

**Обзор публикаций
31.03-06.04.07**

Содержание

Содержание	2
ГК «Рубеж»	3
Сытые духом	3
Импорт мясного сырья в России	8
Экспорт мяса в Россию разрешен трем белорусским предприятиям	8
РФ ограничила поставки мяса из Германии и Бельгии	8
Россия с 6 апреля запрещает импорт мяса птицы из штата Вирджиния	9
Государственное регулирование мясной отрасли	10
С 2008 г. Россия вводит страхование рисков в животноводстве	10
Тенденции в производстве и потреблении	11
"Ставропольский бройлер" в 2007г намерен увеличить продажи в Волгоградской области на 87%	11
В Костромской области появляются новые животноводческие комплексы	12
За год производство мяса в Архангельской области увеличилось на 125%.....	13
В рамках нацпроекта в Курскую область завезли английских свиней	13
В Забайкалье возрождается племенное животноводство	14
В 2007 году реконструкцию объектов животноводства продолжают 17 предприятий Саратовской области	15
В 2007 году животноводство в рамках нацпроекта будут развивать 65 хозяйств Московской области.....	15
Владимирская область: В Юрьев-Польском районе не знают, куда девать десятки тонн свинины	16
Пермские свиньи охладели к кунгурским мясникам. Свинокомплекс ищет альтернативные пути сбыта.....	17
За 2006 год сельхозпредприятия Тверской области увеличили рост объемов производства скота и птицы на 7,8%.....	18
ОАО "Рассвет" вложило 250 млн руб. в восстановление хозяйства	19
Новости животноводства и птицеводства	21
В Ярославской области перестали разводить крупный рогатый скот	21
Новости мясоперерабатывающей отрасли	22
В Красноярске работают десятки предприятий, производящие качественную мясную продукцию.....	22
Новости оптовой и розничной торговли	23
Группа компаний "Дикси" в I квартале 2007г. открыла восемь объектов в регионах РФ, увеличив количество магазинов в сети до 333.	23
Самыми информационно активными оказались X5 Retail Group N.V., "Магнит" и "Копейка"	23
"Семья" отправилась в супермаркет и готовится к походу на Москву.....	24
"Мосмарт" придет в каждый дом	25

ГК «Рубеж»

Сытые духом

Smart money, 02.04.2007

Как православие влияет на общество потребления

Четыре года подряд Константин Худолей, владелец компании “Петрохолод-Пищевые технологии”, пытался выдерживать все семь недель Великого поста. И каждый раз срывался: не хватало времени. Полноценную постную пищу быстрого приготовления в магазине найти трудно, а на одной капусте долго не протянешь. В этом году Худолей уверен, что выдержит до самой Пасхи. Он решил: если не получается дома — надо готовить в промышленных масштабах.

И запустил производство постных полуфабрикатов. Гречишные и картофельные котлеты, пельмени с грибами продаются с опережением плана. За месяц с начала поста Худолей наторговал уже на \$300 000. Обнаружилось, что не он один страдал от отсутствия постного фаст-фуда: в России почти каждый пятый в той или иной степени соблюдает Великий пост. Однако рынок только начинает учитывать интересы этой части потребителей.

«Всегда надо помнить, что этот Пост может оказаться последним в твоей жизни. Это реалистично, ведь мы всегда живем на грани смерти. Как говорится, даже на московских улицах обстановка приближена к боевой.

Александр Мень Великий Пост »

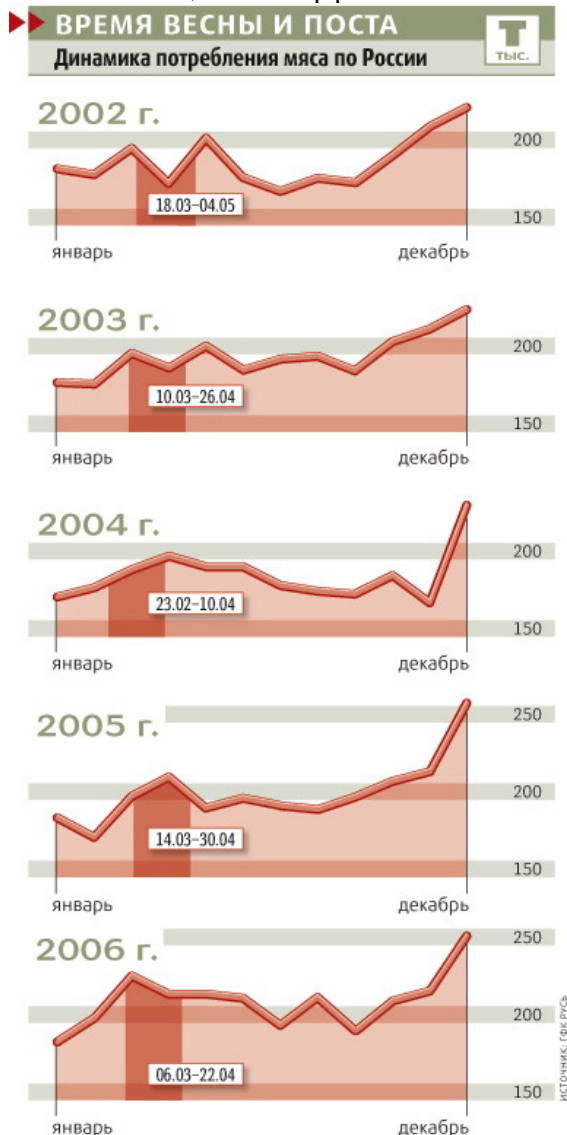
Пасха — главный праздник для православной церкви, традиция праздновать Христово Воскресение сохранялась даже в советские времена. Поэтому и предшествующий Пасхе семинедельный Великий пост для православных — основной. Время массового интереса к религии началось после празднования 1000-летия крещения Руси в 1988 г., тогда же в повседневную жизнь вернулись и посты. Уже в конце 1990-х гг. доля постящихся россиян стала заметна глазу социологов и с тех пор существенно не меняется. В 2007 г. о намерении полностью или частично соблюдать Великий пост заявили, по опросам “Левада-центра”, 19% россиян, в 1998 г. таких было 20%. Не очень изменился и состав постящихся: среди них преобладают пожилые люди — от 55 лет и старше, с доходами ниже среднего. В основном это женщины, доля мужчин только сокращается: в 2000 г. они составляли треть, в 2007 г. — чуть больше четверти. Это картина, которая вырисовывается со слов граждан. Но их дела, то есть реальное соблюдение поста, лучше опросов отражает динамика продовольственного рынка. В этом зеркале постящаяся Россия выглядит иной — более молодой и состоятельной, чем по версии социологов. Другое дело, что многие воспринимают пост как разновидность диеты накануне летнего сезона.

Постники мегаполисов

Мясо, алкоголь и вегетарианская продукция — если где и искать эффект поста, то на этих рынках. Несмотря на то что строгость Великого поста распространяется на любую пищу животного происхождения, постящиеся в первую очередь отказываются от мяса. Ну а алкоголь в пост запрещен — за исключением вина в отдельные дни.

Производители мясoproдуктов в один голос признают: спрос во время поста снижается. Вот только оценки этого спада отличаются в разы — от 10 до 30%. Компании могут себе

позволить некоторую приблизительность в подсчетах, растущий мясной рынок по итогам года с лихвой компенсирует временное падение продаж. **Группа компаний «Рубеж»** заметила появление “постного эффекта” 5-6 лет назад — тогда потребительский спрос в постные недели падал на 10%, отмечает гендиректор компании Василий Верюжский. Полтора года назад “Рубеж” открыл розничные подразделения, работающие в Питере и Москве, и оказалось, что в мегаполисах постников еще больше. “Продажи конечному потребителю в пост падают на 25-30%, — говорит Верюжский. — Я работаю по всей стране и вижу, что сильнее всего пост влияет на торговлю в столицах”. На 10% снижаются заказы розницы и у Лианозовского мясокомбината. Глава комбината и президент Мясного союза России Мушег Мамиконян замечает, что производители уже привыкли спокойно реагировать на “великопостный фактор” и изначально учитывают его в планах продаж, стараясь сокращать производство на этот период. Конечно, на продажи мяса влияет не только Великий пост, но и обычная сезонность, далекая от вопросов веры. Например, в январе потратившееся на Новый год население традиционно покупает меньше мяса. На майские праздники продажи, напротив, подскакивают на 15-20%. Но и на фоне сезонных колебаний оценить “эффект поста” можно.



