнительной информацией просьба обращаться:

«Институт Аграрного маркетинга»

+7 (095) 955-67-96

<http://www.emeat.ru/new.php?id=5856>

(к содержанию)

## Новости животноводства и птицеводства

### *Бройлер-бум. Красноярский холдинг "Сибирская губерния" будет наращивать производство птицефабрики "Томская"*

Ведомости, Новосибирск, 07.08.06

Красноярский холдинг "Сибирская губерния" укрепляет позиции на рынке производства куриного мяса и яйца. Компания купила комплекс из трех птицефабрик в Томской области, что позволит красноярцам занять сразу 80% местного рынка куриного яйца. Но за лидерство на рынке бройлерного мяса компании придется серьезно конкурировать с Межениновской птицефабрикой, которая также решила наращивать производственные мощности.

В холдинг "Сибирская губерния" входят пять птицефабрик в Красноярском крае, Хакасии и Кузбассе. Общая мощность фабрик — 58 000 т мяса птицы в год. Оборот производственного блока компании в 2005 г. составил 2,7 млрд руб., по итогам 2006 г. ожидается 3,5 млрд руб. Также "Сибирской губернии" принадлежит сеть гипермаркетов "Алпи", оборот которой в 2005 г. составил более 6 млрд руб. В инвестиционном меморандуме "Сибирской губернии" отмечается, что в 2004 г. компания потратила на модернизацию и покупку птицефабрик около 118 млн руб., в 2005 г. — 433 млн руб.

"Сибирская губерния" завершила сделку по приобретению птицефабрики "Томская", состоящей из трех имущественных комплексов (Томская птицефабрика, ее отделение в поселке Заречный и Туганская птицефабрика), рассказал "Ведомостям" директор птицефабрики "Сибирская губерния" Александр Сычев. Ранее предприятие принадлежало томским бизнесменам и покрывало 80% потребностей Томской области в яйце. Купив Томскую птицефабрику, компания намерена стать лидером на томском рынке не только яйца, но и мяса бройлеров, сообщил Сычев. Сейчас Томская птицефабрика производит около 250 млн яиц в год и около 2000 т мяса бройлеров. По его словам, уже в 2007 г. птицефабрика будет производить до 400 млн яиц и 35 000 т мяса бройлеров в год. Для этого, говорит Сычев, будет закуплено новое поголовье птицы и новое оборудование. Стоимость сделки Сычев раскрывать не стал. С учетом планируемой мощности затраты на покупку могут быть сопоставимы с затратами на Камышевскую птицефабрику в Кузбассе, которую холдинг купил в октябре 2005 г. примерно за \$1 млн. Там будет производиться до 30 000 т мяса бройлеров, что потребует в течение пяти лет около 1,3 млрд руб. инвестиций, сообщили в холдинге.

Томская птицефабрика ранее принадлежала директору Томского комбикормового завода Михаилу Штейну, который был ее единоличным владельцем. Штейн рассказал, что его финансовые возможности не позволяли серьезно модернизировать предприятие, поэтому фабрика и была продана. Стоимость сделки он также не раскрыл, отметив, что "предложенная цена его устроила". Он считает, что на модернизацию фабрики и доведение ее до проектных показателей у новых собственников уйдет около 1,5 года. Представитель Томского комбикормового завода оценил вложения в модернизацию Томской птицефабрики в 1,5-2 млрд руб.

Заместитель начальника департамента по социально-экономическому развитию села администрации Томской области Олег Шанин подтвердил, что соглашение о продаже Томской птицефабрики уже подписано. По его словам, трудовому коллективу фабрики уже были представлены новые владельцы. Шанин рассказал, что прежние владельцы приобрели птицефабрику после процедуры их банкротства в 2003 г. и объединили в одно

юрлицо. По его словам, Штейн планировал инвестировать в их реконструкцию около 200 млн руб., но вложил только часть средств.

Производством мяса бройлера на территории Томской области помимо Томской птицефабрики занимается только Межениновская птицефабрика. Ее директор Федор Халецкий предполагает, что при новых владельцах Томская птицефабрика может составить ему конкуренцию. Он отмечает, что сейчас все оборудование Томской птицефабрики предназначено для производства яиц, поэтому ее придется полностью перепрофилировать. "Вряд ли нас вытеснят с рынка, потому что мы тоже нарастим мощности", — говорит Халецкий. Он отмечает, что в 2006 г. его фабрика выпустит 10 000 т мяса бройлера, в 2007 г. — 18 000 т, а в 2008 г. мощности достигнут 25 000 т.

Эксперты затруднились оценить стоимость Томской птицефабрики, но считают оправданной покупку красноярцев. По мнению аналитика Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР) Константина Кугучина, чтобы выйти в лидеры рынка куриного мяса, Томской птицефабрике нужно занять сегмент охлажденной продукции, который в Сибирском регионе почти пустует. В то же время Кугучин констатирует, что спрос на мясо бройлера в Томске значительно превышает предложение, поэтому со сбытом продукции проблем не возникнет. По данным гендиректора Росптицесоюза Галины Бобылевой, рынок мяса птицы быстро растущий и доходный. По ее прогнозам, прирост рынка в 2006 г. составит 190 000 т, или 19%, а рентабельность бройлерного производства — не менее 10%.

#### Новосибирская переработка

Около 107 млн руб. планирует привлечь Новосибирская птицефабрика в рамках нацпроекта развития АПК. По словам коммерческого директора фабрики Сергея Лесика, средства будут потрачены на газификацию предприятия и создание цеха по переработке мяса птицы. Птицефабрика, ранее производившая только мясо бройлеров, добавит в свой ассортимент колбасы и полуфабрикаты.

Ольга Коберник

(к содержанию)

#### ***Рязанская область ждет скот из Австрии***

Agronews.ru,07.08.06

По информации «RZN.info», Рязанская область включилась в работу по закупке высокопродуктивного племенного крупного рогатого скота по системе лизинга. 600 голов крупного рогатого скота из Австрии прибывает в Рязанскую область в ближайшие дни. Это один из конкретных результатов реализации приоритетного национального проекта «Развитие АПК».

В Рязанской области за поставки племенного скота отвечает ОАО «Нива Рязани». На этой неделе 360 голов скота из Австрии уже поступили в филиал агрофирмы «Нива Рязани» в Пителенском районе (село Нестерово). Тогда же 200 голов племенного скота поступит в хозяйство Кораблинского района (село Ерлино).

С начала 2006 г. Минсельхозом РФ ведется активная работа по закупке лучшего племенного скота в российских и европейских организациях для обновления отечественного стада у многих отечественных заводчиков. Основные поставки племенного скота производятся из Германии и Австрии. Кроме того, подписаны соглашения с производителями племенной продукции из Дании и Голландии. В то же время ведутся закупки племенного скота у лучших российских хозяйств

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?NId=29480&Page=3>

(к содержанию)

### ***"Татэнерго" займется свиноводством***

Product.ru, 08.08.06

ОАО "Татэнерго" планирует создать в Набережных Челнах свинокомплекс годовой производительности 30 тыс т мяса в живом весе. Это составит примерно треть объема, который Татарстан планирует к 2008 г, сообщает ИА "Татар-информ".

Комплекс создается на базе бывшего совхоза "Сосновоборский", который с 2005 г под названием ООО "Камский бекон" вошел в агрохолдинг "Татэнерго". Инвестиционная стоимость проекта оценивается в 1,2 млрд руб, из которых кредитные средства данного банка составят 831,5 млн руб. Проект будет осуществляться в два этапа - создание нового комплекса мощностью 9 тыс т мяса беконной свинины в год и реконструкция имеющегося свинокомплекса. Запуск свинокомплекса в эксплуатацию в полном объеме планируется с ноября 2007 г.

Проект представлен для включения в федеральную и республиканскую программы развития АПК.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44764>

[\(к содержанию\)](#)

### ***Свинарник на курятнике. Оренбургские растениеводы решили выращивать поросят***

Ведомости Самара, 09.08.06

Вслед за группой "Разгуляй" построить свинокомплекс в Оренбургской области решила местная компания "Южный Урал", занимавшаяся до сих пор выращиванием сельхозкультур. Компания построит комплекс на 74 000 голов на базе старой птицефабрики, вложив в проект 196 млн руб. Эксперты и участники рынка сомневаются, что средств на реализацию проекта достаточно, но отмечают, что инвестиции в рынок свинины перспективны.

ООО "НПО "Южный Урал" образовано в 2005 г., занимается выращиванием зерновых и бобовых культур. По данным "СПАРК-Интерфакс", единственный учредитель — региональный общественный фонд "Поддержка и развитие среднего класса" (Москва). Данные об обороте компании не раскрываются. По данным Института конъюнктуры аграрного рынка, в 2005 г. лидером по поголовью свиней был Краснодарский край (950 000 голов), второе место занимал Татарстан (около 600 000), на третьем — Омская область (около 500 000).

"Южный Урал" начал строительство свинокомплекса на 74 000 голов в Сакмарском районе Оренбургской области и планирует запустить его к концу 2006 г., сообщил "Ведомостям" гендиректор "Южного Урала" Александр Черномырдин. По его словам, инвестиции составят 196 млн руб., средства планируется привлечь в качестве кредита в Россельхозбанке. Проектная мощность комплекса составит 6000 т. Свинокомплекс будет построен на базе недействующей птицеводческой фирмы, сейчас ведется демонтаж старого оборудования агрохозяйства, подготовка помещений к реконструкции, рассказал гендиректор.

По словам Владимира Марсакова, замминистра сельского хозяйства Оренбургской области, оборудование для комплекса будет закупаться по лизинговой программе "Росагролизинга". "Южный Урал" получит кредит в рамках нацпроекта развития АПК: компания подавала заявку на получение льготного кредита у уполномоченного банка Минсельхоза России и в июле она была одобрена, говорит Марсаков. По его словам,

кредит агрофирме выдадут сроком на восемь лет с субсидированием 2/3 и 1/3 ставки из федерального и областного бюджетов соответственно.

Корма для свинокомплекса компания будет выращивать сама. Проблему сбыта свинины, по словам Черномырдина, "Южный Урал" уже решил. Но называть покупателя он отказался, сославшись на коммерческую тайну, сказав лишь, что он работает в пределах Оренбургской области.

Эксперты и участники рынка отмечают, что вложения в производство свинины перспективны, поскольку этот рынок растет, но сомневаются в том, что "Южному Уралу" хватит средств на свинокомплекс. В январе 2006 г. о планах создания свинокомплекса в городе Орске Оренбургской области на 100 000 голов заявила группа "Разгуляй". Строительство должно начаться в октябре этого года, а закончиться к 2009 г. Общая стоимость проекта составляет 2,3 млрд руб. Вся продукция комплекса пойдет на Орский мясокомбинат. Менеджер одной из компаний, входящих в группу "Разгуляй", на условиях анонимности рассказал, что в Оренбургской области сейчас нет крупных свиноводческих ферм или комплексов и поэтому эта ниша емкая. Но он усомнился в том, что "Южному Уралу" хватит средств на реализацию проекта.

В июле этого года московская компания "Криэйт-Агрогрупп" заявила о том, что планирует инвестировать около 3 млрд руб. в строительство свинокомплекса на 24 000 голов на территории Саратовской области. Капиталовложения только на первом этапе реализации проекта составят около 1,9 млрд руб. Ввод в эксплуатацию первой очереди предприятия планируется в IV квартале 2007 г. Объем выпускаемой продукции на первом этапе составит 11 000 т свинины в год.

С менеджером из группы "Разгуляй" соглашается и глава Мясного союза Мушег Мамиконян, который также отмечает, что 196 млн руб. для такого проекта недостаточно. При этом Мамиконян говорит, что свинина — транспортабельный продукт, поэтому мясо может доставляться на мясные производства в другие регионы, такие, как Урал и Центральная Россия. Потребность отечественных производителей в свинине Мамиконян оценил в 3,5 млн т в год, а производится лишь 1,7 млн т, поэтому проблем со сбытом у "Южного Урала" быть не должно, рассуждает Мамиконян. А гендиректор Института конъюнктуры аграрного рынка Дмитрий Рылько отмечает, что "Южному Уралу" предстоит серьезная конкуренция. По словам Рылько, свинину в России не производят только на Дальнем Востоке, а в Центральной России и на Юге реализуется несколько крупных проектов, поэтому у мясного рынка есть тенденция к насыщению.

2 млрд руб. на свиноводство

Кроме "Разгуляя" и "Южного Урала" с начала 2006 г. в Среднем Поволжье заявлено о строительстве четырех крупных комплексов на общую сумму 2,124 млрд руб. АПК "Михайловский" (группа "Черкизово") объявил о планах по строительству свинокомплекса стоимостью 1,2 млрд руб. в Саратовской области. Компания "Вест-Финанс" заявила о свинокомплексе стоимостью 264 млн руб. в Пензенской области. Мордовский агрохолдинг "Талина" решил вложить 600 млн руб. в восстановление свинокомплекса "Рощинский" в Ульяновской области. Ульяновская компания "Симбирский мясной двор" вложит 60 млн руб. в реконструкцию СПК "Елшанский".

Максим Россошанский

(к содержанию)

***В Ростовской области сокращается поголовье крупного рогатого скота***

Product.ru, 09.08.06

В Ростовской области сокращается поголовье крупного рогатого скота. По данным

**Обзор прессы за 05-11.08.06**

Ростовстата, во всех категориях хозяйств к началу июля оно уменьшилось почти на 6,5%. Средний рост удоев молока от одной коровы в первом полугодии вырос на 7%. Несмотря на это, производство цельномолочной продукции сократилось на 8%, передает ИК "Дон-ТР".

Такое положение связано с нехваткой предприятий по переработке молочной продукции. В то же время за последние полгода возросло поголовье свиней. Позитивная тенденция сохраняется и в овцеводстве, благодаря увеличению интереса к этому виду животноводства в фермерских и личных хозяйствах.

Количество овец и коз за год возросло на 5%. На птицефабриках снижается поголовье птиц почти на 2%. Тем не менее, производство мяса птицы в крупнотоварном секторе увеличилось на 19%.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44798>

(к содержанию)

### ***Томский бизнес больше не хочет выращивать куриц***

Emeat.ru, 09.08.06

Томский бизнес больше не хочет выращивать куриц и торговать яйцами. Все местные птицефабрики перешли под контроль крупных межрегиональных агропромышленных холдингов. Новых владельцев томских птицефабрик уже поддержал губернатор Виктор Кресс, поскольку те обещали ему устроить в 2007 году бум производства куриного мяса.

О продаже двух томских птицефабрик – «Томской» и «Туганской» - в понедельник сообщил сам губернатор. Правда, Виктор Кресс ошибся с именем покупателя, заявив, что новый владелец птицефабрик – красноярская группа «Алпи». Вместе с тем «Алпи» - это название сети сибирских гипермаркетов (магазины действуют в семи городах), принадлежащих пищеперерабатывающему холдингу «Сибирская губерния». Именно эта компания в июле купила томские птицефабрики.

«Томскую» и «Туганскую» птицефабрики контролировал совладелец Томского комбикормового завода Михаил Штейн. Они достались ему три года назад фактически за долги. Будучи ее крупнейшим кредитором, компания Михаила Штейна потратила 114 миллионов рублей, чтобы купить фабрики на госаукционе. После этого птицефабрики были объединены и работали как одно юридическое лицо – «Томская птицефабрика». Но, по словам их владельца, ему не хватало средств, чтобы провести серьезную модернизацию, позволявшую резко увеличить производство бройлерного мяса. По оценке «Белого дома», Михаил Штейн после покупки птицефабрик собирался вложить в них порядка 200 миллионов рублей, но реально потратил намного меньше.

Сколько красноярцы заплатили Михаилу Штейну за две птицефабрики, неизвестно. Стороны скрывают сумму сделки. В конце прошлого года холдинг «Сибирская губерния» приобрел птицефабрику в Кемеровской области, мощности которой сопоставимы с «Томской». Тогда красноярцам пришлось заплатить всего порядка одного миллиона долларов. Вряд ли Михаила Штейна устроила бы аналогичная сумма за свои птицефабрики, ведь он только купил их три года назад почти в четыре раза дороже. Это не считая долгов, накопленных фабрикой к тому моменту (кредиторская задолженность фабрик составляла 165 миллионов рублей), а также инвестиций, которые за последние три года все-таки были им сделаны.

