

**Обзор прессы
за 15-21.07.06**

Содержание

Содержание.....	2
Импорт мясного сырья в Россию.....	4
Импортеры мяса ждут открытия Бразилии.....	4
Почему отложены переговоры о нашем вступлении в ВТО.....	5
Россия вводит ограничения на ввоз живой птицы из Бразилии.....	6
Бразильского мяса будет больше.....	6
Парагвай временно прекратил импорт бразильских кур.....	7
В России сложилась "ненормальная ситуация" с импортом мяса.....	8
Государственное регулирование мясной отрасли.....	9
Мясо не по зубам. Граждане заплатят за продовольственную безопасность.....	9
Логистика.....	11
Лидер розничной логистики мясной продукции компания "MeatLand L&D".....	11
Тенденции в производстве и потреблении мясопродуктов в России.....	13
В Мордовии повысилась закупка скота мясокомбинатами.....	13
Дневник наблюдений темы для разговора. Куриные миры.....	13
Взлет курицы.....	14
Час быка пока не пробил.....	15
«Оптифуд» прикроет импорт собственным крылом. Компания выстроит в Ростовской области агрохолдинг.....	17
Новости животноводства и птицеводства.....	19
В течение 1 полугодия хозяйства Челябинской области приобрели 1107 голов крупного рогатого скота на сумму более 40 млн руб.....	19
В Тамбовской области заложен новый животноводческий комплекс.....	19
Больше свиней. Омскую область застроят свинофермами.....	20
Строят 6 животноводческих комплексов.....	21
Страусы на продажу.....	22
Свинные гонки.....	22
Свиноматки на смену. Мясопереработчики собираются построить в крае новый свинокомплекс.....	24
Тверская область: в эксплуатацию введут 22 животноводческих комплекса.....	25
Новости мясоперерабатывающей отрасли.....	26
<Лейб-Филей> и <Мясогог> - мясопродукты, которые стоит попробовать.....	26
<ПРОДО> продаст ТМК.....	27
Выбор правильных колбас.....	28
Партия для «Дарьи».....	30
Колбаса без причуд.....	31
Качество на столе.....	32
Полуфабрикатное наступление «Сибирская аграрная группа» планирует региональную экспансию.....	33
Новости оптовой и розничной торговли.....	35
Выручка сети "Магнит" по МСФО превысила \$1 млрд.....	35
Обзор прессы за 15-21.07.06	2

Холдинг "Марта" купил площадь под супермаркет Billa.....	35
"Пятерочка" спешит на Урал.....	36
"О'кей" вписался в формат Московского проспекта.....	36
«Виктория» построит продукты.....	37
Auchan намерен открыть супермаркет в Нижнем Новгороде.....	38
"Пятерочка" выкупила в рамках опционной программы 80 тыс. GDR.....	38
"ПАТЭРСОН" открыл второй универсам в Оренбурге.....	39
Магазины у дома шагнули к зонам.....	39

Импорт мясного сырья в Россию

Импортёры мяса ждут открытия Бразилии

Бизнес, 18.07.06

В ближайшее время состоится поездка российской ветеринарной делегации в Бразилию, по итогам которой может быть принято решение об открытии основных штатов для импорта говядины и свинины. Участники рынка утверждают, что открытие только южных бразильских штатов может снизить стоимость мяса для импортёров на \$1 тыс. за тонну. О том, что делегация представителей Россельхознадзора отправится инспектировать эпизоотическую обстановку в бразильских штатах "в ближайшие 10-12 дней", "Бизнесу" рассказали сразу несколько участников рынка. В Минсельхозе осторожно комментируют ситуацию. Директор департамента административной работы и взаимодействия с регионами Минсельхоза Александр Песов говорит, что если поездка состоится, она "будет носить рутинный характер и необязательно принесет какие-то результаты". Импортёры рассчитывают, что поездка приведет к тому, что Россия разрешит импорт говядины и свинины из штатов Бразилии, на которые ранее приходилось до 60% импорта мяса в Россию. Напомним, он был запрещен в декабре прошлого года из-за вспышки ящура. "Реально в ЕС практически нет говядины для экспорта. Сейчас импортёры наконец получили возможность переоформлять квоты, выделенные на ЕС, на другие страны, но это не спасает ситуацию, так как Бразилия остается закрытой",- рассказывает руководитель исполнительного комитета Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин. "Сейчас физически говядины нет нигде, кроме как в Бразилии. Немного свинины есть в Европе, но там она существенно дороже. Поэтому, если мы хотим иметь разумный баланс импорта и внутреннего производства, без Бразилии обойтись будет сложно. Сейчас открыто три неосновных бразильских штата (производящих мясную продукцию.- "Бизнес"): Уругвай, Парагвай и Аргентина - и все они спекулируют на сниженном предложении",- говорит гендиректор компании "Мираторг" Александр Никитин. Открыть импорт в Россию выгодно и бразильской стороне, ведь мы импортируем оттуда больше мяса, чем все европейские страны, отмечает исполнительный директор Ассоциации операторов российского рынка мяса птицы Антон Суриков.

Александр Никитин из "Мираторга" считает, что "открытие" основных бразильских штатов-производителей мяса приведет к снижению цен для импортёров до \$1 с килограмма. "При условии того, что сейчас тонна говядины стоит от \$3,5 тыс., ее цена может составить \$2,7-2,8 тыс.",- считает Никитин.

Однако пока чиновники лишь вводят новые ограничения импорта из Бразилии, обстановка с открытием новых штатов остается неясной. Со вчерашнего дня Минсельхоз ввел временные ограничения на ввоз из штата Рио-Грандеду-Сул живой птицы, инкубационного яйца, мяса птицы и всех видов птицеводческой продукции, не прошедших термическую обработку, а также кормов для птиц. В сообщении говорится, что решение принято в связи с информацией Международного эпизоотического бюро о регистрации в штате вспышки болезни Ньюкасла у птиц. Но Антон Суриков считает, что открытию импорта бразильского мяса это не помешает. "Бразилия относится к "другим странам", а квота на мясо птицы по ним очень мала. При этом южные штаты Рио-Грандеду-Сул, Санта-Катарина и Парана - основные производители свинины и говядины, именно их открытие стоит ожидать в ближайшее время",- уверен Суриков.

Обзор прессы за 15-21.07.06

Также вчера в ходе проведения саммита G8 президент России Владимир Путин встретился с президентом Бразилии Лулой да Силвой, после переговоров они отметили "хорошие перспективы во взаимной торговле, в том числе и в сельском хозяйстве".

ВЛАДИМИР РАВИНСКИЙ

(к содержанию)

Почему отложены переговоры о нашем вступлении в ВТО

Новые известия, 18.07.06

Как сообщили вчера "НИ", подписание Россией итогового протокола с США о вступлении нашей страны во Всемирную торговую организацию отложено до октября. Формально стороны зашли в тупик, обсуждая проблему поставки американской свинины в РФ. Цена вопроса, как говорят, – 20 млн. долларов в год. Трудно поверить, что из-за такой суммы наши переговорщики решили отсрочить вождеденное вступление, выразив готовность несколько месяцев измерять глубину заморозки заокеанского продукта. "НИ" попытались выяснить у авторитетных экспертов, были ли другие причины, приведшие к провалу переговоров.

Евгений ЯСИН, научный руководитель Высшей школы экономики:

– Вступление в ВТО – это бесконечная торговля, череда взаимных разногласий и уступок. И тут очень важно понять, на каких условиях вступает страна. Мы уже давно могли быть в этой организации, если бы куда-то торопились и если бы забыли о своих национальных интересах. Однако этого не происходит, потому что переговорщики пытаются отстоять позиции отечественных производителей. Американская курятина сегодня уже занимает половину нашего рынка, и если допустить беспрепятственный ввоз еще и свинины, то с прилавков просто исчезнут "родные" мясомолочные товары, а вся сельскохозяйственная отрасль растворится под западным натиском. Российская сторона это понимает и принимает решение остановить переговоры по экономическим причинам, без всяких политических интриг. Кроме того, у меня есть подозрение, что стороны на фоне заявления Грузии об отзыве своей подписи решили не спешить. Москва обязалась урегулировать конфликт сначала с Тбилиси, а потом в спокойной обстановке продолжить торг с американскими партнерами.

Сергей ПРИХОДЬКО, исполнительный директор Института экономики переходного периода:

– Не верю я, что из-за 1% российского импорта могли свернуть такие долгие и мучительные переговоры. Особенно после того, как были урегулированы вопросы по таким злободневным темам, как филиалы иностранных банков и страховых компаний. Остановилось все это мероприятие скорее по политическим мотивам, а тянет резину американская сторона. Все говорят, что Штатам выгодно видеть Россию в ВТО и что американский бизнес в поисках неплохих прибылей уже давно готов перебросить свой десант на открывшийся российский рынок. Однако это не совсем так. Сейчас серьезных барьеров на пути заокеанских предпринимателей в Россию нет, и они довольно плодотворно работают у нас. Поэтому в Вашингтоне не особенно и торопятся, желая в ходе торгов получить что-то большее, нежели поставки своей свинины.

Валерий ДРАГАНОВ, председатель комитета Госдумы по экономической политике, предпринимательству и туризму:

– Де-факто мы уже находимся в ВТО, потому что переговоры прошли успешно и найдены компромиссы по самым насущным проблемам. Остальные вопросы, в том числе и фитосанитарный контроль, носят чисто факультативный характер. Американцы уверены, что их система проверки качества экспортируемого мяса лучшая в мире. Наши в этом

сомневаются и желают в течение нескольких месяцев убедиться в правоте заокеанских коллег. Здесь дело даже не в проблеме возможного наплыва американской свинины, а скорее в мерах по пресечению ввоза некачественной продукции. Как это будет выглядеть, если главный санитарный врач борется за здоровье наших граждан, а переговорщики спокойно соглашаются ввозить свинину без аудита? Поэтому неприемлемо говорить, что переговоры зашли в тупик, они в процессе завершения.

Алексей Киличев

(к содержанию)

Россия вводит ограничения на ввоз живой птицы из Бразилии

AgroNews.ru, 17.07.06

Россия вводит с 17 июля временные ограничения на ввоз живой птицы, яиц, мяса и кормов из одного из штатов Бразилии, сообщает пресс-служба Минсельхоза России. С 17 июля 2006 г. вводятся временные ограничения на ввоз из бразильского штата Рио-Гранде-ду-Сул в РФ живой птицы, инкубационного яйца, мяса птицы и всех видов птицеводческой продукции, не прошедших термическую обработку, а также кормов для птиц.

Ограничения вводятся в связи с информацией Международного эпизоотического бюро о регистрации в этом штате вспышки болезни.

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?NId=28908&Page=2>

(к содержанию)

Бразильского мяса будет больше

RBCDaily, 19.07.06

Компании Sadia и Perdigao намерены объединиться для увеличения экспорта мяса, в том числе и в Россию

Компания Sadia SA, крупнейший бразильский экспортер курятины, планирует купить за 1,7 млрд долл. своего конкурента – компанию Perdigao SA. Как говорится в сообщении Sadia, опубликованном на сайте компании, это предложение действительно до 24 октября 2006 г. В результате слияния появится новая компания, которая будет называться BRF Trading Co. Лидеры бразильского мясного рынка решили объединиться с целью увеличения экспорта, в том числе и в Россию. После объединения новая компания станет одним из крупнейших переработчиков мяса в мире, среди которых Tyson Foods, Smithfield Foods и Pilgrim's Pride. Аналитики полагают, что BRF сможет повлиять на расстановку сил и на российском рынке мясопереработки.

Sadia SA является одним из крупнейших в Бразилии производителей мяса и мясopодуKтоB. В ассортименте компании 680 наименований замороженного мяса птицы, свинины, мясных полуфабриKтоB, пиццы. Ежегодно Sadia производит около 1,3 млн тонн продукции, половина которой идет на экспорт. На долю компании, по экспертным оценкам, приходится до 50% ввозимой в Россию бразильской свинины и до 40% куриных полуфабриKтоB. В четвертом квартале прошлого года Sadia получила чистую прибыль в 234 млн бразильских реалов (108,7 млн долл.), что в два раза выше показателя за тот же период 2004 г.

Лидеры бразильского мясного рынка – компании Sadia SA и Perdigao SA – планируют объединиться. Sadia предлагает своему конкуренту за контрольный пакет 1,7 млрд долл. Как сообщается в пресс-релизе компании, это предложение действительно до 24 октября 2006 г. В результате слияния появится новая компания BRF Trading Co. Ожидается, что ее

оборот превысит 5 млрд долл. Участники рынка напоминают, что с 2000 г. в России Sadia сотрудничает с одним из крупнейших отечественных поставщиков мяса и птицы – компанией "Мираторг", а также еще пятью импортерами. Совместно с "Мираторгом" Sadia строит завод по переработке мяса птицы в Калининградской области. Общий объем инвестиций в проект составит порядка 70 млн долл. Ранее сообщалось, что около 20% продукции, произведенной на новом заводе, будет поставляться в российские рестораны McDonald's.

В "Мираторге" не стали комментировать сделку Sadia и Perdigao и обсуждать перспективы деятельности объединенной компании на российском рынке. Однако аналитик брокерского дома "Открытие" Наталья Мильчакова утверждает, что бразильцы могут чувствовать себя вполне уютно в России. "Бразильское мясо на отечественном рынке пользуется спросом и доверием у потребителей", – заявила RBC daily г-жа Мильчакова. По ее данным, уже сейчас Бразилия является одним из лидеров по экспорту свинины и мяса птицы в Россию, а после слияния Sadia и Perdigao поставки увеличатся. В то же время PR-директор группы "Черкизово" Геннадий Фролов считает, что вряд ли это произойдет, так как в России действуют квоты на импорт мяса. С ним соглашается и гендиректор Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР) Дмитрий Рылько, который добавляет, что рынок ограничен квотами до 2009 г.