60% годовой выручки производители соевых продуктов зарабатывают в недели поста

6% — на столько сокращаются продажи вина в дни поста в магазинах сети Metro C&C

Помогут торговые сети. Они стоят ближе к потребителю и лучше видят перемены в его поведении. С началом поста продажи мяса в магазинах Metro C&C заметно снижаются, отмечает директор по закупкам продовольственных товаров Стивен Кригер. В Москве спад 20%, в Екатеринбурге и Тюмени — аж 40%. Причем Кригер уточняет, что такое падение наблюдается накануне и в первые две недели Великого поста, что подтверждает данные социологов: большая часть постящихся все семь недель не выдерживает. В расположенных в Москве и Подмосковье супермаркетах “Седьмого континента” за первый месяц нынешнего поста продажи мяса сократились примерно на 7%. В деньгах это 3 млн руб., но магазины ничего не потеряли — выросший на 11% спрос на овощи и фрукты принес за тот же месяц дополнительные 20 млн руб. выручки. Причем если желание поесть свежих овощей можно объяснить мартовским авитаминозом, то рост продаж сухофруктов и орехов в гипермаркетах Metro C&C на 35% могли обеспечить только постящиеся.

Производители соевой продукции уж точно не задаются вопросом, чему они обязаны бурным ростом прибыли. “Во время поста у нас продажи увеличиваются в 10 раз. Если в обычное время мы продаем 500-600 кг соевого сыра в месяц, то в пост — 5-6 т”, — рассказывает гендиректор компании “Интерсоя” Андрей Богомолов. Всплеск спроса на продукцию он отмечает и в Рождественский пост. Соевый бизнес постами и живет — они дают около 60% годовой выручки, говорит Богомолов. Вот только в объеме “постные” продажи не растут уже несколько лет. “Количество постящихся не увеличивается”, — с грустью предполагает Богомолов.

В последние три года спрос на постные продукты пытаются обеспечить даже мясокомбинаты. К посту выпускают “колбасу без мяса, соевые паштеты, овощные котлеты”, перечисляет руководитель одного из региональных филиалов Микояновского комбината Алексей Юров. “Мясокомбинатам эта продукция дает не более 1-3% выручки, — говорит он. — Это скорее имиджевые акции”. Производителям важно, чтобы и в пост потребители не забывали их торговую марку.

Истинно постные пельмени

“Для нас отрадно, что все больше людей постятся ради души, а не чтобы диету соблюсти. Число таких людей особенно увеличилось за последние 3-4 года”, — замечает наместник Свято-Троицкой Александро-Невской лавры архимандрит Назарий. Он приводит часто звучащую перед постами жалобу прихожан: “Батюшка, я хочу поститься, но я много работаю, а в магазине ничего постного найти не могу”. Вот и приходится отцу Назарию проявлять снисхождение и разрешать употреблять непостные продукты, содержащие животные жиры или яичный порошок.

Два года назад в лавру обратился Константин Худoley, задумавший наладить производство настоящей постной продукции. Архимандриту идея понравилась. Полтора года Худoley согласовывал с настоятелем лавры рецептуры, ингредиенты и даже дизайн упаковки — на ней нет, например, изображения крестов, ведь упаковку придется выбрасывать. “В Александро-Невской лавре есть женщина, которая уже на протяжении 30 лет готовит монахам еду, — рассказывает Худoley. — Мы разговаривали с ней, смотрели старинные книги, пытаюсь найти блюда, которые можно было бы запустить в производство. Это очень сложно: одно дело готовить вручную, а другое — в промышленных масштабах”.

Великий пост показал, что спрос на продукцию даже выше, чем ожидалось. “Но людей надо приучать, надо объяснять, что это за продукция”, — говорит Худoley. Просвещение идет с помощью брошюр, календариков с православными постами, консультаций в

магазинах о том, что “пост — это не просто здоровое питание, а прежде всего духовное очищение, нечто большее, чем диета”.

Худолей уверяет, что православная продукция для него бизнес, а не проявление социальной ответственности. Помимо постной он начал производство и скоромной продукции — тоже по старинным рецептам. За прошедшие два года инвестиции в проект составили \$5 млн, через три года он должен выйти на уровень окупаемости. Судя по тому, каким спросом пользуется продукция, план будет выполнен. Иначе будет стыдно. “Мы решили выплачивать церковную десятину — а это делается с прибыли”, — говорит Худолей.

Отец Назарий понимает, что сейчас не XIX в., когда торговля мясом затихала от Масленицы до самой Пасхи: купцы и сами знали, что прогорят, если будут производить мясо в пост. “А теперь получается обратный процесс, — объясняет наместник лавры, — мы напоминаем предпринимателям, что наступает пост, объясняем, какой запрос у постящихся. А торговля уже начинает думать, что она сможет предложить этим людям”.

Алкогольные дни

Но стремящихся соблюдать Великий пост так же строго, как Худолей, немного. Об этом свидетельствует спрос на алкоголь: с наступлением поста он практически не уменьшается. По исследованиям компании ACNielsen, после новогоднего пика продажи снижаются на 10-15%, потом выравниваются и остаются стабильными до конца года. “Мы никогда не рассматриваем пост как сезонный спад”, — признается Михаил Назаренко, начальник отдела маркетинга Русской вино-водочной компании. Он считает, что и в пост многие пьют. Страсть к горячительным напиткам у мнимых постников такова, что они легко подведут научную базу под свои желания. “Я знаю людей, которые говорят: водка — продукт зерновой, там нет ничего животного, значит, и в пост можно”, — делится наблюдениями Назаренко.

Впрочем, в магазинах сети Metro С&С пост приводит к небольшому — на 6% — снижению продаж вина. Если исходить из данных социологов, это легко объяснить: основная категория постников — женщины, которые и в скоромное время потребляют мало алкоголя и почти незаметны для рынка. Поэтому и структура спроса на алкоголь во время поста меняется мало. Впрочем, так было не всегда. Глава департамента информации Союза участников алкогольного рынка Вадим Дробиз в 1990-е гг. возглавлял сбытовые подразделения нескольких крупных импортеров и дистрибуторов алкоголя. “Несколько лет подряд у нас ближе к весне начиналось падение продаж на 10-15%, — вспоминает Дробиз. — Вначале мы не могли понять причин, стали дергать своих региональных дистрибуторов, те дошли до розницы. И выяснилось, что это пост”. Сейчас, по его наблюдениям, такого сокращения не происходит. Дробиз полагает, что пик религиозной моды уже позади — он пришелся на конец прошлого века. Но, возможно, сыграло роль и то, что в 1990-е гг. среди постящихся была выше доля мужчин.

Богемные постницы

“В 1990-е гг. пост был популярен прежде всего среди бедных категорий населения — он помогал им экономить, а сейчас крен в другую сторону: появилось много состоятельных людей, которые воспринимают пост как часть модного увлечения здоровым образом жизни, вегетарианским питанием”, — делится мыслями глава компании-поставщика мяса “Мираторг” Александр Никитин. Структура постящихся омолодилась и сместилась в сторону среднего класса, соглашается эксперт агентства Magram Market Research Нана Лагвилава. Это заметили рестораторы. “Массовое введение постных блюд в меню началось 3-4 года назад, именно тогда появилась заметная доля постящихся клиентов”, — говорит Лагвилава. Но формального постного меню уже недостаточно. Общепит приспосабливается к тому, что постятся вечно спешащие офисные служащие. По оценкам

Magram Market Research, заведения, предложившие клиентам постные бизнес-ланчи, выиграли. У них продажи постных блюд увеличились на 30%, а обычные “постные” заказы в других ресторанах приросли всего на 10%.