Крупнейшая в Томске птицефабрика – «Межениновская» была продана новосибирскому холдингу почти семь лет назад. Сегодня фабрика выпускает в пять раз больше мяса бройлера, чем объединенная птицефабрика, проданная Михаилом Штейном красноярской компании «Сибирская губерния». В 2006 году «Межениновская» собирается произвести

10 тысяч тонн мяса бройлера, а в будущем году практически удвоить этот показатель. Планы новых владельцев «Томской» птицефабрики еще более амбициозны. Компания намерена уже в 2007 году производить в 15 раз больше бройлеров и в полтора раза больше яиц. Сейчас фабрика выпускает 250 миллионов яиц и две тысячи тонн мяса птицы. Мощности всего красноярского холдинга, контролировавшего до последнего времени пять птицефабрик в трех сибирских регионах, - около 60 тысяч тонн мяса птицы в год. В прошлом году оборот в «Сибирской губернии» в отрасли составил 2,7 миллиарда рублей. Компания обещает вложить в томские птицефабрики 1,6 миллиарда рублей. Эти деньги будут потрачены на покупку нового поголовья птиц и модернизацию оборудования, поскольку фабрики были преимущественно ориентированы на выпуск яиц, а не мяса. Кроме того, как стало известно «Томскому вестнику», красноярский холдинг намерен расширить торговую сеть «Алпи» за счет местного рынка. Компания собирается строить здесь свой гипермаркет.

В 2005 году в Томской области объем производства мяса птицы составил 9,7 тысячи тонн, что на 113,8 процента выше уровня 2004 года. Основную долю в общем объеме производства в прошлом году занимала птицефабрика «Межениновская» (семь тысяч тонн). Рост объемов производства у птицефабрики в 2005 году составил почти 30 процентов. Производство яиц в Томской области за прошедший год выросло всего на 0,6 процента и составило 230 миллионов штук. Более 90 процентов производства в области яиц приходится на ООО «Птицефабрика «Томская».

У Михаила Штейна остались Томский комбикормовый завод и 33 процента акций «Томского кондитера». Среди основных потребителей комбикормового завода были и птицефабрики. Учитывая, что в структуре красноярского холдинга есть свой комбикормовый завод, можно предположить, что «Сибирская губерния» откажется от поставок местного корма для птиц.

Сделка по покупке томских птицефабрик не готовилась слишком долго. Еще в июне бывшие владельцы птицефабрики «Томская» планировали провести модернизацию самостоятельно, о чем, кстати, тогда же, в День независимости России, говорил и губернатор Виктор Кресс, рассуждая об участии местного АПК в национальном проекте «Сельское хозяйство». Два месяца назад власти рассчитывали на удвоение производства. Теперь, если новые собственники выполнят свои инвестиционные обязательства, производство мяса птицы в Томской области даже не удвоится, а вырастет в разы. Губернатор доволен сделкой и вполне заинтересованно отнесся к инвестиционным планам «Сибирской губернии». Позитивно можно оценивать сделку и с потребительской точки зрения, поскольку амбициозные планы иногородних владельцев томских птицефабрик неизбежно приведут к обострению конкуренции на внутриобластном рынке.

<http://www.emeat.ru/new.php?id=5892>

[\(к содержанию\)](#)

***Кузбасс: свиней будут выращивать по канадской технологии.***

Agronews.ru, 09.08.06

По сообщению «Novosib.RFN.ru», первый в регионе свиноводческий фермерский хозяйственный комплекс из полипропилена строится в Кузбассе. Насколько выгодно выращивать сибирских свиней по канадской технологии?

Совсем скоро хрюшки переберутся из обычного загона в новый просторный ангар. Правда, пока он больше напоминает не свиноводческий фермерский хозяйственный комплекс, а выставочный павильон. Российский триколор на крыше, вместо стен - проницаемый для солнца материал из полипропилена, взамен ворот - простая вентиляционная система.

Глава КХ «Белобородов С.М.» Сергей Белобородов рассказал - «Эффективность в том, что энергосберегающая технология. Нет отопления, нет освещения, есть подача воды, холодная, водопроводная, поилки с подогревом».

По канадской технологии, сюда запускают 250 трехмесячных поросят. Для подстилки каждый день - рулон соломы. Перегнивая, навоз будет выделять тепло. Его должно хватить для обогрева всего помещения.

Кормушки рассчитаны на то, чтобы одновременно принимали пищу 25 свиней. Возможно, корма потребуется больше, чем обычно, зато электричества по минимуму. Зимой в таком ангаре свиньи, скорее всего, не перенесут. Но если их загонять сюда в апреле, а в октябре отправлять на мясокомбинат, через 2 года свиновод полностью себя окупит.

Для фермерского хозяйства, имеющего небольшие оборотные средства, такая альтернатива капитальному строительству вполне приемлема. Если эксперимент удастся, производство свинины будет менее затратным, а значит более привлекательным для инвесторов. А чем дешевле мясо, тем понятнее любому кузбассовцу идея национального проекта «Эффективное сельское хозяйство».

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?Nid=29539&Page=2>

(к содержанию)

### ***Даеть тушки мясных ягнят!***

Product.ru, 11.08.06

Комитет сельского хозяйства и продовольствия Читинской области совместно с учеными работают над новыми направлениями в овцеводстве Забайкалья.

В настоящее время осуществлен завоз овец эдильбаевской, горно-алтайской, цыгайской пород, созданы племенные репродукторы в СПК "Победа" Балецкого района и "Теленгуйское" Шилкинского районов. Проводится работа по созданию генофондной фермы аборигенных овец в Красночикойском районе.

Эти хозяйства готовы за год реализовать 200-300 голов племенных баранов, при использовании которых на тонкорунных матках можно получать мясных ягнят, дающих тушки в 6-7 месяцев весом 16-18 кг. Затраты окупаются в первый год их использования.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44936>

(к содержанию)

### ***Крестьяне удвоят производство***

Невское время, 11.08.06

Всего через год свинина в Калининградской области должна быть в изобилии, причем местная: крестьяне взяли кредиты и к 2007 году собираются удвоить производство.

Это один из первых результатов реализации национальных проектов в АПК – об этом рассказал министр сельского хозяйства и рыболовства регионального правительства Андрей Романов. Благодаря льготному кредитованию животноводческая отрасль идет на подъем. Несмотря на то что финансирование местных сельскохозяйственных проектов началось только весной, выдано уже более 350 миллионов рублей и рассматриваются заявки от нескольких компаний еще на 330 миллионов. В основном крестьяне берут деньги на строительство и реконст

рукцию ферм, покупку племенного скота. На пастбищах области уже пасутся прибывшие из Дании 1100 черно-пестрых коров. Ожидается прибытие полутора сотен голов мясной породы. Нынче активно кредитуются и владельцы личных подсобных хозяйств, фермеры – им выдано более 74 миллионов рублей. Есть успехи и в растениеводстве – немного (на

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»



семь с половиной тысяч гектаров), но увеличились посевные площади. Так что, как заверил Андрей Романов, «глобального кризиса с зерном у нас не ожидается».  
(к содержанию)

## Новости мясоперерабатывающей отрасли

### «Мы будем лидерами в России»

Мясные технологии, №7, 2006

Всероссийский конкурс «Знак качества XXI века» - солидный форум, с шестилетней историей. Проходит на ВВЦ при самой высокой поддержке - Правительства России и Администрации Президента. На таком сельскохозяйственном конкурсе, почти как в спорте, дебютантов мало знают, а потому и не замечают. Для ажиотажа хватает корифеев, тем более что, как правило, они и разыгрывают между собой награды. Однако самарское предприятие «СВ-Поволжское», впервые приняв участие в конкурсе такого уровня, заставило говорить о себе всех. Новичок произвел фурор, победив в неофициальном медальном зачете. Восемь видов продукции самарцев выиграли золото и два — удостоились серебра. О том, что собой представляет новая звезда всероссийского форума, «Мясные технологии» беседуют с председателем совета директоров ЗАО «СВ-Поволжское» Алексей Гриншпун.

- Поздравляем с победой! Вы ожидали такого успеха на первом для предприятия конкурсе

«Знак качества»? Уровень-то солидный.

- Не рассчитывая на успех, не имеет смысла начинать ни одно дело, в том числе и принимать участие в конкурсе. Уровень, вы правы, солидный, и, конечно, безумно приятно, что наше предприятие на нем не затерялось. Это плюс не только нам, но и всей Самарской области. Честно говоря, мы ждали хорошего результата, потому что много для этого работали. Причем все - от генерального директора до рядового оператора на комплексе.

- «СВ-Поволжское» - молодое предприятие, но уже завоевавшее авторитет среди животноводов.



Расскажите об истории его создания.

- На самом деле нашему предприятию уже 20 лет. Оно было построено в рамках совместного проекта СССР и Совета экономической взаимопомощи странам Варшавского договора в 1986 г. Свинокомплекс успешно работал в условиях плановой экономики, но не сумел приспособиться к новым экономическим реалиям и в 2001 г. оказался на грани банкротства. Долгое время о нем не было слышно, а с приходом новой команды изменилось и название. Поэтому складывается впечатление, что «СВ-Поволжское» - новое предприятие. Между тем это крупнейший вертикально интегрированный агропромышленный холдинг европейской части России, который признан одним из самых динамично развивающихся агропромышленных предприятий страны. Сейчас в его состав входят племенной завод «Гибридный», два свинокомплекса, холодильник, комбикормовый комплекс, элеватор, научно-производственный, ветеринарно-эпидемиологический и учебный центры, собственное автотранспортное предприятие с парком специализированной техники, ТЭЦ, все технические службы, обеспечивающие бесперебойную работу комплекса, в том числе водозаборные, коммунальные и очистные сооружения. Скоро будет введен в эксплуатацию собственный убойный цех, чуть позже — мясоперерабатывающее производство. Продукция поставляется по всей России — от Камчатки до Краснодарского края.

А/ф - Сегодня многие мясоперерабатывающие предприятия обзаводятся собственными свинофермами. При этом становится актуальным вопрос заполнения этих ферм качественными животными — отвечающими требованиям мясопереработчиков по мясным качествам и в то же время имеющими хорошие способности к воспроизводству. В связи с этим интересно, как проводится селекционная работа на вашем племенном заводе? Какие цели вы перед собой ставите?

- Технология гибридизации, которая применяется на нашем предприятии, отличается от общепринятой. По схеме, которая была разработана в 70-х годах прошлого века и кое-где применяется до сих пор, процесс получения товарных гибридов выглядел следующим образом: племенные заводы совершенствуют существующие породы, племенные фермы и репродукторы размножают животных материнских форм и обеспечивают ими товарные хозяйства в соответствии с установленной программой гибридизации, а производят и откармливают гибридный молодняк в товарных хозяйствах. Однако у этой схемы был ряд существенных недостатков. Разный уровень технологии производства, кормления, селекционно-племенной работы, отсутствие надлежащей материально-технической базы для полной и достоверной оценки пород в хозяйствах не позволяет полностью реализовать возможности гибридизации по этой схеме.

На «СВ-Поволжском» все три ступени гибридизации - выведение и совершенствование материнских и отцовских линий, получение двухпородного гибридного молодняка и испытание трехпородных гибридов — объединены на базе научно-производственного центра и племенного завода. В результате нам удается достичь именно тех результатов, которые были запланированы.

Промышленная технология предъявляет особые требования к качеству животных: жизнеспособности приплода, крепости конечностей, устойчивости к изменениям режима кормления и содержания, способности к длительному использованию в условиях ограниченного движения, сочетания большого выхода мяса с высоким его качеством. Над этим работают специалисты нашего научно-производственного центра и племенного завода. Разработанная в хозяйстве система гибридизации основана на разведении пород: крупной белой, дюрок и йоркшир. Они участвуют в промышленном скрещивании для получения помесей при разных вариантах сочетаний. Каждая порода совершенствуется по ограниченному числу признаков: материнская

— крупная белая — по воспроизводительным, отцовские

— дюрок и йоркшир — по откормочным и мясным качествам. У нас есть лаборатория криоконсервации семени хряков и банк генетического материала, благодаря которым в период экономического кризиса удалось сохранить имеющиеся породы, а затем и восстановить предприятие.

Методом межлинейной и межпородной гибридизации мы выводим такой гибрид, который будет максимально адаптирован к промышленной технологии выращивания. К тому же межлинейные гибриды по сравнению с чистопородными животными и обычными межпородными помесями обладают не только выравненностью по основным селекционируемым признакам, но и повышенной жизнеспособностью потомства, а также повышенной мясностью.

- В какие регионы вы отправляете племенных животных?

- В первую очередь мы работаем на свое предприятие. При этом очень много заказов и от других производителей. Страна сейчас переживает настоящий свиноводческий бум. Своих животных мы поставляем по всей России: в Ульяновскую, Рязанскую, Воронежскую, Оренбургскую, Челябинскую, Камчатскую области, Красноярский и Краснодарский края. В географию продаж племенных свиней входит и ближнее зарубежье - большой спрос в хозяйствах Казахстана, есть заявки из Белоруссии.

- Кстати, для мясопереработчиков особый интерес представляют кондиционные качества убойных животных.

- Сейчас мы производим свинину в тушах и полутушах. В конце октября планируем пустить в эксплуатацию собственный убойный цех, оснащенный новейшим европейским оборудованием, и будем осуществлять первичную переработку и разделку сами. Мясо отличается хорошими функционально-технологическими свойствами; толщина шпика - 25 мм, температура плавления высокая и прекрасно подходит для производства колбас; выход продукции при разделке свинины для производства деликатесных изделий высокий. В этом году свинина от «СВ-Поволжского» получила диплом «Лучший продукт-2006» международной выставки «Про-дэкспо» за свинину II категории на кости в шкуре. Про медали конкурса «Знак качества» мы уже говорили.

- Вы сказали, что скоро запускаете собственную бойню. Расскажите немного о мощности цеха и о

технологии, которую планируете использовать. Как будет организована обработка свиных шкур?

- Для переработки свиней предусмотрены две линии: в шкуре и со съемкой шкуры. Расчетная мощность — 100 т в смену. Кроме того, строится линия по убою крупного рогатого скота. Ее производительность составит до 25 голов в час. Цех оснащен современным оборудованием испанской фирмы «Мессанова». Все условия производства соответствуют европейским требованиям. Оснастка и оборудование выполнены из материалов, не подверженных коррозии, покрытие стен и пола -из современных полимерных материалов. На каждом рабочем месте устанавливаются стерилизаторы для ножей и инструмента. Системы вентиляции и отопления автоматизированы и позволяют поддерживать требуемый микроклимат на каждом рабочем месте. Все производство пройдет сертификацию на соответствие международным стандартам. В холодильнике можно будет хранить как охлажденное, так и замороженное мясо. Его емкость рассчитана на хранение 90 т охлажденного и 900 т замороженного мяса одновременно. Первичная обработка шкур включает в себя стандартный набор технических приемов — это обрядка, машинное мездрение и консервирование с последующей сортировкой и упаковкой.

- А собственный мясокомбинат входит в ваши планы?

- Да, сейчас мы строим мясоперерабатывающий комплекс, который будет включать в себя цех по изготовлению полуфабрикатов, консервный цех, колбасное производство. Проект разработан итальянской фирмой «Velati», которая имеет полуторавековой опыт по производству оборудования для мясной промышленности. Оснащение колбасного цеха позволит производить широкий ассортимент — более 100 наименований - колбасных изделий, копченостей и других деликатесных изделий; консервный цех будет выдавать до 25 туб в смену; разделку мяса на полуфабрикаты планируют осуществлять по общеевропейской схеме, а фасовать и доставлять потребителю продукты будут в охлажденном и упакованном виде. Обработанные полутуши будут соответствовать всем европейским стандартам.

Основные же все наши усилия направлены на то, чтобы создать полностью замкнутый технологический цикл, в котором все подразделения будут оснащены по последнему слову техники. Это не только увеличит мощность комплекса, но и (что немаловажно) существенно снизит себестоимость. Цель у нас амбициозная — и мы этого не скрываем — занять лидирующую позицию в российском свиноводстве.

Концепцию своего стратегического развития мы рассматриваем исключительно в русле национального проекта. Ведь наша задача не просто самим заработать деньги. Рост мощностей «СВ-Поволжского» - это прежде всего продовольственная безопасность и Самарской области, и России в целом.

f - Спасибо. Мы надеемся, что еще не раз услышим об успехах «СВ-Поволжское».

Интервью подготовила и провела С.К. Апраксина, к.т.н.

[\(к содержанию\)](#)

### ***Новый генеральный директор ООО «МПЗ «КампоМос»***

Мясные технологии, №7, 2006

Решением совета акционеров группы Campofrio на должность генерального директора ООО «МПЗ «КампоМос» назначен Кристиан Пошик. Цель нового назначения - обеспечение и поддержка роста компании на российском рынке, а также усиление управляющего состава предприятия.

Кристиан Пошик родился в 1960 г. Получил Докторскую степень в Венском университете экономики и бизнес-управления. В 1994—2006 гг. работал на разных должностях фирмы Henkel в Чехословакии, Германии, Австрии, России. По словам г-на Пошика, «КампоМос» будет следовать стратегии стабильного роста прибыльности компании. «Наша цель — обеспечение стабильного роста рыночной доли компании за счет инвестиций в новые технологии и развитие инновационных продуктов, строительства собственной сырьевой базы, пополнения менеджерского состава», — говорит Кристиан. Одной из приоритетных задач К. Пошика станет развитие инновационных продуктов «КампоМос», таких, как «Тонкая нарезка» или охлажденная пицца Fresca.

