

БИЗНЕС ДИАЛОГ

business dialog media

МЕДИА

№ 2 март 2022



ТЕМА НОМЕРА:

АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС

ЭЛЬНАРА АВАКЯН,
генеральный директор ООО «XXI век»:

**«ЯРМАРКА! МЕСТО ВСТРЕЧИ
ИЗМЕНИТЬ НЕЛЬЗЯ...»**

Бизнес-Диалог Медиа

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса

**«БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»:
РАЗГОВОР О БИЗНЕСЕ И ДЛЯ БИЗНЕСА 16+**

Учредитель и издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»

Председатель редакционной коллегии: Вадим Винокуров

Главный редактор: Мария Суворовская

Редактор номера: Елена Александрова

Корреспонденты: Виктория Лукьянова, Дарья Бакарина, Эльвина Антеева, Алексей Сокольский, Михаил Грунин

Дирекция развития и PR: Наталья Фастова, Ольга Иванова

Фотограф: Ольга Можилан

Заместитель директора по коммерческим вопросам: Ирина Длугач

Дизайн/вёрстка: Елена Кислицына

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР».

Москва, ул. Электrozаводская, д. 20, стр. 3

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА», публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не обязательно должно совпадать с мнением редакции. Перепечатка материалов и их использование в любой форме допускается только с разрешения редакции журнала «Бизнес-Диалог Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа»

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-65967 от 6 июня 2016 года.

Адрес редакции: 143966, Московская область, г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23, e-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7-495-730-55-50

Подписано в печать 05.08.2021 г., тираж – 15000 экземпляров. Цена свободная

Использованы фотографии: medvestnik.ru, mosreg.ru, norehovo.ru, bez-korony.ru, vk.com > sportivnikvartal

Представительское распространение: администрация губернатора Московской области, правительство Московской области, Московская областная дума, Торгово-промышленная палата Российской Федерации, территориальные Торгово-промышленные палаты Московской области, администрации муниципальных образований Московской области, индустриальные парки и особые экономические зоны Московской области, свыше 30 отелей и загородных клубов Московской области, бизнес-сообщество Московской области.**Нас можно увидеть:**

Стойки в Московской областной думе,

в Торгово-промышленной палате РФ,

в Доме правительства Московской области,

в загородных отелях и клубах Московской области.

Подробнее об услугах «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА» смотрите по адресу:

<http://www.rbgmedia.ru/>**Тарифы на оказание рекламных услуг в журнале:**

2-ая полоса обложки	60 500 рублей	4-ая полоса обложки	69 500 рублей
2-ая полоса обложки+1-я полоса	113 500 рублей	Разворот (две полосы)	102 500 рублей
3-ая полоса обложки	56 500 рублей	1-ая полоса внутри журнала	69 500 рублей
		Одна полоса внутри журнала	62 000 рублей

«Бизнес-Диалог Медиа» выступал информационным партнёром:

Областной форум «Я – гражданин Подмосковья», Международный агропромышленный молочный форум, Международный аграрный форум «Овощкульт», финал Национального чемпионата «WorldSkillsRussia», Всероссийская премия «Благое дело», Первый Франко-Российский бизнес-форум, бизнес-форум «Атланты», Российско-Казахский инвестиционный форум, Российско-Азиатский международный бизнес-форум, форум «Энергоэффективное Подмосковье».

«Бизнес-Диалог Медиа» на своих страницах предлагает обзоры деловых новостей и трендов современного бизнеса, рейтинги, интервью, новости экономической и финансовой жизни Московской области, статьи о практических аспектах предпринимательства, управленческих технологиях, календарь деловых событий, коллекцию идей из разных отраслей для желающих заняться новым бизнесом или развить существующий. «Бизнес-Диалог Медиа» продвигает товары и услуги отечественных компаний, фирм и предприятий. Редакция приглашает читателей к информационному взаимодействию, а представителей бизнеса – к взаимовыгодному сотрудничеству.

2	ЗАО «МАТВЕЕВСКОЕ» ЖИВЁТ, РАЗВИВАЕТСЯ И ПРОЦВЕТАЕТ, И ЭТО ГЛАВНЫЙ УСПЕХ!
4	МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ СООБЩАЕТ
8	НОВОСТИ МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
12	РОСТСЕЛЬМАШ: ПОБЕДЫ И ПЛАНЫ
13	«ЭМБАРГО 2014 ГОДА ПОКАЗАЛО, ЧТО РОССИЙСКИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УСТОЙЧИВЫ К ЭКОНОМИЧЕСКИМ СТРЕССАМ»
14	РОСАГРОЛИЗИНГ СООБЩАЕТ
15	РОССИЙСКИЙ ЗАВОД NUTRICIA В ИСТРЕ – ГОРДОСТЬ РЕГИОНА!
16	ЭЛЬНАРА АВАКЯН, ООО «XXI ВЕК»: «ЯРМАРКА: МЕСТО ВСТРЕЧИ ИЗМЕНИТЬ НЕЛЬЗЯ!»
22	ГК «РУССКИЙ ОГОРОД»: 30 ЛЕТ НА БЛАГО СТАНОВЛЕНИЯ САДОВОДЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ
26	УЧАСТНИК НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ АГРООБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ
30	«РУСФИД»: «ДЛЯ ЖИВОТНЫХ, КАК И ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ВАЖНЫ ВСЕ КОМПОНЕНТЫ ПИТАНИЯ»
34	PETSCOPE – АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА RETAL ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО МОНИТОРИНГА
36	«УНАСФЕРМА»: ЭКОЛОГИЧНОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ, ЗДОРОВЬЕ
40	АНТОН ПАШКЕВИЧ, АЛЛА ХВАСТУНОВА, ГК «ВЕРТИКАЛЬ»: «НАШИ ОБЪЕКТЫ СТАЛИ ВИЗИТНОЙ КАРТОЧКОЙ БАЛАШИХИ!»
44	«ПРОФСИРОП»: ВКУСНЫЙ БИЗНЕС
45	ЛЮДМИЛА МАКАРОВА, ИСТРИНСКОЕ РАЙПО: «ПОТРЕБКООПЕРАЦИЯ НЕСЁТ СОЦИАЛЬНУЮ МИССИЮ»
46	PARK INN В ОДИНЦОВО: ПОД ГОРДОЙ МАРКОЙ RADISSON

ЗАО «МАТВЕЕВСКОЕ» ЖИВЁТ И РАЗВИВАЕТСЯ. И ЭТО ГЛАВНЫЙ УСПЕХ!

ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «МАТВЕЕВСКОЕ» В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ЯВЛЯЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВО ОВОЩЕЙ ЗАЩИЩЁННОГО ГРУНТА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ВЫСШЕГО КАЧЕСТВА. ТЕПЛИЧНЫЙ КОМПЛЕКС ПРЕДПРИЯТИЯ РАСПОЛОЖЕН В ОДИНЦОВСКОМ, А ФЕРМЫ – В МОЖАЙСКОМ РАЙОНЕ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.