Кроме менеджеров выручку добавляют и женщины, сидящие на диете. “В одном из ресторанов класса премиум была отмечена интересная особенность: многие клиентки соблюдают определенный график диет, по которому на время Великого поста приходится отказ от мясных и молочных продуктов”, — рассказывает Лагвилава.

Представителей церкви такое отношение к главному православному посту огорчает. “Пост должен сопровождаться работой души, — говорит замглавы миссионерского отдела Московского патриархата игумен Филипп. — А у нас изменился смысл поста: он от совершенствования духовного перешел к здоровью телесному”. Внешние формы пытаются соблюдать многие, но мало кто задумывается о религиозном смысле поста. “Меня больше волнует не сокращение продаж мяса, а количество добрых дел, совершенных во время Великого поста. Пока это почему-то мало наблюдается, — переживает отец Филипп. — Раньше в пост было принято посещать больницы, тюрьмы, помогать бедным. Это для христианина духовно полезнее отказа от мяса”. Производителям постных продуктов и рестораторам проще: мотивы постящихся им в общем-то безразличны, они просто удовлетворяют растущий спрос.

Наталья Биянова

(к содержанию)

Импорт мясного сырья в России

Экспорт мяса в Россию разрешен трем белорусским предприятиям

Strana.ru, 04.04.2007

Россельхознадзор разрешил в среду ввоз в Россию мясной продукции трем из 23 проверенных белорусских предприятий. Об этом сообщил пресс-секретарь ведомства Алексей Алексеенко.

"Изучив результаты совместной инспекции белорусских мясоперерабатывающих предприятий, Россельхознадзор принял решение разрешить поставки из Республики Беларусь в Россию мяса и сырых мясных продуктов компаниям "Беловежский", "Слуцкий мясокомбинат" и ФКУП "Столбцовский мясокомбинат", - сказал он. "Данные предприятия вырабатывают продукцию, соответствующую российским ветеринарно-санитарным нормам, и не используют сырье, произведенное за пределами республики", - пояснил Алексеенко. Он также сообщил, что остальные 20 проверенных предприятий перерабатывали мясо, поступившее из Польши. Таким образом, по словам представителя Россельхознадзора, была пресечена возможность реэкспорта польского мяса на российскую территорию России.

<http://www.strana.ru/news/310067.html>

(к содержанию)

РФ ограничила поставки мяса из Германии и Бельгии

Top.rbc.ru, 05.04.2007

Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) с сегодняшнего дня вводит временные ограничения на поставки мяса птицы с бельгийского предприятия BE E 2001 EEG/EG. Такое решение принято в связи с обнаружением сальмонеллы в партии куриного мяса, поступившей из Бельгии.

Россельхознадзор обратился к Федеральному агентству продовольственной безопасности Бельгии с просьбой провести расследование по выяснению причины бактериального загрязнения партии мяса, экспортированного в Россию, и принять соответствующие меры по избежанию подобных случаев в дальнейшем.

Также Россельхознадзор вводит временные ограничения на поставки мясной продукции в РФ с германского предприятия DAZ 917 EWG. Данное решение принято в связи с тем, что из проб, взятых из немецких партий куриного фарша, свинины и свиного фарша, были выделены культуры сальмонелл. Подобные ограничения в отношении других немецких предприятий были введены 6 и 15 марта 2007г.

Россельхознадзор обратился в управление здоровья животных и гигиены пищевой продукции Министерства защиты прав потребителей, продовольствия и сельского хозяйства Германии с просьбой провести расследование по выяснению причины загрязнения мясной продукции, предназначенной для экспорта в Россию.

Напомним, в феврале с.г. Россия ввела ограничения на поставки птицы и всех видов птицеводческой продукции из Великобритании. По информации Россельхознадзора, запрет был введен в связи с обнаружением в графстве Суффолк высокопатогенного гриппа птиц подтипа H5.

http://top.rbc.ru/index.shtml?/news/society/2007/04/05/05100627_bod.shtml
(к содержанию)

Россия с 6 апреля запрещает импорт мяса птицы из штата Вирджиния

Rian.ru, 05.04.2007

Россия с 6 апреля запрещает импорт птицеводческой продукции из штата Вирджиния США в связи со вспышками гриппа птиц H5N2, сообщил РИА Новости в четверг пресс-секретарь Россельхознадзора Алексей Алексеенко.

"В связи с регистрацией в штате Западная Вирджиния США вспышки гриппа птиц по типу H5N2, с 6 апреля Россельхознадзор вводит временные ограничения на ввоз из этого штата в РФ живой птицы, инкубационных яиц, мяса птицы, всех видов птицеводческой продукции, не прошедших термическую обработку, кормов и кормовых добавок для птицы", - сказал он.

Алексеенко отметил, что ограничения распространяются на продукцию, произведенную после 31 марта.

Россельхознадзор обратился в службу инспекции здоровья животных и растений, департамент США по сельскому хозяйству с просьбой срочно направить полную информацию по ситуации в США с гриппом птиц, его распространению, о мониторинговых исследованиях, по числу заболевшей, павшей и убитой птицы, а также о принятых мерах по ликвидации, профилактике гриппа птиц.

http://www.rian.ru/society/health_services/20070405/63155759.html
(к содержанию)

Государственное регулирование мясной отрасли

С 2008 г. Россия вводит страхование рисков в животноводстве

Product.ru, 06.04.2007

В 2008 г в России начнут страховать риски в животноводстве, передает "ИТАР-ТАСС". «В 2008 году из федерального бюджета будут выделены средства, и мы приступим к страхованию в животноводстве», сказал министр сельского хозяйства РФ А. Гордеев журналистам, отметив, что речь идет, в том числе, о "целом ряде болезней, включая грипп птиц».

Глава Минсельхоза напомнил, что в последние 5 лет в России при поддержке государства развивается система страхования рисков земледелия и урожая в растениеводстве. 50% тарифа сегодня компенсирует федеральный бюджет. Всего в систему страхования при поддержке государства включено около 40% площадей хозяйств под урожаем. В свою очередь председатель правления Россельхозбанка Ю. Трушин сообщил, что "на остальную часть выдаются кредиты на страховой взнос, и этот кредит включается в состав затрат, по которым возмещается процентная ставка федеральным и региональными бюджетами".

<http://www.product.ru/news.asp?ID=52761&RAZD=>
(к содержанию)

Тенденции в производстве и потреблении

"Ставропольский бройлер" в 2007г намерен увеличить продажи в Волгоградской области на 87%

Interfax.ru, 03.04.2007

ЗАО "Ставропольский бройлер" (Ставропольский край, входит в группу компаний "Агрос") намерено в 2007 году значительно увеличить объем реализации мяса птицы в Волгоградской области, сообщил директор по маркетингу компании Андрей Мерабов на пресс-конференции в Волгограде во вторник.

"В 2007 году мы будем активно осваивать волгоградский рынок и намерены увеличить объем реализации мяса птицы в регионе на 87% (по сравнению с 2006 годом - ИФ) - до 25,6 тыс. тонн", - сказал он.

Кроме того, отметил А.Мерабов, к концу нынешнего года ЗАО планирует вдвое увеличить количество торговых точек и довести их число до 468.

Он подчеркнул, что эти планы основываются на внедрении современных технологичных проектов по дистрибуции и стимулированию продаж.