[\(к содержанию\)](#)

### ***Новая уникальная производственная линия компании «Мириталь»***

Мясные технологии, №7, 2006

Компания выводит на проектную мощность линию по производству продукции класса премиум, которая может позволить занять 5 % московского рынка пельменей.

Инвестиции «Мириталь» на приобретение и установку оборудования для производства продукции премиум-класса (ТМ «Один к одному») составили 2 млн долл. Новая линия - единственная в России и одна из трех в мире — позволяет полностью повторить процесс

ручной лепки при изготовлении пельменей. Одна из уникальных особенностей технологии производства — способ раскатки теста, полностью повторяющий действия хозяйки. Кроме того, каждый пельмень индивидуально закрывается механизмом, также имитирующим ручную лепку. Использование охлажденного фарша и особая, «китайская», форма наряду с уникальной технологией обеспечили высокое качество продукта.

К концу 2006 года предприятие намерено продать более 1 000 тонн пельменей «Один к одному», а через год достичь 5 % участия на рынке Москвы. Динамичное продвижение новой марки позволяет строить оптимистичные прогнозы. Менее чем за полгода компания вошла с новым продуктом в основные московские сети. По словам директора по маркетингу и стратегическому развитию компании Натальи Романовой, сейчас основные задачи — обеспечить должную дистрибуцию новой марки и определить основных дистрибьютеров, сотрудничество с которыми гарантирует присутствие марки во всех торговых сетях и магазинах ключевой несетевой розницы.

Потенциал новой торговой марки подтверждают независимые исследования потребительских предпочтений. Согласно данным «слепых дегустаций», проведенных в апреле 2006 года в Москве агентством «РОМИР Мониторинг», для исследования были отобраны семь торговых марок пельменей класса премиум, розничная цена которых на 30—50 % превышает стоимость пельменей «Один к одному». В ходе дегустаций потребители оценивали толщину и цвет теста, размер и вкус начинки, состав и консистенцию фарша, количество специй. Пельмени «Один к одному» получили самую высокую оценку в сравнении с продукцией основных конкурентов.

(к содержанию)

### ***Государственная поддержка кредитования предприятий мясопереработки в Тамбовской области***

Мясные технологии, №7, 2006

На современном этапе положение дел в мясоперерабатывающей отрасли АПК России обстоит таким образом, что даже стабильно работающие мясокомбинаты не имеют возможности осуществлять свою производственно-хозяйственную деятельность без использования заемных средств. Львиная доля кредитных ресурсов расходуется мясоперерабатывающими предприятиями на закупку сырья для производства продукции. Начиная с 2001 г. Правительство РФ ежегодными постановлениями вводит порядок предоставления субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным сельскохозяйственными товаропроизводителями, организациями агропромышленного комплекса, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, организациями потребительской кооперации, ремонтными и агроснабженческими организациями в российских кредитных организациях.

На получение данной субсидии претендуют и мясоперерабатывающие предприятия агропромышленного комплекса, использующие кредитные ресурсы на закупку отечественного сырья для промышленной переработки.

Субсидия предоставляется мясокомбинатам из бюджетов субъектов Российской Федерации ежемесячно в размере 2/3 затрат на уплату процентов, но не более 2/3 ставки рефинансирования Центрального банка РФ, действующей на дату предоставления кредита, при условии своевременного его погашения и уплаты начисленных процентов в соответствии с кредитным договором, заключенным с банком.

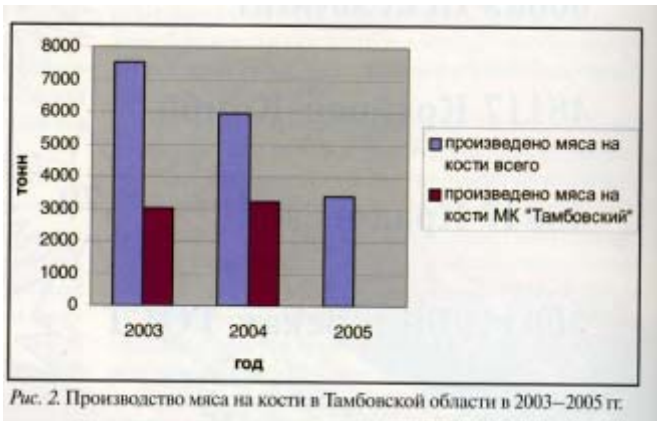


Рис. 2. Производство мяса на кости в Тамбовской области в 2003–2005 гг.

Согласно правилам предоставления субсидий в 2006 г., введенным постановлением Правительства РФ от 9 февраля 2006 г. № 81, в 2006 г. возмещение распространяется на кредиты, полученные в банках с 15 по 31 декабря 2005 г. и в 2006 г., а также по кредитам, полученным в 2005 г., со сроком погашения до 1 апреля 2006 г.

Для получения субсидии предприятие-заемщик представляет в уполномоченный орган следующие документы:

— расчет размера субсидии и заверенные банком копии документов, подтверждающих своевременную уплату процентов, — ежемесячно;

— копии платежных поручений, заверенные руководителем заемщика и банком, подтверждающих целевое использование кредита, — по мере использования кредита. С 2001 г. в Тамбовской области данной субсидией воспользовались семь мясокомбинатов. Из рис. 1 следует, что пик возмещения по данной субсидии приходится на 2004 г. Хотя с 2002 по 2004 г. данной субсидией воспользовалось только одно предприятие - ОАО Мясокомбинат «Тамбовский».

Основную функцию — поддержки отечественного товаропроизводителя и стимулирования перерабатывающих предприятий в закупке отечественного сырья — в период с 2002 по 2004 г. данная субсидия не выполняла, так как реально ею смогло воспользоваться только одно предприятие из 10 работавших в этот период мясокомбинатов области — Тамбовский мясокомбинат.

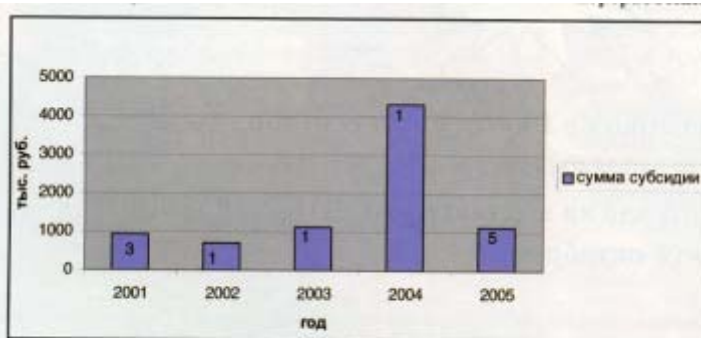


Рис. 1. Динамика получения субсидии на закупку сырья предприятиями мясопереработки в Тамбовской области в 2001–2005 гг.

Умелое использование кредитных ресурсов, своевременное оформление и получение субсидий вывели ОАО МК «Тамбовский» в 2002 г. в число ликвидных предприятий (единственное в тот период из мясокомбинатов Тамбовской области). В 2004 г., как видно из рис. 2, это предприятие производило более 50 % мяса на кости от валового производства данного продукта Тамбовской области. К сожалению, в силу ряда причин в

2005 г. это предприятие перестало существовать. В том же году значительно снизилось и производство мяса на кости в Тамбовской области.

Резкое сокращение субсидируемых предприятий в 2002 г. объясняется повышением банками процентной ставки за кредиты, что привело к отказу большинства мясоперерабатывающих предприятий от пользования кредитными ресурсами (таблица).

Конечно, причиной столь низкой активности мясоперерабатывающих предприятий области можно назвать и упадок такой отрасли АПК, как животноводство. Рисунок 3 наиболее наглядно показывает его кризисное положение в Тамбовской области.

В то же время, несмотря на явное снижение производства скота на убой, в 2005 г. субсидию получили пять мясоперерабатывающих предприятий вместо одного (как это происходило в предыдущие годы), то есть наблюдается несоответствие между снижением поголовья скота и увеличением предприятий, заинтересованных в оформлении и получении данной бюджетной льготы.

Средний размер процентной ставки по банковским кредитам для мясоперерабатывающих предприятий Тамбовской области в 2001–2005 гг.

Показатели	2001	2002	2003	2004	2005
Средний размер процентной ставки	23	27	20	18	15
Размер процентной ставки, подлежащий субсидированию	16,6	15	12	9,33	8,66
Размер процентной ставки, фактически уплачиваемый предприятием	6,4	12	8	9,67	6,34

Основная же причина низкой активности мясокомбинатов в получении кредитов и оформлении субсидий за рассматриваемый период, по нашему мнению, кроется в бюрократических проволочках и трудоемкости оформления документации при оформлении субсидирования.

До правил предоставления субсидий, введенных в 2006 г., при их оформлении требовалось такое количество подтверждающих документов, которое можно сравнить с подготовкой документов для полета человека в космос. Пакет этих документов состоял из заверенных копий первичных документов, подтверждающих получение скота, его оплату, договоров закупки, платежных поручений, подтверждающих уплату процентов, произведенную оплату скота, нескольких расчетов субсидий, заверенных руководителями перерабатывающего предприятия и кредитной организации. При этом порядок оформления и сбора документации периодически изменялся.

Следует заметить, что с 2006 г. порядок предоставления документации значительно упрощен. Требуется только расчет субсидии и копии платежных поручений по уплате процентов. Правительством установлен десятидневный срок рассмотрения возможности получения субсидии исполнительным органом. В реальности данное рассмотрение длится значительно дольше. Перечисление самих субсидий на счета мясоперерабатывающих предприятий происходит несвоевременно.

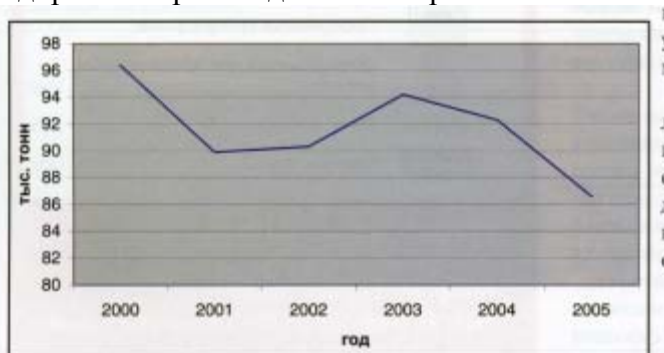


Рис. 3. Динамика производства скота на убой в живой массе в Тамбовской области в 2000–2005 гг.

Одной из основных проблем, связанных с данной льготой, можно назвать несвоевременность принятия постановлений Правительством РФ по предоставлению субсидии. В 2006 г. до февраля существовала неопределенность в возможности получения субсидии. До 1 апреля не были окончательно утверждены правила сбора и оформления подтверждающей документации. На наш взгляд, данное постановление должно рассматриваться и приниматься до начала отчетного года.

К недостаткам Правил предоставления субсидии относятся также сроки, устанавливаемые ежегодно на получение кредитов. Для мясокомбинатов время массового убоя скота — период с сентября по ноябрь, в течение которого хозяйства и личные подворья сдают наибольшее количество выращенного скота. Согласно же постановлению Правительства РФ, кредиты, попадающие под субсидии, предприятию необходимо оформлять со второй половины декабря по март, что противоречит фактическим условиям работы.

К важным проблемам, связанным с получением данной субсидии, можно отнести отсутствие информации о порядке ее получения и оформления. Казалось бы, исполнительные органы должны быть заинтересованы в улучшении положения в отрасли, проводить семинары, разъяснительную работу для представителей предприятий по правилам оформления субсидий. Однако фактически большая часть информации закрыта для пользователей льгот, а для ее получения большинство использует информацию от сторонних организаций, не связанных с органами управления и контроля.

Тем не менее наметившийся рост количества предприятий, получивших субсидию в 2005 г., по прогнозам Управления сельского хозяйства Тамбовской области, продолжится и в 2006 г. На предоставление субсидии претендуют 10 мясоперерабатывающих предприятий. Объем выплат субсидий по представленным мясокомбинатами планам должен увеличиться в 2,5 раза.

Этому способствуют такие факторы, как:

— упрощение порядка предоставления документации для получения субсидий;

— принятие программы по развитию животноводческой отрасли АПК, что должно в перспективе обеспечить появление стабильной сырьевой базы для мясоперерабатывающих предприятий;

— снижение процентной ставки кредитов, получаемых для закупки скота;

— изменение формулировки «закупка скота», используемой до 2006 г.,

на «закупка сырья», что дает

возможность мясокомбинатам вести закупки у населения, которое в большинстве сдает мясо на кости.

При условии изменения правил предоставления субсидий, обеспечения доступности информации о порядке ее получения, а также снятия жестких сроков получения кредитов данная льгота может стать важным механизмом развития мясоперерабатывающей отрасли и всего животноводства в целом.

А.С. Труба,  
ОАО и Мясоптицекомбинат «Первомайский»,  
Тамбовская обл.

(к содержанию)

**Совет директоров ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" утвердил стратегию развития направления "Производство мясопродуктов"**

Product.ru, 07.08.06

На заседании Совета директоров ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" было одобрено

**Обзор прессы за 05-11.08.06**

одно из стратегических направлений развития Холдинга - "Производство мясопродуктов". Напомним, стратегия ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" в качестве агропромышленного холдинга, предполагает развитие трех перспективных направлений пищевой промышленности: производство и переработка мяса и рыбы, производство и переработка подсолнечного масла, производство и переработка зерна и подсолнечника. В рамках направления "Производство мясопродуктов" основные действия будут направлены на проведение модернизации производства. Модернизация будет осуществляться за счет привлечение как заемных, так и собственных средств, а также лизинга оборудования. Общий объем инвестиций составит - 152,27 млн руб. Срок реализации работ по модернизации - 2006 - 2007 гг. Возврат вложенных средств планируется до 2009 - 2013 гг.

Модернизация производства, позволит минимизировать издержки Холдинга на электроэнергию, воду и сжигаемый газ на 31,5 млн руб в год, а также на предельно допустимую концентрацию (ПДК) выбросов в атмосферу на 18 млн руб в год, повысив экологическую безопасность производства.

"Развитие стратегического направления "Производство мясопродуктов" позволит увеличить рентабельность, повысить конкурентоспособность продукции и облегчить ее выход на новые рынки на региональном, а в перспективе и федеральном уровне", - отметил Председатель совета директоров ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" Олег Быков.

Для справки: ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" (ЕМК) является одним из крупнейших предприятий российской мясоперерабатывающей отрасли и абсолютным лидером на рынке продуктов мясопереработки Екатеринбурга (доля рынка порядка 20%). На настоящий момент доля рынка Екатеринбургского мясокомбината на рынке Большого Урала (Пермь, Уфа, Тюмень, Нижний Тагил) приближается к 5% (долю лидера рынка можно оценить в 7% - этого объема Екатеринбургского мясокомбината планирует достичь уже в течение ближайших 2-х лет).

Выручка от продаж Комбината в 2005 году составила 1,6 млрд руб (на 14% выше показателей 2004 г), прибыль 2005 - 85 млн руб (на 45% выше показателей 2004 года). Кредиторская задолженность снижена на 240 млн руб и составляет 80 млн рублей по итогам 2005 года.

На настоящий момент Комбинат производит 16,5 тыс тонн мясной продукции в год при установленной мощности производства более 30 тыс тонн в год. Уникальный производственный комплекс ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" построен по американской модели производства (начало производственного цикла осуществляется с 5-го этажа производственного комплекса, поэтапно "спускаясь" вниз - к фасовочному цеху и отгрузочному блоку), предприятие обладает собственной сбытовой сетью в Екатеринбурге и других городах присутствия Уральского макрорегиона.

Сегодня продукция ООО "Екатеринбургский мясокомбинат" представлена во всех ценовых нишах и сегментах продуктов мясопереработки, всего Комбинат выпускает более 400 видов продукции, представленной во всех городах Большого Урала - Екатеринбурге, Тюмени, Перми, Уфе, Нижнем Тагиле, а также в Самаре и Москве. Помимо присутствия в таких сетях, как "Купец", "Кировский", "Звездный", "Монетка", "Пятерочка", и др. Екатеринбургский мясокомбинат активно развивает собственную сбытовую сеть в городах присутствия.

В марочном портфеле мясокомбината 7 торговых марок: 1) "Екатеринбургский мясокомбинат", 2) марка "от ЕМК", 3) "Семейное Застолье", 4) "Постная трапеца", 5) "Екатерининская гавань" (рыбная продукция), 6) "Бим" и 7) "Котофеич" - корм для животных. Также две серии: 1) "Детская серия", 2) серия "Пикничок" - продукты для

отдыха.

Вся продукция предприятия, подлежащая сертификации, имеет сертификаты соответствия российским и международным требованиям, и не раз становилась победителем престижных российских конкурсов качества. На предприятии функционирует многоступенчатая система контроля качества продукции и сырья.