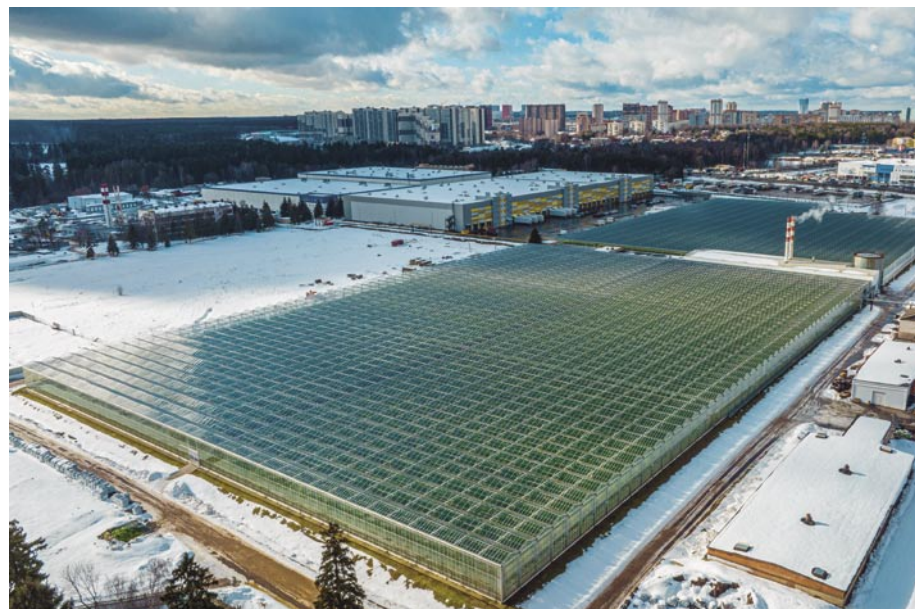
Первое упоминание о Матвеевском питомнике, как о хозяйстве, относится к 1935 году. В 1960 году мелкие хозяйства, в основном узкопрофильные, объединялись в многоотраслевые государственные предприятия. В состав совхоза «Матвеевский», кроме плодового питомника, вошли колхоз имени Октябрьской революции, колхоз «Пробуждение» и колхоз «Заря», а в 1965 году к ним присоединились земли колхоза «Дружба».

В 1978 году совхоз «Матвеевский» стал победителем Всесоюзного социалистического соревнования с занесением на Всесоюзную Доску почёта на ВДНХ СССР, а в 1979 году получил переходящее Красное Знамя ЦК КПСС. Мясо-молочное направление также успешно развивалось, о чём свидетельствует присвоение хозяйству в 1997 году Министерством сельского хозяйства Московской области статуса племенного репродуктора по разведению крупного рогатого скота чёрно-пёстрой породы.

Тепличный комбинат, построенный в 1972-1975 годах на этих землях, определил специализацию хозяйства по выращиванию овощей в защищённом грунте. За годы работы совхоз «Матвеевский» славился высокими урожаями тепличных овощей, высококвалифицированным кадровым составом, работники предприятия были удостоены высоких правительственных наград.

На предприятии в 2013 году были введены в эксплуатацию новые скважины, расположенные в непосредственной близости от теплиц, через новые водопроводы чистая артезианская вода пошла к растениям, а также в другие производственные помещения. Особого уважения заслуживает биологическая защита растений от вредителей, которой в «Матвеевском» уделяется пристальное внимание, благодаря чему на международном конкурсе «Экологически безопасная продукция» продукция «Матвеевского» получила высшую награду!

В настоящее время ЗАО «Матвеевское» – это высокотехнологичное стабильное предприятие с высоким уровнем культуры производства. Только за один 2000 год предприятие награждено на международном конкурсе дипломом «Экологически чистая и безопасная продукция», золотыми медалями ВВЦ по четырём видам продукции (огурцы, томаты, баклажаны, перец), высшей общественной наградой Российской Федерации в сфере производства и продовольствия «За изобилие и процветание России».



Общий объём производства овощей тепличного комбината составляет более 2400 тонн продукции в год. Прямо с грядки продукция попадает на стол покупателей Одинцовского района и Подмосковья.

В 2005 году в ЗАО «Матвеевское» введено в эксплуатацию 2,7 га голландских теплиц для выращивания томатов, а в 2015 году осуществлено строительство нового комплекса современных теплиц площадью 3 га.

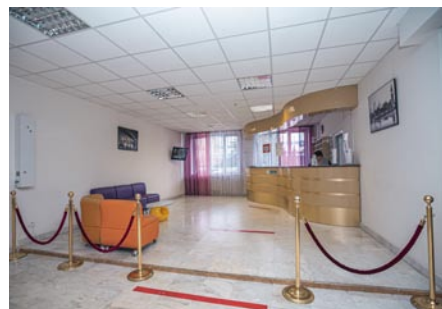
В «Матвеевском» создана и функционирует своя хорошо оснащённая биолaborатория по производству энтомофагов. Защита растений от вредителей ведётся биологическим методом – с применением биопрепаратов и энтомофагов; с каждым годом растёт ассортимент производимых энтомофагов: фитосейулюс, энкарзия, галлица, афидиус, амблисейулюс.

В 2007 году был построен и введён в действие завод по переработке молока и выпуску кисломолочной продукции. Проектная мощность завода – 20 тонн переработки молока в сутки, он оснащён новейшим технологическим оборудованием отечественного производства. Для производства молочной продукции используется молоко наивысшего качества. Ассортимент молока и кисломолочной продукции составляет более 20 наименований.

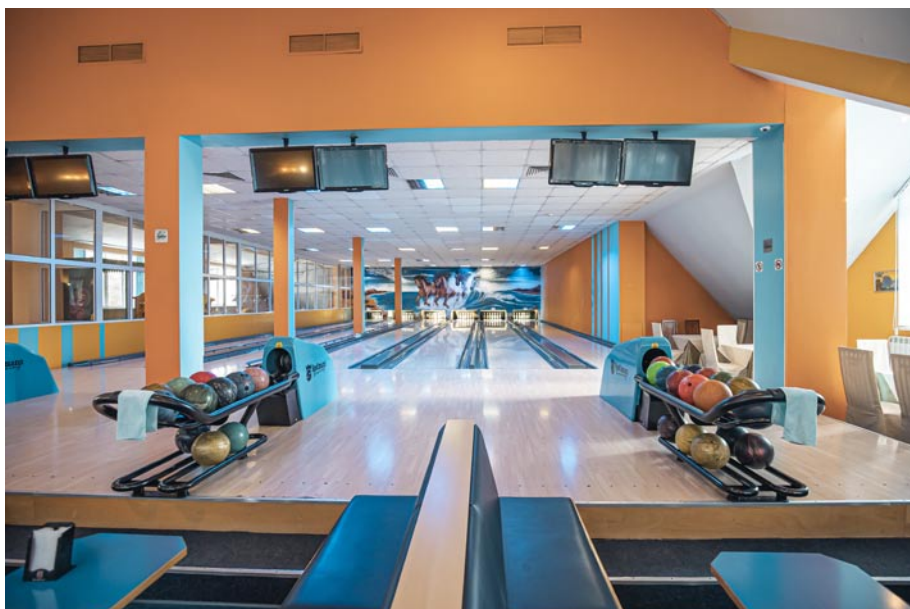
Для обеспечения молочного завода сырьём и создания кормовой базы племенного животноводства в 2002 году ЗАО «Матвеевское» приобрело обанкротившееся хозяйство в Можайском районе – ЗАО «Сокольниково». Годовой надой молока в ЗАО «Сокольниково» – в среднем 9,5 тонн на одну корову, а общее производство молока – более 20 тонн в сутки, из которых высшим сортом сдаётся на молокозаводы 30% молока, первым сортом – 70%. За 2021 год ЗАО «Сокольниково» произвело более 7400 тонн молока, что составляет 44,3% от производства молока всего Можайского района. На фермах тщательно следят за здоровьем животных, от которого в первую очередь зависит качество молочных продуктов, выпускаемых под брендом ЗАО «Матвеевское».