"В текущем году мы продолжим устанавливать фирменное холодильное оборудование - и не только в крупных сетевых магазинах, но и сегменте более мелкого уровня. Это оборудование позволит поддерживать необходимый температурный режим, который будет гарантировать качество нашей продукции", - сказал А.Мерабов.

По его данным, в целом по Южному федеральному округу в 2007 году запланирована поставка 2 тыс. холодильных установок на общую сумму около \$2 млн. При этом 20-25% оборудования будет установлено в Волгоградской области.

А.Мерабов добавил, что в этом году компания продолжит работу по развитию и продвижению торговой марки "Благояр", "узнаваемость которой планируется увеличить в Волгоградской области до 70-75%".

Волгоградская область станет одним из первых регионов в ЮФО, в которых ЗАО, сказал его представитель, начнет активно развивать долгосрочную стратегию по увеличению доли рынка своей продукции. "Одна из главных стратегических задач компании - увеличение доли рынка в ЮФО с 18% до 33%", - отметил А.Мерабов.

В ЗАО "Ставропольский бройлер" входят бройлерные комплексы, племенное хозяйство, инкубатор, комбикормовый завод, мясоперерабатывающие комбинаты. Основным рынком сбыта продукции компании является Южный федеральный округ с емкостью потребления 300 тыс. тонн мяса птицы в год. Выручка компании в 2006 году составила \$77 млн.

Группа "Агрос" создана в октябре 2001 года. Основным акционером группы является компания "Интеррос" (95%).

"Ставропольский бройлер" до 2010г планирует вложить в развитие \$115 млн

ЗАО "Ставропольский бройлер" (Ставропольский край, входит в группу компаний "Агрос") планирует до 2010 года вложить в развитие производства \$115 млн, сообщил директор по маркетингу компании Андрей Мерабов на пресс-конференции во вторник в Волгограде.

По его словам, в настоящее время предприятие реализует масштабную инвестиционную программу, рассчитанную на период 2006-2009 годов. Объем ее финансирования в 2007

году составит \$28 млн и увеличится более чем в 3 раза по сравнению с прошлым годом (\$8,5 млн.).

Инвестиции в нынешнем году будут направлены на обновление производственных площадок, развитие инженерной инфраструктуры, реконструкцию корпусов.

"В целом реализация бизнес-плана позволит компании увеличить объем производства до 80 тыс. тонн продукции", - отметил А.Мерабов.

В 2007 году производство мяса птицы ожидается на уровне прошлого года, когда компания реализовала 42 тыс. тонн продукции (рост на 14% по сравнению с 2005 годом). При этом доля охлажденной продукции торговой марки "Благояр" составила 33%.

"В 2007 году мы не ожидаем увеличения объемов производства. Мы будем работать над качеством продукции, менеджмента, дистрибуции. Но при этом будем обеспечивать рост охлажденной продукции в общем объеме производства. По нашим оценкам, рост охлажденной продукции за счет сужения доли замороженной составит 20-25% в 2007 году", - сказал А.Мерабов.

Он добавил, что в 2006 году точки продаж охлажденной продукции "Ставропольского бройлера" в Южном федеральном округе по сравнению с 2005 годом увеличились на 14% и составили 2,5 тыс., замороженной продукцией - на 64%, до 4,9 тыс.

В ЗАО "Ставропольский бройлер" входят бройлерные комплексы, племенное хозяйство, инкубатор, комбикормовый завод, мясоперерабатывающие комбинаты. Основным рынком сбыта продукции компании является Южный федеральный округ с емкостью потребления 300 тыс. тонн мяса птицы в год. Выручка компании в 2006 году составила \$77 млн.

Группа "Агрос" создана в октябре 2001 года. Основным акционером группы является компания "Интеррос" (95%).

http://www.interfax.ru/r/B/ug/224.html?menu=35&id_issue=11705495
(к содержанию)

В Костромской области появляются новые животноводческие комплексы.

Agronews.ru, 02.04.2007

Как передает «Kostroma.RFN.ru», в районах области появляются новые животноводческие комплексы. Национальный проект «Развитие АПК» дал селянам возможность открывать и модернизировать фермы.

Строительство новой фермы в самом разгаре. Ее цена - 29 млн рублей. Эти средства руководство получило на нацпроекте «Развитие АПК». 18 млн рублей уйдет на здание, на остальные деньги планируется закупить оборудование, автоматические кормораздатчики и продуктивных коров.

Как считает директор ЗАО «Агромол» Михаил Дрозд: «Здесь, если полностью построим, будет 600 голов только дойного стада, где будет всего 3 доярки». Таким же способом осенью запустили ферму в деревне Ильино Буйского района. Последний кредит - 500 тыс. рублей - взяли на покупку племенных телок. Сейчас в хозяйстве 75 коров. В планах - расширяться и строить телятник. «Фактически мы делали первую тропу, как получить этот кредит по национальному проекту, - говорит глава администрации Буйского муниципального района Вячеслав Ягодин. - Долго мы его получали. Ну и на нас «обкатали» получение этого кредита, ферму мы построили. В этом году таким путем мы еще 5 ферм будем делать в нескольких хозяйствах».

Крупные предприятия давно оценили возможности, которые дает нацпроект «Развитие

АПК». В Буйском районе благодаря поддержке главы Вячеслава Ягодина кредит через «Россельхозбанк» получило и частное хозяйство Сергея Нечеухина - свиноферма. По словам главы фермерского хозяйства: «Кредиты, национальная программа - это помощь, без этого просто не вырвешься. Хотели бросать, года 3 назад, когда уже невтерпеж было». Губернатор области Виктор Шершунов порекомендовал взять курс на создание больших животноводческих комплексов, с фермами на 1 тыс. и более голов. Переговоры об этом с инвесторами уже ведутся.

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?Nid=35208>
(к содержанию)

За год производство мяса в Архангельской области увеличилось на 125%

Regnum.ru, 03.04.2007

В 1-м квартале 2007 года во всех категориях хозяйств реализация скота и птицы в живом весе увеличилось на 16%. В целом за год этот показатель увеличился на 125%. Об этом 3 апреля на пресс-конференции заявил директор АПК администрации Архангельской области Валентин Гинтов, сообщает корреспондент ИА REGNUM.

По его словам, в сельхозпредприятиях области за 3 месяца 2007 года произведено более 4 тыс. тонн мяса, что на 25% больше, чем за этот период 2006 года. При этом он добавил, что из общего объема производство мяса птицы занимает 3 тыс. тонн. Производство молока в области за год выросло почти на 100%. Валентин Гинтов заявил, что увеличение производства мяса связано с открытием новых цехов на птицефабриках, закупкой нового импортного оборудования на сельхозпредприятия. Кроме того, он сообщил, что в 2007 году департамент АПК заключил 2 договора с одной из крупных компаний, занимающихся поставкой импортного скота. "Один договор - на поставку 200 голов молочного скота в Вельский район, - сказал Гинтов, - второй - на поставку 200 голов скота мясного направления". Он пояснил, что данное сотрудничество позволит не только получать мясной скот, но и тиражировать его в те районы, которым это необходимо.

"Результаты 1 квартала текущего года говорят о том, что регион готов к реализации нацпроекта "Развитие АПК" и позволяет строить большие планы на будущее", - добавил Гинтов.

<http://www.regnum.ru/news/806688.html>
(к содержанию)

В рамках нацпроекта в Курскую область завезли английских свиней

Regnum.ru, 03.04.2007

На свинокомплекс ООО "Авангард" Глушковского района Курской области завезли тысячу свиноматок и десять хряков, сообщает корреспондент ИА REGNUM со ссылкой на данные администрации области.

Закупка чистопородного поголовья проходит в рамках национального проекта "Развитие АПК". В ближайшее время на свинокомплекс поступит еще две партии иностранцев, в таком же количества. "Авангард" приобрел чистопородных английских свиней. После трехнедельного карантина, на котором они находились в Венгрии под присмотром

курских специалистов государственной ветеринарной службы, в специальных машинах животные были доставлены на новое место жительства.