Конец формы

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44720>

(к содержанию)

### ***Колбасные облигации***

Emeat.ru, 07.08.06

"Дымов" выпускает облигационный заем объемом 800 млн рублей с прицелом на IPO. Отечественные пищевые компании, воодушевленные вниманием российских и западных инвесторов к потребительскому сектору, все охотнее начинают занимать средства не у банков, а на долговых рынках с расчетом на более длинные и дешевые деньги. Очередным дебютантом на рынке облигаций в сентябре станет ООО "Дымовское колбасное производство" (входит в компанию "Дымов"), которое намерено разместить трехлетний облигационный заем объемом 800 млн руб. На вырученные средства руководство собирается создать или купить две производственные площадки в Москве и Северо-Западном регионе. Кроме того, как стало известно RBC daily, заем станет первым шагом к проведению IPO, которое планируется в перспективе трех-пяти лет. Компания "Дымов", основанная в июле 2001 года Вадимом Дымовым, занимается производством колбас и мясных деликатесов. Она также владеет рестораном "Гостиный двор" в Суздале и предприятием "Суздальская керамика". Финансовые результаты не разглашаются. В прошлом году оборот компании, по ее данным, составил 80 млн долл., в этом году планируется его увеличить на 30%. Согласно собственным оценкам, на московском рынке колбас и мясных деликатесов "Дымов" занимает более 8%. Размещение облигационного займа ООО "Дымовское колбасное производство" намечено на начало сентября. Всего по открытой подписке будут размещаться 800 тыс. ценных бумаг номиналом 1 тыс. руб. каждая. Срок обращения три года. Другие параметры займа пока не разглашаются. Как рассказал RBC daily генеральный директор компании "Дымов" Алексей Сошников, на вырученные средства планируется создать или купить две производственные площадки – в Москве и Северо-Западном регионе. "Мы имеем положительный опыт запуска региональных проектов, например, успешно работает запущенный в декабре 2004 года филиал в Красноярске, – отметил г-н Сошников. – Поэтому решено продолжать эту тенденцию, в частности, сейчас подыскиваем варианты открытия производства в Москве и Санкт-Петербурге. Мы рассматриваем различные варианты, но покупка, конечно, быстрее по реализации". В настоящее время "Дымов" проводит исследования с целью выяснить возможность диверсификации бизнеса. "Вполне возможно, что мы будем осваивать новые виды деятельности, в частности, производство пиццы, различных охлажденных полуфабрикатов и продуктов глубокой заморозки. Пока мы рассматриваем варианты развития только в рамках премиального сегмента, однако если исследования покажут целесообразность работы в других сегментах, возможен и такой вариант", – сказал г-н Сошников. Он добавил, что заем, вероятно, станет первым шагом на пути к IPO: "Заем станет первым шагом к достижению публичности компании. После него мы планируем консолидировать активы и перейти на международную финансовую отчетность. Кроме

того, потребуется перейти из ООО в ОАО. Затем можно задумываться о выходе на IPO, это перспектива трех-пяти лет".

Аналитики рынка поддерживают намерения компании. "Рынок колбасных изделий сейчас активно растет, и чтобы соответствовать этому росту, компаниям приходится наращивать производственные мощности, модернизировать их и повышать затраты на продвижение продукции", – говорит аналитик ИК "Брокеркредитсервис" Татьяна Бобровская. ""Дымов" вряд ли будет диверсифицировать продуктовую линейку, деньги, видимо, нужны на развитие в сегменте премиум и поддержание рыночной доли", – считает аналитик ФК "УРАЛСИБ" Андрей Никитин.

Стремление стать публичной компанией эксперты называют стратегически верным. "Большой вопрос, будут ли для "Дымова" эти средства дешевле, поскольку компания не является крупной. Однако в случае успешного размещения займа она станет известной широкому кругу инвесторов, что скажется на привлечении последующих займов и кредитов", – отметила Татьяна Бобровская. С ней соглашается и директор по исследованиям департамента инвестиционно-банковской деятельности ИГ "Русские фонды" Наталья Одинцова. "Для частной компании это хорошая возможность показать себя рынку. Кроме того, 800 млн руб. – это средняя сумма публичного займа, в то время как сумма среднего кредита обычно меньше. К тому же, в отличие от облигаций, кредит предполагает обеспечение", – считает она.

Эксперты предполагают, что компания имеет хорошие шансы на успешное IPO. ""Дымов" – одна из наиболее динамичных компаний на рынке колбасных изделий. Ей требуются средства на развитие своего производства, и она решила прибегнуть к такому популярному в последнее время способу заимствования, как выпуск облигаций. На рынке уже обращаются облигации производителей мясной продукции, в частности, "Микояновского мясокомбината" и группы "Черкизово", которые можно использовать для ориентира", – полагает аналитик по долговому рынку брокерского дома "Открытие" Александр Афонин.

Напомним, что "Микояновский мясокомбинат" размещал заем объемом 1 млрд руб. в сентябре 2003 года, ставка первого купона составила 14,5%, однако сейчас бумаги торгуются на уровне 10-11%. Группа "Черкизово" разместила облигации на 2 млрд руб. в июне этого года, ставка первого купона составила 8,85% годовых, бумаги еще не вышли на вторичный рынок. "Пока мало что известно о финансовых показателях "Дымова", надеюсь, ближе к дате размещения обстановка прояснится и можно будет делать более точные прогнозы", – отметил г-н Афонин. По словам Натальи Одинцовой, при демонстрации хороших финансовых показателей и приемлемого для рынка соотношения заемных и собственных средств компания имеет шансы разместиться по ставке в пределах 11-13%.

<http://www.emeat.ru/new.php?id=5858>

(к содержанию)

### ***Родословная колбасы. Инструкции по пользованию***

JM, Екатеринбург, 08.08.06

Аргентинская свинина против уральской. Молоко против говядины. Качество против количества.

Чиновники, воплощая в жизнь нацпроект «Развитие АПК», настаивают на приоритете отечественного мяса и молока на столах у екатеринбуржцев и жителей области. Действует слоган: местное, значит качественное. Производители имеют другое, более либеральное, а также интернациональное представление о качестве. Торговые сети и магазины имеют особое представление о производителях. И все они вместе гарантируют качество. «Гарантия качества» уже стала «рекламным штампом», который мозгом нормального человека не воспринимается.



Потребители идут и голосуют кошельком. Часто они остаются за бортом острых и животрепещущих взаимоотношений всех инстанций, судят о продукте по принципу «вкусно/невкусно». В особых случаях они попадают в больницы с отравлениями, что служит для производителей и чиновников своеобразной «обратной связью». При этом информация, «нерекламного характера» о том, из чего сделана палка колбасы, или литр молока, или пачка масла практически полностью отсутствует. В итоге, мы все играем в викторину: «угадай-ка, что ты купил»...

Этим материалом мы начинаем серию публикаций в рамках проекта «JustMedia» — «Качество ОК?». Мы надеемся, что нам удастся развеять некоторые мифы, которые уже

много лет живут на потребительском рынке. Мы рассказываем вам, уважаемые читатели, то, что нашим журналистам удалось узнать в результате общения со всеми участниками производственного процесса, торговыми предприятиями, экспертами. Вам решать самим, что, где, когда и почему следует покупать. Искренне надеемся, что после прочтения этого материала вам также захочется поделиться с нами информацией на тему качества товаров и услуг, ваших любимых продуктов и магазинов. Писать можно сюда — [info@justmedia.ru](mailto:info@justmedia.ru).

#### Демпинг из Аргентины

Сегодня свердловский агропромышленный комплекс переживает переходный период — наметились определенные тенденции по выходу из кризиса. Уже почти 50 процентов продукции местных производителей делается из местного сырья (за исключением, пожалуй, птицепрома, где испокон веков все вопросы решались по-домашнему, с минимумом импорта). Раньше соотношение было 40 на 60, а то и еще меньше. В Минсельхозе радуются, что получше стало со свининой, зато огорчаются на тему говядины, которая у нас неожиданно стала «побочным продуктом при производстве молока». В итоге, мясокомбинаты стали все чаще «баловаться» импортом, утверждая, что это — совсем не плохо. Тем более, что точно сказать, какое мясо качественнее — местное или «забугорное» на данный момент невозможно. Нет объективных критериев оценки.

Проверок качества существует много, но единой и универсальной нет. По словам исполнительного директора некоммерческого партнерства «Альянс» Алексея Подоляко существует определенные системы проверки качества ISO 9001, 2,6 и так далее, вплоть до ISO 22000, которые позволяют проследить за продуктом на всем пути его приготовления вплоть до прилавка покупателя. Но эти технологии сложные и достаточно дорогостоящие... Более ста тысяч долларов внедрение подобной системы. Есть и способы попроще, тот же органолептический метод — с помощью осязания, обоняния, тактильной

чувствительности. Проще говоря, «на глазок». Но все мы хотим быть уверенными в качестве того, что попадает к нам на стол, без дополнительных проверок, которые в рамках простого магазина толком и не осуществить.

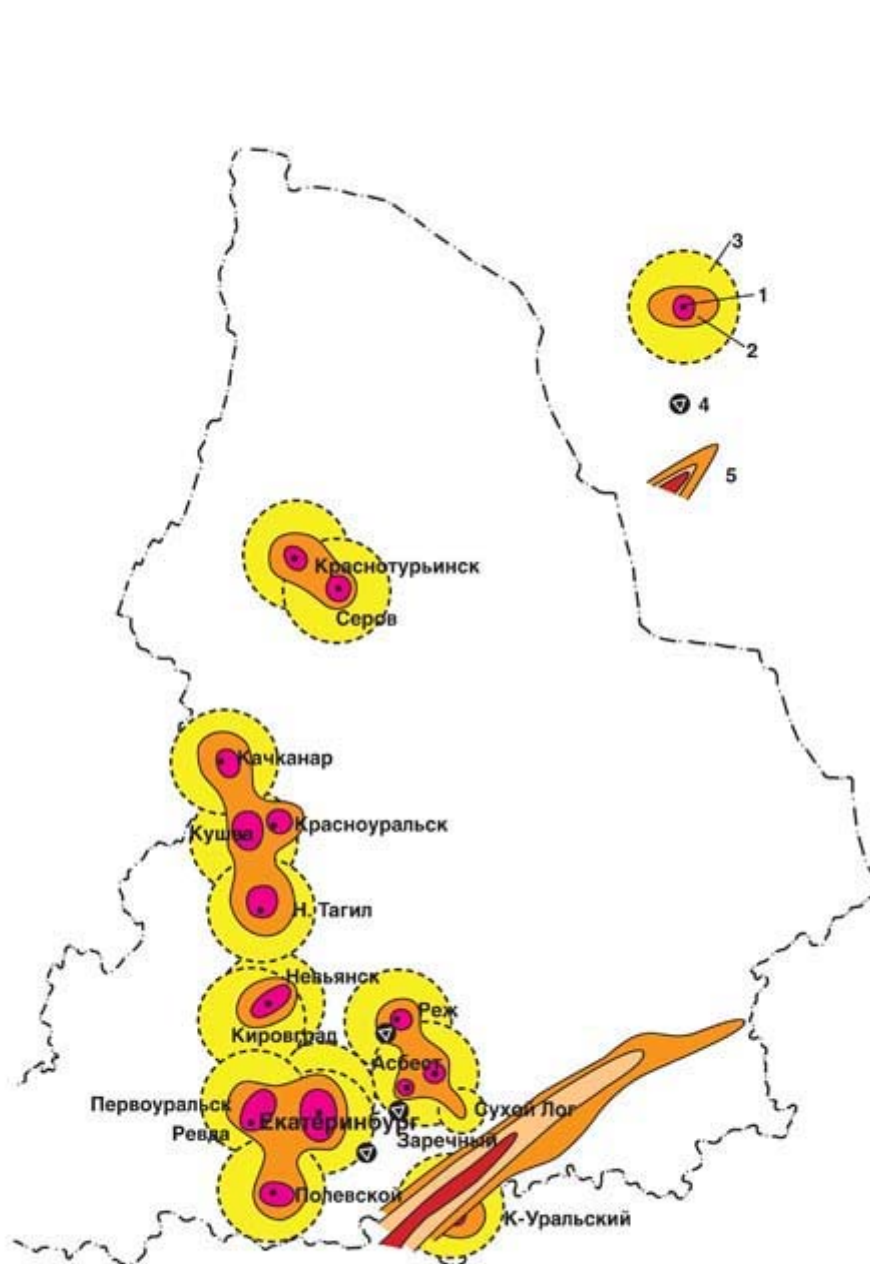
Продукцию какого мясокомбината все же предпочесть? Со своим сырьем сегодня работают «Екатеринбургский мясокомбинат», Комбинат пищевой «Хороший вкус» и Каменск-Уральский мясокомбинат. Частично отечественное сырье использует Новоуральский мясной комбинат, владелец бренда «Новоуральский мясной двор». Остальные покупают привозное.

Половина всего мяса в Свердловской области поступает из Германии, Аргентины, Бразилии и Беларуси. Самым качественным считается аргентинское мясо. При этом оно дешевое — отпускная цена одного килограмма говядины из Аргентины — 70-80— рублей, с учетом того, что оно прошло еще через как минимум трех перекупщиков.

«Сегодня мы имеем массу предложений от импортеров по говядине, что в условиях собственного дефицита совершенно логично», — говорит заместитель министра по сельскому хозяйству и продовольствию Сергей Лацков. Наши производители работают с отпускной ценой в 90 рублей. «Подобное ценообразование происходит потому, что руководители хозяйств ориентируются на колхозный рынок, где говядина стоит по 150 рублей за килограмм. Переработчики находятся фактически между «молотом и наковальней» — между производителями мяса и потребителями. Производитель заинтересован в том, чтобы получить максимум средств за свое сырье, а покупатель при всем желании не может превысить свою покупательскую способность. Поэтому переработчик должен дать свою приемлемую цену», — сокрушается Сергей Михайлович. Если рассуждать логически, то, несмотря на дороговизну нашего сырья, пользоваться нужно именно им, хотя бы в целях поддержания отечественного производителя. Соответственно, покупать тоже нужно колбасу тех переработчиков, которые пользуются местным сырьем. Но со своим сырьем существует масса проблем, из которых высокая закупочная цена это еще не самое главное.

Мясо с привкусом металла

Урал — это только зона рискованного земледелия. Исторически сложилось так, что крупные комбинаты располагались вдоль больших населенных пунктов. На Урале градообразующим предприятием чаще всего является завод. Согласно карте, которую составил один предпринимателей, с целью понять, какие места на Урале являются более-менее «чистыми», экологически стабильных зон в Свердловской области просто нет.



- 1 — зоны с постоянным превышением ПДК вредных веществ;
- 2 — зоны умеренного загрязнения с концентрацией вредных веществ меньше предельно допустимой или с разовыми превышениями;
- 3 — зоны слабого загрязнения в радиуса общего действия основных источников загрязнения;
- 4 — места захоронения радиоактивных отходов, потенциально опасные радиационные объекты;
- 5 — Восточно-Уральский радиоактивный след после капитального ядерного взрыва в 1957 г.

Так Нижний Тагил, Кушва, Красноуральск и Качканар находятся в радиусе действия основных источников загрязнения. Не в последнюю очередь из-за этого, ведущие молочники области прекратили брать молоко у нижнетагильских хозяйств, да и само производство его постепенно сошло на нет. Сегодня на Нижний Тагил не приходится и 5-процентной доли в молочном хозяйстве области. При этом под Нижним Тагилом располагается и Лайский или Горноуральский свинокомплекс пищевого комбината «Хороший вкус». Разумеется, с помощью высоких технологий можно нивелировать воздействие промзоны, но место считается дурным. Впрочем, сельхозпредприятие «Красная звезда», входящая в один холдинг с переработчиком «Екатеринбургский мясокомбинат» расположено под промышленным Кировградом. А через Каменск-Уральский тянется отчетливый,

внесенный почти на все экокарты след экологического загрязнения — трагическое наследие катастрофы 1957 года — взрыва на станции «Маяк». Под этим городом находится третье предприятие, имеющее собственное производство — Каменск-Уральский мясокомбинат.

Можно сказать, что это все страшилки. Но факт плохого экологического состояния Свердловской области отрицать никто не будет. Впрочем, в ходе опроса, который мы провели среди наших переработчиков, стало ясно, что чистые зоны на Урале есть.

Раз под Нижним Тагилом брать молоко нельзя, все наши «молочники» пользуются услугами хозяйств Ирбитского, Камышловского, Талицкого, Туринского, Артемовского и некоторых других расположенных рядом районов. Они поставляют молоко почти всем переработчикам области. Животные, выросшие там тоже более или менее здоровы. Кроме того, летом есть возможность закупать молоко в Башкирии и Перми, где много сильных хозяйств.