Большинство сотрудников, а сегодня в ЗАО «Матвеевское» более 200 человек, работают на предприятии многие годы и имеют солидный опыт и широкие познания в своём деле. Это те, кто любит свою работу, все вместе они одна надёжная команда. Руководство заботится о социально-бытовых условиях для работников предприятия: хозяйство имеет свою кафестоловую-боулинг на 150 мест, гостиницу, детский сад.



В 2013 году закончилось строительство, введены в эксплуатацию 1 и 2-я очереди современного складского комплекса общей площадью около 30 тыс. кв. м. А в 2021 году сдана в эксплуатацию 1 очередь складского комплекса общей площадью 27 тыс. кв. м. Реализация этого проекта помогает поддерживать стабильное финансовое положение предприятия в непростых условиях функционирования тепличной и молочной отраслей.



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ СООБЩАЕТ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ФЕРМЕРСТВА В РОССИИ ОБСУДИЛИ В ПЕРВЫЙ ДЕНЬ XXXIII СЪЕЗДА АККОР

16 февраля в Москве состоялось рабочее совещание участников XXXIII съезда Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР). Участие в мероприятии приняли руководители Минсельхоза России, Россельхозбанка, Росагролизинга, представители региональных органов власти, главы фермерских хозяйств и кооперативных объединений из 70 регионов страны.

Заместитель министра сельского хозяйства Елена Фастова подчеркнула, что Минсельхоз уделяет особое внимание вопросам развития малого агробизнеса в стране – этому сегменту доступен весь комплекс мер господдержки. При этом некоторые инструменты, в частности гранты, разработаны специально для фермеров. Одной из наиболее эффективных и востребованных среди аграриев мер поддержки остаётся льготное кредитование. В 2021 году сумма выданных малым формам хозяйствования краткосрочных кредитов составила 73,46 млрд рублей, что на 27% больше, чем годом ранее. Также в прошлом году отмечался рост инвестиционного кредитования – 61,36 млрд рублей (+55% по сравнению с 2020 годом), более чем на 5,6% выросло количество малых агропредприятий, воспользовавшихся данным видом поддержки.

Также в фокусе внимания министерства – развитие сельскохозяйственного страхования, в том числе при чрезвычайных ситуациях природного характера. Застрахованная посевная площадь среди малых форм хозяйствования по итогам 2021 года составила порядка 900 тыс. га, получили госсубсидии по договорам сельхозстрахования 734 предприятия МСП. По словам Елены Фастовой, Минсельхоз продолжит работу по повышению доступности господдержки и оперативности доведения средств до аграриев, а также по увеличению объёмов финансирования.

Заместитель министра сельского хозяйства Андрей Разин отметил, что малый



бизнес занимает одну из ключевых позиций в сфере растениеводства и животноводства. За последние шесть лет фермеры обеспечили прирост производства всех видов мяса на 30%, молока – на 44%, яиц – на 41%. Кроме того, хозяйства стабильно наращивают поголовье скота: за указан-

ный период численность КРС увеличилась на 613 тыс. голов, в том числе коров – на 271 тыс. голов. В прошлом году фермерами было обеспечено производство трети основных сельхозкультур, что позволило собрать достойный урожай.

Заместитель министра сельского хозяйства Максим Увайдов напомнил фермерам, что соблюдение ветеринарных требований имеет решающее значение для обеспечения благоприятной эпидемиологической обстановки в стране – это залог здоровья животных и людей, а также гарантия безопасности продукции животноводства. Кроме того, он отметил, что большим потенциалом развития в нашей стране обладает сегмент органического производства. На текущий момент порядка 30% организаций, вошедших в реестр производителей, относится к малым формам хозяйствования. Для них предусмотрена бесплатная сертификация органического производства Роскачеством. Также производители могут получить компенсацию затрат на сертификацию экспортно ориентированной продукции.

В ходе мероприятия участники обсудили обеспечение аграриев удобрениями и сельхозтехникой, развитие сельских территорий и другие актуальные вопросы. Минсельхоз проработает предложения фермеров и учтёт их в дальнейшей работе ведомства.

РОССИЯ ПОЛНОСТЬЮ ОБЕСПЕЧИВАЕТ СЕБЯ ОСНОВНЫМИ ВИДАМИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

Российская Федерация полностью обеспечивает себя основными видами продовольствия: зерном и продуктами его переработки, мясной и рыбной продукцией, сахаром, растительным маслом и другими ключевыми продуктами питания. Собственное производство молочной продукции, овощей и фруктов уже обеспечивает значительную часть внутреннего потребления.

Потребность в импортных товарах незначительна и в основном приходится на продукцию, которую не производят в нашей стране в силу климатических условий. При этом российские импортёры работают с широким кругом стран-поставщиков.

Таким образом, внутренний рынок надёжно защищён, а риски для продовольственной безопасности исключены.



В РОССИИ ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОС УРОВЕНЬ СТРАХОВАНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Механизм сельскохозяйственного страхования поступательно развивается, привлекая всё больше российских аграриев. Так, в прошлом году застрахованная посевная площадь в стране увеличилась на 18,7%, а застрахованное поголовье сельскохозяйственных животных – на 32,9%.

В целом в 2021 году было застраховано 6 млн га, или 7,7% посевной площади в России. Общая страховая сумма и начисленная премия по принятым на субсидирование договорам составили 205,2 млрд рублей и 6,2 млрд рублей соответственно.

Застрахованное поголовье достигло 10,77 млн условных голов, или 37,02% от общей численности сельскохозяйственных. Размер страховой суммы по данному направлению составил 206,2 млрд рублей, а начисленной премии – 2,1 млрд рублей. Кроме того, было застраховано 9,8 тыс. тонн рыбы. Страховая сумма в области аквакультуры достигла 2 млрд рублей, а премия – 36,9 млн рублей.

В последние годы в нашей стране фиксируется устойчивая положительная динамика в сфере агрострахования. В теку-



щем году начал работать новый механизм господдержки – компенсация ущерба при возникновении чрезвычайных ситуаций природного характера. Он предполагает

увеличение размера субсидируемой части страховой премии в случае гибели урожая сельскохозяйственных культур и посадок многолетних насаждений в результате ЧС.

ПРАВИТЕЛЬСТВО РФ НАПРАВИТ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА НА ЛЬГОТНЫЕ КРЕДИТЫ ДЛЯ АГРАРИЕВ

Правительство Российской Федерации приняло решение о выделении Минсельхозу дополнительно 5 млрд рублей на реализацию механизма льготного кредитования АПК. Данная мера позволит обеспечить поддержку более 8 тыс. ранее выданных льготных кредитов, что особенно важно в период посевной кампании. Об этом сегодня заявил премьер-министр Михаил Мишустин на заседании Правительства РФ.