Как пояснили в комитете АПК, эти свинки требуют особого ухода и режима кормления. Оборудование свинокомплекса позволяет обеспечить все необходимые условия. Питание здесь строго дозировано, исключительно сухое: комбикорм, в составе которого входят необходимые микроэлементы. Все процессы - кормление, поение, чистка загонов - автоматизированы.

<http://www.regnum.ru/news/806722.html>
(к содержанию)

В Забайкалье возрождается племенное животноводство

Chita.rfn.ru, 04.04.2007

Ускоренное развитие животноводства – одно из основных направлений национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса». Особое внимание в нем уделено возрождению племенного животноводства. По оценке Минсельхоза России, реализация мер в этом направлении позволит закупить около 100 тысяч голов высокопродуктивного племенного скота. В Читинской области одиннадцать сельскохозяйственных предприятий получают по этой программе государственные субсидии.

Мысль о разведении племенных животных в сельскохозяйственном кооперативе «Талачинское» возникла давно. Но воплотить ее в жизнь решились только четыре года назад. Конечно, столкнулись с рядом проблем, как финансовых – племенные животные очень дорогие, так и производственных – размещение и уход требуют немалых усилий. Но в итоге результат превзошел ожидания. Сегодня в Талачинском хозяйстве – уже сотни голов крупно-рогатого скота мясной головеевской, коз горно-алтайской и баранов мясной породы. В общем, растить научились, пришло время реализации.

Виктор Черняков, директор ООО «Талачинское»: "В виду реализации нацпроекта по с/х мы в прошлом году реализовали 144 козы горно-алтайской породы, в нынешнем году появилась возможность реализации скота головеевской породы. В Сретенском районе мы реализовали первые 12 голов чистокровной головеевской породы, на нынешний год запланирована также реализация коз горно-алтайской породы по племобъединениям".

Племенных быков Виктор Черняков выбирал на родине «головеев» – Германии. Несмотря на существенную разницу в климате, в Забайкалье быки чувствуют себя хорошо. Свидетельствует об этом и значительная прибавка в весе – за год головы набирают несколько сот килограммов. Положительные отзывы вызывают и козы горно-алтайской породы.

Виктор Черняков, директор ООО «Талачинское»: «Получению и распространению этих животных способствовало то, что они неприхотливые. Можно прекрасно выращивать в домашних условиях – это получение мяса, кожсырья, пуха. Поэтому мы рассчитываем, что реализация коз горно-алтайской породы будет расширяться».

Возрождение племенного животноводства является сегодня необходимым направлением развития сельского хозяйства области. В этом году на это в рамках приоритетного национального проекта «АПК» поступят восемнадцать миллионов рублей государственных субсидий. Дополнительные средства получают одиннадцать сельскохозяйственных предприятий Забайкалья, которые занимаются разведением породистых овец, коров и лошадей.

<http://chita.rfn.ru/rnews.html?id=17695&cid=>
(к содержанию)

В 2007 году реконструкцию объектов животноводства продолжат 17 предприятий Саратовской области.

Rost.ru, 04.04.2007

В 2007 году работу по реконструкции животноводческих комплексов и ферм в рамках направления «Ускоренное развитие животноводства» приоритетного национального проекта «Развитие АПК» продолжат 17 предприятий Саратовской области.

На период 2007-2008 годов от предприятий всех форм собственности поступили 73 заявки на участие в инвестиционных проектах на общую сумму привлекаемых кредитных средств более 1 млрд руб.

На приобретение племенного скота в текущем году поступили заявки на 11 тыс. голов племенных животных всех видов, в том числе крупного рогатого скота – 5 тыс. голов, свиней – 3 тыс. голов и овец – 3 тыс. голов. Из них будет приобретено в лизинг 1,5 тыс. голов всех видов сельскохозяйственных животных.

От приобретенного в 2006 году племенного скота в текущем году будет получено приплода всех видов скота в количестве 11,8 тыс. голов, из них телят – 1280 голов, поросят – 9,5 тыс. голов, ягнят – 1100 голов. Дополнительно будет произведено мяса в живом весе 14 тыс. тонн, молока – 4 тыс. тонн, что позволит обеспечить выполнение целевых показателей.

В 2006 году в хозяйствах всех категорий произведено 205 тыс. тонн мяса, темп роста к 2005 году составил 102,8%. В общероссийском рейтинге по валовому производству мяса область занимает десятое место, а по Приволжскому федеральному округу – третье.

Всего за два года производство мяса в области намечено увеличить на 14,5%, сообщают в пресс-службе губернатора.

http://www.rost.ru/news/2007/04/041429_8617.shtml
(к содержанию)

В 2007 году животноводство в рамках нацпроекта будут развивать 65 хозяйств Московской области.

Rost.ru, 05.04.2007

65 сельскохозяйственных организаций Московской области изъявили желание участвовать в реализации приоритетного национального проекта «Развитие АПК» по направлению «Ускоренное развитие животноводства» в 2007 году.

В настоящее время ими проводится работа по заключению кредитных договоров с российскими кредитными организациями, сообщают в министерстве сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

На софинансирование мероприятий по ускоренному развитию животноводства бюджетом области предусматриваются субсидии в размере 140 млн руб. по кредитам на срок до 8 лет на строительство, реконструкцию и модернизацию животноводческих комплексов (ферм) и комплексов (ферм) по осуществлению промышленного рыбоводства.

На субсидирование части затрат по 5-летним кредитам на приобретение племенного скота, техники и оборудования для животноводческих комплексов (ферм) и племенного

материала рыб, техники и оборудования для промышленного рыбоводства в бюджете области предусмотрены средства в размере 20 млн руб.

Плановые годовые объемы субсидий на 2007 в рамках национального проекта «Развитие АПК», утвержденные Министерством сельского хозяйства РФ, составили: на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам на развитие животноводства и промышленного рыбоводства – 311 млн руб., в том числе на промышленное рыбоводство – 2 млн руб.; на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам на развитие малых форм хозяйствования в АПК – 22,1 млн руб.

http://www.rost.ru/news/2007/04/051602_8642.shtml
(к содержанию)

Владимирская область: В Юрьев-Польском районе не знают, куда девать десятки тонн свинины

Rosinvest.com, 05.03.2007

Пока чиновники отчитываются об исполнении национального проекта в области сельского хозяйства, российские фермеры разоряются. Пример - СПК "Кинобол" в Юрьев-Польском районе нашей области. Хозяйство на грани банкротства - и не потому, что плохо работают, а потому, что не могут продать десятки тонн отборной свинины. Как получилось, что качественный отечественный товар оказался никому не нужен - работники хозяйства поделились со Светланой Деменевой.

"Купил поросенка - спас хозяйство". Аксию под таким названием готовы объявить в Юрьев - Польском районе. СПК "Кинобол" терпит колоссальные убытки. 1,5 тысячи голов свиней вырастили - но продать мясо нет возможности. Цены снизили до 35 рублей за килограмм. Ниже предела.

Татьяна ПЕТУХОВА, зоотехник СПК "Колхоз Кинобол": "Взрослых животных - таких как матки - даже приходится выбрасывать. Перестреливать и выбрасывать старых маток - Как перестреливать? - Так, перестреливать. Никто не берет".

Председатель СПК искал пути реализации - но пока не нашел. На мясокомбинат в больших количествах свинину не берут - на местные и тем более, столичные рынки - не пробиться. Покупательская способность у сельских жителей низкая. Даже по дешевой цене на мясо спроса нет.

Владимир КОТКОВ, председатель СПК "Колхоз Кинобол": "Мясо, в основном привозится из-за границы - очень низкая цена - из-за границы идет мясо. Поэтому, наверно, наше мясо никому не нужно".