По мнению г-жи Мильчаковой, бразильцы смогут увеличить свою долю на российском рынке, потеснив американских поставщиков мяса птицы. Того же мнения придерживается и глава Российского мясного союза Мушег Мамиконян. "Продукция стран Латинской Америки более конкурентная и дешевая (по сравнению с продукцией из США. – RBC daily). Там дешевле содержание животных и корма, более благоприятный климат", – подчеркнул г-н Мамиконян в беседе с RBC daily. При этом участники рынка и аналитики отмечают, что постепенно доля импортного мяса на российском рынке все же будет снижаться. По их мнению, после 2012 г. на долю импорта будет приходиться всего 20–25%, что связано с активным развитием отечественных агропромышленных холдингов.

Валерия Якушина, Надежда Агеева

[\(к содержанию\)](#)

Парагвай временно прекратил импорт бразильских кур.

Крестьянские ведомости, 19.07.06

По сообщению РИА "Новости", Парагвай временно прекратил **импорт** бразильских кур и продуктов из птицы из-за подтвердившейся вспышки болезни Ньюкасла (Newcastle disease) на частной ферме в южном штате Риу-Гранди-ду-Сул.

Как заявили парагвайские санитарные власти, запрет на ввоз кур из Бразилии вызван опасением вспышки этой болезни в Парагвае, где случаи заболевания не регистрировались с 1997 г.

Недавно Япония также объявила о временном запрете на **импорт** бразильской птицы. В Бразилии последняя вспышка болезни Ньюкасла была зарегистрирована в 2001 г. Ассоциация бразильских производителей и экспортеров кур подтвердила наличие болезни среди птиц на частной ферме в 50 км от Порту-Алегри. Выразив надежду, что этот случай не повлияет на экспорт бразильской курятины, поскольку ферма находится вдалеке от основных производителей-экспортеров **мяса** птицы, Ассоциация, тем не менее, признала необходимость принятия срочных мер по предотвращению распространения болезни.

Министерство сельского хозяйства сообщило, что больные птицы были умерщвлены, но в районе объявлен карантин. Болезнь Ньюкасла существовала в Бразилии в течение более полувека, однако с 2001 г. ни одного случая заболевания зарегистрировано не было. В

2005 г. Бразилия стала крупнейшим в мире экспортером куриного мяса, продажа которого принесла ей \$3, 5 млрд, что на 35% больше, чем в 2004 г.
(к содержанию)

В России сложилась "ненормальная ситуация" с импортом мяса
Vsluh.ru, 20.07.06

Объем потребления импортного мяса в России в настоящее время достигает свыше 30%, тогда как максимально допустимо не более 20%. Как отметил министр сельского хозяйства Алексей Гордеев, в России необходимо восстановить равновесие между потреблением импортной и отечественной мясопродукции — передает РИА "Новости".

"В первом полугодии мы видим необузданный рост импорта мясомолочной продукции — в частности, импорт мяса вырос более чем на 40% по сравнению с тем же периодом прошлого года, — заявил он. — Это особенно неприятно в условиях, когда пошел рост производства мяса, стабилизировалось производство молока, которое существенно падало весь прошлый год".

"Это совершенно ненормальная ситуация, требующая глубокого анализа, решительных действий со стороны Минэкономразвития и других министерств, надо еще раз заявить о том, что в стране должна быть эффективная торговая политика", — цитирует Гордеева "Газета.ру". Министр при этом отметил, что торговая политика "многофакторна, есть проблемы у переработчиков и производителей сырья, у тех, кто производит и продает продукцию, много вопросов к торговым сетям". Так, Гордеев сообщил, что закупочные цены на молоко не повышаются уже в течение года, а покупатели в магазинах сталкиваются с существенным ростом цен на молоко. В результате все доходы остаются в последующих звеньях цепочки и не затрагивают сельхозпроизводителей. "Эта ситуация требует принятия срочных решений, формирования эффективной торговой политики", — заявил он.

(к содержанию)

Государственное регулирование мясной отрасли

Мясо не по зубам. Граждане заплатят за продовольственную безопасность

Независимая газета, 19.07.06

Лоббисты аграрного сектора предлагают в полтора раза сократить импорт мяса. Реализация этой инициативы к новому скачку цен.

Рецепты Алексея Гордеева грозят новым подорожанием мяса и мясопродуктов.

Министр сельского хозяйства Алексей Гордеев, главный лоббист интересов подведомственной отрасли, выступил с предложением сократить долю импортного мяса на российском рынке с нынешних 30% до 20%. Как водится, "благу" идею он обосновал интересами обеспечения продовольственной безопасности страны. "По некоторым позициям, в том числе по мясу, Россия находится за гранью в плане обеспечения собственной продовольственной безопасности. Для обеспечения продовольственной безопасности требуется соблюдать два правила: обеспечение физической и экономической доступности к продовольствию", – заявил министр. Похоже, его не смущает, что в случае реализации его предложения цены на мясо и мясопродукты в магазинах резко пойдут вверх. За примером далеко ходить не надо, только в этом году, по данным Национальной мясной ассоциации, рост цен на говядину составил до 40%, что стало следствием сокращения экспорта мяса из Аргентины и запрета Россельхознадзора на ввоз мяса из Бразилии.

И вот Алексей Гордеев подтверждает готовность переложить на потребителей не только рыночные риски, но и расходы на обеспечение продовольственной безопасности государства. Следует напомнить, что российский агропромкомплекс минимум до 2009 года и без принятия дополнительных протекционистских мер уже защищен импортными квотами. Плюс к этому Минсельхоз субсидирует две трети процентной ставки по кредитам для мясопроизводителей. Инвестиции в свиноводство, после того как оно было объявлено составной частью приоритетного национального проекта, перевалили за 1 млрд. долл. Цены на мясо ежегодно растут на десятки процентов, а на фуражное зерно, напротив, снижаются.

В итоге рентабельность производства свинины и мяса птицы составляет 30–40%. Несмотря ни на что, импорт все равно преобладает. Этому есть объяснения: в 2005 году поголовье коров в России сократилось на 6%. По некоторым оценкам, почти две трети говядины на российском рынке – это импорт из Латинской Америки, Европы, Австралии и Новой Зеландии.

Больной вопрос: способны ли российские сельхозпроизводители реализовать установку Алексея Гордеева на постепенное замещение импорта мяса? Аналитик ИК "Ренессанс капитал" Алексей Языков выразил уверенность, что это дело времени. Поддержка, считает он, государства выступает здесь объективным фактором, способствующим решению проблемы, и эта политика продолжится. Протекционизм по отношению к своим сельхозпроизводителям – принятая во всем мире практика. Например, США и многие страны ЕС куда больше, чем Россия, субсидируют свои АПК. Рост цен на мясо, безусловно, произойдет, однако, отметил эксперт, оно и без того растет в цене.

Обеспечить внутренний рынок продукцией отечественных мясопроизводителей – задача выполнимая, заявил "НГ" председатель аграрного комитета Совета Федерации Геннадий Горбунов. По его оценке, увеличить производство свинины и мяса птицы вполне реально в течение ближайших трех-четырех лет. С говядиной, признал сенатор, процесс будет более длительный – до 5–7 лет. Отсрочку со вступлением в ВТО, подчеркнул Геннадий

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
Группа компаний «Рубеж»



Горбунов, следует использовать с максимальной выгодой для себя, приняв за это время законы, защищающие интересы российских аграриев.

Теперь лоббистам от сельского хозяйства осталось только убедить население в том, что непременно подорожающее мясо все равно будет ему по зубам

Игорь Наумов

(к содержанию)

Логистика

Лидер розничной логистики мясной продукции компания "MeatLand L&D" Sostav.ru, 18.07.06

Компания "MeatLand L&D" заявляет о вступлении в Национальную логистическую ассоциацию России (НЛА) и становится первым оператором мясного рынка, вошедшим в члены ассоциации

Вступление в НЛА позволит компании получить доступ к международным логистическим разработкам и систематизировать знания, накопленные в ходе практического внедрения логистических технологий. Одной из ключевых целей партнерства с ассоциацией является повышение уровня квалификации и профессиональной подготовки сотрудников логистического департамента. Регулярное информационное обеспечение материалами НЛА, участие в зарубежных тренингах, стажировках, семинарах и конференциях по логистике окажут действенную помощь в развитии представителей логистической команды.

Компания "MeatLand L&D" уделяет особое значение логистике и выработала максимально выгодную для партнеров логистическую систему. Компания рассчитывает предложить свой уникальный опыт создания цепочки поставок мясной продукции до конечного потребителя экспертам ассоциации, для разработки методики создания и внедрения системы KPI — стандартизованной системы показателей и отчетности, позволяющей оценить эффективность логистической деятельности компаний.

Директор по стратегическому развитию компании "MeatLand L&D" Владислав Таращенко так прокомментировал событие: "Мы рассматриваем вступление в ассоциацию в нескольких аспектах и рассчитываем на то, что партнерство будет иметь разносторонний характер. С одной стороны, мы заинтересованы в росте профессиональных знаний по логистике у наших сотрудников. Кроме того, мы планируем строительство логистических и дистрибьюторских центров, и бизнес-консультации экспертов НЛА, объективно являющихся лучшими профессионалами в сфере логистики, будут представлять для нас практическую пользу. Как и во многих других сферах и отраслях, международный логистический опыт требует поправок на российскую действительность. Надеемся, что наш опыт будет полезен НЛА для понимания особенностей логистических процессов в мясной сфере России".

Президент "Национальной логистической ассоциации" Виктор Сергеев отметил: "Внедрение современных логистических подходов – драйвер развития логистики в России. Отраслевые компании, инвестирующие в логистику, поступают дальновидно и повышают свою конкурентоспособность.

Мы будем рады выступить партнером компании "MeatLand L&D" по внедрению современных логистических концепций и технологий. Доставка мясной продукции имеет свои уникальные особенности и представляет интерес для изучения. Мы рассчитываем на разностороннее сотрудничество с компанией, в частности, практический вклад в нашу систему оценки логистической деятельности компаний".

О Национальной логистической ассоциации России (НЛА)

Учредителями Национальной логистической ассоциации России выступают Государственный университет — Высшая школа экономики (ГУ-ВШЭ), Российская ассоциация бизнес-образования (РАБО) и Ассоциация экспедиторов Санкт-Петербурга. НЛА занимается развитием логистики в России как нового научного и практического

направления, способствующего социально-экономическому развитию хозяйствующих субъектов и отраслей российской экономики.

Целью НЛА является объединение усилий и координация деятельности правительственных институтов, предприятий, фирм, научных и образовательных учреждений и организаций, а также физических лиц по развитию в России теории и практики логистики. Основные направления деятельности: информационная поддержка членов НЛА, поддержка и защита прав членов Ассоциации в области логистики в органах законодательной и исполнительной власти РФ, проведение исследований и участие в разработке логистических систем, подготовка и повышение квалификации по логистике персонала компаний, создание системы оценки логистической деятельности компаний.

О компании "MeatLand L&D"

Компания "MeatLand L&D" — специализированная мясная логистическо-дистрибьюторская компания, обеспечивающая полный цикл коммерческих услуг от закупки до поставки конечным потребителям. Компания осуществляет импорт, внутренние закупки и дистрибуцию мяса и лидирует по поставкам мясной продукции в розничные сети.

MeatLand logistics&distribution — один из крупнейших операторов мясного рынка РФ. В 2005 году оборот компании составил 75 000 тонн, а в денежном выражении достиг отметки 7 млрд. рублей.

Meatland logistics&distribution ведет свой бизнес по западным стандартам и имеет прозрачную структуру управления, обеспечивающую четкую работу департаментов закупки, логистики и дистрибуции.

"Meatland L&D" единственная мясная компания с собственным распределительным центром емкостью 9 тыс. тонн, имеющая специализированный автопарк. Распределительный центр компании оснащен новейшей информационной системой управления складами, которая позволяет максимально автоматизировать операционные процессы и ликвидировать значительное число ошибок, связанных с человеческим фактором.

Основные клиентские группы: традиционная розница, hogesa, оптовые региональные покупатели, розничные сети.

Компания имеет представительство в Москве и Санкт-Петербурге.

<http://www.sostav.ru/news/2006/07/18/83/>

(к содержанию)

Тенденции в производстве и потреблении мясопродуктов в России

В Мордовии повысилась закупка скота мясокомбинатами
Product.ru, 17.06.07

На 16% к уровню 2005 г вырос за июнь текущего года объем товарной продукции на мясокомбинатах Мордовии, об этом, по данным РИА "Столица С", сообщили в минсельхозе РМ.

Закуп скота в живом весе по республике увеличился на 27%. Для сравнения: в прошлом году приобретено 1767 т, в этом - 2246. Повысился и закуп скота от населения (+15%).

По всем сферам производства, за исключением изготовления колбасных изделий, наблюдается рост. Выпуск мясных полуфабрикатов поднялся на 145% и составил 159 т. Производство мяса, включая субпродукты I категории, достигло 1323 т (+40%), изготовление жира - 26 т (+100%), сухих животных кормов - 56 т (+40%). Выпуск колбасных изделий снизился на 2% и составил 2137 т.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=43973>

(к содержанию)

Дневник наблюдений темы для разговора. Куриные миры
Секрет фирмы, 17.07.06

Операторы российского рынка **мяса** птицы объединились против фобии птичьего гриппа, из-за которой птицеводческая отрасль в этом году потеряла более 9 млрд руб.

Текст: Мария Соловиченко

Чтобы повысить спрос на свой продукт, производители и импортеры решили убедить россиян в безопасности потребления куриного **мяса**, для чего запустили совместную федеральную рекламную кампанию куриного **мяса** под названием «Открой для себя мир курицы».