Кроме того, Минсельхозом России внесён в правительство проект изменений в постановление № 1528, которые предусматривают:

- пролонгацию льготных краткосрочных кредитов на срок до одного года при условии, что срок такого кредита истекает в 2022 году;
- отсрочку платежей по выплате основного долга, приходящихся на период с 01.03.2022 по 31.05.2022 г., по ранее



предоставленному льготному инвестиционному кредиту при условии, что срок такой отсрочки не превысит шести месяцев, а срок кредитного договора (соглашения) истекает в 2022 году;

– увеличение с 15.02.2022 г. размера субсидирования по вновь заключаемым льготным краткосрочным кредитам до 100% ключевой ставки Банка России;

– что по заключённым в период 2017-2021 годов кредитным договорам, предусматривающим предоставление льготных инвестиционных кредитов, размер субсидии рассчитывается в период с 15.03.2022 по 15.09.2022 г., исходя из 50% ключевой ставки Банка России.

Также в настоящее время Минсельхоз готовит предложения по выделению из резервного фонда правительства бюджетных ассигнований для предоставления новых льготных краткосрочных кредитов.

ВСТУПИЛ В СИЛУ ЗАКОН «О СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ, СЫРЬЕ И ПРОДОВОЛЬСТВИИ С УЛУЧШЕННЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ»

С 1 марта 2022 года в России вступил в силу закон «О сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии с улучшенными характеристиками». Он направлен на развитие рынка таких товаров в нашей стране и повышение их доступности для потребителей.

Закон устанавливает соответствующие понятия, а также определяет основные требования к производству улучшенной сельскохозяйственной продукции, продовольствия, промышленной и иной продукции. Среди них: применение при производстве агропромышленных и иных технологий, которые соответствуют установленным экологическим, санитарно-эпидемиологическим, ветеринарным и иным требованиям и оказывают минимальное негативное воздействие на окружающую среду; использование повторно перерабатываемых и биоразлагаемых упаковки и упаковочных материалов; запрет на применение клонирования и методов генной инженерии, ионизирующего излучения.

Минсельхоз России является правообладателем товарного знака «Зелёный эталон»,

который будет использоваться как отличительный признак такой продукции при маркировке. Производители имеют право разместить знак «Зелёный эталон» на своих товарах после получения соответствующего сертификата. В настоящее время аккредитованный орган по сертификации – Роскачество. В рамках технического комитета по «зелёной» стандартизации, созданного на базе Роскачества, уже разработано шесть национальных стандартов. Закреплены такие понятия, как сельскохозяйственная продукция с улучшенными характеристиками, продовольствие с улучшенными характеристиками, промышленная и иная продукция с улучшенными характеристиками. Также в

стандартах содержатся требования к производству, хранению, транспортировке и реализации.

«Соблюдение экологического баланса и выпуск здоровых продуктов являются одними из ключевых трендов современного общества последних десятилетий. В том числе мы видим это по существенному интересу со стороны производителей и потребителей к органической продукции. Понятие органической продукции в нашей стране на законодательном уровне появилось два года назад, и сегодня в России сертифицировано уже более 100 производителей. Убеждён, что у продукции со знаком «Зелёный эталон» также большие перспективы на отечественном рынке. Она не только гарантирует высокий стандарт качества, но и будет вполне доступна по цене для массового потребителя», – отметил заместитель министра сельского хозяйства Максим Увайдов.



В МИНСЕЛЬХОЗЕ ОБСУДИЛИ ВОПРОСЫ НАРАЩИВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПТИЦЕВОДЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Развитие птицеводства и обеспечение благополучной эпизоотической ситуации в этом сегменте обсудили в Минсельхозе России. В мероприятии под председательством заместителя министра сельского хозяйства Андрея Разина приняли участие руководители региональных органов управления АПК, Россельхознадзора, представители бизнеса и науки.

Как было отмечено на совещании, в последние годы отрасль устойчиво развивается. В 2021 году в хозяйствах всех категорий производство птицы (в живом весе) увеличилось до 6,72 млн тонн, яиц – до 44,9 млрд шт. Положительная динамика сохранилась в январе текущего года – в сельхозорганизациях произведено 523 тыс. тонн птицы, что на 9,4% больше, чем годом ранее.

Основной задачей является сохранение достигнутых объёмов производства.



Для этого требуются обеспечение эпизоотического благополучия и повышение качества ветеринарного обслуживания. Важно не допустить распространения высокопатогенного гриппа птиц в регионах страны. По словам Андрея Разина, в настоящее время ситуация в отрасли стабильна.

Особое внимание было уделено обеспечению производителей племенным материалом. На сегодняшний день отечественные репродукторы имеют все условия для использования племенной птицы родительских форм для получения финального гибрида. Одновременно в текущих условиях в целях бесперебойного обеспечения птицеводческих предприятий инкубационными яйцами ведётся работа по расширению географии их поставок из ряда стран-импортёров.

МИНСЕЛЬХОЗ ОЖИДАЕТ СОХРАНЕНИЯ ПОЗИТИВНОЙ ДИНАМИКИ ПРОИЗВОДСТВА ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ ПО ВСЕМ КЛЮЧЕВЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ

Об этом заявил министр сельского хозяйства Дмитрий Патрушев 17 февраля на пленарном заседании XXXIII съезда Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР). На мероприятии, в котором приняли участие делегаты из 70 регионов страны, а также руководство Минсельхоза России, других ведомств и отраслевых госкомпаний, обсудили перспективы фермерского движения в стране, меры господдержки малых форм хозяйствования и развитие сельских территорий.

Глава Минсельхоза зачитал участникам мероприятия приветственный адрес Председателя Правительства Российской Федерации Михаила Мишустина. По словам премьер-министра, поддержка фермерства и кооперации – один из приоритетов государственной политики. Правительство и дальше будет уделять серьёзное внимание развитию малых форм хозяйствования, снижению административных барьеров, стимулировать появление новых предпринимателей, создавать благоприятные условия для аграриев.

Как отметил Дмитрий Патрушев, фермерское сообщество является одним из драйверов развития сельских территорий и продолжает демонстрировать стабильный рост производства аграрной продукции. В прошлом году фермерские хозяйства обеспечили треть урожая зерновых. Также они активно занимаются производством овощей открытого грунта и картофеля. Кроме того, в прошлом году в России был получен рекордный объём плодов и

ягод, значительная часть произведена хозяйствами малых форм. Важную роль они играют и в сфере животноводства, в первую очередь в молочном направлении. В частности, КФХ планомерно увеличивают поголовье, а на протяжении трёх последних лет темпы роста производства молока в фермерских хозяйствах опережают динамику сельхозорганизаций.



«Мы рассчитываем, что позитивная динамика будет сохраняться по всем ключевым направлениям. В том числе для этого предусмотрен широкий инструментарий мер господдержки. В очередной раз хотел бы подчеркнуть, что все они доступны малому бизнесу. На данный сегмент ежегодно направляются внушительные средства федерального и региональных бюджетов, составляющие практически половину общего объёма прямой поддержки сельхозтоваропроизводителей», – заявил Дмитрий Патрушев.