Проще все поголовье забить - и закопать, - говорят в хозяйстве - чем тратить на корм деньги. В месяц нужно 90 тонн. Раньше с радостью - а теперь с тоской считают каждый килограмм привеса у поросят. Если вес свиныни превысит 140 килограммов - ее вообще никуда не сдадут.

1,5 тысячи голов свиней стали обузой для хозяйства. С каждым килограммом привеса поросят здесь считают убытки. Один килограмм привеса - 10 рублей убытков. Бригадир свиноводческого цеха Ольга Чиликова, как и ее подчиненные получает сейчас часть зарплаты мясом. И еще - 2 тысячи рублей. В бригаде 12 человек. По иронии судьбы, зарплата в бригаде зависит от привеса поросят.

Ольга ЧИЛИКОВА, бригадир свиноводческого цеха СПК "Колхоз Кинобол": "Где-то пишем ходатайство, идем к председателю, чтоб как-то доплатил - а так - был бы спрос - была ба продажа - было бы больше. У нас идет от привесов - а мы не можем сейчас дать".

Подобная ситуация сложилась во многих хозяйствах региона. Сегодня ее обсуждали на совещании как раз в Юрьев - Польском районе. Директор областного департамента сельского хозяйства считает, что все дело в рынках. Они для сельхозпроизводителей должны быть доступны. Закон принят - а еще нормально не заработал. Проблему должны решать районные власти. На уровне Президента - который стал инициатором закона, и областных властей - дело с мертвой точки не сдвинуть.

Вячеслав ГУСЕВ, директор департамента сельского хозяйства администрации Владимирской области: "Одна из наших задач на сегодняшний день, и вы знаете, что вышел закон о рынках - помочь селянам сегодня войти в рынки сельскохозяйственные, как муниципальных образований, так и во Владимире".

При такой цене на мясо в СПК "Кинобол" на рынке в Юрьев - Польском свинина стоит в три раза дороже. Правда, торгуют мясом здесь всего в одном ларьке. Да и то - три раза в неделю. Сегодня продавцов нет. Нет и директора.

- У нас торгуют частники - никто их не забывает - сами торгуют, живым весом скупают и продают - Цена больше ста рублей? - Больше - Сколько- 130, 150, 170? - Да.

<http://www.rosinvest.com/news/278979/>
(к содержанию)

Пермские свиньи охладели к кунгурским мясникам. Свинокомплекс ищет альтернативные пути сбыта

Kommersant.ru (Коммерсант-Пермь – региональный выпуск), 06.04.2007

У ФГУП «Свинокомплекс „Пермский“» может серьезно поменяться расклад основных потребителей. Поставки продукции ФГУП «Свинокомплекс „Пермский“» на Кунгурский мясокомбинат в апреле могут снизиться в четыре раза. Свинокомплекс не соглашается на снижение цены своему главному потребителю и теперь ищет альтернативные пути сбыта. По мнению источников „Ъ“, все эти перемены связаны со сменой собственника на свинокомплексе. Кунгурский комбинат в свою очередь не боится потерять поставщика и готов переориентироваться на другие регионы.

Как стало известно „Ъ“, у свинокомплекса не заладились отношения с одним из его основных потребителей — Кунгурским мясокомбинатом. Как утверждает гендиректор свинокомплекса Станислав Леонтьев, «Кунгурский» требует снижения цены на свинину более чем на 10%: с 51-52 рублей за килограмм до 45 рублей. По словам Станислава Леонтьева, это цена замороженного мяса, а не свежего. Руководство ФГУП не намерено идти навстречу мясокомбинату. «Мы не можем продавать дешевле, себестоимость у нас такая. Так что решение за ними — или они будут по согласованной цене брать у нас или будут искать альтернативных поставщиков», — говорит Станислав Леонтьев. Если стороны не смогут договориться, то в апреле объем поставок свинины для Кунгурского мясокомбината составит 200 тонн. В то время как раньше он закупал около 800 тонн в месяц. При этом мясокомбинату «Пермский» (контролируется группой «Продо». — „Ъ“) свинокомплекс увеличивает поставки. По словам Станислава Леонтьева, в этом месяце они составят 600 тонн (по данным „Ъ“, ранее «Пермский» брал около 300 тонн). Кроме того, сейчас свинокомплекс ищет альтернативные пути сбыта. Как рассказал гендиректор ФГУП, уже решено сотрудничать с краснокамским мясокомбинатом «Кэлми». Стоит отметить, что ранее, когда предприятие было в процедуре банкротства, владельцы «Кэлми» неоднократно вели переговоры с ФГУП. «Но они не могли выдержать условия свинокомплекса по предоплате», — сообщил „Ъ“ источник, близкий к ФГУП.

Плюс ко всему, как сообщил Станислав Леонтьев, свинокомплекс планирует начать поставки напрямую, без посредников, крупным предприятиям (с численностью от 100 человек). Это будут наборы из охлажденного мяса, которые будут привозиться прямо на предприятия. Как сообщил Станислав Леонтьев, оператором проекта будет торговая сеть «Флагман». «Мы уходим от посредников, укорачиваем цепочку», — отметил гендиректор свинокомплекса.

Ъ ФГУП «Свинокомплекс „Пермский“» (пос. Майский, Краснокамский район) входит в тройку крупнейших производителей свинины в России. Предприятие ежегодно производит 18-21 тыс. тонн свинины (82% свиного мяса в регионе). В ФГУП входят два откормочных комплекса, цех переработки. Летом 2005 года свинокомплекс был объявлен банкротом, в отношении него была введена процедура конкурсного производства. Основным кредитором ФГУП был Кунгурский мясокомбинат, он хотел удержать контроль над ним, выкупив единым лотом с торгов. Однако неожиданно в конце прошлого года за активы свинокомплекса развернулась жесткая борьба. В середине февраля 2007 года ЗАО «Премиум-уголь» (официально действовало в интересах Росимущества, а по данным „Ъ“ — в интересах компании «Русская свинина» Вадима Варшавского) погасило всю «кредиторку» предприятия, и суд вывел его из банкротства.

Таким образом, сейчас на предприятии происходят серьезные изменения в отношениях с партнерами, и структура потребителей может кардинально поменяться. Источники „Ъ“, знакомые с ситуацией, считают, что эти перемены связаны именно с приходом нового собственника. «Поменялся собственник — поменялся расклад. Если свинокомплекс найдет нишу для реализации, то проблем у него не будет», — считает источник, близкий к ФГУП.

Источник „Ъ“ в «Продо» считает, что такое развитие ситуации было ожидаемым после смены собственника. «До этого свинокомплекс плотно работал с Кунгурским мясокомбинатом. А сейчас отношения у них натянутые. Из-за активов продолжаются судебные тяжбы», — отметил источник. По его мнению, не исключено, что свинокомплекс и «Кунгурский» вообще прекратят сотрудничество, «если рынок позволит».

Между тем на Кунгурском мясокомбинате не склонны драматизировать ситуацию. Генеральный директор предприятия Сергей Куренев сообщил, что сейчас идет «нормальный процесс урегулирования взаимоотношений» со свинокомплексом. При этом он отметил, что даже если сотрудничество с ФГУП прекратится, то сырье комбинат может завозить из Удмуртии, Башкирии.

<http://www.kommersant.ru/region/perm/page.htm?year=2007&issue=57&id=204858§ion=1814>

(к содержанию)

За 2006 год сельхозпредприятия Тверской области увеличили рост объемов производства скота и птицы на 7,8%.

Rost.ru, 06.04.2007

Льготное кредитование, осуществляемое в рамках реализации приоритетного национального проекта «Развитие АПК», способствовало тому, что сельхозтоваропроизводители Тверской области смогли на практике обеспечить

увеличение производства своей продукции. Об этом на совещании по подведению итогов прошедшего сельскохозяйственного года сообщил губернатор области Дмитрий Зеленин. Так, по направлению нацпроекта «Ускоренное развитие животноводства» за 2006 год в сельхозпредприятиях области получен рост объемов производства скота и птицы в живом весе на 7,8%, продуктивность коров увеличилась на 5,4%.