Куриная пиар-кампания разработана в рамках Международной программы развития птицеводства при российском представительстве Совета США по **экспорту** домашней птицы и яиц. По словам главы представительства Альберта Давлеева, разработка программы началась еще в ноябре прошлого года, когда российский рынок **мяса** птицы столкнулся с резким снижением спроса. «Первоначально предполагалось, что рекламная кампания будет строиться на разъяснении потребителям, что паника и страх перед птичьим гриппом безосновательны. Потом от такой концепции решили отказаться, поскольку излишнее напоминание потребителю о птичьем гриппе могло бы получить неправильную трактовку и дать обратный результат», — поясняет Давлеев. В итоге разработчики программы сошлись во мнении, что реклама должна пропагандировать курицу как наиболее полезный и доступный источник белка. «Кроме того, необходимо прекратить в СМИ дискуссии о том, **мясо** из какой страны лучше или хуже, а также разъяснить потребителю, что ветеринарная система контроля в России построена так, что попадание на прилавки некачественной и опасной для здоровья птицы исключено», — говорит Давлеев. Предполагается, что в куриной рекламе примут участие производители («Элинар-бройлер», «Моссельпром», Петелинская птицефабрика, Продоходдинг и др.), импортеры («Мираторг», «Митленд» и др.), а также отраслевые ассоциации.

Проблема снижения спроса и рентабельности ударила по всем участникам рынка. Так, в разгар шумихи о птичьем гриппе импортеры работали с рентабельностью всего 1-2%, а

Обзор прессы за 15-21.07.06

небольшие российские фабрики с объемом производства до 10 тыс. т — и вовсе в убыток. «Если в 2005 году мы продавали яйца по 16 руб. за десяток, то теперь — по 11,5-12 руб., — говорит Сергей Крюков, генеральный директор агрофирмы „Птицевод Алтай”. — А **мясо** птицы вообще не стоит ничего: в 2005 году килограмм **мяса** бройлера был 70-80 руб., а теперь — 50-54 руб. Можно сказать, что мы работаем уже просто ради спортивного интереса».

Бюджет рекламной кампании до конца года составит \$2,5 млн. Финансирование картельное — скидываются все участники программы.

Первый транш в размере \$1 млн уже получен, и реклама запущена в печати и на радио. Позже предполагается провести акции в местах торговли и задействовать интернет — специально в рамках рекламной кампании был разработан сайт, где планируется разместить десятки рецептов приготовления курицы. От рекламы на ТВ решили отказаться. «Слишком дорого», — поясняет Давлеев.

Организаторы куриной акции предполагают, что пиар-кампания должна к концу года восстановить потребительский спрос на 90% от уровня предыдущего года. По данным Мясного союза России, в 2005 году объем потребления **мяса** птицы в стране составил 3,1 млн т.

По прогнозам этот год птицеводческая отрасль должна была закончить на отметке 2,1 млн т.

Возможно, куриная пропаганда изменит положение дел к лучшему.

Надо сказать, что операторы рынка **мяса** птицы не оригинальны в своей идее. Еще в 2002 году совместными усилиями повысить спрос на свой продукт пытались участники рынка фруктов и овощей, правда, затея не увенчалась успехом. Тогда был создан Фруктово-овощной альянс, который провел широкомасштабное исследование потребительских предпочтений. Однако взгляды компаний на политику продвижения продуктов разошлись, и альянс так и не стал эффективным инструментом.

А недавно компаниями, входящими в Молочный союз России, была запущена рекламная кампания «Молочное здоровье», направленная на увеличение потребления молока.

Итоги молочного пиара производители намерены подвести в конце года.

[\(к содержанию\)](#)

Взлет курицы

Ведомости, 19.07.06

Производство **мяса** выросло на 10%

Стремительный рост демонстрирует **мясная** отрасль. По подсчетам Росстата, за первую половину 2006 г. производство **мяса** увеличилось на 10, 4% по сравнению с первым полугодием 2005 г. Причина в росте платежеспособного спроса и увеличении производства **мяса** птицы, а вовсе не в моде на строительство свинокомплексов, говорят участники рынка.

По оценке **Мясного** союза, в прошлом году россияне съели 8, 3 млн т **мяса** всех видов (включая **мясо** птицы), в этом году потребление приблизится к 9 млн т. В 2005 г. объем рынка **мяса** птицы составил \$17 млрд в оптовых ценах, \$21 млрд - в розничных.

Вчера Росстат опубликовал данные о промышленном производстве в первом полугодии 2006 г. Судя по официальной статистике, российские аграрии и пищевики хорошо поработали: на 29, 9% выросло производство растительного масла (по сравнению с первым полугодием 2005 г.), на 3, 2% - сыров, на 2, 2% - цельномолочных продуктов. Но самым большим сюрпризом стал рост производства **мяса** - на 10, 4% и колбасы - на 5%. (О других показателях - на стр. А3.)

За постсоветские годы **мясники** могли похвастаться подобным увеличением производства дважды - в первой половине 2003 г., сразу после введения квот на **импорт** всех видов **мяса**: тогда аграрии произвели на 14, 1% больше, чем годом раньше; и в первой половине 2002 г., когда рост составил 13, 0%. Данные Росстата, считает президент **Мясного** союза Мушег Мамиконян, не отражают ситуации на рынке в целом и учитывают лишь **мясо**, поступившее на промышленную переработку, **мясники** считают рост закономерным.

Потребление **мяса** увеличивается потому, что растет спрос населения, у которого растут доходы, говорит экономист банка "Траст" Евгений Надоршин. В январе - мае они выросли по сравнению с тем же периодом прошлого года на 10, 5% в реальном выражении, причем в этом году рост наблюдается прежде всего за счет ускоренного повышения пенсий и зарплат бюджетникам, напоминает он. На эту же причину указывает и Мамиконян. К 2010 г. средний россиянин, возможно, станет в год съедать **мяса** столько, сколько предписано биологической нормой, - около 75 кг, надеется он. Пока этот показатель, по данным **Мясного** союза, достигнут лишь в Москве, а в среднем по стране равняется 62-65 кг.

Но рост производства, зафиксированный статистикой, пока обеспечивает **мясо** птицы, сходятся во мнении опрошенные "Ведомостями" эксперты. "Этот рост на 80% обеспечен птицей, еще на 30% - свининой. И надо вычесть 10%, на которые снизилось производство **говядины**", - подсчитывает гендиректор компании "Мираторг" (один из крупнейших **импортеров** **мяса**, строит собственный свинокомплекс) Александр Никитин. А замгендиректора компании "Куриное царство" Андрей Дмитриев приводит в пример свое предприятие: в прошлом году оно произвело 45 800 т **мяса** птицы, а план на этот год - около 70 000 т.

Рост производства птицы в этом году хоть и станет рекордным, сюрпризом не будет, продолжает Дмитриев, причем даже шумиха вокруг птичьего гриппа, в прошлом году зафиксированного в соседней с Москвой Тульской области, существенно не снизила объемов производства. "Нет ничего удивительного в том, что рост составил 10, 5% по итогам полугодия, ведь в среднем по отрасли он будет равняться 15-17% в год", - заключает он.

А вот отдачи от "года свиньи", как определил прошлый год министр сельского хозяйства Алексей Гордеев, в официальной статистике пока не видно. В рамках нацпроекта "Развитие АПК" компании, инвестирующие в животноводство, могут получать субсидии для выплаты процентов по банковским кредитам и другие льготы. Благодаря этому только в 2005 г. самые разные инвесторы объявили о строительстве свинокомплексов на общую сумму больше \$1 млрд и продолжили объявлять об инвестициях в этом году. На первые свинокомплексы, построенные в рамках нацпроекта, уже завозится племенная скот, но производство товарного **мяса** там начнется не раньше осени, говорит представитель одной из компаний, инвестирующих в животноводство. "Первые результаты нацпроекта будут видны в самом конце 2006 г. или уже в 2007 г.", - ожидает Мамиконян.

Анфиса Воронина, Антон Сарайкин, Александра Петрачкова

(к содержанию)

Час быка пока не пробил

Известия. 19.07.06

Дефицит отечественного **мяса** будет восполняться за счет кур и свиней

Поголовье крупного рогатого скота в России за 4 года сократилось более чем в два раза. Бесконечно увеличивать долю **импорта** - значит, подрывать продовольственную безопасность страны. Казалось бы, реализация национального проекта "Развитие АПК"

могла бы в корне изменить ситуацию. Однако деньги, выделяемые из бюджета, намного выгоднее вкладывать в производство **мяса** птицы и свинины.

С 1991 по 2005 г. поголовье крупного рогатого скота (КРС) сократилось с 54, 7 до 21, 4 млн. голов, свиней - с 35, 4 до 13, 3 млн. голов. Производство **мяса** и птицы на убой в живом весе снизилось с 14, 5 до 7, 6 млн. т. В такой ситуации растет **импорт мяса** и мясопродуктов - его доля на внутреннем рынке сегодня составляет более 34%. Зависимость нашей страны от **импорта** при мировом росте цен на **мясо** провоцирует инфляцию и сдерживает увеличение реальных доходов населения. Но если производство **мяса** птицы увеличивается довольно высокими темпами (в среднем на 16, 6% в год) и в этом году темпы сокращения производства свинины обещают снизиться (в прошлом году снижение промышленного производства свинины составило 10%, но предприятия отдельных регионов значительно увеличили ее выпуск), то производство **говядины** по-прежнему будет падать - по крайней мере в течение ближайших лет.

"Сначала наши крупные агрохолдинги ударились в птицеводство, поскольку эти проекты быстро окупаются, - объясняет Артур Красавин, замначальника отдела маркетинга группы компаний "Царицыно". - Сейчас рынок птицы стабилизировался, и все ринулись в свиноводство, тем более что государство поддерживает такие проекты. Лет через 6 - 8 начнет развиваться и производство КРС".

"Проблему дефицита **говядины** решить сложнее, чем проблему нехватки свинины: это более дорогостоящие проекты, а на их окупаемость нужно больше времени, - соглашается руководитель пресс-центра Микояновского мясокомбината Светлана Свечникова. - Но эту проблему необходимо решать, и это под силу крупным предприятиям. Пока у нас нет готовых проектов по производству **говядины**, но работа в этом направлении необходима".

Пока же крупные предприятия, как и небольшие фермерские хозяйства, развивают производство свинины. Но ее качество по-прежнему отстает от европейских стандартов.

"Свинины стало больше, но она стала жирная. А потребитель не хочет покупать слишком жирную продукцию. Мы должны и можем производить такую свинью, чтобы слой жира был 1 см, как в Дании, - говорит Борис Гутник, заместитель директора ВНИИ **мясной** промышленности им. В.М. Горбатова. - Но для этого нужна государственная техническая политика, должны развиваться племенное скотоводство, семеноводство, производство кормов".

Крупные игроки рынка это прекрасно понимают. На прошлой неделе Газпромбанк сообщил, что предоставит Знаменскому селекционно-гибридному центру (входит в группу "Эксима") кредиты на 3, 115 млрд. руб. для строительства современного селекционно-гибридного центра и свинокомплексов в Орловской области. Строительство центра позволит удовлетворить спрос на гибридный и высокопородистый молодняк, снизить зависимость российских производителей свинины от **импорта** дорогостоящего племенного молодняка и позволит быстро наращивать поголовье свиней в России.

"Агрокомплекс России сегодня имеет хороший шанс возродиться на новой технологической базе при условии, что будет поставлен надежный заслон недобросовестной конкуренции со стороны **импортного** продовольствия, зачастую избыточного, некачественного или просто небезопасного, - считает председатель совета директоров "Русской агропромышленной корпорации" Иван Оболенцев. - Тревожную ситуацию на **мясном** рынке пока еще можно переломить. В соответствии с приоритетной национальной программой "Развитие АПК" в ближайшие два года нам предстоит увеличить производство **мяса** на 7%, а это - прямая выгода для потребителя".

КАКОЕ **МЯСО** ЕДЯТ В РОССИИ

Обзор прессы за 15-21.07.06

Говядина 41%
Свинина 27%
Мясо птицы 5%
Баранина 4%
Другое 3%
ВНИИ мясной промышленности

НАТАЛЬЯ БАРАНОВСКАЯ

(к содержанию)

«Оптифуд» прикроет импорт собственным крылом. Компания выстроит в Ростовской области агрохолдинг
Коммерсант ростов 19.07.06

Компания «Оптифуд» (Москва) планирует построить в Ростовской области новый комплекс по производству мяса птицы стоимостью около \$45 млн. В «Оптифуде» рассчитывают, что новая площадка позволит в течение ближайшего года довести мощности компании в регионе до 70 тыс. тонн продукции в год. Новое предприятие должно войти в агрохолдинг, который компания намерена выстроить в Ростовской области. По мнению экспертов, в итоге продукция «Оптифуда» может вытеснить с регионального рынка импортное мясо птицы. При этом известно, что сегодня на долю донских птицефабрик приходится не более 12% местного рынка.

Проект «Оптифуда» предполагает строительство Ростовской области двух птицеводческих хозяйств и цеха переработки мощностью 40 тыс. тонн продукции в год. По словам главы «Оптифуда» Ивана Оболенцева, компания намерена вложить в этот проект около \$45 млн рублей в течение ближайшего года. «Наше производство постоянно расширяется и модернизируется. Мы создаем в Ростовской области современный российский агрохолдинг. Суммарная проектная мощность агрохолдинга — 70 тысяч тонн продукции в год», — пояснил стратегию «Оптифуда» господин Оболенцев.

Ъ Компания «Оптифуд» специализируется на производстве и реализации на российском рынке отечественного и импортного мяса и мясопродуктов, а также экспорте тропических фруктов. По собственной оценке, компания входит в тройку крупнейших операторов российского рынка мяса птицы (доля на рынке свыше 10%). В прошлом году «Оптифуд» продал в России около 102 тыс. тонн мяса птицы, 5 тыс. тонн говядины и свинины и около 55 тыс. тонн бананов. Выручка компании в 2005 году составила \$325 млн.