При этом для МФХ предусмотрен отдельный лимит по льготным краткосроч-

ным и инвестиционным кредитам. Благодаря этому в 2021 году организации малых форм заключили более 15 тыс. договоров на сумму порядка 160 млрд рублей – на 30% больше, чем годом ранее. Кроме того, существуют механизмы, доступные исключительно МФХ. Это поддержка в рамках федерального проекта «Акселерация субъектов МСП», а также гранты в рамках «стимулирующей» субсидии. В прошлом году на данные цели из федерального бюджета было направлено около 12 млрд рублей.

Глава Минсельхоза отметил, что благодаря всему комплексу мероприятий по поддержке малых форм за три года в сельское хозяйство вовлечено более 62 тыс. человек. Создано почти 10 тыс. новых субъектов МСП, а в сельхозкооперацию включилось свыше 43 тыс. представителей малого агробизнеса и ЛПХ.

Одна из стратегических задач на перспективу – сделать жизнь на селе более комфортной. Для этого третий год Минсельхоз реализует госпрограмму «Комплексное развитие сельских территорий». По словам Дмитрия Патрушева, она широко поддерживается на всех уровнях и очень востребована жителями села. За 2020–2021 годы мероприятия госпрограммы охватили более 8 млн человек и 6,5 тыс. населённых пунктов. Условия проживания улучшило свыше 100 тыс. семей, из которых 96 тыс. – по программе сельской ипотеки. Помимо этого, на сельских территориях за два года создано 34 тыс. новых рабочих мест в различных отраслях.

В 2022 ГОДУ РОССИЯ ОБЕСПЕЧИТ СТАБИЛЬНЫЕ ОБЪЁМЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Российское животноводство в последние годы показывает устойчивые темпы роста производства мяса и молока. Наша страна уже полностью обеспечена основными видами мясных изделий и закрывает значительную часть внутреннего потребления молочной продукции. В текущем году, по оценке ведомства, положительная динамика сохранится.

По итогам января 2022 года производство скота и птицы на убой в сельхозорганизациях увеличилось на 7,8% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года – до 997,8 тыс. тонн. В том числе в свиноводстве показатель вырос на 6,1%, по крупному рогатому скоту – на 7,1%, по птице – на 9,4%. Производство молока достигло 1,53 млн тонн (+2,5%), а

производство яиц составило, по оценке Минсельхоза, 2,77 млрд штук (+2,1%).

Прирост производства способствует сохранению стабильной ценовой ситуации на рынке мяса. Так, по данным Минсельхоза на 23 февраля, стоимость свинины у производителей за месяц снизилась на 3,6%, мяса кур – на 0,9%.

НОВОСТИ МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

«ПОДМОСКОВНЫЕ 10 ГЕКТАРОВ» – НОВАЯ МЕРА ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ



Перед Новым годом принят закон Московской области № 280/2021-ОЗ «О некоторых вопросах предоставления в безвозмездное пользование земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, для осуществления крестьянским (фермерским) хозяйством его деятельности».

Этот закон стал важным этапом в проводимой Минсельхозпродом Московской области работе по привлечению в регион инвесторов от аграрного сектора, созда-

нию благоприятных условий хозяйствования для сельхозтоваропроизводителей.

Закон даёт возможность КФХ, осуществляющим свою деятельность в Подмоскowie, получить в безвозмездное пользование на срок до шести лет земельные участки областной или муниципальной собственности. Минимальный размер земельного участка составляет 10 га.

Зампред правительства Московской области Георгий Филимонов отметил важное значение закона для аграрного сектора Подмоскowie:

«Я рассматриваю «Подмосковные 10 гектаров» как экспериментальную инициативу, которая придаст значительный стимул развитию фермерского хозяйства в Московской области и повысит инвестиционную привлекательность региона. Согласно принятому закону безвозмездное предоставление земли предусматривает-

ся на территории трёх городских округов: Лотошино, Серебряные Пруды, Шатуры. В случае успеха эксперимента мы внедрим безвозмездное предоставление земли и в других городских округах».

Принятый закон предусматривает предоставление земельных участков из перечня, который утверждается Министерством имущественных отношений Московской области.

«В настоящее время Министерством сельского хозяйства и продовольствия Московской области произведён подбор земельных участков областной и муниципальной собственности для формирования перечня», – сказал министр Сергей Воскресенский.

Приём заявлений на предоставление земельных участков в безвозмездное пользование планируется начать в апреле 2022 года.

МИНИСТР СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ СЕРГЕЙ ВОСКРЕСЕНСКИЙ ВЫСТУПИЛ С ДОКЛАДОМ НА ЗАСЕДАНИИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТНОЙ ДУМЫ

Министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Сергей Воскресенский выступил с докладом о реализации государственной программы «Сельское хозяйство Подмоскowie» в 2021 году в рамках часа правительства на заседании Московской областной Думы.

Докладывая об итогах прошлого года в аграрном секторе, секторе пищевой и перерабатывающей промышленности, глава Минсельхозпрода отметил, что в 2021 году выделенные бюджетом средства были реализованы на 99,8% и составили 7040 млн руб.

Были выполнены основные показатели производства сельскохозяйственной продукции.

Сергей Воскресенский отметил увеличение показателей по производству овощей, картофеля, молока и мяса.

Министр уделил особое внимание увеличению экспорта:

«Мы перевыполнили план, поставленный нам федеральными коллегами, на 16%», – сказал С. Воскресенский.

В 2021 году он составил 1380,1 млн \$, что позволило Подмоскowie занять 2-е место в ЦФО и 6-е – в РФ по экспорту продукции АПК.



Структуру экспорта составляют мясо и мясные субпродукты, кондитерские изделия, напитки, молочная продукция и корма для животных.

По объёму экспорта ряда категорий продукции Московская область является лидером в РФ.

Министерством в прошлом году было рассмотрено и одобрено 53 реестра потенциальных заёмщиков, претендующих на получение льготного инвестиционного кредита на сумму 23,7 млрд рублей.

Лидерами по привлечению инвестиций стали:

- Воскресенск – 6891 млн руб.;
- Кашира – 3308 млн руб.;

- Ступино – 2722 млн руб.;
- Подольск – 2562 млн руб.;
- Дмитров – 2443 млн руб.

«В 2021 году реализовано 22 крупных проекта в аграрном секторе. Создано 2,5 тыс. рабочих мест. Общая сумма инвестиций составила порядка 44 млрд рублей», – сказал С. Воскресенский.

Налоговые поступления в бюджет Московской области в 2021 году составили:

- производство пищевых продуктов: 22,3 млрд руб. (+12,6%);
- производство напитков: 53,4 млрд руб. (+8,3%).

Министр также сообщил об итогах работы Государственной ветеринарной службы.

В прошлом году количество случаев бешенства на территории Московской области среди диких плотоядных и домашних животных снизилось в пять раз. На сегодняшний день ни одного случая бешенства в регионе не зарегистрировано.

В целях обеспечения благополучия области по особо опасным болезням проведено 3,4 млн исследований проб в 13 лабораториях для исключения возбудителей болезней животных, в том числе опасных для человека.

В МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ ПОЛНЫМ ХОДОМ ИДЁТ ПОДГОТОВКА К ПРОВЕДЕНИЮ ВЕСЕННИХ ПОЛЕВЫХ РАБОТ

По оперативным данным, яровой сев в 2022 году составит 234,9 тыс. га (+15,4 тыс. га к 2021 году). Начало проведения, с учётом климатических условий, запланировано на первую декаду апреля.