Как сообщили в администрации Тверской области, на софинансирование федеральных программ развития АПК в 2006 году из областного бюджета перечислено 286,3 млн руб., что в 1,3 раза больше, чем в 2005 году.

В целом в текущем году финансирование отрасли из областного бюджета увеличится еще на 20% и составит более 347 млн руб. При этом свыше 40% средств от годовых бюджетных назначений выделяется на проведение весенних полевых работ, что составляет около 140 млн руб.

http://www.rost.ru/news/2007/04/061520_8660.shtml
(к содержанию)

ОАО "Рассвет" вложило 250 млн руб. в восстановление хозяйства

Interfax.ru, 06.04.2007

В ОАО "Рассвет" (Ленинградская область, входит в ООО "Холдинговая компания "Парнас") вышло на проектную мощность, увеличив поголовье рогатого скота до 10,8 тыс. голов, сообщил журналистам главный инженер ОАО "Рассвет" Ярослав Малюк.

По его словам, инвестиции в восстановление хозяйства составили более 250 млн рублей. В ближайших планах компании - строительство второй очереди животноводческого комплекса по выращиванию молодняка на 5,6 тыс. голов. На эти цели "Россельхозбанк" выделил 100 млн рублей, такую же сумму планирует вложить ОАО "Парнас".

"В настоящий момент мы занимаем площадь почти 16 тыс. га. С открытием второй очереди мы расширимся практически в 1,5 раза, а это значит, что нам надо будет заготавливать в 1,5 раза больше кормов. В связи с этим мы планируем увеличить площадь пахотных земель. Кроме того, мы уже закупили новую технику, а также отремонтировали старую. На ее ремонт потратили свыше 2 млн рублей", - рассказал Я.Малюк.

Он также отметил, что компания выращивает телят по отечественной методике. "Эта технология Невского объединения совхозов, благодаря ней телята ежедневно прибавляют в среднем 800 гр. А это серьезная победа. В итоге за 390 дней содержания в комплексе, маленькие двухнедельные сорокакилограммовые телята превращаются в молодых бычков, весом свыше 400 кг", - сказал главный инженер.

Как рассказал Я.Малюк, компания в основном закупает бычков у частных производителей на территории Ленинградской, Новгородской и Псковской областях. В прошлом году мощность предприятия составила более 2 тыс. тонн мяса, это примерно 5,5 тыс. голов.

"Сейчас каждый производитель пытается поставить очередной рекорд по надоям с одной фуражной коровы. Однако при этом забывается необходимость лактации коров, а это значит, что телята рождаются квелье, примерно 40% из них на сегодня приходят к нам не жизнеспособными, поэтому приходится их выхаживать и доводить до необходимого веса. Ежегодно на лечение таких вот детенышей мы тратим свыше 300 тыс. рублей", - сказал Я.Малюк.

ООО "Холдинговая компания Парнас" владеет мясокомбинатами в Ленинградской области, мясокомбинатом в Твери и ООО "Торговый дом". Менеджмент компании

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»



владеет 56,28% акций, 29,3% акций принадлежит Европейскому банку реконструкции и развития.

http://www.interfax.ru/r/B/sz/222.html?menu=32&id_issue=11708411
(к содержанию)

Новости животноводства и птицеводства

В Ярославской области перестали разводить крупный рогатый скот

Emeat.ru, 06.04.2007

В "Ярославльстат" из Москвы поступили предварительные итоги сельскохозяйственной переписи, а именно данные по личным подсобным хозяйствам и так называемым некоммерческим объединениям граждан. В числе последних – садоводческие, огороднические, дачные и животноводческие. И большая часть из них на момент подсчетов, то есть на первое июля 2006 года, функционировала. Лишь 12 процентов оказались заброшенными. Что касается личных подсобных хозяйств, то их на территории области насчитали 249 тысяч, 76 % из них занимаются производством сельхозпродукции преимущественно для самообеспечения. А вот крупный рогатый скот практически не разводят. Соответственно и кормовые культуры занимают только два процента от общей площади посевов, зато картофель - 84 процента. Все данные сейчас специалисты изучают, затем будут изданы специальные сборники. И в конце текущего года их разошлют во все районы региона.

<http://www.emeat.ru/new.php?id=9694>

(к содержанию)

Новости мясоперерабатывающей отрасли

В Красноярске работают десятки предприятий, производящие качественную мясную продукцию

24rus.ru, 02.04.2007

Продовольственный рынок Красноярска в последние годы заметно изменился — стал более конкурентным. Это касается и сферы мясной продукции и колбас. В Красноярске одновременно и активно работают десятки предприятий, производящих известные в России бренды, такие как «Дымов», «Черкизовский», «Бутербродница», «КПК», «Земир», «MaBP», «Томский» и другие. Каждый производитель серьезно относится к мнению покупателей и старается четко очертить свой участок рынка, свою ценовую нишу, своего потребителя. В Красноярском представительстве ООО «Абаканская мясная компания» корреспонденту НИА рассказали о главном конкурентном преимуществе компании: «Это, конечно же, качество мяса. Многие производители сориентированы на закупку мяса из-за рубежа. Мы же в основном используем свежее мясо. Сегодня поставщиками сырья для мясоперерабатывающего производства являются многие действующие предприятия сельского хозяйства Республики Хакасия и Красноярского края и ряд предприятий Новосибирской области. Тем самым мы не только создаем рабочие места и оставляем добавочную стоимость в регионе, но и обеспечиваем превосходное качество и вкус свежего мяса в наших изделиях. Нам кажется, что наш покупатель это ценит».

<http://www.24rus.ru/more.php?UID=12511>

(к содержанию)

Новости оптовой и розничной торговли

Группа компаний "Дикси" в I квартале 2007г. открыла восемь объектов в регионах РФ, увеличив количество магазинов в сети до 333.

Foodmedia.ru, 03.04.2007

Как сообщили в компании, за январь-март новые магазины были открыты в Ярославле, Рязани, Кингисеппе, Кондопоге и по два объекта в Челябинске и Петрозаводске. В I квартале с открытием магазинов в Петрозаводске и Кондопоге группа вышла на розничный рынок Карелии. Общая площадь магазинов, открытых за первые три месяца текущего года, составила 5 тыс. 303,88 кв. м. Общая площадь всех розничных магазинов, входящих в группу компаний "Дикси", составляет 290 тыс. 582,02 кв. м.

Группа "Дикси" занимается розничной торговлей продуктами питания и товарами повседневного спроса. Сеть "Дикси" была основана в 1998г. и на 31 марта 2007г. управляла 333 магазинами, включая 5 гипермаркетов "Мегамарт" и 7 супермаркетов "Минимарт" в трех федеральных округах России. Консолидированная неаудированная выручка группы компаний "Дикси" по итогам 2006г. выросла по сравнению с 2005г. на 26% — до 1 млрд 086 млн долл. (с учетом оборотов дистрибуционного бизнеса).

http://www.foodmedia.ru/?space=1&line=28&article=4417&a_y=2007&a_m=4

[\(к содержанию\)](#)

Самыми информационно активными оказались X5 Retail Group N.V., "Магнит" и "Копейка"

Foodmedia.ru, 04.04.2007

В условиях динамично развивающегося розничного рынка информационная активность стала не только одним из наиболее важных ресурсов, но и необходимым условием эффективного развития российского ритейла.

В рамках отраслевого обзора "Торговые сети: IV квартал 2006 года" специалисты ИА "INFOLine" провели анализ информационной активности российских торговых сетей FMCG (Fast Moving Consumer Goods - товаров повседневного спроса) за 2006 год. При обработке данных специалисты ИА "INFOLine" разделили компании на группы и составили рейтинг, который ранжирует крупнейшие торговые сети по уровню информационной активности.