Но игроки мясного рынка, предпочитающие импорт, находят еще несколько причин, по которым брать сырье «дома» не выгодно. Одна из них вакцинация скота, которая до сих пор проводится так называемыми «живыми препаратами». Причем некоторые хозяйства поставляют сырье сразу после прививания скотины, что запрещено и скрывают этот факт. В случае с молоком, можно поправить ситуацию с помощью температурной обработки. Но с мясом это уже не получится. Кроме того, импортное сырье почти не содержит костей и жил. Суточный привес бычка с хозяйства Свердловской области 500-600 грамм, тогда как в той же Германии это уже 800-1000 грамм.

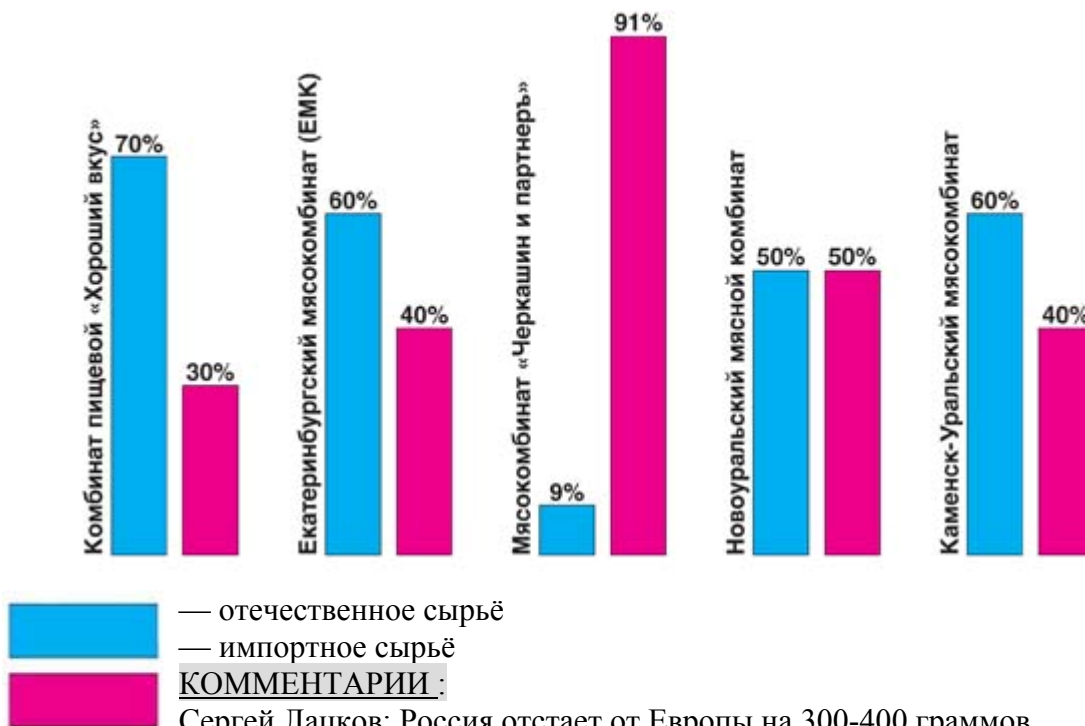
Генномодифицированные колбасы

Хозяева собственного уральского производства напротив, имеют свои аргументы, чтобы не пользоваться услугами импортеров. Так, не доказано, что именно провоцирует у животных с зарубежных ферм быстрый набор веса. А именно — что содержится в кормах, которые дают животным. Ряд экспертов утверждает, что там содержатся белковые добавки не установленного происхождения. Состав кормов для скота действительно не указан на этикетке колбасы. Поэтому продукты они могут содержать любые, в том числе и генетически модифицированные. В этом плане уральская корова как-то симпатичнее. Даже если она недоедала всю свою жизнь, то уж точно не ела ничего синтезированного. Потому что нашим колхозникам его просто негде взять.

Хочется дать универсальный совет, но при такой широкой аргументации, это не представляется возможным. Реальным выходом из ситуации могло бы стать следующее. Наши эксперты советуют переработчикам помещать на этикетке все данные о сырье. Таким образом, потребитель будет более информирован и сможет сделать вполне осознанный выбор. Ниже мы предлагаем вашему вниманию комментарии экспертов и участников рынка, которые излагают свой взгляд на проблему сырья в Свердловской области.

Таис ЖАНГАРИНА

Примерное соотношение импортного и отечественного сырья в продукции уральских производителей колбас:



Сергей Лацков: Россия отстает от Европы на 300-400 граммов

Заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия Сергей Лацков:

— Кормовая база на Урале нестабильна из-за погодных условий, отличных от европейских. У нас в Свердловской области, у примеру, считается удачным год, когда мы выходим на двадцать центнеров с гектара. В Южной России считается урожайным год, когда собирается 30 и выше центнеров. А у европейских производителей, урожайность ниже 40 не рассматривается вообще. В Латинской Америке так же. Понимаете, чем выше урожай зерновых, тем ниже себестоимость корма.

Если раньше скотину кормили сеном или силосом, то сейчас мы уже оперируем понятием сбалансированного корма. Мы серьезно отстаем от Европы, потому что только-только внедряем технологии. Сейчас суточный привес в России составляет 550-600 грамм и это уже прогресс. Но в той же Европе суточный привес от 800 до 1000 грамм. Сравните.

Объем сырья, которое производится в Свердловской области, составляет не более 50% от общего. Свинины у нас больше, говядины уже меньше. В России нет традиции производства говядины, как ни странно. Говядина, которую мы едим — это всего лишь побочный продукт производства молока.

Главная причина в том, что собственное производство говядины у нас по себестоимости выше, чем покупка мяса у основных импортеров — Европы, Латинской Америки. Себестоимость формируют корма и технологии.

Сегодня мы имеем массу предложений от импортеров по говядине по отпускной цене 70-80 рублей за килограмм. А наши производители ориентированы на цену, которая начинается от 90 рублей. Происходит это потому, что многие руководители мясокомбинатов ориентируются при ценообразовании на колхозный рынок, где говядина по 150 рублей за килограмм. Основная рыночная цена — 85 рублей за килограмм.

Алексей Воложанин: Сажу картошку подальше от завода

Глава фермерского хозяйства «ФЕРМЕР.РУ» Алексей Воложанин:

— Как правило, свое сырьё все же служит некоей гарантией качества. Особенно, если оно выращено в экологически чистом районе. Урал большой и мест, где с экологией все в порядке хватает. Если плохо в Екатеринбурге, то вот в Нижнесерьгинском районе уже

хорошо. Я знаю, что есть места абсолютно нетронутые цивилизацией. Если хозяйство расположено именно в таком районе, то продукция будет гарантированно качественной. Разумеется, если сажать картошку рядом с заводом или еще где-нибудь, то лучше и не жить вообще.

Анатолий Яковлев: Контрафактная колбаса встречается реже, чем паленый парфюм  
Председатель общества защиты прав потребителей «Гарант» Анатолий Яковлев:

— Можно сказать с уверенностью, что случаев контрафакта в колбасных изделиях не зафиксировано. Есть данные, что подделывают продукцию известных парфюмерных и косметических марок, в частности — концерна «Калина». А что касается пищевых продуктов, той же колбасы, то подделывать ее бессмысленно. Если сами производители изготавливают фальсифицированную продукцию, то зачем подделывать бренд? Это очень трудоемко и себя не оправдывает.

Игорь Маруняк: Бразильское мясо может быть хорошим, если оно не росло в стойле  
Директор ООО «Новоуральский мясной комбинат» Игорь Маруняк:

— Мы используем сырье как местных производителей, так и импортеров. Спрос на российское мясо, безусловно, есть, но мяса сейчас мало и спрос получается неудовлетворенным. С говядиной у нас особенно большие проблемы, со свининой меньше, но ею сейчас занимаются такие гиганты как мясокомбинаты «Микояновский», «Черкизовский».

Поэтому нам приходится использовать бразильское сырье. В принципе, всего что-то не устраивает, а что-то наоборот устраивает. Качество сырья напрямую зависит от того, каким именно способом выращивается скот, как он содержится — на пастбище или в стойле. От того, в каких долях представлены мясо или жир в сырье.

Я согласен с тем, что в какой-то степени качество конечного продукта зависит от сырья. Но все же, я полагаю, в большей степени на это качество влияет технология производства. Если оно высокотехнологичное, то и продукт будет хорошим.

Александр Черкашин: Местных животных прививают «живой вакциной» и кормят всякой дрянью

Директор мясокомбината «Черкашин и Партнеръ» Александр Черкашин:

— Разумеется, мы не пользуемся сырьем, которое нас не устраивает. В производстве продукции мясокомбината «Черкашин» мы используем как наше сырье, так и импортное. Для сравнения — качество аргентинской говядины выше качества немецкой, а в свою очередь немецкое мясо — выше по качеству, чем российское.

Я во время визита в Германию побывал у них на заводе и был весьма удивлен — используют аргентинскую говядину. И правильно. Дело в том, что в Аргентине высокогорные пастбища. И скотина пасется свободно, переходя с места на место. А в Германии для набора животными мышечной массы используются специальные корма. С белками и, что важно, — с гормонами. Поэтому немецкое мясо уступает по качеству аргентинскому.

В России же с сырьем творится вообще непонятно что. Почему при любой возможности приобретается аргентинское мясо? Потому что своей говядины катастрофически не хватает. Что касается разговоров о том, что импортное мясо вредно, он не совсем обоснован. Я считаю, что мясо коров, которые пасутся вдоль российских дорог опаснее в разы. К тому же, у нас животных прививают так называемой «живой» вакциной. И наших животных кормят всякой дрянью. И если появится у уральских колхозников возможность добавить им в корм какие-нибудь добавки «не установленного происхождения», то они добавят.

Комбинат «Черкизов» предлагал продукцию на европейский рынок, то продукты из импортного сырья у них взяли, а вот с российским — завернули.

Более доступна на внутреннем рынке свинина, но цены на нее по-прежнему нестабильны. Мясо, привезенное из Бразилии и попавшее к нам через 3-х перекупщиков — дешевле. К тому же наша свинина — жирная, а в бразильской жирность более-менее в норме.

Мы берем достаточно белорусской свинины и говядины. Это хорошее мясо, но оно не сравнится ни с немецким, ни с аргентинским мясом. Ведь когда мы 10 лет назад получали 100 килограммовую тушу быка — это было достижение. А сейчас четвертина быка хорошего производителя весит 175. Качество мяса зависит от содержания животного, от селекции. Сейчас в Германии быки весом под тонну. А у нас ни один бык, ни одна корова за всю свою жизнь не наедаются досыта. Все упирается в корма, а где их нашим взять?

Дина Шевченко: Мы стремимся перейти на 100 процентов на местное сырье  
Руководитель службы рекламы и PR «Екатеринбургского мясокомбината» Дина Шевченко:

— Сейчас ЕКМК на 60% обеспечен мясом собственной переработки. Сырье поставляется с территории сельхоз предприятия «Красная звезда», принадлежащее ООО ЕКМК, и от местных производителей (для этого ЕКМК закупил специальный транспорт как для перевозки животных, так и для перевозки охлажденного мяса. Все сырье проходит жесточайшую многоступенчатую систему контроля). Оставшиеся 40% сырья — замороженное мясо.

Какие преимущества использования собственного сырья? Это, конечно же, качество продукции (изготовление продукции из охлажденного мяса), что обеспечивает уровень спроса на продукцию ЕКМК, а, следовательно, и уровень прибыли. Использование своего сырья сокращает риски с его поставкой. Ясно, что становиться в зависимость от поставщиков сырья очень рискованно, учитывая нестабильность на рынке мясного сырья в России.

Полный цикл производства — от забоя до готовой продукции отрицательно сказывается на рентабельности — она понижается в отличие от использования замороженного сырья. Но мы готовы идти на это ради удовлетворения потребностей покупателей — использование охлажденного сырья является одним из составляющих вкуса продукции. На сегодня ЕКМК является лидером по объему забоя среди всех мясопереработчиков Екатеринбурга, что обеспечивает количество используемого охлажденного сырья.

Мы ориентируемся на то, что со временем собственная сырьевая база будет обеспечивать наши потребности на оставшиеся 40%.

Игорь Тухбатов: Мы не кормим своих коров сомнительными кормами  
Директор Инновационного центра «УралНИИСХоз» Игорь Тухбатов:

— Я считаю экологически чистым только то мясо только той скотины, которая выросла и была забита в Свердловской области. Опасность представляет привозное мясо и недобросовестность тех производителей, которые выдают импортное сырье за отечественное. Я считаю, что на этикетке помимо имени производителя обязательно должна быть названа и страна-производитель сырья — Россия, Бразилия и так далее.

Тут возникает парадокс. На самом деле, все зависит от того, чем скот кормят. У большинства наших колхозов лишены возможности приобретать дорогостоящие импортные корма. Но при этом, нам известно, что белковая составляющая в этих кормах неизвестная. А ведь именно она влияет на набор веса. Поэтому у нас качественное мясо — мы не кормим своих коров сомнительными кормами. Поэтому и возникают сомнения в качестве импортного мяса — из-за этих белковых добавок.

В частности, из-за вопросов сырьевой безопасности тормозится вступление нашей страны в ВТО. Американцы настаивают на том, чтобы мясо произведенное в США ввозилось в Россию по заключению их же ветеринаров без нашей проверки. Но мы не можем на это

пойти категорически. У нас очень сильные ветеринарные службы и они должны проверять ввозимое мясо. Входной контроль должен быть.

Что касается молока, то главное в нем — доступный кальций, с этим спорить не будет никто. Наши заводы делают хорошее молоко. Но там, где есть пастеризация — без исключений, там количество полезных вещей и кальция в том числе — уменьшается. Поэтому выбор, конечно, за непастеризованным молоком.

По экологической составляющей могу сказать то, что у нас разве что есть небольшой радиационный фон от «Маяка» в районе Каменск —Уральского. А в остальном, все у нас с экологией благополучно.

Сергей Емельянов: Сократился ввоз нормального сырья, увеличился объем контрабанды  
Генеральный директор Комбината пищевого «Хороший вкус» Сергей Емельянов:

— Одно из основных заблуждений, витающих в народе — это то, что импортное сырье — некачественное, опасное. Качественное импортное сырье абсолютно нормально по своим показателям, а иногда и превосходит российские аналоги. Это, естественно, если речь идет о качественном сырье с высокой стоимостью, а не о какой-то перемороженной контрабанде. Другое дело, что с введением квот сократился ввоз нормального сырья на рынок и, к сожалению, увеличился объем контрабанды.

Безусловно, как производители, заботящийся о своей репутации, мы заинтересованы в том, чтобы сырьё, приобретаемое нами было, во-первых, качественное, а, во-вторых, экологически безопасно. Чтобы из него можно было сделать продукт, который будет заведомо безопасен и полезен для покупателя. Это может быть сырьё как российского, так и импортного производства. Но, на наш взгляд, наиболее выживаемы и эффективны в сегодняшних условиях будут только те мясоперерабатывающие предприятия, кто располагает собственной сырьевой базой, передовыми перерабатывающими технологиями, отлаженной системой сбыта продукции. Поэтому мы занялись построением собственной сырьевой базы.

Но о чём хотелось бы поговорить особо... За последние десять лет в мясоперерабатывающей промышленности появилось достаточно много предприятий, мелких и средних. А ведь в этой отрасли, как ни в какой другой, есть свои особенности. Основу её составляет именно ветеринарно-санитарная экспертиза сырья и готовой продукции, которая должна быть непрерывной. Конечно, такой процесс под силу лишь крупным предприятиям, оснащённым самым современным оборудованием. А в маленьком колбасном цеху, например, сделать это фактически невозможно. У нас же, к сожалению, и представители торговли, да зачастую и конечный покупатель не вполне понимают разницу между продукцией, произведённой небольшим колбасным цехом и крупным предприятием. Что в результате? Возможно ли на маленьком предприятии содержать ветеринарно-санитарную службу? Безусловно, это более проблематично, чем на крупном производстве. Соответственно и гарантии безопасности и постоянного контроля качества продукции не столь высокие.

Денис Шмыков: Хорошие районы — Ирбитский, Талицкий, Камышловский  
Генеральный директор ООО «Компания «Молочный кит» Денис Шмыков:

— В основном мы берем на переработку местное сырье. Хорошие районы — Ирбитский, Талицкий, Камышловский, там с экологией более-менее благополучно. Там, кстати, берут молоко и наши коллеги. Качество молочного продукта зависит от технологий очистки сырья. Среди всех коров, которые дали молоко, могла быть и больная скотина. Поэтому от технической оснащённости комбината очень многое зависит. Нужно его пастеризовать. Когда говорят, что пастеризация убивает продукт это не совсем так. Этот процесс бывает разным от обычной пастеризации до УВТ-обработки. Если молоко нагревается до 95

градусов, как при обычной пастеризации — то бактерии гибнут, а белок остается не разрушенным и все витамины на месте.

<http://www.emeat.ru/new.php?id=5885>

(к содержанию)

### **Сюрприз от ООО АПК "МаВР" - только для ценителей**

Emeat.ru, 09.08.06



Крупнейший производитель мясной продукции в Хакасии – ООО Агропромышленная компания «МаВР» собирается участвовать в праздничной программе, посвященной Дню города в Абакане. В этом году компания, кроме фирменной распродажи, устроит презентацию фирменной одежды.