Сельхозтоваропроизводители полностью обеспечены семенами зерновых, зернобобовых, овощных культур и картофеля.

Готовность самоходной сельскохозяйственной и почвообрабатывающей техники в сельскохозяйственных организациях Московской области составляет 82%.

У подмосковных аграриев есть достаточное количество тракторов, почвообрабатывающей и посевной техники, чтобы в оптимальные сроки выполнить предстоящий объём весенних агротехнологических работ. В настоящее время проводятся технические осмотры сельскохозяйственной техники, даётся оценка её готовности к весеннему полевому сезону.



Также создаётся запас минеральных удобрений, семян и горюче-смазочных материалов. В текущем году в посевной кампании будет задействовано 4019 тракторов, более 922 плугов, 839 культиваторов, порядка 667 сеялок.

Для подготовки к весенним полевым работам сельхозпроизводители Московской области используют собственные средства, привлекают кредитные ресурсы, а также средства господдержки.

В 2021 году хозяйствам региона на приобретение сельскохозяйственной техники оказана государственная поддержка в сумме более 276,980 млн рублей.

Для проведения весенних полевых работ потребность в минеральных удобрениях составляет 96,4 тыс. тонн.

На 11 февраля 2022 года приобретено 16,3 тыс. тонн и законтрактовано 27 тыс. тонн.

Обеспеченность, с учётом законтрактованных объёмов, составляет 45,0%.

Закупка удобрений продолжается.

«ОЧЕНЬ ВАЖНО НАЙТИ БАЛАНС МЕЖДУ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ЛЮДЕЙ И ГУМАННЫМ ОТНОШЕНИЕМ К ЖИВОТНЫМ»

В последнее время всё актуальнее становится вопрос контроля бродячих животных. Только за четвертую неделю января в Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области поступило от граждан 428 обращений с просьбами отловить собак без владельцев.

«Нашли и щенков, и взрослых особей, 368 собак забрали и поместили на карантин. Перед тем как вернуться к жизни на воле, они пройдут вакцинацию, обработку от экто- и эндопаразитов, стерилизацию/кастрацию. Очень важно найти баланс между безопасностью людей и гуманным отношением к животным», – сказал заместитель председателя правительства Московской области Георгий Филмонов.

«В 2021-м мы отловили, вакцинировали от бешенства и стерилизовали более 14 000 собак, около 500 животных пристроено в добрые руки. В этом году работу продолжим. Акцент будет сделан на пожизненном содержании агрессивных собак и изъятии животных с детских площадок, школ детских садов и мест



массового нахождения наших жителей», – подчеркнул министр сельского хозяйства

и продовольствия Московской области Сергей Воскресенский.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ЦВЕТОВ К 8 МАРТА В ПОДМОСКОВЬЕ ДОСТИГЛО 70%

Об этом отчитались владельцы региональных тепличных комплексов по выращиванию цветов на срез в преддверии Международного женского праздника (8 Марта). За 2021 год в Подмосковье было выращено более 46 млн шт. цветов. Самыми распространёнными цветами на срез были розы и тюльпаны.

По данным Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области, розы массово выращивают в Ступино, Дмитровском городском округе, Раменском, Мытищах. Сейчас закупочные цены у предприятий составляют от 49 до 180 рублей за штуку. За день их срезают до 55 000 шт. зимой и до 65 000 шт. летом.

Тюльпаны из Егорьевска и Мытищ стоят от 20 до 46 рублей. В преддверии 8 Марта их срезают от 100 000 до 500 000 шт. в день. Кроме того, в Мытищах выращивают ирисы, нарциссы, крокусы, гиацинты.

– На сегодняшний день замещение импорта подмосковными цветами составляет 70%. До пандемии, четыре года назад, соотношение было всего 10-15%. Обеспеченность цветами оптовых баз Под-



московья хорошая, дефицита нет. Оптовики начали делать закупки у тепличных комплексов ещё 28 февраля, – рассказал министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Сергей Воскресенский.

Крупнейшими производителями цветов являются ООО «ТК «Подосинки» (площадь – 9 га, 18 млн шт.), ООО «Мосроза» (площадь – 13,2 га, 13,5 млн шт.), ООО «ПО Егорьевское» (площадь – 8,33 га, 3,5 млн шт.).

К КОНЦУ 2022 ГОДА МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ ПЛАНИРУЕТ СТАТЬ ЛИДЕРОМ ПО КОЛИЧЕСТВУ ОРГАНИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Об этом заявил министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Сергей Воскресенский на семинаре, посвящённом производству органической продукции и новым возможностям АПК, который прошёл 2 марта в Доме Правительства Московской области. Он также отметил, что Московская область уже сейчас является одним из лидеров по количеству сертифицированных производителей органических продуктов.

Сейчас в Подмосковье работает сразу семь предприятий, которые являются сертифицированными производителями органической продукции – это второй показатель в стране (первое место занимает Воронежская область). Экологически чистые компании производят мясо, молоко, цельномолочную продукцию, чай, кофе. Министерство сельского хозяйства области в настоящий момент разрабатывает различные меры поддержки для таких производителей.

До конца этого года сертификацию в Подмосковье планируют пройти ещё три органических производителя ягод. Это выведет регион на лидирующую позицию в стране.

– Почему эта тема важна? Мы рапортуем и нашим жителям, и руководству, что научились делать много. Мы находимся на высоком проценте самообеспечения по основным видам социально значимых товаров в Московской области. Для справки: по сыру у нас уже перепроизводство на 50%. И мы сейчас стремимся к тому, чтобы количество обязательно переходило в качество, – отметил Сергей Воскресенский.

Кроме того, с 1 марта по всей России вступил в силу закон «О сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии с улучшенными характеристиками», который поможет создать в России национальный знак качества «Зелёный бренд», о котором говорил президент России в

своём послании Федеральному собранию в 2019 году.

– Здесь условия и требования чуть проще, чем в «органике», поэтому подтвердить соответствие продукции тоже легче. Но производителям всё равно нужно будет соблюсти ряд требований, продукция уже будет являться «товаром с улучшенными характеристиками», – пояснил директор по международным проектам Роскачества Александр Чумак.

Особую значимость производство экологически чистых продуктов для региона имеет ещё и потому, что овощи, фрукты и ягоды, выращенные в Подмосковье, попадают не только в областные магазины, но и на реализацию к крупным столичным ритейлерам.

В ПОДМОСКОВЬЕ НА 600 ТОНН УВЕЛИЧИЛИСЬ НАДОИ МОЛОКА

Министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Сергей Воскресенский сообщил, что за январь текущего года валовое производство молока в сельскохозяйственных организациях Московской области увеличено на 609 тонн, или 1,1%, и составило 55,2 тыс. тонн.

На фуражную корову суточный надой составляет 22,3 кг, что на 1 кг больше уровня прошлого года.

Лидерами по валовому производству молока являются г. о. Коломна (209,7 тонны в сутки), г. о. Сергиево-Посадский (165,3 тонны в сутки), г. о. Домодедово (144,1 тонны в сутки).



С 1 МАРТА МИНИСТЕРСТВО ПРОВОДИТ ПЕРЕГОВОРЫ И ОЧНЫЕ ВСТРЕЧИ С СЕЛЬХОЗ-ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ, ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ И РЕТЕЙЛЕРАМИ РЕГИОНА С ЦЕЛЬЮ ОТКРЫТОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РЕЖИМЕ САНКЦИЙ

Главная цель – помочь разобраться с текущими проблемами и совместно разработать меры поддержки для каждой отрасли.