Проанализировав основные события, формирующие информационный фон вокруг сетей, специалисты ИА "INFOLine" отметили, что повышение информационной открытости компаний в большинстве случаев обуславливается необходимостью формирования положительного имиджа в глазах инвесторов в преддверии IPO и размещения облигационного займа. Существенное влияние на информационную политику и, как следствие, на объем иницируемых информационных материалов оказывают также проведение сделок M&A (слияния и поглощения), изменения в кадровом составе

руководящих или аффилированных структур, а также экспансия сетей в регионы и развитие новых форматов торговли.

Согласно проведенному анализу, в тройку лидеров по информационной активности вошли холдинг "X5 Retail Group N.V.", "Магнит" и "Копейка".

Внимание СМИ к деятельности "X5 Retail Group N.V.", в частности, к сетям "Пятерочка" и "Перекресток" было обусловлено, в первую очередь, их слиянием, длившимся с апреля. Также важным информационным поводом стало признание "X5 Retail Group N.V." компанией года в номинации "Торговая сеть" на награждении премией "Компания года 2006", учрежденной "РБК". У сети "Магнит" наблюдалось стабильное повышение информационной активности на протяжении всего года. По состоянию на декабрь 2006 года количество упоминаний в СМИ возросло в 3 раза по сравнению с январем, что было связано в первую очередь с первичным размещением акций на российских биржах. Помимо вышеназванных факторов, обуславливающих повышение информационной активности, немаловажное значение имеет также привлечение сторонних специалистов для разработки медиа-стратегии компании. Например, сеть "Лента" провела тендер на разработку PR-стратегии по выводу сети на региональный рынок и начала вести активную информационную политику. Сеть "Самохвал" заключила договор на PR поддержку с информационным агентством "INFOLine", что позволило обеспечить положительную динамику и увеличить среднее количество публикаций приблизительно на 20% (по состоянию на декабрь 2006 года по сравнению с январем).

В рамках анализа информационной активности торговых сетей FMCG специалисты ИА "INFOLine" сопоставили информационную активность сети и место, которое компания занимает в рейтинге по розничному товарообороту (по итогам 2005 года). При сравнении данных показателей был сделан следующий вывод: размер товарооборота и величина сети не всегда совпадают с активностью информационной политики, которую проводит компания.

Яркий пример - сеть "Metro Cash&Carry", которая занимает второе место по объему розничного товарооборота, но при этом находится в группе сетей с низкой информационной активностью. Средний объем публикаций о компании в год сопоставим с такими сетями как "О'Кей" и "Мосмарт", которые в рейтинге занимают гораздо более низкое положение как по розничному товарообороту, так и по представленности в регионах.

Характерной чертой является также то, что большинство компаний со средним и низким объемом товарооборота проявляют заметную информационную активность, как, например, "Копейка" и "Патэрсон". Показательным в данном случае является пример сети "Карусель". Выйдя на рынок сравнительно недавно, компания при помощи активизации информационной политики смогла достигнуть уровня публикаций, сопоставимого с уровнем сетей "Дикси" и "Мегамарт", а также "Гроссмарт" и "Билла".

http://www.foodmedia.ru/?space=4&line=28&article=4421&a_y=2007&a_m=4
(к содержанию)

"Семья" отправилась в супермаркет и готовится к походу на Москву

Коммерсант-Петербург, 06.04.2007

Как стало известно Ъ, ООО "Интерторг" -- оператор сети магазинов эконом-класса "Семья" -- собирается освоить новый формат, до конца года открыв в Санкт-Петербурге

пять супермаркетов. Одновременно в Москве компания намерена открыть 15 магазинов в формате "у дома". По оценкам экспертов, совокупные инвестиции "Интерторга" в эти проекты составят около \$20 млн. Аналитики считают, что компания вовремя решила выйти в сегмент супермаркетов, так как эта ниша все еще не заполнена.

О намерении сети "Семья" освоить сегмент супермаркетов Ъ сообщил ее генеральный директор Михаил Абдуллаев. По его словам, на первом этапе будет открыто пять таких магазинов. "Это будут магазины средней площадью не менее 1,5 тыс. кв. м под новым брендом, который сейчас находится в процессе регистрации. Выход в новый сегмент позволит предложить покупателям более широкую ассортиментную матрицу (до 10 тыс. наименований) и продавать товары с большей наценкой", -- заявил Ъ генеральный директор сети "Семья" Михаил Абдуллаев. Кроме этого сеть вынашивает амбициозные планы по выходу на московский рынок магазинов "у дома". "Первый магазин в столице откроется на этой неделе. Всего до конца года в Москве будет открыто около 15 магазинов средней площадью до 1 тыс. кв. м", -- прогнозирует Михаил Абдуллаев. Объем инвестиций в эти проекты компания не разглашает. Но, по оценкам директора филиала сети "Перекресток" в Петербурге Александра Скобелева, инвестиции в открытие супермаркета средней площадью около 1-1,2 тыс. кв. м могут составлять примерно \$2-2,5 млн, а открытие московских точек обойдется компании приблизительно в \$8 млн. Таким образом, на реализацию планов сети "Семья" потребуется около \$20 млн.

Отметим, что действующие в сегменте супермаркетов игроки также собираются расширяться. Так, "Перекресток" планирует открыть в этом году пять новых точек. А холдинг "Марта" собирается открыть примерно семь магазинов под марками Grossmart и Villa. Оператор сети гипермаркетов "О'кей", открывший в прошлом году первый супермаркет "О'кей-экспресс", в нынешнем году планирует продолжить освоение этой ниши. "В наших планах запустить еще около 15 торговых точек формата супермаркет", -- пояснил один из топ-менеджеров сети "О'кей".

По мнению экспертов, формат супермаркетов еще только начинает развиваться Петербурге и у этой ниши хорошие перспективы роста. "Оборот розничной торговли продуктами питания в Петербурге в 2006 году составил \$3,5-3,8 млрд, из них всего \$350-400 млн приходится на супермаркеты, входящие в организованную розницу", -- говорит Максим Саенков, аналитик отдела анализа рынка акций компании "Инвестиционный банк 'КИТ Финанс'". По мнению участников рынка, число супермаркетов в ближайшее время может увеличиться как минимум в три раза. Сейчас в городе действует около 100 таких магазинов.

В то же время аналитики отмечают, что у новых игроков могут возникнуть сложности. "У сетей универсамов или магазинов 'у дома' может не хватить финансовых или управленческих ресурсов для развития формата супермаркетов, так как это принципиально новый для них сегмент", -- считает эксперт компании Advanced Research Светлана Труханович. Помимо этого в городе довольно острый дефицит свободных пятен для строительства отдельно стоящих магазинов, а торговых центров для создания в них встроенных супермаркетов на всех игроков не хватит.

Мария Мокейчева

(к содержанию)

"Мосмарт" придет в каждый дом

Rosinvest.com, 06.04.2007

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»

ГРУППА КОМПАНИЙ
РУБЕЖ

Розничная сеть продуктовых магазинов "Мосмарт" планирует развивать собственный проект по продаже товаров для дома в своих магазинах, сообщил гендиректор ЗАО "Мосмарт" Эрик Блондо. По его словам, в рамках проекта предполагается партнерство с одним из розничных игроков рынка товаров для дома. Ведутся переговоры с несколькими участниками рынка, но окончательное решение пока не принято, сообщили в компании. Проект будет развиваться в рамках категорийного менеджмента, в котором партнер "Мосмарта" будет отвечать за категорию товаров, представленных в гипермаркете "Мосмарт". Кроме того, "Мосмарт" планирует аналогичный проект, "Мосмарт"-путешествия", и в его рамках — собственную сеть по продаже путевок.

<http://www.rosinvest.com/news/279241/>
(к содержанию)