Ярмарка, устраиваемая в День города, давно вошла в традицию. По словам руководителя УКМиС администрации Абакана Ольги Барсук, в этом году ряд предпринимателей уже подали заявки на участие в ней. Во время одной из встреч с журналистами представитель администрации отметила и особенности этого мероприятия: «Среди жителей Абакана есть и те, кто специально идет на празднование дня города с тем, чтобы сделать покупки. Это, на мой взгляд, личное дело людей – главное, что они получат положительные эмоции от прогулки по городу».

Торговые места между предпринимателями распределяются. Известно, что 19 августа витрины ООО АПК «МаВР» будут установлены на перекрестке улиц Щетинкина и Кирова. Как пояснили корреспонденту ИА «Хакасия» представители компании, покупателям будет предложен полный ассортимент продукции: мясные деликатесы, колбасы, консервы, полуфабрикаты, мука. В этом году ООО АПК «МаВР» приготовил сюрприз – каждый желающий сможет приобрести фирменную футболку и бейсболку с логотипом компании. Собственно, продажа яркой одежды от компании уже началась – в Абакане эксклюзивные атрибуты поклонников продукции АПК «МаВР» можно приобрести в Эконом-маркете «Енисей» и фирменном магазине «МаВР», расположенном на улице Пушкина, в районе мясокомбината.

<http://www.emeat.ru/new.php?id=5891>

(к содержанию)

### **Брендинг колбасных изделий**

Rwt.ru, 10.08.06

В апреле 2006 года специалисты компании “Прорыв” завершили исследование “Как создать успешный бренд на рынке колбасных изделий?”.

Данное исследование показало, что наиболее частой причиной неудач российских компаний на рынке колбасных изделий являются ошибки в позиционировании или отсутствие позиционирования их брендов.

Брендинг! Как много трепетного в этом иностранном слове для русского маркетолога. Как много надежд и разочарований, провалов и успехов, переоцененных и упущенных возможностей...

Почему тема брендинга так популярна сегодня, почему многие ломают голову и тратят огромные деньги на создание и раскрутку бренда?

Ответ прост. В нашем сверхкоммуникативном обществе, где непрерывно нарастающий снежный ком информации несется прямо в сознание несчастного потребителя, уже

недостаточно традиционных методов рекламы. Теперь информацию о товаре надо не только донести, но и позиционировать в сознании потребителя, убедить потребителя, что именно Ваш бренд несет в себе именно те ценности, которые ему нужны. Как говорили классики маркетинга Эл Райс и Джек Траут в этой ситуации эффективны только сверхпростые, но крайне убедительные сообщения. Этого позволяет добиться правильно сформированная стратегия позиционирования бренда.

Брендинг сегодня – это целая индустрия. К вашим услугам множество специализированных агентств, которые рады “разработать” для Вас 3 или 5 вариантов бренда за месяц или даже за 2 недели. Есть даже “магазин брендов” – [www.brandmarket.ru](http://www.brandmarket.ru). Не хотите купить готовый бренд?! Вот только странно: если капитализация успешного бренда измеряется сотнями миллионных долларов и их владельцы отнюдь не спешат с ними расставаться, то, что же Вам могут предложить в “магазине” за несколько сот или даже тысяч долларов?

Есть еще один “особый” подход в формировании брендов. Его проповедники, считают, что бренд – это дизайн упаковки товара. У этой школы “брендологов” даже есть свое электронное издание – “Наша марка” с калейдоскопом картинок.

К сожалению, сегодняшнее понимание брендинга – это 99% заблуждений. Такому пониманию, конечно, немало способствовали специалисты всех мастей, обещающие Вам быстрый и не дорогой результат – плати только деньги.

Сегодня, мы рассмотрим некоторые из тех, заблуждений в области брендинга, которые, к нашему сожалению, существуют на рынке колбасных изделий.

Заблуждение 1. “Качество решает все”. Некоторые производители, считают, что качество производимых ими колбасных изделий, потребители просто обязаны оценить. Что парадоксальней всего, большинство из опрошенных нами производителей считает, что их собственная продукция самая качественная, а продукция всех других конкурентов по этому показателю значительно отстает.

Мы же считаем гораздо более справедливым следующее мнение:

“Если подвести это все под один знаменатель, то сегодня качество у всех ведущих предприятий мясопереработки одинаковое. Т.е. здесь все в равных условиях”

отрывок из глубинного интервью с представителем компании “Останкинский мясоперерабатывающий комбинат”.

Заблуждение 2. Многие производители, напрямую перенося особенности развития западных рынков мясопродуктов на отечественный, считают, что на российском рынке если не существует, то очень скоро будет существовать “бум” здорового питания.

Однако попытки создать бренды на основе ценности “здорового питания”, “активного образа жизни” в рамках данного рынка (в отличие, скажем, от рынка молочных продуктов) пока оканчиваются неудачей:

“Р.: С “Активом” не очень хорошо получилось, но тут ошибка маркетинговая была - не совсем верно был спозиционирован продукт, он был сделан слишком спортивным, для людей занимающихся и ходящих в спортзал. Наверное, в этом была ошибка. Сейчас мы работаем над этим.

И.: То есть, Вы считаете, что ошибка была связана с тем, что продукт получился слишком спортивный? А, может быть, проблема в том, что восприятие потребителя очень сложно переломить?

Р.: Нет. Он слишком был спортивный и перегнули палку со вкусом, слишком много полезного добавили; это добро во вред пошло.

И.: Как Вы это поняли? Вы проводили исследование, опрашивали потребителей или это просто Ваше предположение?

Р.: Опросы потребителей мы централизованно не проводили, мы делали фокус-группы. Но мы не откажемся от этой идеи, мы её, может быть, просто видоизменим. Может быть, была ошибка упаковки, потому что она была преимущественно зелёного цвета, а зелёный цвет для колбасы не слишком характерный”

отрывок из глубинного интервью с представителем компании “Дымовское колбасное производство”.

Проследив особенности восприятия такого продукта, даже на примере данного отрывка интервью, становится очевидно, что дело, конечно, не в зеленом цвете упаковки и не в том, что он слишком “спортивный” (кто же не хочет чувствовать себя спортивным, потребляя “спортивный” продукт, даже если это и не совсем так?), а в том, что потребители не готовы к такому продукту. Очень вероятно, что группа потребителей, для которых ценность здорового образа жизни играет первоочередную роль и группа потребителей колбасных изделий очень значительно расходятся (т.е. это разные люди: люди, которые хотят вести здоровый образ жизни избегают потребления колбасы, а потребители колбасы не стремятся к здоровому образу жизни).

Заблуждение 3. “В колбасе не может быть дифференцирующей идеи”

Представители некоторых компаний считают, что “колбаса всегда одинаковая” и ничего “супероригинального” в ней придумать невозможно, с чем мы, конечно, никак не можем согласиться.

“И.: Но на уровне наметок, это что?”

Р.: Это инновации, эмоциональный фон.

И.: Есть ли у Вас в этой сфере какие-то конкурентные преимущества? Сейчас многие предприятия ориентируются на какой-то эмоциональный фон, эмоциональную подачу...

Р.: В колбасе не может быть, как таковых, конкурентных преимуществ”

отрывок из глубинного интервью с представителем “Малаховского мясокомбината”.

“Р.: На сегодняшний день, что Вы можете предложить такого супероригинального в колбасе? Некоторые выпускают, например, вяленую оленину. Впечатление создается, что они только что забили этого оленя, повялили и привезли в магазин.

И.: Делают колбасы из оленины. Кто-то делает что-то оригинальное: языковые колбасы, с оливками, коньяком и т.п...

Р.: Языковая колбаса – это достаточно стандартный продукт.

И.: Да, но потребители еще не привыкли к этому...

Р.: Я считаю, что когда Вы производите достаточно стандартные продукты, важен заход на рынок с рекламой. Есть такое безобразное выражение “Пипл хавает”. Оно очень отражает психологию масс”

отрывок из глубинного интервью с представителем компании “Рузком”.

В качестве наиболее яркого опровержения данного заблуждения можно привести, например, стратегию дифференциации продукта компании “Велком”:

“Ну а так, как нужно дифференцировать продукцию, и есть возможность работать на натуральном сырье, и вокруг обеспеченные жители, то решили взять и убрать всю сою и химию. Соя, как Вам известно, это основной заменитель мяса. Активно эксплуатируется всеми мясокомбинатами. Если в Европе производитель должен указывать количество сои в продукте и там есть четкое подразделение: мясной продукт, мясо-растительный и растительный продукт. То в России многие вообще не пишут, либо заменяют на такое хитрое слово, как растительный белок. На самом деле соя – это аллерген – это, во-первых. Во-вторых, она вся генно-модифицированная. Многие мясокомбинаты пишут, что мы работаем на генно-безопасной сое, но такой практически нет. Она просто дорогая и покупать ее нет ни малейшего смысла. Очень сложно комбинатам куда-то добавлять сою, а куда-то не добавлять. Соя в виде порошка и если ее сыпать куда-то, то она попадет в

вентиляционную систему и будет уже везде. Т.е. для этого надо создавать отдельное производство. Это и есть наш уникальный момент. Т.е. охлажденное, а не замороженное сырье и не использование сои. Вот на этой уникальности мы и держимся...

И.: Каковы первые успехи Вашего бренда? Насколько развитие Вашего бренда оправдало Ваши ожидания?

Р.: Такая стратегия абсолютно оправдала наши ожидания. Мы уникальны. А добиться уникальности на этом рынке очень тяжело. Дифференцировать "Докторскую" колбасу? Это надо умудриться...

И.: Да, многие говорят: "Да что там в колбасе – все одно и то же!"

Р.: А вот совершенно не одно и то же. И люди уже это понимают и готовы за это платить больше. Т.е. у нас есть определенная ценовая премия. Основная наша стратегия – это создание новой категории натуральных мясных продуктов"

отрывок из глубинного интервью с представителем компании "Велком"

Это всего лишь один из примеров дифференциации. В нашем исследовании "Как создать успешный бренд на рынке колбасных изделий?" рассмотрен целый ряд стратегий дифференциации, как по продукту (как в приведенном примере), по цене, так и по имиджу бренда (где, как раз, и наблюдается наиболее широкое поле рыночных возможностей).

Заблуждение 4. Переоценка перспективности сегмента "премиум".

Количество потребителей в сегменте "премиум" и "супер-премиум" до сих пор не так велико. И многие предприятия, пытающиеся освоить данные сегменты рынка, сталкиваются с ограничениями спроса в этой нише. Косвенным подтверждением этого является то, что в г. Москве неудачей окончились попытки открытия продуктовых бутиков "Fauchon" и "Hediard".

Простой макроэкономический анализ показывает, что ниша премиальных продуктов питания начинает интенсивно развиваться при преодолении среднедушевыми доходами уровня в \$800. Сейчас средний доход на одного члена семьи в России составляет \$330, а в г. Москве чуть больше \$700.

Это означает, что ниша премиальных продуктов начнет интенсивно развиваться в Москве только через 1-2 года (когда уровень среднедушевых доходов "перешагнет" отметку \$800).

В регионах же о развитии ниши премиальных продуктов питания еще слишком рано. Без сомнения, некоторое количество хорошо обеспеченных потребителей есть и в регионах, но, как правило, они еще предпочитают покупать массовые, а не премиальные продукты. Количество потребителей, которые готовы отдавать заметно большие деньги за премиальные продукты в регионах еще недостаточно для экономически обоснованной работы предприятия в этой нише.

Василевский Д.Ю.

<http://www.rwr.ru/?all=22775>

(к содержанию)

### **ООО "Ростовский колбасный завод - Тавр": новинки первого полугодия 2006 года.**

Advis.ru, 10.08.06

В первом полугодии 2006 года под торговой маркой "ТАВР" выпущено 10 новых наименований продукции.



В апреле 2006 года ассортимент варено-копченых колбас Группы компаний "ТАВР" пополнился двумя наименованиями: Сервелат "Для Гурманов", Салами "Экстра".

В мае 2006 года на прилавках появляются пять наименований сосисок: "Говяжьи", Родионовские "Экстра" под торговой маркой "ТАВР" и сосиски "Экстра", "Сливочные", "Бистро" под торговой маркой "Семейная традиция".

Вся продукция, выпускаемая под торговой маркой "Семейная традиция", не содержит соевых добавок, изготовлена из натурального мяса и соответствует требованиям международного стандарта качества ГОСТ Р — ИСО 9001-2001. Также в мае 2006 года ассортимент сырокопченых колбас торговой марки "ТАВР" пополнился наименованием "Славянская полусухая" первого сорта.



В июне 2006 года Группа компаний "ТАВР" выпустила новую линию продуктов — мясные снеки: Колбаски полукопченые "Баварские" и Колбаски копченые "Баварские крокетбол". Эти продукты — первые мясные снеки, которые производятся на Юге России. В ближайших планах Группы компаний "ТАВР" — освоение рынка мясных закусок. Для справки: Название компании: Ростовский колбасный завод - Тавр, ООО Адрес: 344018, г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский, 99 Вид деятельности: Мясоперерабатывающая промышленность Телефоны: (863) 299-47-24, 251-54-27 Факсы: (863) 251-54-27 E-Mail: [press@tavr.ru](mailto:press@tavr.ru);

[info@tavr.ru](mailto:info@tavr.ru) Web: <http://www.tavr.ru>

<http://advis.ru/pischevaya/myaso/>

(к содержанию)

## Новости оптовой и розничной торговли

**Торговый Дом "КОПЕЙКА" сообщает об открытии 7 новых в июле 2006 г**  
Product.ru, 07.08.06

ОАО "Торговый Дом "КОПЕЙКА" сообщает об открытии 7 новых универсамов сети в июле с г в Москве, Калужской, Костромской, Рязанской, Воронежской областях. Появился первый магазин сети в г. Брянск. Таким образом, на начало августа число универсамов, находящихся под управлением ОАО "Торговый Дом "КОПЕЙКА", достигло 236.

28 июля начал свою работу первый магазин сети в городе Брянске. Открытие сопровождалось праздничной развлекательной программой и специальными акциями, которые будут меняться и привлекать покупателей в течение всего августа. Все открывшиеся универсамы являются магазинами самообслуживания, работают без перерыва на обед и выходных с девяти утра до десяти вечера. Технологические операции максимально стандартизированы, что способствует снижению издержек.

Средняя торговая площадь открывшихся в июле магазинов составляет приблизительно 440 квадратных метров. Универсамы предлагают к продаже продовольственные товары (80%) и ограниченный диапазон товаров смешанного ассортимента, что составляет в среднем 2 150 единиц учета запасов на магазин.

В новых "Копейках", как и во всей сети, с первых же дней действуют стандартные программы: "Скандално низкие цены" и "Сравните цены" - продажа товаров высокого спроса по низким ценам; "Новые товары каждую неделю" - еженедельные распродажи новых товаров; "Специальные предложения месяца" - распродажи сезонных товаров. Для инвалидов и ветеранов Великой Отечественной войны предусмотрена программа "Ветеран".

Конец формы

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44718>

(к содержанию)

**"Лента" развернется в Волгограде. Санкт-петербургская торговая сеть выходит на региональный рынок**

Коммерсант Волгоград , 07.08.06

Санкт-петербургская торговая сеть "Лента" планирует открыть в Волгограде первый торговый комплекс в формате cash & carry. Стоимость гипермаркета площадью 12 тыс кв м оценивается в \$20 млн. По планам менеджеров Санкт-петербургской компании, торговый центр будет обслуживать до 10 тыс покупателей в сутки. Участники волгоградского рынка ритейла считают проект амбициозным, но заявляют, что готовы к приходу конкурента.

Вчера Санкт-петербургская сеть торговых комплексов "Лента" объявила о выходе на волгоградский рынок. Как сообщили "Ъ" в ООО "Лента", первый торговый комплекс в формате cash & carry будет построен в Советском районе Волгограда. По данным "Ъ", общая торговая площадь объекта составит 12 тыс кв м, на реализацию проета будет затрачено около \$20 млн. Открытие центра намечено на лето 2007 года, и, по информации источника в "Ленте", сейчас у компании уже имеются предварительные согласования с

**Обзор прессы за 05-11.08.06**

администрацией города на проектирование объекта, в аренду получен участок земли. Формат "Ленты" будет ориентирован в большей степени на розничного покупателя. "Более 11 тыс кв м займет собственно торговый зал, - уточнили в компании - В аренду будет отдано только 200 кв м, и предполагается, что на этих площадях разместится фуд-корт, представительство банка, точка, предоставляющая фотоуслуги и еще ряд дополнительных сервисов. Ассортимент "Ленты" составят группы непродовольственных и продовольственных товаров, а также продукты питания из собственной пекарни, мясного и рыбного цехов". В "Ленте" сообщили, что "уже ведутся переговоры с местными поставщиками, которые обязательно будут представлены на торговых площадях". По прогнозам менеджеров санкт-петербургской компании, центр будет работать круглосуточно и обслуживать в сутки до 10 тыс человек.