Мы публикуем телефоны профильных специалистов министерства, к кому можно обратиться и записаться на приём в случае необходимости.

- Управление развития торговли
Светлана Евгеньевна Деева
+7 498 602-16-44
8-498-602-30-90 (доб. 43048)

- Вопросы гарантированного питания
Константин Вячеславович Волков
+7 498 602-30-90 (доб. 43062)

- Отдел развития малых форм хозяйствования и кооперации (крестьянско-фермерские хозяйства)
Александр Андреевич Каширихин
+7 498 602-30-34

- Управление развития отраслей сельского хозяйства
Сергей Сергеевич Чернопатов
+7 498 602-31-68

- Управление инвестиций в агропромышленном комплексе (перерабатывающая промышленность)

Елизавета Михайловна Минеева
+7 498 602-30-90 (доб. 58351)

Также можно направлять обращения на почту министерства: msh@mosreg.ru.



РОСТСЕЛЬМАШ – ЕДИНСТВЕННЫЙ ПРИЗЁР AGRI- TECHNICA ИЗ РОССИИ



В этот раз престижную награду Innovation Award Agritechnica Ростсельмаш получил за перспективную систему «Ассистент внимания» РСМ Ок АйДи. Заметим, что ранее Россия становилась призёром лишь однажды за всю историю проведения выставки с 1887 года. И в 2019 г. серебряную медаль за систему ночного видения для самоходной сельхозтехники «RSM Ночное видение» тоже получил Ростсельмаш.

Международная выставка Agritechnica 2022 пройдёт в Ганновере 27 февраля –

5 марта. Однако в практике форума принято заранее выявлять наиболее перспективные инновации и определять победителей в отрасли. В этом году на соискание наград было подано 164 заявки. 7 декабря 2021 года стали известны результаты работы экспертной комиссии: Ростсельмаш получает серебряную медаль!

«Ассистент внимания» РСМ Ок АйДи – это уникальная система распознавания усталости и сонливости механизатора агромашины. Подобные, хотя и более простые системы используются в автомобильной отрасли, в сельхозмашиностроении они ранее не применялись.

Ростсельмаш не только «перенял принцип»: система, созданная на основе машинного зрения, искусственного интеллекта и нейросетей, была разработана и адаптирована именно для аграрного сектора. «Ассистент внимания» непрерывно отслеживает и обрабатывает несколько показателей физического состояния водителя и при обнаружении расхождений с «базовыми характеристиками» человека подаёт звуковой сигнал, генерирует и отправляет сообщение в «Агротроник», инновационную платформу агроменеджмента и контроля операций агромашины Ростсельмаша, и останавливает машину.



Работа механизатора объективно трудна: длинные смены, монотонность, малоподвижность. Из-за чрезмерной усталости риск заснуть за рулём очень и очень велик. Но даже несколько секунд сна могут привести к серьёзным последствиям. РСМ Ок АйДи повышает уровень безопасности при длительной работе и способен предотвратить негативные последствия усталости.

Вторая подряд награда Innovation Award Agritechnica подтверждает высочайшую компетенцию Ростсельмаша в сфере интеллектуальных технологий. Наши поздравления команде разработчиков и компании в целом.

ТАГАНРОГСКИЙ ЗАВОД ПОЛУЧИТ НОВУЮ ЖИЗНЬ ВМЕСТЕ С РОСТСЕЛЬМАШЕМ

Правительство Ростовской области и компания «Ростсельмаш» договорились о возрождении одной из промышленных площадок Дона – Таганрогского комбайнового завода (ТКЗ).

Планируется, что предприятие будет возвращено в комплекс аграрного машиностроения региона. Прежде всего, речь идёт о кормоуборочном и почвообрабатывающем оборудовании Ростсельмаша,

которое сегодня выпускается дивизионом прицепной и навесной техники компании. Первая техника, выпущенная в Таганроге, выйдет в поле уже в 2023 году.

Новый инвестиционный проект Ростсельмаша предполагает полную реконструкцию предприятия. Более точные цифры проекта будут получены после технической экспертизы: задание на неё уже выдано. ТКЗ занимает территорию в 80 га, общая площадь складских и производственных корпусов – более 150 000 м².

Таганрогский комбайновый завод – старейшее предприятие Ростовской области. В середине прошлого века выпускал зерноуборочные комбайны «Колос». После того как на базе ТКЗ было развёрнуто автопроизводство в 1998 году, завод практически прекратил своё существование, а спустя полтора десятка лет стал банкротом ТагАЗ. В последние годы площадка не функционирует и находится в заброшенном состоянии.



НАТАЛЬЯ ШАГАЙДА: «ЭМБАРГО 2014 ГОДА ПОКАЗАЛО, ЧТО РОССИЙСКИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УСТОЙЧИВЫ К ЭКОНОМИЧЕСКИМ СТРЕССАМ»

Комментируя нынешнюю ситуацию на продовольственном рынке нашей страны, директор Центра агропродовольственной политики РАНХиГС Наталья Шагайда сказала, что потребители довольно устойчивы к такого рода стрессам, если судить по реакции после продуктового эмбарго 2014 года.

Центр агропродовольственной политики ИПЭИ РАНХиГС почти ежегодно проводит по стране социологический замер «продовольственного самочувствия».

«Люди в массе тогда не заметили ухудшения ассортимента. Очевидно, что большинство не было ориентировано на импортные продукты и ясно выражало своё желание покупать российский товар, – рассказала эксперт. – Год от года видно, что семьи меняют свои обеспечительные практики. Сельские семьи имеют весьма скромные доходы, но и они довольно оптимистично характеризуют свои рационы».



ДЛЯ СТАБИЛИЗАЦИИ ЦЕН НА СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИЮ ВНУТРИ СТРАНЫ ПРАВИТЕЛЬСТВО РАСШИРИЛО ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЗЕРВОВ ГОСФОНДА

Правительство РФ расширило перечень случаев использования резервов госфонда для стабилизации внутренних цен на сельхозпродукцию, в том числе на сахар. Постановление об этом подписано, сообщается на сайте правительства.

Речь идёт о фонде, который формируется в ходе государственных закупочных интервенций. Государство закупает продукцию у аграриев в этот фонд, когда цены на рынке низкие. В случае заметного роста цен продаёт, тем самым стабилизируя ситуацию на рынке. До недавнего времени государственные интервенции проводились только на рынке зерна, но в июне 2021 года было принято решение о формировании государственного интервенционного фонда на рынке сахара.

Согласно новым правилам правительство сможет принимать решение о продаже сельхозпродукции из госфонда при росте

цен на эту продукцию на 10% и выше, по сравнению со средней ценой за аналогичные периоды трёх предыдущих лет, скорректированной с учётом инфляции.

Перечень предприятий и организаций, которым будет реализовываться эта продукция, уполномочен определять Минсельхоз по согласованию с Минэкономразвития, Минфином и Федеральной антимонопольной службой.

Дополнительно новым постановлением предусмотрена возможность передачи сельскохозяйственной продукции от одного хранителя к другому, если есть риск снижения сохранности такой продукции или ухудшения её качества.