Предполагается, что около половины продукции донских птицефабрик «Оптифуда» будет продаваться на российском рынке под брендом «Куроедов», о запуске которого компания сообщила на днях. В пресс-службе «Оптифуда» „Ъ“ рассказали, что под этой маркой компания ежегодно будет поставлять около 30 тыс. тонн продукции. Будет ли бренд «Куроедов» продвигаться в каких-либо регионах кроме юга России, в «Оптифуде» уточнять не стали, отметив, что в июле в ЮФО стартовала рекламная кампания «Куроедов — Именные продукты», первый этап которой продлится до октября.

По информации „Ъ“, свой новый птицекомплекс «Оптифуд» планирует разместить в Семикаракорском районе, где в начале этого года компания уже приобрела имущественный комплекс птицефабрики «Задонокагальницкая». По оценкам участников рынка, приобретение фабрики-банкрота обошлась столичной компании в \$1–3 млн. К этому моменту «Оптифуд» уже являлся владельцем двух профильных предприятий, выкупив бывшее подсобное хозяйство БКМПО (сегодня «Птицефабрика „Надежда“») и

птицефабрику «Старостаничная». Вчера в «Оптифуде» не стали пояснить причину того, почему компания отказалась от стратегии покупки предприятий, находящихся в разных стадиях банкротства. По мнению экспертов, решение построить комплекс с нуля может быть вызвано тем, что оставшиеся на Дону фабрики-банкроты расположены в периферийных районах. «В Ростовской области еще есть лежащие на боку фабрики, однако они не входят в территориальный „куст“ предприятий „Оптифуда“, — отметил в беседе с „Ъ“ руководитель Ростовской областной ассоциации «Донптицевод» Иван Малышевский. По его предположению, в случае, если проект «Оптифуда» будет осуществлен, продукция компании «может вытеснить с регионального **рынка** мясо птицы, ввозимое из других регионов и стран». Сегодня, по данным ассоциации, на долю донских птицефабрик приходится не более 12% местного **рынка**.

СЕРГЕЙ ОЗЕРСКИЙ

(к содержанию)

Новости животноводства и птицеводства

В течение 1 полугодия хозяйства Челябинской области приобрели 1107 голов крупного рогатого скота на сумму более 40 млн руб
Финмаркет, 17.07.06

По оперативным данным за 6 месяцев, производство валового привеса составило 9,5 тыс тонн, это на 868 тонн, или на 10 проц, больше, чем в прошлом году, сообщает пресс-служба администрации области. Наилучшие показатели - на птицефабриках: в первом полугодии производство мяса птицы увеличилось на 25 проц и составило 31,6 тыс тонн. Произведено 102 тыс тонн молока, что на 6 тыс тонн, или на 5 проц, выше аналогичного периода прошлого года.

Увеличение объемов производства достигнуто благодаря финансовой поддержке из областного бюджета. Только за первое полугодие 2006 года приобретено 165 единиц техники и оборудования на общую сумму 114 млн руб. Выделены субсидии на поддержку отрасли животноводства на сумму 110 млн руб. Кроме того, хозяйства ведут строительство и реконструкцию животноводческих комплексов за счет кредитных ресурсов. В первом полугодии заключено кредитных договоров на 2,3 млрд руб.

В течение первого полугодия хозяйства приобрели за счет областного бюджета и собственных средств 1107 голов крупного рогатого скота на сумму более 40 млн руб, в том числе 198 голов закуплено в Германии. В настоящее время заключены договоры с компанией "Росагролизинг" на поставку 1300 голов племенного скота. Поставки планируются в 3 квартале 2006 г.

[\(к содержанию\)](#)

В Тамбовской области заложен новый животноводческий комплекс
Regions.ru, 17.07.06

15 июля в Знаменском районе Тамбовской области состоялась закладка нового животноводческого комплекса, в котором ежегодно будут выращиваться 16 тысяч свиней. Строительство комплекса проводится в рамках реализации одного из направлений нацпроекта "Развитие АПК" - "усиленного развития животноводства".

Как сообщили корреспонденту REGIONS.RU в управлении по связям с общественностью Тамбовской области, губернатор Олег Бетин на церемонии закладки отметил, что уже в конце месяца в Гавриловском районе будет заложен новый животноводческий комплекс, рассчитанный на 250 тысяч голов, а до конца года в области планируется начать строительство еще 9 объектов подобного типа.

Реализацией проекта в Знаменском районе будет заниматься местный сельхозпроизводитель ООО "Золотая Нива". Хозяйством уже получен 86 миллионный кредит на строительство комплекса, которое планируется завершить в 2008-2009 гг. Прогнозная производительность комплекса - 1900 тонн мяса в год. За счет внедрения современных технологий и совершенствования инфраструктуры производства планируется выйти высокую рентабельность в 31%.

Действующий в настоящее время животноводческий комплекс включает в себя: молочно-товарную ферму с поголовьем крупного рогатого скота - 317 голов, и свино-товарную ферму с поголовьем - 2642 головы. По итогам 2005 года хозяйство признано самым рентабельным производством в районе.

"Золотая Нива" ежегодно увеличивает объем инвестиций в хозяйство, уделяет внимание внедрению новых технологий обработки земли, применяет высокотехнологичные методы, которые позволяют получать самые высокие урожаи в районе. Хозяйство имеет лицензию на производство элитных семян зерновых культур, развивает производство подсолнечного масла.

ООО "Золотая Нива" на протяжении всех лет не имеет задолженности по налоговым отчислениям во все уровни бюджета, своевременно выплачивается заработная плата работникам, отчисления в социальные фонды.

Генеральный директор ООО "Золотая Нива" - Грициенко Андрей Валерьевич.

<http://www.regions.ru/news/1992021/>

(к содержанию)

Больше свиней. Омскую область застроят свинофермами

Ведомости ,18.07.06

Омская область может стать вторым после Краснодарского края производителем свинины в России. Помимо двух свинокомплексов "Омского бекона" почти на 300 000 голов в регионе появятся еще два объекта. Омские компании "Орбита" и "Титан" построят по ферме на 100 000 голов каждая.

По данным Мясного союза России, годовой объем рынка мяса в стране составляет \$17 млрд в оптовых ценах и \$21 млрд в розничных. В год россияне потребляют около 8 млн т мяса, в том числе более 2 млн т свинины. В 2005 г. около 1,5 млн т свинины было произведено внутри страны, около 0,5 млн т импортировано. По данным Института конъюнктуры аграрного рынка, в 2005 г. лидером по поголовью свиней был Краснодарский край (950 000), 2-е место занимал Татарстан (около 600 000). В Омской области содержится примерно 500 000 голов свиней.

О том, что "Титан" осенью начнет строительство свинокомплекса в Омской области, "Ведомостям" рассказал заместитель директора компании Валерий Гоман. По его словам, компания планирует вложить в проект 43 млн евро. Сдача свинокомплекса намечена на осень 2007 г. Гендиректор и совладелец "Титана" Юрий Сутягинский добавляет, что сейчас компания оформляет в собственность земельный участок под строительство площадью 73 га в Омском районе. Раскрыть стоимость земельного участка он отказался.

Первоначально планировалось, что партнером "Титана" может стать крестьянско-фермерское хозяйство "Орбита", но в этом году стало известно, что компании будут развивать параллельные проекты. Так, по данным участников рынка, уже осенью этого года "Орбита" начнет строить свинокомплекс на 100 000 голов в Одесском районе Омской области. С представителями "Орбиты" вчера связаться не удалось, однако информацию о планах крестьянского хозяйства подтвердил Николай Калашник, специалист министерства сельского хозяйства и продовольствия Омской области, курирующий этот проект. Он добавил, что стоимость строительства комплекса превысит 2 млрд руб., а вестись оно будет на собственном земельном участке.

Знаком чиновник и с планами "Титана". "Пока, по моим данным, серьезных переговоров с областной администрацией еще не велось", — добавляет собеседник "Ведомостей".

Впрочем, "Титан" не новичок в агробизнесе: похожий свинокомплекс компания начала строить весной в Казахстане. По словам Сутягинского, инвестиции составили также 43 млн евро, а комплекс будет сдан уже в марте следующего года.

В "Титане" не боятся конкуренции и планируют занять до 40% областного рынка.

"Наши исследования показывают, что сейчас такую долю потребляемого в регионе мяса занимает импортная продукция, поэтому можно с уверенностью говорить, что умелая

маркетинговая политика и отсутствие издержек позволят нам закрепиться на омском рынке. То же касается и Казахстана", — говорит Сутягинский.

Сейчас крупнейшими производителями свинины в регионе являются две свинофермы компании "Омский бекон", рассчитанные на 300 000 голов. Эксперты расходятся в прогнозах эффективности строительства в регионе еще двух комплексов на 200 000 голов. Директор Института конъюнктуры аграрного рынка Дмитрий Рылько говорит, что полумиллионное поголовье для одной области не предел, но при условии, что в соседних регионах нет конкурентов. "К тому же близкое соседство нескольких свинокомплексов приведет к увеличению гигиенических издержек, что скажется на стоимости продукции", — поясняет он.

А председатель правления Мясного союза Мушег Мамиконян считает омские проекты перспективными. "По моим оценкам, российский рынок свинины через 3-4 года должен составить 3,5 млн т. Сегодня этот показатель всего лишь 1,5 млн т собственного производства и 600 000 т импортируемого. К тому же 500 000 т омской свинины будут без особых проблем проданы в регионе", — говорит он.

Петр Пинтусов

(к содержанию)

Строят 6 животноводческих комплексов

Крестьянские ведомости, 19.07.06

Как сообщает ИА "Амител", реализация на территории Алтайского края нацпроекта "Развитие АПК" проходит в соответствии с утвержденным сетевым графиком. Практически завершена работа по разработке проектно-сметной документации и оформлению кредитных договоров с банками на строительство, реконструкцию и модернизацию животноводческих комплексов. Об этом сообщил начальник ГУСХ Алтайского края Иван Лоор.

Кредитные договоры уже заключило 31 хозяйство. 6 из них планируют построить новые животноводческие комплексы на 3 тыс. голов КРС, 25 - реконструировать и модернизировать уже имеющиеся фермы (на 14 тыс. голов). Всего на эти цели будет привлечено около 600 млн рублей кредитных ресурсов. Кроме того, будут модернизированы птичники с полной заменой оборудования на Каменской птицефабрике. Это позволит ей выйти на выпуск 20 млн штук яйца в год и увеличить **производство мяса бройлеров** до 3 тыс. т.

В настоящее время 16 сельхозпредприятий уже осваивают полученные кредитные ресурсы в объеме 93 млн рублей. Началось строительство в ООО "Чарышское" Курьинского, СА ПЗ "Степной" Немецкого, СПК "Бурановский" и ООО "Сибирские бычки" Павловского районов. Идет реконструкция существующих животноводческих помещений в ООО "Восход" Баевского, ООО "Березовское" Красногорского, ОАО "Степное" Родинского, ОАО "Агротал" Тальменского, ОАО "Коротоякское" Хабарского, ЗАО "Сосновское" Чарышского, ОАО "Кипринское" Шелаболихинского районов и в ряде других хозяйств.

"Графики строительства и ввода в эксплуатацию объектов животноводства будут утверждены в июле после предоставления в Главное управление сельского хозяйства разработанной и утвержденной проектно-сметной документации", - подчеркнул И. Лоор.

(к содержанию)

Страусы на продажу

Крестьянские ведомости, 19.07.06

Еще 10 лет назад украинцы могли увидеть страусов только по телевизору или в зоопарке. Сейчас же содержание этих экзотических птиц переходит на новый, промышленный уровень. Как оказалось, разведение самых крупных в мире птиц может приносить неплохую прибыль.

Украинские страусоводы-первопроходцы убедились на собственном опыте, что страусоводство - это выгодно. Например, в модельном агрокультурном предприятии "Агро-Союз" страусиная ферма открылась в 2000 г., а сегодня уже приносит приличный доход.

Промышленное страусоводство - это, прежде всего, мясное птицеводство. Благодаря своим диетическим и вкусовым качествам, страусиное **мясо** в скором времени займет очень серьезные позиции в здоровом рационе украинцев, полагают в "Агро-Союзе".

Неоспоримое преимущество этого необычного направления сельхозбизнеса - практически полная безотходность. На рынке высоко ценится не только страусиное **мясо**, но и кожа, которая по качеству не уступает крокодиловой и слоновой. Помимо этого, ценными продуктами страусоводства считаются перья, яйца и скорлупа, из которой делают сувениры. Скорлупа яиц страуса по структуре напоминает тонкий дорогой фарфор, идеально подходящий для росписи или резьбы.

При условии продажи всего ассортимента продуктов страусоводства, рентабельность ферм может составлять 30-100%, подсчитывают специалисты "Агро-Союза". Но прибыльный страусиный бизнес возможен только при условии системного подхода к организации **производства**. Это и соблюдение современных технологических стандартов животноводства, и эффективная система разведения страусов (линейная селекция, промышленная гибридизация), и создание системы управления биобезопасностью, производственными процессами и экономикой.

Как всего этого достичь, страусоводы Украины, России, Молдовы, Азербайджана и Беларуси обсуждали на открывшейся 10 июля в Днепропетровской области второй Международной конференции по промышленному страусоводству.

Одна семья страусов, при потомстве не меньшем, чем 40 страусят, позволяет получить за год около 600 кг высококачественного **мяса**, 450 кг субпродуктов, 40 кв. м кожи и 30 кг перьев. Но как все это выгодно продать?

Главная проблема украинского страусоводства - отсутствие системы сбыта продукции. Однако в "Агро-Союзе" убеждены, что если к делу подойти правильно, наладить переработку и продажу страусятины в стране можно. И те, кто этим займется, сможет занять практически свободную нишу в агробизнесе.

Любовь ЛЕОНОВА

(к содержанию)

Свиные гонки

Ведомости, 20.07.06

Сибирская аграрная группа (САГ) в течение пяти лет инвестирует около 4,3 млрд руб. в строительство в Сибири свиноводческого комплекса и молочной фермы. Хозяйство "Кудряшовское" намерено вложить около 4,3 млрд руб. в развитие свинокомплекса в Новосибирской области, а омские компании "Титан" и "Орбита" построят свинокомплексы за 1,7 млрд руб. и 2 млрд руб.