"Кроме того, в Волгограде планируется строительство собственного логистического склада компании, который будет обслуживать сеть торговых комплексов в южном регионе, - на условиях анонимности сообщил собеседник "Ъ" в "Ленте". - Возможно, в Волгограде будут открыты несколько торговых комплексов". О том, какую долю волгоградского рынка намерены занять, в санкт-петербургской компании говорить отказались.

ООО "Лента" основано в 1993 году. Сеть торговых комплексов компании с одноименным названием работает в сфере классической оптовой и розничной торговли по принципу самообслуживания и насчитывает 10 объектов. Первые региональные торговые комплексы планируется открыть в конце 2006 года в Астрахани и Новосибирске. Оборот компании в 2005 году составил около \$650 млн.

По мнению начальника отдела исследования потребительского рынка департамента потребительского рынка администрации Волгограда Дмитрия Семеновича, "строительство "Лентой" торгового центра именно в Советском районе актуально, поскольку плотность торговых объектов в южной части города ниже, чем, к примеру, в Центральном или Дзержинском районах". Господин Семенович считает, что приход санкт-петербургской сети в Волгоград затронет в первую очередь интересы Metro Cash & Carry, работающего в том же формате. "Кроме того, что касается торговли продуктами, не исключен отток покупателей в местных сетях, и, возможно, пострадают мелкооптовые склады бытовой химии", - предположил Дмитрий Семенович.

В Metro Cash & Carry комментировать ситуацию вчера не стали, сославшись на отсутствие компетентных сотрудников на рабочих местах. А вот по мнению генерального директора волгоградской сети магазинов "МАН" Алексея Воробьева, успешность "амбициозного" проекта "Ленты" будет зависеть в первую очередь от ассортимента товаров, которые будут представлены в торговом центре санкт-петербуржцев: "Если товарная матрица гипермаркета будет схожа с волгоградскими супермаркетами, естественно, покупатели предпочтут гипермаркеты, возле которых можно припарковать автомобиль, совершить покупку и отправиться дальше". При этом господин Воробьев отметил, что "потребители не будут ездить за покупками, например, из Тракторного района в Советский" (находятся в разных концах Волгограда - "Ъ"). "Но мы всегда готовы к приходу конкурентов", - подвел итог гендиректор "МАН".

(к содержанию)

**Новое имя Pyaterochka. Головная компания "Пятерочки" и "Перекрестка" может быть названа X5**

Ведомости, 07.08.06

Объединенную компанию "Пятерочки" с "Перекрестком" на рынке уже давно окрестили "Перетерочкой", но владельцы сетей в сентябре собираются огласить совсем другое название. Как стало известно "Ведомостям", сейчас они тестируют наименование X5 (произносится "икс пять").

В сеть "Пятерочка" на конец июня входило 870 универсамов, в том числе 479 франчайзинговых. Основные компании сети принадлежат голландской Pyaterochka Holding, чистая выручка которой в 2005 г. — \$1,36 млрд. В мае Pyaterochka приобрела 100% ЗАО "Торговый дом "Перекресток", в которое входило на конец июня 142 магазина, включая девять франчайзинговых. 47,8% Pyaterochka принадлежит совладельцам "Альфа-групп" — Михаилу Фридману (21,9%), Герману Хану и Алексею Кузьмичеву. Еще 6,2% делят менеджеры "Альфы": Лев Хасис (1,8%), Александр Косьяненко (3,4%) и Алексей Резникович (1%). 21,2% — основатели "Пятерочки": Андрей Рогачев (11,14%), Александр Гирда (9,33%), Татьяна Франус (0,59%) и Игорь Видяев (0,17%). В свободном обращении на Лондонской фондовой бирже — 24,8%.

О том, что голландская Pyaterochka Holding, головная компания торговых сетей "Пятерочка" и "Перекресток", будет переименована, ее гендиректор Лев Хасис рассказывал журналистам еще в конце мая. На прошлой неделе Хасис подтвердил "Ведомостям", что варианты нового наименования сейчас тестируются, а окончательное решение акционеры объявят в сентябре. По словам финансового директора Pyaterochka Виталия Подольского, акционеры уже выбрали новое название, но оно держится в секрете. Другой источник, близкий к компании, уточнил, что Pyaterochka Holding в скором времени будет называться X5. Основатели "Пятерочки" настояли на том, что в названии должна остаться цифра пять, пояснил собеседник "Ведомостей". По его словам, новое наименование уже проходит регистрацию.

Переименование коснется только головной компании, рассказал Хасис, а магазины продолжат работать под брендами "Пятерочка" и "Перекресток". Акционеры посчитали неправильным, что мультибрендовая торговая компания называется по имени одной из сетей. Например, главе объединенной компании Льву Хасису и руководителю сети дискаунтеров Олегу Высоцкому приходится представляться одинаково — гендиректорами "Пятерочки".

Кроме того, в будущем розничные активы "Альфа-групп" пополнятся новыми брендами, в частности сетью гипермаркетов "Карусель", которую основатели "Пятерочки" сейчас развивают отдельно. В материалах к майскому собранию акционеров Pyaterochka Holding говорится, что у компании есть опцион на покупку "Карусели" с 1 января по 1 июля 2008 г. (75% стоимости будет оплачено деньгами, остальное — акциями Pyaterochka Holding, т. е. доли Андрея Рогачева и Александра Гирды в головной компании могут увеличиться).

Наконец, инвесторы до сих пор помнят декабрьский кризис Pyaterochka Holding, когда компания снизила прогноз по выручке и ее капитализация упала почти на \$1 млрд, признает топ-менеджер сети.

Отношение инвесторов к компании зависит от ее показателей, а название тут ни при чем, комментирует глава сети "Магнит" Сергей Галицкий. Финансовые показатели Pyaterochka за I квартал соответствуют ожиданиям аналитиков, отмечается в обзоре "Атона": выручка "Пятерочки" увеличилась на 41% до \$438,9 млн, "Перекрестка" — на 45% до \$323,4 млн. Но динамика роста сети по итогам первого полугодия не так впечатляет: "Пятерочка" открыла 44 универсама (прогноз самой компании на год — 130), "Перекресток" — 13 супермаркетов (прогноз — 40). Если темпы роста не увеличатся во втором полугодии, считают в "Атоне", выручка группы в 2006 г. может оказаться ниже запланированной. По информации топ-менеджеров нескольких федеральных ритейлеров, Pyaterochka активно

ведет переговоры о покупке региональных сетей — в частности, интересуется пермской "Семьей", казанским "Эдельвейсом", челябинской "Незабудкой".

Опрошенные "Ведомостями" в связи с переименованием компании конкуренты "Пятерочки" и финансовые аналитики обратили внимание на существование модели X5 у одного из крупнейших европейских автопроизводителей Bayerische Motoren Werke (BMW). Связаться с представителем BMW вчера не удалось. По мнению директора юридической фирмы Corpus Juris Дениса Балакина, если у BMW и может быть недовольство, то только "на уровне этики бизнеса", а с юридической точки зрения названия не пересекаются. У BMW этот знак зарегистрирован только по классу автомобилей, а "Пятерочка" их производить пока не планирует, так что конфликты исключены, шутит топ-менеджер сети.

В 1998 г. "этика бизнеса" обошлась компании Ford в \$550 000. Издатель немецкого журнала Focus — Burda Group — возмутился тем, что автоконцерн намерен продавать в Германии свою новую модель под именем Focus, и добился соответствующего судебного запрета. Потом компании пришли к соглашению, в результате которого Ford получил возможность торговать Focus, но перечислил в близкий Burda фонд "Врачи для третьего мира" указанную выше сумму.

Крупные компании меняют свои названия гораздо реже, чем торговые марки. Одним из самых громких переименований стало превращение в 2001 г. "Сибирского алюминия" в "Базовый элемент" (управляет активами Олега Дерипаски). Сменой названия бывшие партнеры Олег Дерипаска и Михаил Черной окончательно оформили разрыв. А в 2004 г. финансовая корпорация "Никойл" решила взять имя приобретенной ею группы "Уралсиб" — как более узнаваемое в регионах.

Юлия Ярош

(к содержанию)

### ***Слишком «Дешево»***

Бизнес, 09.08.06

Группа компаний "Виктория" решила отказаться от развития формата дискаунтеров в московском регионе. Две трети открытых в городе магазинов под брэндом "Дешево" переделаны во флагманский формат сети - "магазин у дома" "Квартал". В оставшихся магазинах "Дешево" "Виктория" будет тестировать новые технологии торговли. Участники рынка связывают действия "Виктории" с высокой конкуренцией в сегменте дискаунтеров на московском рынке.

О том, что ГК "Виктория" решила отказаться от развития формата дискаунтеров в московском регионе, "Бизнесу" рассказал ряд дистрибуторов, работающих с сетями группы.

Эту информацию подтвердил президент "Виктории" Максим Белолипец. По его словам, руководство "Виктории" уже приняло решение о том, что в московском регионе формат дискаунтера развивать больше не будут. Около 20 московских "Дешево" уже переделаны в "Кварталы". "Оставшиеся 13 магазинов "Дешево" мы закрывать не будем, на них будем обкатывать новые проекты и технологии", - говорит Белолипец. Он объясняет решение "Виктории" тем, что активно развивать в Москве направление дискаунтеров не имеет смысла: "Мы сосредоточимся на развитии форматов с большим ассортиментом - супермаркета и "магазина у дома"".

Напомним, группа компаний "Виктория" была основана в Калининграде, первый магазин в Москве открыла в 2002 году. Сейчас помимо магазинов "Дешево" в столице и области

работает 72 магазина "Квартал" и один супермаркет "Виктория" (в планах - открытие еще двух). Оборот компании за 2005 год составил чуть более \$600 млн.

Участники рынка считают решение "Виктории" правильным. "Формат "магазина у дома" более рентабелен, и главное, дает большую доходность с 1 кв. м. В Москве доходы населения выше, и здесь в "магазине у дома" можно продавать дороже и больше, чем в дискаунтерах",- рассуждает совладелец сети "магазинов у дома" "Магнолия" Василий Тарадин. "У них есть отличный формат "Квартал", который будет хорошо развиваться, думаю, решение сосредоточиться на нем правильное",- заключает Тарадин.

Замгендиректора сети "12 месяцев" Октам Аликулов также считает, что причиной отказа от "Дешево" стала низкая рентабельность дискаунтеров: "Сложно давить на поставщиков по ценам с форматом, который так сильно напоминает "магазин у дома"". С ними соглашается совладелец "Копейки" Сергей Ломакин. "За время существования "Дешево", честно говоря, мы не ощущали практически никакой конкуренции с их стороны. Впрочем, каждый сам выбирает для себя пути развития, видимо, для них это решение было правильным. Мы же считаем, что формат дискаунтера в московском регионе имеет большие перспективы",- говорит Ломакин.

А аналитик ИК "Финам" Владислав Кочетков предполагает, что "Виктория" сочла формат "Дешево" бесперспективным в московском регионе из-за высокой конкуренции. "Когда "Виктория" в 2002 году выходила на московский рынок, в формате "магазина у дома" не работал никто, а дискаунтеры делали и "Копейка", и "Пятерочка". Соответственно, по "магазинам у дома" они сейчас лидеры, а по дискаунтерам отстали",- рассуждает Кочетков.

### ***Открыт 26-ой магазин сети «Перекресток»***

[Arendator.ru](http://arendator.ru), 10.08.06

Как сообщили в пресс-службе «Перекрестка», сеть открыла сегодня свой 26-ой магазин в Московской области. Новый супермаркет, площадью почти 1200 кв. м, начал работу в Коломне, которая стала 15-городом Московской области, где есть торговые точки Национальной сети супермаркетов, передает [Retailer.Ru](http://Retailer.Ru).

По информации «Перекрестка», новый магазин занимает большую часть первого этажа торгово-развлекательного комплекса, общей площадью порядка 20 тыс. кв. м. Ассортимент супермаркета состоит из 18 тыс. наименований, включая продукты питания и сопутствующие товары - от печатных изданий до живых цветов. При магазине открылись цех по изготовлению полуфабрикатов из охлажденного мяса и рыбы и собственная пекарня, где посетители смогут попробовать десятки наименований хлеба и выпечки.

Кроме того, для пенсионеров и ветеранов войны будет действовать 5-процентная скидка в будние дни с 9 утра до 1 дня.

<http://www.arendator.ru/articles/1/art/8809/pg/1/>

(к содержанию)

### ***"Холидей Классик" и "Сибиряда" обменялись брендами***

Коммерсантъ, Новосибирск, 10.08.06

Сибирские торговые сети "Холидей Классик" и "Сибиряда" заключили договор о слиянии. Информацию об этом "Ъ" вчера подтвердили в руководстве обеих компаний. Объединенная сеть станет крупнейшим розничным оператором в Западной Сибири с прогнозируемым к концу текущего года оборотом в \$350 млн.

Как сообщил "Ъ" управляющий партнер компании "Сибириада" Алексей Касимов, переговоры о вариантах сотрудничества двух компаний велись уже давно, однако к окончательному соглашению нынешние партнеры пришли лишь недавно. Договор о слиянии подписан 3 августа. По словам генерального директора компании "Холидей Классик" Алексея Захарова, слияние произошло путем обмена акциями — владельцы обоих участников альянса стали собственниками объединенной компании.

Сеть "Холидей Классик" состоит из 30 магазинов, расположенных в Новосибирске, Бердске, Краснообске, Барнауле и Томске. Оборот в 2005 году составил около \$180 млн. Основной владелец — группа компаний "Лэнд" (Новосибирск).

Компания "Сибириада" управляет сетью из 30 магазинов (под брендами "Сибириада" и "Эконом") в Новосибирске и Новосибирской области. Оборот сети в 2005 году превысил \$85 млн. Владельцы — физические лица, в том числе топ-менеджеры компании.

По словам господина Захарова, объединенная компания намерена сохранить оба основных бренда участников слияния. При этом "Холидеем" станут называться супермаркеты площадью около 1000 кв. метров и более, а торговые точки меньшего размера будут работать в формате "магазина у дома" и носить имя "Сибириада". Сейчас владельцы компании проводят "инвентаризацию" имеющихся торговых площадок. Что касается марки "Эконом", то, как сообщил Алексей Касимов, этот бренд не развивается "Сибириадой" уже давно и новые торговые точки с таким названием открывать не планируется.

В качестве причины слияния оба участника сделки называют желание "объединить опыт и ресурсы для дальнейшего развития". Так, по признанию Алексея Захарова, "Холидею" будут очень полезны наработки нового партнера в сфере логистики. "Сибириада" до прихода в розничный бизнес работала как оптовая компания и уже давно осуществляет свыше половины поставок продуктов в свои магазины с собственного склада в левобережной части Новосибирска площадью свыше 6 тыс. кв. метров. Собственный логистический центр площадью 10 тыс. кв. метров строит сейчас и "Холидей" (на правом берегу Оби). В свою очередь, альянс с "Холидеем" позволит, по мнению Алексея Касимова, выйти за пределы Новосибирска. Еще недавно "Сибириада" не имела никаких планов региональной экспансии, а сегодня господин Касимов говорит о готовящемся уже в этом году открытии магазинов с таким названием в Томске и Барнауле (там, где уже есть супермаркеты "Холидея").

По мнению Алексея Захарова, слияние поможет реализации планов дальнейшей региональной экспансии, которые в "Холидее" вынашиваются уже давно. Сейчас компания присутствует на рынках трех сибирских регионов — в Новосибирской, Томской областях и Алтайском крае. В ближайших планах развития — выход в города Кузбасса, Омской области и Красноярского края. В более отдаленной перспективе (к 2011 году) объединенная сеть намерена войти в число 10 самых крупных розничных компаний России с оборотом в \$3 млрд.

"Альянс будет означать прежде всего серьезное усиление позиций объединенной компании в Новосибирске и Новосибирской области, — отмечает розничный эксперт Сергей Романов. — Это верно с точки зрения глубокой "проработки" региона". С ним соглашается директор по корпоративному управлению группы компаний "Сенсация" Александр Агеев. По его мнению, реальные преимущества в продовольственной рознице получает только та компания, которой удастся добиться существенной доли на отдельно взятом рынке, поскольку значительная часть ассортимента любого продовольственного магазина формируется за счет продукции местных производителей.

Объединение с "Сибириадой" — не первый альянс "Холидея". В феврале текущего года компания уже поглотила сеть "Солнечные продукты" (четыре супермаркета). Тогда, по

информации "Ъ", владелец "Солнечных продуктов" — группа компаний "Континент" — передала "Холидею" свои магазины в обмен на участие ритейлора в собственных девелоперских проектах в качестве одного из инвесторов. По мнению господина Романова, альянс с "Сибириадой" — это самое крупное на сегодняшний день слияние в сибирском ритейле, однако далеко не последнее. По его информации, "Холидей" ведет переговоры с еще несколькими сибирскими сетями. "И, возможно, некоторые из этих переговоров дадут результаты уже в ближайшем будущем", — предположил эксперт.