В САГ входят два мясоперерабатывающих предприятия в Томске, свиноводческое (на 117 000 голов) и зерноперерабатывающее предприятия, комбикормовый и молочный заводы, а также розничная сеть в Томске (71 торговая точка). По собственным данным, занимает 80% рынка полуфабрикатов и колбасных изделий Томской области. Консолидированная выручка за 2005 г. — 2,4 млрд руб., чистая прибыль — 249,4 млн руб. Строительство свиноводческого комплекса мощностью более 30 000 т свинины в год станет самым масштабным проектом Сибирской аграрной группы. В него компания намерена инвестировать 3,4 млрд руб., заявил генеральный директор САГ Андрей Тютюшев во вторник на презентации стратегии развития компании на ближайшие пять лет.

Первоначально комплекс планировалось строить в Тюменской области, но после смены там губернатора компания так и не получила земельный участок, добавил первый заместитель гендиректора САГ Тимур Хисматуллин. Сейчас компания ведет переговоры о получении участка также в Свердловской и Челябинской областях.

Всего Сибирская аграрная группа намерена инвестировать до 2011 г. в развитие бизнеса около 4,4 млрд руб. Из них около 4,3 млрд руб. — в строительство свиноводческого комплекса и молочной фермы. Ферма на 3000 голов будет построена в Томской области, рассказал первый заместитель гендиректора САГ Тимур Хисматуллин, мощность — более 27 000 т молока в год. Инвестиции планируются в размере 884 млн руб. Кроме того, по словам Тютюшева, компания планирует увеличить в три раза мощности по **производству** колбас и мясных полуфабрикатов до 43 000 т в год к 2010 г. и занять около 14% рынка полуфабрикатов в Сибири.

В Сибири осуществляются несколько таких же масштабных проектов, как у Сибирской аграрной группы. Среди них заместитель губернатора Новосибирской области Виктор Гергерт называет проект модернизации свинокомплекса “Кудряшовское”. Сейчас на предприятии строится новая репродукционная ферма и модернизируется существующая. “На “Кудряшовское” уже завезено 7000 нового иностранного поголовья”, — сообщил Гергерт. К 2009 г. предприятие намерено увеличить **производство** свинины с 20 000 т до 50 000 т. Ранее владелец контрольного пакета акций “Кудряшовского” Михаил Абызов говорил “Ведомостям” о намерении вложить около 4,3 млрд руб. в развитие свинокомплекса. Гергерт отмечает, что около 1,1 млрд руб. из этой суммы планируется привлечь в виде кредитов в рамках нацпроекта развития АПК с субсидированием ставки из областного бюджета.

Осенью 2006 г. в Омской области начнется строительство двух свиноферм на 100 000 голов каждая. Компания “Титан” вложит в свинокомплекс 1,7 млрд руб., рассказал гендиректор Юрий Сутягинский. Омская компания “Орбита” планирует построить аналогичный комплекс за 2 млрд руб. Вместе компании намерены занять 40% рынка Омской области.

Согласно статистике Минсельхоза только в 2005 г. различные инвесторы объявили о строительстве свинокомплексов на общую сумму больше \$1 млрд. Ажиотажный интерес к свиноводству объясняется возможностью получить субсидированный кредит в рамках нацпроекта развития АПК. На уже построенные свинокомплексы завозится племенной скот, но **производство мяса** там начнется не раньше осени 2006 г., говорит один из инвесторов в животноводство. Результаты нацпроекта будут видны не раньше конца 2006 — начала 2007 г., соглашается президент Мясного союза Мушег Мамиконян.

А директор Института конъюнктуры аграрного рынка Дмитрий Рылько считает, что всплеск на рынке свиноводства происходит за счет благоприятного для производителей соотношения цен на свинину и корма. Проект САГ Рылько называет масштабным, сравнивая его с проектами строительства свинокомплексов компаниями “Мираторг” в

Белгородской области (около \$100 млн) и “Черкизовского” (\$120 млн) в Пензенской области.

Ольга Коберник

(к содержанию)

Свиноматки на смену. Мясопереработчики собираются построить в крае новый свинокомплекс

Коммерсант, 21.07.06

Как стало известно “Ъ”, власти Пермского края одобрили идею строительства в регионе нового свинокомплекса, предложенную Кунгурским мясокомбинатом. Как рассказал вице-премьер Михаил Антонов, чиновники планируют частично профинансировать этот проект из бюджета и объявить конкурс среди инвесторов. По мнению экспертов “Ъ”, такое решение поставит под угрозу существование старого свинокомплекса “Пермский”, который сейчас находится в состоянии банкротства и не сможет конкурировать с новым современным предприятием.

Как сообщил “Ъ” вице-премьер Пермского края Михаил Антонов, на днях губернатор края Олег Чиркунов обсудил с представителями Кунгурского мясокомбината проект строительства в Пермском крае нового свинокомплекса на 9-10 тыс. свиноматок. Инициатором проекта выступили сами мясопереработчики. По словам господина Антонова, власти готовы поучаствовать в проекте, выделив средства из бюджета. Однако о форме этого участия и размерах возможных инвестиций он говорить отказался, сославшись на отсутствие бизнес-плана. Господин Антонов рассказал, что среди возможных инвесторов будет объявлен конкурс. Гендиректор Кунгурского мясокомбината Сергей Куренев отказался от комментариев, однако, по данным “Ъ”, создание сырьевой базы наиболее актуально сейчас для его предприятия.

По данным “Ъ”, в проекте может участвовать и один из крупнейших российских мясопроизводителей ОАО “Группа Черкизово”. Напомним, в июне 2006 года Пермь посетил председатель совета директоров ОАО “Группа Черкизово” Игорь Бабаев и предложил губернатору в обмен на налоговые льготы и выделение земельных угодий построить в регионе современный свинокомплекс. Аналогичный проект группа “Черкизово” уже реализовала в Липецкой области.

Ранее “Кунгурский” активно интересовался банкротством ФГУП “Свинокомплекс “Пермский””. Мясокомбинат является основным кредитором свинокомплекса и контролирует задолженность размером 187 млн рублей. Кроме “Кунгурского” свинокомплексом интересуется и группа “Продо”, которая весной 2006 года вошла в состав мелких кредиторов. Ожидалось, что свинокомплекс будет реализован на торгах, более того, как сообщала ранее арбитражный управляющий “Пермского” Мария Леонгардт, уже сформирована и оценена конкурсная масса. Однако теперь Михаил Антонов сомневается в целесообразности продажи “Пермского” через банкротство. “На свинокомплексе неплохо идут дела. Он, конечно, устарел в плане производства, но финансовое оздоровление идет, предприятие реально зарабатывает деньги”, — сообщил “Ъ” вице-премьер. По его прогнозу, свинокомплекс продолжит существование как минимум 2,5 года до начала работы нового свиноводческого предприятия.

В свете нового проекта “Кунгурского” по созданию сырьевой базы под вопросом оказывается будущее свинокомплекса “Пермский”, на котором сейчас идет процедура конкурсного производства. Когда современный свинокомплекс введут в строй, старое предприятие не выдержит конкуренции, считают эксперты “Ъ”. Идеолог областной программы развития агропромышленного комплекса и председатель совета директоров

Кунгурского молкомбината Дмитрий Скриванов прогнозирует, что строительство современного предприятия сделает невозможным существование старого комплекса. "Я не представляю, как они будут уживаться, так как старый явно будет менее рентабелен", — прогнозирует господин Скриванов. При этом, по его словам, несмотря на то что бюджет уже оказывает поддержку молочной отрасли, свиноводам тоже хватит краевых инвестиций.

Александра Покровская

(к содержанию)

Тверская область: в эксплуатацию введут 22 животноводческих комплекса

Product.ru, 21.07.06

В Тверской области в 2006 г в рамках нацпроекта "Развитие АПК" введут в эксплуатацию 22 животноводческих комплекса, заявил губернатор Тверской области Дмитрий Зеленин, передает РИА "Новости".

"В области в течение года будет построено и реконструировано 22 крупных животноводческих комплекса. Предполагается, что ряд ферм, строящихся в рамках реализации нацпроекта, будут оснащены современными автоматизированными комплексами. Это позволит сельхозпроизводителям добиться более высоких показателей", - сказал Д. Зеленин.

По его словам, модернизация животноводческой отрасли АПК позволит "без затрат ручного труда организовать ведение селекционно-племенного и зоотехнического учета".

<http://www.product.ru/news.asp?ID=44162>

(к содержанию)

Новости мясоперерабатывающей отрасли

<Лейб-Филей> и <Мясогор> - мясопродукты, которые стоит попробовать
Владимирские ведомости, Владимир, 15.07.06

<Сколько образцов! Здесь и колбаса ветчинная, и колбаса вареная, и сардельки, и колбаса полукопченая, и салями, и окорок, и карбонад, и сервелат. В итоге золотой медали были удостоены 6 образцов **мясной** продукции>. Так гласил отчет о прошедшем в 2004 году в Нижнем Новгороде конкурсе <5 в 1> - на наиболее качественный и полезный продукт в оригинальной, удобной, экологически чистой упаковке. При чтении описания продукции одного из победителей конкурса в номинации <Мясные продукты> - гороховецкого ООО <Глобус> аппетит просыпается сам собой. В Нижнем Новгороде, Дзержинске, Балахне и других городах Нижегородского региона вкусную продукцию из Гороховца хорошо знают и с удовольствием покупают. А вот в своей Владимирской области до потребителя деликатесы <Глобуса> почти не доходят:

- Мясоперерабатывающий комплекс <Глобус> в Гороховце создавался в 1998 году на базе бывшей столовой, что называется, с нуля, - рассказывает один из учредителей предприятия и его первый директор Александр Быков. - Планировалось охватить и владимирский, и нижегородский регионы сбыта. Но пока даже во Владимире рынок нам еще только предстоит освоить. Большинство местных потребителей пока предпочитает колбасы, окорока и прочие **мясные** продукты подешевле, не всегда задумываясь, за счет чего достигается такая дешевизна. Среди производителей сейчас многие стремятся снизить себестоимость продукции за счет использования пищевых добавок. Мы по этому пути изначально не шли и не идем. Наш девиз - качество и традиции. Вначале было трудно: последствия дефолта, жесткая конкуренция. Нам говорили: <Вашу дорогую продукцию никто покупать не будет>. Но теперь на рынке нас хорошо знают, да и конкуренты вынуждены считаться. А по копченостям нас вообще считают лидерами. Люди оценили стабильное качество предлагаемого нами ассортимента.

Сегодня <Глобус> развивает две марки: <Лейб-Филей> и <Мясогор>. Если на мясопродуктах имеется марка <Лейб-Филей> - это продукт для особо привередливых гурманов. Не разочаруются! А <Мясогор> - общая марка для всей продукции <Глобуса>. Потребитель проникается к ним все большим доверием. Рост производства хотя и медленный, но есть. А по отдельным видам продукции спрос заметно вырос. Например, потребление сарделек и шпикачек от <Глобуса> на нижегородском рынке за последнее время значительно увеличилось – примерно на 40%.

- Во-первых, тут дело в ритме жизни, - поясняет Александр Павлович. - Люди тратят меньше времени на приготовление еды, и, видимо, такой продукт им нужен, чтобы быстро перекусить. А во-вторых, опять-таки оценили отличное качество товара. Мы ведь почти не используем импортное сырье. Значительную часть мяса закупаем у населения, особенно свинину. Разве чуть-чуть говядину приходится импортную подкупать, где-то 8-10%. Свежее сырье самым непосредственным образом влияет на улучшение качества мясопродуктов. Покупателям пора научиться отличать качественный товар от дешевой подделки. А так как на взгляд в магазине качество товара оценить практически невозможно, то выход один: выбрать своего производителя. Наша задача - прививать потенциальным покупателям вкус. Потому что порой неискушенному человеку вкусным кажется далеко не самое лучшее и полезное:

- Я живу в Нижнем Новгороде, - свидетельствует директор ООО <Глобус> Алиса Ткалина, - и постоянно пробую продукцию потенциальных конкурентов. Считаю, что
Обзор прессы за 15-21.07.06

наши деликатесы ни с чем другим просто не сравнимы. В Гороховце, кстати, спрос на наши копчености нынешней весной тоже вырос - примерно на 15%.

У руководства ООО <Глобус> громадье планов по развитию предприятия и расширению ассортимента выпускаемой продукции. Предполагается увеличить производство **полуфабрикатов**, начать выпуск пельменей. Причем не каких-нибудь, а аналога настоящих домашних. Даже изготавливать такие пельмени, возможно, будут вручную. Получится, конечно, недешево, но без сомнения - вкусно!

На мясоперерабатывающем комплексе сложился стабильный, слаженный коллектив. Большинство сотрудников работает там чуть ли не с первого дня. На предприятии поощряется здоровый образ жизни. Есть своя футбольная команда, которая не без успеха участвует в районном первенстве. Сейчас организуется и волейбольная команда. По договоренности с администрацией Гороховецкого района <Глобус> оказывает финансовую поддержку развитию спорта в муниципальном образовании. Развивать спорт - самый лучший способ позаботиться о человеке - такова позиция руководства предприятия.

Мясокомбинат также оказывает материальную помощь: финансовую и своей продукцией ветеранам, молодежным объединениям, школьникам, активно участвует в проведении городских и районных праздников. На День района коллектив <Глобуса> тоже собирается выйти единой корпоративной колонной. А пожелания гороховчанам Александр Павлович и Алиса Владимировна высказали заранее: - Очень хорошо, что район в последние годы начал активно развиваться в экономическом отношении. Открываются новые предприятия, создается больше рабочих мест. Желаем Гороховецкому району стать богатым и процветающим!

(к содержанию)

<ПРОДО> продаст ТМК

Самарское обозрение (Самара), 17.07.06

Холдинг ищет покупателя мясокомбината <Тольяттинский> Millhouse Capital намерен избавиться от своих агропромышленных активов. В их число попал мясокомбинат Тольяттинский". Участники рынка мясо-переработки считают ТМК проблемным активом. Причиной сложного положения на предприятии называют негибкость менеджмента.