Станислав Соколов

(к содержанию)

### **«Сибирская губерния» поищет резервы сбыта**

Retailer.ru, 10.08.06

ООО «Сибирская губерния» (СГ) (Красноярск) намерено вложить в модернизацию мощностей Томской птицефабрики около 2,5 млрд руб. в 2007–2008 годах и увеличить производство мяса птицы с 3 тыс. до 30 тыс. т в год. Таким образом в компании рассчитывают потеснить на томском рынке единственного крупного производителя мяса бройлера — ООО «Птицефабрика „Межениновская“». Между тем генеральный директор «Межениновской» Федор Халецкий не намерен уступать позиции на томском рынке красноярскому холдингу.

Как сообщил и. о. генерального директора ООО «Торговый дом „Сибирская губерния“» Сергей Скопцов, «агрохолдинг только начинает развивать производство яиц и новые мощности позволят существенно укрепить позиции на рынке Сибири». Напомним, «Сибирская губерния» приобрела у «Рацион–СК» (контролируется Томским комбикормовым заводом.— „Ъ“) Томскую птицефабрику, которая специализируется на производстве яиц и занимает сегодня 90% томского рынка.

Кроме того, СГ на Томской птицефабрике планирует развивать производство мяса бройлера и в ближайшие два года увеличить объемы с 3 тыс. до 30 тыс. т в год. Таким образом в красноярской компании рассчитывают потеснить единственного местного производителя мяса птицы — птицефабрику «Межениновская», которая занимает 70% томского рынка. Для этого СГ намерена направить из собственных и заемных средств на модернизацию производства птицефабрики 2,5–2,7 млрд руб. По словам господина Скопцова, холдинг пока не собирается выходить за пределы Сибири. «Мы планируем заполнять резервы по сбыту в тех регионах, где уже работаем, — Красноярский край, Новосибирская и Кемеровская области. После модернизации Томской птицефабрики мы сможем увеличить долю на этих рынках в целом в 1,5 раза», — сказал он.

ООО «Птицефабрика «Томская» в 2005 году выпустило 230 млн штук яиц и около 3 тыс. т мяса бройлера. В администрации Томской области проект СГ по модернизации Томской птицефабрики называют «амбициозным», но говорят, что «хотели бы видеть бизнес-план проекта». Заместитель начальника департамента социально-экономического развития села администрации Томской области Олег Шанин осторожно заметил, что «пока мы (обламинистрация.— „Ъ“) слышали только о намерениях». «Компания рассчитывает начать реализацию проекта в ближайшее время. Думаю, что завершить модернизацию и выйти на заявленные показатели сможет к концу 2007 — началу 2008 года», — сказал чиновник. По его информации, на туганской площадке (у птицефабрики «Томская» две производственные площадки — туганская и томская.— „Ъ“) будут производить яйца, а на томской — мясо бройлера. Господин Шанин считает, что «красноярцы смогут отвоевать свою долю на томском рынке». «Сейчас примерно 30% всего потребляемого мяса птицы ввозится из-за пределов области. «Томская» могла бы в первую очередь потеснить

иногородних поставщиков — новосибирцев и омичей, а также зарубежную продукцию, которые в целом сегодня занимают около 30%», — считает господин Шанин.

На птицефабрике «Межениновская» появление конкурента не вызвало беспокойства. По словам генерального директора предприятия Федора Халецкого, «фабрика ведь тоже не стоит на месте» и намерена потеснить в ближайшие два года иногородних производителей. «Региону не хватает собственных мощностей по производству мяса птицы, поэтому 30% местного рынка занимают иногородние продукты. Мы намерены увеличить мощности и полностью закрыть дефицит», — сказал господин Халецкий. Так, по его словам, в этом году «Межениновская» выпустит 10 тыс. т мяса, в следующем году планирует выйти на 18 тыс. т, к 2008 году — на 25 тыс. т. Планы СГ в регионе менеджер прокомментировать затруднился. «Непонятно, куда они будут поставлять продукцию. Нет смысла создавать такие мощности с действующим рядом крупным производством («Межениновской». — „Ъ“», — сказал он.

Справка:

«Сибирская губерния» — агрохолдинг полного цикла, который включает мощности по производству зерна, комбикормов, 3 птицефабрики в Красноярске, по одной — в Абакане и Кемеровской области. Кроме того, в составе холдинга 2 комбикормовых завода. Входит в ассоциацию «Алпи», владеющую одноименной сетью гипермаркетов. К концу года холдинг планирует выпустить более 60 тыс. т мяса птицы. В 2005 году оборот составил 2,7 млрд руб.

Наталья Волосатова

[http://www.retailer.ru/?cat=i\\_news&key=9708&&d=2006-08-10#body](http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=9708&&d=2006-08-10#body)  
(к содержанию)

### ***Поглощение с последствиями. Холдинг "Марта" судится с бывшими поставщиками "Продмака"***

Ведомости, 11.08.06

В прошлом году холдингу "Марта" удалось присоединить 18 магазинов московской сети "Продмак", но теперь в компании готовы пожалеть об этом. Фирма "Ай Ти М", представляющая интересы бывших поставщиков "Продмака", добивается признания банкротом ООО "Элекскор", торгового оператора "Марты", из-за задолженности в 15,1 млн руб. В "Марте" уверены, что за исками стоят бывшие владельцы "Продмака", которые должны были сами погасить долги.

Холдинг "Марта" создан в 1992 г. Головная компания холдинга — австрийская Marta Unternehmensberatung, которая принадлежит Георгию Трефилову (75%) и Борису Васильеву (25%). В состав холдинга входят девелоперская группа РТМ, предприятия по производству и продаже полимерной упаковки, магазины под марками Billa, "Гроссмарт", Colours & Beauty и торговые интернет-порталы 003.ru, m3x.ru, byttehnika.ru. Выручка холдинга в 2005 г. — \$309 млн (рост на 43%). Выручка розничного подразделения в 2005 г. — \$192,9 млн (рост на 48,7%), EBITDA — \$28,6 млн (17,7%). Выручка направления интернет-продаж в 2005 г. — около \$61,6 млн.

Сообщение о том, что ООО "Ай Ти М" добивается признания банкротом ООО "Элекскор", входящего в холдинг "Марта", появилось на сайте московского арбитражного суда. Рассмотрение дела о банкротстве № А40-46866/06-86-997Б с соответствующими истцом и ответчиком включено в график заседаний 86-го отделения суда на 18 августа. "Элекскор" является торговым оператором холдинга "Марта" и развивает сеть супермаркетов "Гроссмарт", состоящую сейчас более чем из 94 магазинов в Москве и регионах.

PR-директор "Марты" Евгений Сухарников отметил, что ни одна из компаний холдинга не подавала заявления о своей финансовой несостоятельности. По его словам, "Ай Ти М", один из бывших поставщиков "Элекскора", пытается в судебном порядке взыскать с "Марты" 15,1 млн руб. задолженности. Он подчеркнул, что данная сумма "не превышает размера среднедневной выручки "Элекскора", т. е. даже теоретически не может служить поводом для банкротства торгового оператора "Марты". Связаться с "Ай Ти М" вчера не удалось.

Источник в холдинге уточнил, что "Ай Ти М" "представляет интересы бывших поставщиков сети "Продмак", приобретенной "Мартой" в начале 2005 г. Тогда "Элекскор" присоединил 18 супермаркетов "Продмак", заплатив за это, по экспертным оценкам, около \$30 млн. Задолженность, утверждает менеджер холдинга, возникла еще до покупки сети и в процессе переговоров было решено, что ее погасят предыдущие владельцы "Продмака", аффилированные с ФПГ "Нефтехимпром". Но позже продавцы "Продмака" отказались признать за собой долг, сетует менеджер "Марты", и теперь они поддерживают "Ай Ти М" в судебной тяжбе с "Элекскором". Получить подтверждение этой информации в ФПГ "Нефтехимпром" вчера не удалось. Но сотрудник банка "Москва", участвующего в организации облигационного займа "Марты", подтвердил, что тяжба касается задолженности перед поставщиками "Продмака", погасить которую должны бывшие владельцы сети.

До сих пор "Марта" чаще остальных ритейлеров практиковала сделки по слиянию и поглощению (M&A) на розничном рынке. Помимо "Продмака" за последние два года холдинг присоединил региональные сети "Райден", "Апельсин", "Пи". В интервью "Ведомостям" президент "Марты" Георгий Трефилов признавался, что примерно 60% роста розничного бизнеса холдинга обеспечивают поглощения других сетевых операторов. Другие федеральные сети обычно осторожнее в своей экспансии, причем, по их собственному признанию, сделки M&A отпугивают их не столько дороговизной, сколько своей непрозрачностью. Например, бывший владелец екатеринбургской компании "Экономторг", приобретенной Ryaterochka Holding летом 2005 г., Владимир Дмитриев спустя полгода пытался оспорить сделку в суде. Поводом стали "неправильно зарегистрированные документы в местной налоговой инспекции". По словам руководителя департамента развития, слияний и поглощений "Патэрсона" Николая Габышева, сделки по слиянию и поглощению "действительно могут быть очень опасны" из-за пробелов в российском законодательстве, не позволяющих четко прописать в договоре все условия и ответственность сторон. Оплата задолженности поставщикам купленной сети едва ли не самая часто встречающаяся проблема при M&A, говорит Габышев. Обычно продавцы активов со временем начинают думать, что продешевили, и отказываются от исполнения ранее принятых обязательств, считает менеджер.

Юлия Ярош

(к содержанию)

**Центр Сибирского опта**

Торговая газета, 11.08.06

Торговая отрасль в Новосибирске - лидер по темпам развития. В прошлом году объем товарооборота и реализация услуг достиг 103 млрд. руб. В этом году он должен подойти к цифре 120 млрд. руб. Сегодня на 1000 жителей Новосибирска приходится примерно 350 кв. м торговых площадей. Это в 8 раз больше, чем в среднем по России. По данному показателю Новосибирск уступает только Москве и Санкт-Петербургу.

Такие цифры назвали журналистам руководители городского департамента потребительского рынка, услуг и поддержки предпринимательства Сергей Андреев и

Татьяна Болаболова. Еще год назад городской совет утвердил перспективный план развития Новосибирска, а также 13 комплексных целевых программ по основным направлениям к этому плану. В их числе и программа по дальнейшему развитию потребительского рынка, торговой отрасли, общественного питания и сферы услуг. Согласно этому плану потребительский рынок в Новосибирске будет формироваться с ориентиром на город как на общесибирский центр оптово-розничной торговли. Главный приоритет отдается крупным торговым центрам, комплексам и торговым сетям. Сегодня в Новосибирске активно действуют новые супер- и гипермаркеты и появляется все новые. К числу таких гигантов относятся "Мега", "Континент", "Гиперон", "Москва", "Юбилейный" и другие. В ближайшие 2-3 года в городе должно появиться еще не менее десятка новых крупных торговых центров. Новые форматы торговли во многом соответствуют лучшим образцам, привычным для Москвы и Петербурга. Соответственно растет и качество обслуживания.

Как отмечают специалисты департамента, в новых комплексах Новосибирска жители города имеют теперь возможность не только купить хорошие, качественные товары, но и культурно отдохнуть, вкусно покушать, посетить салон красоты, посмотреть кинофильмы или послушать концерт. Вместе с тем городские власти не собираются отказываться от привычных магазинов у дома или в "спальных" кварталах. Для удовлетворения потребностей горожан в товарах массового спроса, в основном продуктов питания, планируется не только сохранять традиционные небольшие магазины, но и создавать новые, подобные, в отдаленных и "спальных" районах.

В перспективе Новосибирск должен стать городом с хорошей логистической базой. Сегодня мэрия рассматривает ряд предложений по строительству логистических центров с минимальной площадью каждого не менее 800 кв. м.

Если еще 2-3 года назад местные коммерсанты да и власти осторожно относились к приходу на потребительский рынок города крупных федеральных сетей, в основном из Москвы, то теперь ситуация иная. Чиновники считают, что сейчас большинство местных торговых сетей уже достаточно закрепилось на рынке и им нечего бояться конкуренции. Да и практически все ныне действующие в городе крупные центры и комплексы как раз работают с местными сетями.

Еще одно преимущество местных сетей перед "пришельцами" из столицы - то, что многие из них уже не только занимаются торговлей, но и имеют свое собственное производство полуфабрикатов, выпускают в большом количестве всевозможные салаты, кулинарные и кондитерские изделия.

Конечно, у торговой отрасли в Новосибирске есть и свои проблемы. По крайней мере, руководитель департамента Сергей Андреев считает, что надо более четко прописать программу размещения крупных торговых объектов и предприятий, на всей территории города. Хотя количество их растет год от года, размещаются они пока в основном в центральной части Новосибирска, нередко по соседству друг с другом. В зонах новой жилой застройки, в "спальных" районах их очень мало. Между тем, потребность в таких объектах есть. И многие торговые сети уже сегодня готовы заняться строительством таких объектов в отдаленных районах.

"Мы программы еще только пишем, а они уже определяют перспективные места размещения. Хотелось бы, чтобы все было наоборот", - покритиковал сам себя и подчиненных руководитель департамента.

Еще одна актуальная для Новосибирска проблема - рыночная и уличная торговля. Сейчас на территории города работают 106 рынков и микрорынков. Хотя за последнее время количество их несколько снизилось, тем не менее, нужда в таких торговых площадках по-прежнему существует. И местные власти отказываться от них не собираются.

Сегодняшняя стратегия работы на рынках - это коренная реконструкция и благоустройство. На многих рынках появились современные торговые модули, благоустраиваются территории. Ежегодно по программе реконструкции рынков ежегодно в такие работы должно вкладываться не менее 500 млн. руб. Радует местные власти и то, что сами предприниматели активно вносят инвестиции в эти проекты. В частности, в прошлом году в развитие городских рынков более 450 млн. руб. вложили частные инвесторы.

А вот с весьма популярной в начале XXI века уличной торговлей городские власти хотят практически попрощаться. По оценкам специалистов мэрии, большинство покупателей сегодня предпочитает стационарные торговые предприятия. Поэтому киоски, павильоны, лотки и прочие временные сооружения должны с улиц и площадей города исчезнуть.

Вообще-то программу по регулированию мелкорозничной торговой сети в городе местные власти приняли еще 5 лет назад. В этом документе был установлен перечень улиц, для которых действует ограничение подобной торговли. Определены также и объекты, на которые такие ограничения не распространяются. К ним отнесли киоски и павильоны по продаже газет, мороженого, пункты по торговле абонементными талонами городского транспорта, стационарные павильоны на остановках.

За прошедший период с улиц и магистралей города, в основном центральных, убрали почти 2000 объектов мелкой розницы. Осенью управление потребительского рынка внести в городской совет дополнения к списку улиц, на которых также должны исчезнуть разномастные киоски и павильоны. Основные объекты, которые включены в этот список, в основном объекты быстрого питания, временные павильоны, где расположены небольшие кафе, закусочные, "фуды" и прочая уличная еда. Главный аргумент местных властей следующий: за последние годы многие городские улицы стали более нарядными, красивыми, благоустроенными. На них появились десятки торговых предприятий, в том числе и общественного питания. Поэтому разномастные киоски, которые портят внешний вид улиц, должны быть убраны.

Естественно, что подобные жесткие меры радуют далеко не всех предпринимателей. Те, кто попадает в так называемую "красную зону", считают, что ограничения серьезно ударят по их бизнесу. Высказывается также мнение, что местные власти решили убрать с городских улиц небольшие предприятия общественного питания, потому что они мешают решать муниципальную программу по работе с дисконтными картами. Дело в том, что уже несколько лет мэрия Новосибирска активно внедряет льготную торговлю для определенных категории населения по так называемым муниципальным дисконтным картам. Теперь настала очередь внедрения таких карт и в системе общественного питания. Власти уже достигли договоренности с рядом крупных общепитовских сетей о применении подобных карт. Осенью т. г. такие дисконтные карты должны получить студенты города. И вот теперь попавшие в запретный список конкуренты из мелкого общепита считают, что таким образом городские власти расчищают поле деятельности для своих подопечных, участвующих в реализации этой муниципальной программы.

Однако руководители департамента эту точку зрения отвергают напрочь. Как заявила начальник управления потребительского рынка новосибирской мэрии Татьяна Болаболова, главная задача состоит в очистке улиц от временных объектов, а горожане, дескать, могут поесть и в стационарных предприятиях общепита, которых в городе уже достаточно. Когда же один из журналистов заметил, что киоски "быстрой еды" работают не только в Москве, но и в столицах других европейских стран, и их никто не трогает, начальник управления заявила, что "равняться на Москву и Париж Новосибирску стоит не во всем".

Что на это возразишь?

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**

Юрий Юдин

(к содержанию)