Мясокомбинат "Тольяттинский" (ТМК) был введен в эксплуатацию весной 1973 года. Производственные мощности позволяли выпускать до 100 тонн мясопродуктов в сутки. В 90-е годы ТМК вошел в состав корпорации "Лидер". Весной 2002 года генеральный директор "Лидера" Владимир Осташевский и его партнеры продали основной пакет акций мясокомбината компании "Планета Менеджмент". Сумма сделки составила порядка \$8 млн. В октябре 2003 года активы "Планеты" перешли к подконтрольному Роману Абрамовичу Millhouse Capital. Как сообщил "СО" источник на ТМК, ранее работа предприятия курировалась из Уфы (ОАО "Уфимский мясоконсервный комбинат"). С 2005 года ТМК отошел под кураторство ОАО "Пермский мясокомбинат". Оба предприятия входят в мясное подразделение Millhouse Capital и находятся под контролем ООО "ПРОДО-Мене-джмент". По словам источника, сегодня месячная выработка ТМК составляет 500 тонн. Финансовый директор ОАО "Уфимский мясоконсервный комбинат" Людмила Запорожец сообщила "СО", что некоторое время назад внутри "ПРОДО" существовали кластеры, объединяющие несколько предприятий. В частности, ТМК входил в единый кластер с Пермью и Уфой. "Разрабатывался бизнес-план для предприятия, выстраивалась целая система консалтинга. Однако ТМК это не помогло", -

сообщила Запорожец. По ее словам, сейчас ТМК находится в кризисе и является проблемным активом. На Пермском мясокомбинате от комментариев отказались. По оценкам участников рынка, лидерами производства мясной продукции в Самарской области сегодня являются мясокомбинаты "Гарибальди", "Комсомольский", "Мир колбас", а также "Фабрика качества" и "Козелки".

По мнению одного из участников рынка мясопереработки, на низкий уровень производства ТМК вывели постоянные смены кураторов и собственников и отсутствие нормального менеджмента. "На фоне передела рынка слабые предприятия будут передаваться из рук в руки. Эта судьба может постигнуть и ТМК", - считает источник. По словам Людмилы Запорожец, "ПРОДО" готовит к продаже многие свои активы, среди них и ТМК. Как прокомментировал "СО" главный аналитик ИК "Финам" Владислав Кочетков, Millhouse Capital действительно постепенно избавляется от агропромышленных активов, реализуя их по более высоким ценам по сравнению с теми, за которые они приобретались. Кочетков считает, что ТМК может заинтересовать федеральные компании, например, "Черкизово". "Часто такими предприятиями интересуются и непрофильные инвесторы, например, местные предприниматели или ФПП, которые захотят включить в состав своих активов еще и мясное производство. С другой стороны, не исключено, что предприятие выкупит его же менеджмент", - предположил Кочетков. Цена сделки, по его мнению, будет зависеть от финансовых показателей компании. "Скорее всего, продажная стоимость предприятия будет в два раза выше суммы, потраченной на его приобретения в 2002 году", - считает Кочетков. Таким образом, ТМК можно оценить в \$13-16 млн. Начальник PR службы МЛ "Чажн.ктаиш" Геннадий Фролов не стал ни подтверждать, ни опровергать информацию о предложении его предприятию о покупке активов ТМК. "Мы рассматриваем возможности приобретений рентабельных профильных активов в мясопереработке и птицеводстве. Думаю, в ближайшие месяцы вопрос о новых приобретениях будет решен", - заявил Фролов. По словам источника в руководстве мясокомбината "Гарибальди", сегодня ТМК занимает очень небольшую долю областного рынка. "Предприятие расположено на участке в 5 га. Его содержание обходится дорого, у комбината много вспомогательных подразделений: ремонтно-механический, компрессорный цеха, котельная. Все они требуют затрат", - считает источник. В то же время крупнейший в Самаре поставщик **колбасных изделий** торговым сетям компания "Деликатес-опт" не собирается отказываться от сотрудничества с ТМК. В компании сообщили "СО", что оценивают работу предпринят

(к содержанию)

Выбор правильных колбас

Костромская народная газета (Кострома), 19.07.06

<Стародворские колбасы> пользуются таким высоким покупательским спросом, что в продаже стали появляться колбасы-подражатели в похожей оболочке.

УСПЕХ <СТАРОДВОРСКИХ>

Деревенский, домашний вкус и высокое качество - отличительная черта мясных продуктов торговой марки <Стародворские колбасы>. Их выпуск начался в городе Владимире относительно недавно - в 2004 году. Покупатели встретили появление <Стародворских колбас> очень благожелательно. Ведь эта продукция изготовлена в лучших деревенских традициях на современном высокотехнологичном предприятии. Отборное **мясо**, натуральные специи, старинные рецепты делают <Стародворские колбасы> излюбленным угощением для многих. Вся продукция торговой марки <Стародворские колбасы> проходит усиленный контроль качества. Высокое качество

<Стародворских колбас> подтверждено многочисленными наградами выставок и конкурсов. Недавно вареная колбаса <Стародворская> была удостоена диплома конкурса <100 лучших товаров России>. Растущий покупательский спрос на <Стародворские колбасы> потребовал увеличить **производство** более чем в 10 раз за два года. Ассортимент вырос с десяти до пятидесяти наименований. А количество регионов России, где с успехом продаются <Стародворские колбасы>, уже превышает тридцать. Ассортимент <Стародворских колбас> включает более 50 наименований. Это высококачественные вареные, полукопченые и варено-копченые колбасы, ветчины, сосиски, сардельки, мясные деликатесы. Для того чтобы <Стародворские колбасы> было легко узнать на прилавке, производитель разработал уникальное яркое оформление. Например, бордовая оболочка и золотая этикетка вареных колбас означает, что продукция выполнена в соответствии с ГОСТом.

ПОЯВИЛИСЬ ПОДРАЖАТЕЛИ

Однако в последнее время в продаже появилась колбасная продукция, цветом оболочки и оформлением этикетки напоминающие <Стародворские колбасы>. Это может ввести покупателя в заблуждение, и вместо ГОСТовской <Докторской> вы принесете домой колбасы очень похожие внешне, но совсем другого производителя и другого качества. И разницу обнаружите только тогда, когда колбасу уже попробуете. Рецептуры <Стародворских колбас> разработаны на основе старинных рецептов в лучших деревенских традициях. Ситуацию комментирует директор Службы маркетинга и рекламы ООО <Маркетинг-Сбыт-Сервис> Ольга Мясникова: Подражание в оформлении оболочки не случайно. Оно объясняется успехом продукции торговой марки <Стародворские колбасы> у покупателей. <Стародворские колбасы> уверенно наращивают объемы продаж в регионах Центральной России, тесня конкурентов. Эксперты отмечают, что существует даже такая стратегия продвижения товаров на рынке – стратегия последователей. Отстающий в конкуренции продукт начинают делать похожим на тот, что лидирует в продажах. Часто подражают при оформлении упаковки, этикеток. Так <подражатель> пытается сэкономить на продвижении товара на рынке, использовать популярность продукции лидера. Ну а что же покупатели? К счастью, большинство покупателей всё более внимательно и вдумчиво относятся к выбору продуктов в магазине и чаще обращают внимание на производителя.

ПОКУПАЙТЕ ЛЮБИМУЮ КОЛБАСУ

- Как вы относитесь к появлению в продаже колбас, похожих по оформлению на <Стародворские>? - с этим вопросом мы обратились к бренд-менеджеру торговой марки <Стародворские колбасы> Евгению Заболотникову. - Этот факт еще раз доказывает сильные позиции торговой марки <Стародворские колбасы> на рынке. Конечно, внимательный покупатель разберется, и выберет любимые колбасы. И мы поможем сделать правильный выбор. Логотипы торговой марки <Стародворские колбасы> появятся на всей поверхности оболочки вареных колбас. Это еще одна отличительная черта нашей продукции. Дорогие покупатели! При покупке колбасы обратите внимание на марку и название покупаемой колбасы. Убедитесь, что это продукция торговой марки <Стародворские колбасы>. И тогда вы купите настоящую колбасу, изготовленную в лучших деревенских традициях.

Александр ИЗВЕСТКОВ.

(к содержанию)

Партия для «Дарьи»

Бизнес, 19.07.06

Роман Абрамович избавляется от своих активов в продовольственном секторе. Как стало известно «Бизнесу», бизнесмен уже продал ряд пищевых предприятий, входящих в группу «Продо», управляющему директору Millhouse Capital Давиду Давидовичу и бывшему заместителю губернатора Чукотского автономного округа Ирине Панченко. Впереди — продажа «Дарьи», за которую Абрамович планирует выручить не менее \$40 млн.

О том, что Millhouse Capital продала активы «Продо» Давидовичу и Панченко, «Бизнес» узнал от нескольких участников, в том числе близких к Millhouse Capital. Собеседники «Бизнеса» уточнили, что в сделку, заключенную около года назад, не вошли компания «Дарья», оставшаяся в собственности Millhouse, а также розничная сеть «Омский альянс» и мясокомбинат «Новгородский мясной двор».

Связаться с Давидовичем и Панченко вчера не удалось.

Представитель Millhouse Capital Алексей Фирсов утверждает, что Millhouse остается управляющей компанией «Продо», а о смене акционеров группы ему ничего неизвестно. Но о сделке знает владелец крупного производителя продуктов питания. Также в середине прошлого года некоторые предприятия, входящие в «Продо», провели дополнительные эмиссии акций в пользу офшорной компании Brezilon Holdings, а Давидович возглавляет управляющую компанию группы «Продо-трейд» еще с 2004 года.

Менеджеры Millhouse покупали активы «Продо» по рыночной цене за собственные средства, рассказывает знакомый с ситуацией источник.

«Это было нечто вроде поощрения менеджеров. Абрамович решил поделиться с ними бизнесом», — рассказывает он.

Владелец крупного пищевого производства говорит, что на тот момент «Продо» стоила около \$130 млн.

В ближайшее время Millhouse может продать и «Дарью». Слухи об этом ходили давно, а месяц назад банк «КИТ Финанс» начал рассылать потенциальным покупателям предложение о покупке «крупного российского производителя замороженных **полуфабрикатов**» из Северо-Западного региона, входящего в пятерку лидеров отрасли (копия предложения есть в редакции «Бизнеса»). В «КИТ Финанс» отказались раскрыть, о какой компании идет речь, однако по финансовым показателям она очень похожа на «Дарью»: в 2004 году выручка «Дарьи» составила более 1 млрд руб., а у неназванной компании — \$43 млн (около 1,2 млрд руб.).

Согласно плану на 2005 год, объем продаж «Дарьи» должен был составить 20 тыс.

тонн, сообщало агентство РБК. У неназванной компании объем производства — также около 20 тыс. тонн. Как и «Дарья», предлагаемая к продаже компания владеет производственным комплексом, а также складами в Москве и Петербурге, а в Ростове арендует складские помещения.

Компания, о которой идет речь в сообщении «КИТ Финанс», занимает около 10% российского рынка пельменей и около 13% рынка блинчиков, а «Дарья» — около 10% российского рынка продуктов быстрого приготовления, говорится на сайте компании.

Похоже на «Дарью», признает бывший менеджер компании. С ним согласны еще несколько участников рынка, которые слышали о предстоящей продаже. Один из них говорит, что продать актив в Millhouse решили около месяца назад.

Владелец крупного производителя продуктов питания говорит, что год назад ему предлагали купить «Дарью» за \$25 млн, а недавно поступило повторное предложение.

«Очевидно, владельцы хотят избавиться от актива, но непонятна ситуация с долговыми обязательствами компании. По разным оценкам, открытая на нее кредитная линия составляет от \$20 млн до \$30 млн», — рассказывает собеседник «Бизнеса». По его мнению, стоимость «Дарьи» находится в диапазоне от \$25 млн до \$60 млн. Источник, знакомый с ситуацией, говорит, что Millhouse хочет выручить за «Дарью» не меньше, чем заплатил за нее основателю компании — предпринимателю Олегу Тинькову, то есть минимум \$40 млн.

Гендиректор «Продо» Виктор Сухинов не стал комментировать ситуацию, отметив лишь, что «Дарья» продается уже давно.

ВЛАДИМИР РАВИНСКИЙ, НИКОЛАЙ ДИЦМАН, АЛЕКСАНДР КАДУШИН
(к содержанию)

Колбаса без причуд

Известия (Россия), 19.07.06

Потребители хотят знать, что они едят

За последний год говядина подорожала на 16%, свинина - на 13%, а вареная и полукопченая колбаса между тем - всего на 8,4%. Вывод напрашивается сам: чтобы сдерживать рост цен на свою продукцию, производители порой заменяют мясо на более дешевое сырье. На какое именно, потребителям не сообщается.

Производители порой "прячут" в **колбасных изделиях** такое, о чем потребитель даже и не догадывается, — чудеса пищевых технологий и прорехи в регулировании позволяют продавать колбасу, в которой нет ни грамма мяса, как мясную. В ход идет не только соя, но и МДМ - своеобразная субстанция из костей с остатками мяса, которую под прессом превращают в нечто похожее на пюре и используют вместо мяса. Причем на упаковке написано "свинина", "говядина" и т.д. Вместо "мяса индейки" часто используют МДРМ — подобную субстанцию, сделанную из костей индейки. "Это катастрофа, сравнимая с соей, - говорит Раиса Демина, генеральный директор мясокомбината "Велком". — Если добавку сои все-таки указывают в составе как растительный белок, то МДМ указывают как мясо. В России это не запрещено. В Европе, чтобы этого избежать, производителей обязывают указывать на упаковке не только состав, но и количество мяса, специй и других компонентов".

Какие же правила действуют в Евросоюзе? Это Directive 2000/13/EC: QUID-Quantitative Ingredient Declaration (количественная декларация ингредиентов) и Directive 2001/101/EC: Meat Definition (определение мяса). На основании указанных нормативов производители продуктов из мяса обязаны декларировать на этикетке, из чего сделана колбаса - из мяса или сои, и самое главное, сколько мяса содержится в 100 г продукта. Например, если это сырокопченая колбаса - "на 100 г продукта - 130 г мяса", а если вареная колбаса - "на 100 г продукта - 80 г мяса", остальное? — молоко, яйцо, вода, соль, специи.

У нас же покупатели о составе продукта могут только гадать, ориентируясь по цене. "Если килограмм мяса стоит 100 рублей, а килограмм любительской колбасы стоит тоже 100 рублей, какая же это любительская колбаса? - рассуждает Борис Гутник, заместитель директора ВНИИ мясной промышленности им. В.М. Горбатова. - Ведь с каждого килограмма мяса надо убрать 25% костей, остается уже 75%. Так что любительская должна стоить минимум 180 руб."

Безнаказанно "играть" с ингредиентами производителям позволяют пробелы в государственном регулировании. Как сообщил "Известиям" Борис Гутник, ГОСТам соответствует не более 20% продукции мясокомбинатов. "Сегодня каждый предприниматель может разработать ТУ (технические условия) и выпускать колбасу,

если помещение соответствует санитарным требованиям. И это неправильно", - считает он.

Справедливости ради отметим, что власти оперативно приняли закон о маркировке и содержании ГМИ в продукте. "Гринпис" и Ассоциация генетической безопасности постоянно проверяют продукты на полках в магазинах и публикуют результаты в СМИ. Однако трансгенные продукты - только часть проблемы. "Самый эффективный контроль исходит от самих покупателей. Наши потребители становятся все более дотошными и грамотными, - говорит Раиса Демина.- Если человек хочет купить качественный продукт, он обязательно купит. Сегодня уже практически все знают, что означает "Е" в составе колбасы и какую опасность представляют или не представляют для здоровья эти добавки. Когда наш мясокомбинат наклеил на своей продукции желтую этикетку "Без?сои", тем самым информируя о чистом мясном продукте, покупатели высоко оценили ответственность производителя перед ними".

Однако не каждый производитель может отказаться от добавок, удешевляющих продукцию. "Каждое предприятие имеет свою нишу реализации, - объясняет Борис Гутник. - Одни работают на высоком уровне, прежде всего беспокоятся о качестве продукции. Они меньше используют пищевых добавок, ингредиентов, которые позволяют увеличить выход продукции из одного килограмма мяса. Другие работают на потребителей, которые рады и соевой колбасе - все же такая колбаса лучше, чем никакой".

Но что бы производители ни добавляли в колбасу?- сою, ГМИ или МДМ, - потребитель хочет точно знать, что он ест, и имеет на это полное право.

Наталья Барановская

(к содержанию)

Качество на столе

НГ-Регион (г. Обнинск, Калужская обл.) 21.07.06

Обнинский **колбасный** завод работает по мировым стандартам качества. Сегодня не просто модно, чтобы любая продукция имела какой-нибудь знак соответствия. Для потребителя это важно: мы все хотим покупать безопасные и качественные товары. Вот и Обнинский **колбасный** завод прошел сертификацию, удостоверяющую, что его **изделия** производятся в соответствии международным принципам качества ХАССП. А если по-русски? ХАССП - это такая система контроля и управления качеством, которая разработана специально для производителей продуктов питания. Ее придумали в США, потом стали во всю использовать в Евросоюзе. Теперь она дошла до России в целом и до Обнинска в частности. "ХАССП - своеобразный свод правил, который направлен на процесс производства, - поясняет генеральный директор Обнинского **колбасного** завода Анатолий Косинский. - Он содержит информацию о том, как человек должен работать и выполнять свои обязанности, чтобы риск выпустить продукт ненадлежащего качества был сведен на нет".

Говоря в общем, ХАССП контролирует весь производственный процесс, процедурно прописывает каждый шаг. Производство становится прозрачным - на всех его этапах выявляют и тут же исключают потенциальные риски. Как конкретно работает система контроля и управления качеством? "Процесс начинается с применения процедуры входного контроля, - рассказывает инженер по качеству Обнинского **колбасного** завода, Маргарита Чернова, - входной контроль - это целая система лабораторных анализов, визуальных наблюдений и координации между участниками производства. Далее обеспечивается выполнение процедуры полной прослеживаемости состава продукции. Она дает возможность в любое время выявить точный состав произведенного продукта,

вплоть до того, чтобы определить - кто был поставщиком сырья, какой температурный режим был обеспечен, какой уровень pH был в сырье и руками каких специалистов он был сделан. До внедрения ХАССП работа этих процедур не была совершенной и до конца упорядоченной".

К слову, специалисты Обнинского **колбасного** завода долго и серьезно готовились, чтобы внедрить новую систему и получить соответствующий сертификат. Были внедрены все необходимые, в соответствии с мировыми стандартами, регламенты. Прописать регламенты мало, внедрить и добиться того, чтобы они стали правилами работы людей - гораздо сложнее. "Два года проходил постоянный тренинг и обучение персонала предприятия работе по системе ХАССП, - говорит главный технолог В.А. Блашквив,- результат - продукция завода всегда имеет стабильное качество. Это новый уровень, рубеж, который мы достигли и который не позволяет совершать ошибки и иметь недоработки".

В общем, если отойти от разных технических терминов, ХАССП – это дополнительная гарантия от Обнинского **колбасного** завода, что у нас на столе будет безопасный и качественный продукт.

(к содержанию)

Полуфабрикатное наступление «Сибирская аграрная группа» планирует региональную экспансию

Коммерсант, 21.07.06

Руководство «Сибирской аграрной группы» (С–Агро), Томская область, заявило об амбициозных планах стать одним из ключевых игроков мясного рынка всей Сибири. Согласно прогнозам компании, за три года С–Агро намерена увеличить объемы производства в несколько раз, вложив в это 4,4 млрд руб. Для того чтобы продать произведенную продукцию, С–Агро придется серьезно потеснить конкурентов из соседних регионов на их же территории. До сих пор это компании не удавалось.

Планы С–Агро генеральный директор компании Андрей Тютюшев впервые представил в томской областной администрации. По прогнозу господина Тютюшева, производство колбас и полуфабрикатов в его компании к 2011 году вырастет в 3 раза и составит 43 тыс. тонн, производство свинины вырастет в 1,8 раза и составит 25,635 тыс. тонн. Для этого планируется провести реконструкцию свиноводческих производств в Томской области и построить животноводческий комплекс в Свердловской области стоимостью 980 млн руб., что позволит увеличить поголовье со 118 тыс. до 180 тыс. голов. На реконструкцию и модернизацию мощностей по мясопереработке в компании планируют выделить 340 млн руб.

Ъ В томское ЗАО «С–Агро» входят свиноводческий комплекс, два мясокомбината, комбикормовый завод. Холдинг также занимается производством продукции растениеводства, молочной продукции, пива. Сеть фирменных розничных магазинов холдинга включает в себя более 60 торговых точек в Томске и области. Основным владельцем компании (64,5%) является ее генеральный директор Андрей Тютюшев. Чистая прибыль компании в 2005 году составила 249,4 млн руб.

Чтобы реализовать произведенные мясопродукты и колбасы, С–Агро придется пропорционально увеличить и продажи. Сделать это в Томской области будет крайне

затруднительно — здесь компания и так уже доминирует, занимая примерно 61% рынка. Поэтому холдинг будет заниматься экспансией в соседние регионы. Сегодня, например, компания, по ее данным, контролирует порядка 3% рынка мясных полуфабрикатов всего Сибирского федерального округа, а к 2010 году надеется иметь уже около 14%. Для этого в компании намерены изменить ассортимент и существенно увеличить расходы на продвижение продукции. Как сообщила вчера „Ъ“ заместитель генерального директора по стратегическому развитию Елена Мундриевская, основную ставку томичи намерены сделать на производство охлажденных полуфабрикатов. «Рынок этих продуктов мы считаем очень перспективным, а соответствовать требованиям потребителя на нем может только очень ограниченное количество игроков», — заявила она. Маркетинговый бюджет компании на период до 2010 года должен превысить 270 млн руб. Еще более 87 млн руб. компания планирует потратить на развитие сети филиалов, увеличив их число в Сибири и на Урале с трех в 2005 году до семи в 2010 году. Аналитик ИК ФИНАМ Ольга Самарец считает, что планы С-Агро выглядят «вполне реальными». «Шансы на выживание и развитие имеют только те региональные игроки, которые сейчас готовы инвестировать в бизнес значительные суммы, прежде всего в расширение ассортимента, создание собственной сырьевой базы и маркетинг», — отмечает госпожа Самарец. По мнению аналитика, С-Агро правильно делает, что пытается концентрироваться на рынке полуфабрикатов. «Он растет очень высокими темпами — не менее 50% в год — и позволяет получать хорошую маржу», — отмечает Ольга Самарец.

Рост интереса потребителей к свежим полуфабрикатам подтверждает и вице-президент инвестиционной группы «Мамонов» (занимается маркетинговыми исследованиями) Екатерина Мамонова. Однако, по ее мнению, С-Агро вряд ли удастся этим ростом воспользоваться. «Крупные торговые сети сейчас все активней разворачивают собственное производство полуфабрикатов, — отмечает эксперт. — Для ритейлеров это не только способ получения дополнительной прибыли, но и инструмент повышения лояльности (через предложение покупателям каких-то уникальных позиций)». Между тем госпожа Мамонова отмечает, что пока попытки мясопереработчиков занять существенную долю рынка на «чужой» территории не приводили к заметному успеху. «Специфика мясного рынка в том, что потребители предпочитают продукцию местных производителей», — говорит она. Подтверждает пока это правило и опыт самой С-Агро. Весной прошлого года томская компания вышла на рынок Новосибирска со специально созданным для региональной экспансии брендом «Бутербродница». Однако, несмотря на весьма активную рекламную кампанию и присутствие в большинстве крупных сетей (что также обходится недешево), сегодня доля С-Агро, по оценкам самой компании, составляет лишь 1,2% новосибирского рынка.

НАТАЛЬЯ ВОЛОСАТОВА, СТАНИСЛАВ СОКОЛОВ

(к содержанию)

Новости оптовой и розничной торговли

Выручка сети "Магнит" по МСФО превысила \$1 млрд

Retailer.ru, 17.07.06

Чистая прибыль торговой сети "Магнит" по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) в I квартале 2006г., по неаудированным данным, выросла в 6 раз по сравнению с аналогичным периодом прошлого года - до 13,2 млн долл. Об этом говорится в сообщении компании.

В нем также отмечается, что чистая выручка сети "Магнит" по МСФО в I полугодии 2006г., по неаудированным данным, выросла в 1,5 раза - до 1,074 млрд долл. Выручка сети в I квартале 2006г. увеличилась на 55,97% - до 493,8 млн долл., во втором - в 1,5 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года - до 580,49 млн долл.

В I полугодии 2006г. компания открыла 182 магазина, доведя их общее количество до 1 тыс. 682. В течение II квартала сеть "Магнит" увеличила число своих магазинов еще на 108, при этом торговая площадь сети увеличилась на 41% - до 447 тыс. кв. м.

В июне 2006г. чистая выручка компании выросла в 1,5 раза - до 280,3 млн долл. В июне было открыто 44 торговых точки.

ОАО "Магнит" (г.Краснодар) - холдинговая компания группы обществ, занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов "Магнит", которая является крупнейшей в России по объемам продаж в сфере торговли продуктами питания. Общее количество магазинов на конец I квартала 2006г. составило 1 тыс. 574. Около двух третей магазинов группы работает в городах с населением менее 500 тыс. человек. Большинство магазинов группы расположено в Южном, Центральном и Приволжском федеральных округах. Магазины сети "Магнит" также находятся в Северо-Западном и Уральском федеральных округах. Группа управляет собственной логистической системой, включающей 5 дистрибуционных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, насчитывающим около 450 автомобилей.

По данным на начало июня 2006г., сеть насчитывала 1 тыс. 638 магазинов. В соответствии с аудированной консолидированной отчетностью группы по МСФО, ее выручка в 2005г. составила 1 млрд 578 млн долл., EBITDA - 78 млн долл. В апреле 2006г. розничная сеть "Магнит" провела на российских биржах IPO, при этом спрос на бумаги компании превысил предложение в три раза.

Основателем и крупнейшим акционером ОАО "Магнит" является Сергей Галицкий. Также среди крупных акционеров "Магнита" - Андрей Богачев, экс-гендиректор "Магнита" Владимир Гордейчук и другие топ-менеджеры сети. Розничная сеть "Магнит" ранее принадлежала ЗАО "Тандер", но в январе 2006г. для выхода сети на IPO "Магнит" был перерегистрирован из ЗАО в ОАО.

http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=9363&&d=2006-07-17#body

(к содержанию)

Холдинг "Марта" купил площадь под супермаркет Billa

Retailer.ru, 17.07.06

Компания приобрела под свой первый в Петербурге продуктовый супермаркет Billa площадь в торговом комплексе "Ульянка" на пр. Ветеранов. Об этом пишет "Деловой Петербург".

Billa разместится на первом этаже на площади 1,5 тыс. м², помещения выкуплены в собственность. Об этом сообщила агент объекта Анна Лясецкая, руководитель направления торговой недвижимости ООО "БестЪ. Коммерческая недвижимость". "Марта" развивает сеть Billa совместно с продовольственным ритейлером REWE (Германия) через СП Billa Russia, 75% в котором принадлежит немцам, а 25% - "Марте". Параллельно "Марта" открывает в регионах супермаркеты "Гроссмарт". По мере их выхода на самоокупаемость "Марта" продает магазины компании Billa Russia, которая проводит их ребрендинг и перезапускает под маркой Billa.

В Москве сейчас работает 22 магазина Billa.

http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=9360&&d=2006-07-17#body

(к содержанию)

"Пятерочка" спешит на Урал

Product.ru, 17.07.06

Торговая сеть "Пятерочка" планирует открыть в июле-августе три новых магазина на Урале. Один из магазинов появится в Нижнем Тагиле, и две "Пятерочки" будут открыты в Екатеринбурге. Инвестиции в открытие магазинов составят 600 000 евро. В дальнейшем компания планирует расширять свое присутствие на Урале.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=43988>

(к содержанию)

"О'кей" вписался в формат Московского проспекта

Коммерсант, 17.07.06

В пятницу градостроительный совет при главном архитекторе Санкт-Петербурга согласовал проект строительства гипермаркета "О'кей" на Московском проспекте, 139. После четырех заседаний, на которых он рассматривался, архитекторы согласились с тем, что новый формат гипермаркета соответствует консервативному стилю Московского проспекта, -- в ходе согласований общая площадь комплекса увеличилась более чем в два раза.

О том, что сеть гипермаркетов "О'кей" начинает развивать новый формат, было заявлено еще в марте нынешнего года. Планировалось, что в середине 2007 года на Московском проспекте откроется комплекс площадью более 16 тыс. кв. м, состоящий не только из гипермаркета, но и из центра по торговле промышленными товарами и бутиковой галереи. Однако все предложенные заказчиком строительства ЗАО "Доринда холдинг" (компания, управляющая сетью "О'кей") проекты не устраивали градостроительный совет.

Дело в том, что здание галереи должно выходить непосредственно на Московский проспект, и по проекту его предполагалось построить ниже соседних домов. Кроме того, для оформления фасада планировалось использовать фирменные цвета "О'кея" -- желтый и красный. Договориться стороны смогли лишь на последнем заседании градсовета. "Доринда холдинг" изменила архитектурный проект и согласилась разместить вдоль Московского проспекта офисную часть комплекса, используя для ее фасадного оформления гранит консервативных цветов. Измененный проект увеличил общую площадь здания -- по словам генерального директора компании "Доринда холдинг" Алексея Краузе, теперь она составит около 40 тыс. кв. м.

"Нам понятны требования архитекторов, ведь к зданиям, строящимся на Московском проспекте, они предъявляются неизменно высокие. Мы несколько раз правили проект и теперь довольны результатом", -- заявил господин Краузе. Доволен результатом и

главный архитектор города Александр Викторов: "Понятно, что инвестору пришлось немного задержаться со сроками строительства, но зато был выбран вариант, который устроил всех".

По словам Алексея Краузе, еще приблизительно полгода уйдет на получение всех согласований, поэтому строительство гипермаркета начнется лишь весной будущего года. Окончено оно должно быть в начале 2008 года. Общий объем инвестиций составит около \$45 млн. "Подбирать арендаторов в галерею бутиков и зал промышленных товаров мы поручим консультантам. Какая это будет компания, пока сказать не готов. А офисные помещения решили занять сами, там их совсем немного -- около 2,5 тыс. кв. м", -- сообщил господин Краузе.

Генеральный менеджер консалтинговой компании "Knight Frank Петербург" Олег Барков оптимистично оценивает коммерческий потенциал данного проекта: "Район станции метро 'Электросила' обладает высоким пассажиропотоком. Кроме того, там практически отсутствуют торговые предложения современного формата. Так что сомнений в коммерческой успешности проекта у меня нет. Что же касается заявленной высокой себестоимости строительства (\$1,2 тыс. за квадратный метр), то здесь надо учитывать достаточно высокую стоимость данной земли и растущую себестоимость самого строительства. Скоро такая себестоимость будет и у жилого строительства".

Павел Никифоров

(к содержанию)

“Виктория” пристроит продукты

Ведомости, 17.07.06

Продовольственное предприятие “Виктория” построит на востоке Москвы логистический комплекс площадью более 100 000 кв. м. На это компания вместе со столичной мэрией собирается потратить около \$120 млн.

Новый логистический комплекс будет построен на участке площадью 20 га на Амурской улице на месте оптового продовольственного рынка и распределительного центра, принадлежащих ЗАО “Виктория”. Об этом “Ведомостям” сообщила гендиректор компании Галина Гапонова. Эту информацию подтвердил Дмитрий Сигида, заместитель гендиректора московского представительства компании Obermeyer, которая разрабатывала проект комплекса. По словам Гапоновой, первая очередь предусматривает строительство двух складских терминалов (17 000 и 24 000 кв. м) класса А. Первый планируется сдать уже в этом году, второй — летом 2007 г. На возведение этих объектов “Виктория” планирует потратить около 1,3 млрд руб. (около \$48 млн).

По словам директора по маркетингу “Виктории” Дмитрия Партона, в основном это будут кредитные средства, причем часть кредита (около 23%) на льготных условиях дает правительство Москвы и Центральный федеральный округ, в результате чего 20% площадей терминалов будет использоваться под социальные нужды. “На остальных площадях мы будем предоставлять услуги по ответственному хранению”, — говорит Партон.

Вторая очередь проекта предполагает строительство до 2009 г. трех комплексов оптовой торговли: два по 25 000 кв. м и один — 15 000 кв. м. Предполагаемый объем инвестиций около 2 млрд руб. (около \$74 млн).

Впрочем, многие участники рынка сомневаются в заявленных цифрах. “В проекте участвует правительство Москвы, в связи с этим сумма \$120 млн, или более \$1000 за 1 кв. м, выглядит слишком дутой. Уверен, что с таким партнером удастся уложиться в \$600-700 за 1 кв. м”, — говорит знакомый с проектом топ-менеджер консалтинговой компании.

“Наличие в этом районе железнодорожной ветки и строительство там в будущем четвертого транспортного кольца делает комплекс достаточно перспективным, особенно учитывая, что он будет расположен в Москве, а не в Подмосковье. Конечно, внутри Москвы есть логистические объекты, но новые комплексы класса А практически не строятся”, — говорит консультант отдела складской и индустриальной недвижимости Jones Lang LaSalle Андрей Ефимов. С ним согласен Сергей Белошапко, руководитель отдела промышленной недвижимости компании DTZ, который напоминает, что именно этот участок четвертого транспортного кольца будет строиться в первую очередь. Андрей Жерноклеев, консультант отдела промышленной недвижимости DTZ, все же считает, что владельцы комплекса могут столкнуться с проблемой транспортной доступности. “Амурская улица слишком узкая, там высокий трафик и как следствие пробки”, — говорит он.

Директор отдела складской и индустриальной недвижимости Knight Frank Алексей Новиков также считает, что комплекс будет востребован, особенно если его площади будут предлагаться в аренду. “При предоставлении услуг ответственного хранения “Виктории” придется приложить достаточно усилий, чтобы либо создать собственную логистическую компанию, либо найти партнеров, имеющих опыт в этом сегменте”, — говорит он.

Ефимов предполагает, что комплекс был бы более успешным, если бы кроме продуктовых операторов там были представлены и другие компании, например курьерские.

Справка:

Оптовое торговое предприятие “ЗАО “Виктория” создано в 1954 г. (до 1992 г. носило название “Бауманское плодоовощное объединение”). Компания занимается закупкой, хранением и реализацией продуктов питания. Производственные мощности — 15 000 т продукции. Оборот компании в 2005 г. составил 382 млн руб.

Антон Филатов

(к содержанию)

Auchan намерен открыть супермаркет в Нижнем Новгороде
Retailer.ru, 18.07.06

Французская сеть супермаркетов Auchan намерена открыть супермаркет в Нижнем Новгороде, сообщили агентству “Интерфакс-Поволжье” в правительстве Нижегородской области.

Супермаркет Auchan будет расположен на территории торгового центра “МЕГА” на выезде из города. Как сообщалось, строительство центра “МЕГА” завершится в 2007 году. Всего Auchan владеет более чем 300 гипермаркетами и 600 супермаркетами в 14 странах. Мировой оборот компании составляет около 30 миллиардов евро в год.

http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=9385&&d=2006-07-18#body

(к содержанию)

“Пятерочка” выкупила в рамках опционной программы 80 тыс. GDR
Retailer.ru, 18.07.06

Ryaterochka Holding N.V., управляющая розничной сетью “Пятерочка”, 17 июля 2006 года выкупила 80 тыс. GDR по цене \$15.79 за бумагу. Об этом говорится в сообщении

компании.

Сделка осуществлена в рамках программы по выкупу ценных бумаг в качестве опционов для менеджмента на \$150 млн. Программа выкупа запущена 30 июня 2006 года. Предполагается, что выкуп будет завершён в течение 5 лет. 13 июля 2006 года компания выкупила 65 тыс. GDR по цене \$16.62 за одну расписку. 12 июля Ruaterochka объявила о выкупе 85 тыс. GDR по \$17 за одну бумагу; 10 июля она купила 40 тыс. GDR по \$17 за одну расписку, а 5 июля - 40 тыс. GDR по \$16.75. Напомним, что 18 мая 2006 года Ruaterochka Holding завершила сделку по приобретению ТД "Перекресток" у "Альфа-групп", инвестфонда Templeton и менеджмента сети. "Альфа-групп", в свою очередь, приобрела контрольный пакет акций объединенной компании. Чистая прибыль Ruaterochka в I квартале 2006 года составила \$21.2 млн. что на 5% меньше показателя аналогичного периода прошлого года. Чистая выручка увеличилась на 41% до \$438.9 млн., EBITDA - на 30% до \$47 млн. Чистая прибыль "Перекрестка" в I квартале 2006 года составила \$11 млн., что на 36% больше показателя аналогичного периода прошлого года. Чистая выручка возросла на 45% до \$323.4 млн., EBITDA - на 70% до \$22.8 млн.

http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=9388&&d=2006-07-18#body

(к содержанию)

"ПАТЭРСОН" открыл второй универсам в Оренбурге

Retailer.ru, 19.07.06

В пресс-службе компании сообщили, что новый магазин был открыт с помощью франчайзинговой программы.

Открытие универсама состоялось 15 июля по адресу ул. Шевченко 247.

Второй «ПАТЭРСОН» в Оренбурге открыт в высоком формате и имеет торговую площадь 630 кв. метров. В торговом зале установлено 6 кассовых терминалов. Ассортимент нового универсама насчитывает более 12 тыс. наименований продуктов питания и сопутствующих товаров.

Всего в 2006 году в Оренбурге будет открыто 3 магазина «ПАТЭРСОН». Планируется дальнейшее развитие сети в Оренбургской области.

Справка:

«ПАТЭРСОН» - одна из крупнейших российских динамично развивающихся сетей продуктовой розницы, открывшая первый универсам в Москве в 1997 году. В составе сети: 31 универсам - в Москве и Подмосковье, 46 универсамов - в регионах России (в том числе в Санкт-Петербурге, Твери, Самаре, Тольятти, Казани, Пензе, Уфе, Челябинске, Ставрополе, Краснодаре и Сочи), а также в столице Украины - Киеве. Оборот сети в 2005 году составил более 300 миллионов долларов США.

Михаил Ядренцев

http://www.retailer.ru/?cat=i_news&key=9408&&d=2006-07-19#body

(к содержанию)

Магазины у дома шагнули к зонам

Деловой Петербург, 20.07.06

Арендаторы петербургских торговых зон хотят войти в программу создания 210 магазинов шаговой доступности. Письмо с таким предложением 30 бизнесменов направят сегодня губернатору Северной столицы.

Магазины шаговой доступности по задумке властей должны заменить ликвидированные ларьки на остановках и лотки в метро. Концепцию их создания разрабатывает Союз

предприятий пищевой промышленности Петербурга по поручению губернатора города на Неве.

К 1 сентября 2006 года предполагается подготовить соответствующее постановление правительства Северной столицы. Заместитель председателя Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли Николай Архипов объявил, что под программу найдено 210 адресов для открытия магазинов. Однако предприниматели считают эту цифру виртуальной.

Часть этих адресов – земельные участки, определенные на глазок и не прошедшие согласований ни КГА, ни ГИБДД, ни прочих структур. "Опыт Московского района, где под альтернативную программу для "лишенцев" нашли больше 100 адресов, а после всех согласований осталось чуть больше десятка – наглядный пример того, что и в случае с магазинами шаговой доступности количество адресов может сократиться в разы", – говорит председатель Петербургской ассоциации малого бизнеса в сфере потребительского рынка Алексей Третьяков.

Встроенные помещения, также попавшие в адресный перечень, – это объекты, у которых в нынешнем году заканчиваются договоры аренды. Старые арендаторы по закону имеют преимущественное право на их перезаключение и вряд ли добровольно освободят отремонтированные и обустроенные площади. Предприниматели опасаются, что их столкнут лбами.

К тому же, считает Алексей Третьяков, город вряд ли сможет найти достаточное количество помещений для магазинов у дома. Это подтверждает начальник Управления координации деятельности районных агентств КУГИ Ольга Крипак: "Количество договоров аренды и размер площади объектов нежилого фонда, арендодателем которых является Петербург, достаточно стабильно, значительного высвобождения арендуемых объектов нежилого фонда не происходит.

Сидим и дрожим

В письме, подписанном арендаторами 30 торговых зон, сказано, что предприниматели готовы реконструировать свои комплексы мелкорозничной торговли (КМРТ) под программу шаговой доступности и разместить там продуктовые и промтоварные магазины, предприятия сферы услуг.

"Инициатива включить КМРТ в программу создания магазинов шаговой доступности – прекрасная возможность для нас выжить, – считает Михаил Бодров, генеральный директор ОАО "Компакт", арендующего торговую зону у Финляндского вокзала. – Сейчас мы все сидим и дрожим: когда закончится наш договор аренды, нас выгонят, и мы разоримся. Возможность поучаствовать в программе гарантирует всем предпринимателям КМРТ 9 лет спокойной работы, властям – отсутствие лишних материальных затрат, пострадавшим предпринимателям, торговые точки которых убирают с остановок – новые полноценные места для торговли

Айгуль Мустакаева, Галина Асташенкова

(к содержанию)