В случае экономической нецелесообразности такой передачи продукция может быть реализована по рыночной цене, а если такой возможности нет – по цене закупки.



РОСАГРОЛИЗИНГ ПРОДОЛЖАЕТ РАБОТАТЬ В ШТАТНОМ РЕЖИМЕ И ГОТОВИТСЯ К ЗАПУСКУ НОВОГО СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ

В компании подводят итоги реализации акции «Продлеваем «каникулы» и готовятся к запуску нового спецпредложения, чтобы поддержать аграриев в это непростое время.

Отрасль АПК имеет устойчивое положение, так как в её отношении не применялись никакие ограничения. Кроме того, Росагролизинг обладает «иммунитетом» к большинству рисков.

Поэтому компания работает в штатном режиме и продолжает принимать заявки на условиях льготного лизинга.

Немаловажно, что Росагролизинг закупает технику в большинстве случаев за счёт собственных средств. Компания ведёт непрерывный диалог с поставщиками, чтобы обеспечить аграриям наилучшие условия приобретения техники.



Все платежи от клиентов, включая периодические лизинговые платежи, обрабатываются в штатном режиме. Банки-партнёры подтвердили, что внутрироссийские финансовые операции не содержат в себе рисков.

Оформить заявку на лизинг можно из любой точки страны с помощью мобильного приложения, которое работает полнофункционально и без сбоев.

Следите за актуальной информацией Росагролизинга на официальном сайте компании, а также во всех социальных сетях. Кроме того, специалисты компании ответят вам по телефону горячей линии: 8 (800) 200-53-95.

По информации пресс-службы АО «Росагролизинг»





РОССИЙСКИЙ ЗАВОД NUTRICIA В ИСТРЕ – ГОРДОСТЬ РЕГИОНА!

Завод «Истра – Нутриция» имеет полувековую историю и в 2021 году отметил свой юбилей. На данный момент он является передовым российским предприятием по производству детского питания, оснащённым новейшим оборудованием и работающим по высочайшим европейским стандартам качества и безопасности. Завод выпускает молочные смеси и каши Nutrilon, молочные смеси и каши «Малютка», молочные смеси «Малыш». С 2021 года он также производит воздушные злаки под брендом «Малютка».

Компания Nutricia специализируется на производстве детского питания уже более 120 лет. Её заводы расположены по всему миру. В 1995 году Nutricia появилась и в России, тогда в городе Истре Московской области было начато строительство завода. В 2012 году завершилось строительство одного из самых передовых заводов по производству детского питания не только в России, но и в Европе.

Особенность компании Nutricia заключается в научном подходе к разработке продукта. Лаборатории по всему миру регулярно модернизируют и приближают формулу к составу грудного молока. Учёные, нутрициологи и технологи работают в рамках мощной международной сети партнёров мирового и локального уровней, ведущих специалистов в своих областях: сотрудников исследовательских институтов, университетов и клиник при научных академических учреждениях.

Nutricia производит продукцию только из качественных ингредиентов и с соблюдением стандартов качества Российской Федерации, а также требований Европейского союза.

Продукт бренда Nutrilon идентичен по всему миру, и неважно, где он произведён. Молочная основа для него производится в Ирландии.

Всё поступающее сырьё, а также произведённая продукция проходят тщательный отбор и проверку в физико-химических и микробиологических лабораториях, где можно полностью исследовать весь состав продукта.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПРОЦЕСС

В зону выгрузки поступает сырьё из Европы, Латинской Америки и России. Сначала сырьё и упаковка находятся на «карантине» и только после тщательной проверки поступают на производство.

При приёмке сырья каждая палета осматривается на наличие повреждений, если присутствует хоть одно небольшое повреждение или есть визуальный дефект, она бракуется. Далее все палеты тщательно обрабатываются дезинфицирующим раствором.

На участке, называемом шлюзом, происходит передача компонентов из зоны низкого риска в зону высокого.

Данное место неслучайно называется зоной повышенного контроля, здесь есть открытые процессы, поэтому в помещении воздух проходит дополнительную очистку; температура, давление и влажность имеют определённые значения, необходимые для создания условий максимальной безопасности.

Именно здесь можно увидеть уникальную упаковку «Изи Пак». Каждая банка проходит через видеокамеру, где контролируется наличие крышки и маркировки. У каждой банки есть свой уникальный номер, благодаря которому можно определить, из какого сырья изготовлен данный продукт, в какое время и кем расфасован.

Стоит отметить, что все этапы происходят в автоматическом режиме на самом современном оборудовании в зоне повышенных требований к гигиене и санитарии, где доступ человека к продукту строго ограничен.

Далее палета с готовой продукцией отправляется на пятидневный «карантин», но даже после него продукт не сразу появляется на полках магазинов. Сначала нужно проверить его более чем на 300 показателей, только после этого можно отправлять покупателям.

Срок годности зависит от продукции: каши имеют срок от года до 18 месяцев, смеси – до 18 месяцев.

На заводе есть уникальное место, в котором хранятся образцы продукции каж-

дой партии: в случае поступления жалоб можно взять упаковку из данной партии и проверить её. Каждая пачка проходит шесть этапов контроля на так называемой линии «Зипа». Процесс начинается с формирования и нанесения специального штрихкода. Далее идёт заполнение банки. Затем происходит подача азота с целью исключить контакт продукта с кислородом. Это позволяет предотвратить окисление компонентов, сохранить качество и пищевую безопасность продукта на протяжении всего срока годности.

Сегодня Nutricia – это устойчивое высокотехнологичное производство с передовыми технологиями, высочайшими стандартами качества и безопасности продукции, а также экологической безопасности, с непрерывным совершенствованием всех производственных процессов.

На протяжении уже более 120 лет основными факторами успеха компании являются научные исследования, бренды и сотрудники, вкладывающие в производство опыт, знания и душу.

**ПИТАНИЕ В МЛАДЕНЧЕСТВЕ И
РАННЕМ ДЕТСТВЕ ОКАЗЫВАЕТ
КОЛОССАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ НА
ТЕМПЫ ФИЗИЧЕСКОГО РОСТА,
УМСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ,
СОЗРЕВАНИЕ ИММУННОЙ
СИСТЕМЫ, РАЗВИТИЕ
ПИЩЕВАРИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ
И ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВЫХ
ПИЩЕВЫХ ПРИВЫЧЕК. НЕ
ЗРЯ ГОВОРЯТ, ЧТО ЗДОРОВОЕ
БУДУЩЕЕ НАЧИНАЕТСЯ
С ПРАВИЛЬНОГО ПИТАНИЯ!**



ЯРМАРКА: МЕСТО ВСТРЕЧИ ИЗМЕНИТЬ НЕЛЬЗЯ!

Каждый из нас хотя бы раз в жизни бывал на ярмарках, но каждый ли знает их отличие от рынков выходного дня? Исследования показывают, что каждый пятый посетитель красочного мероприятия не всегда осознаёт разницу. На самом деле отличий много, в том числе и фундаментальных. Рынок – точка сбыта товаров, ярмарка – событие, основанное на пересечении социальных, культурных и экономических практик. Впрочем, обо всём и по порядку мы расскажем с Эльнарой Авакян, генеральным директором ООО «XXI век».

НЕМНОГО ИСТОРИИ...

Ярмарки появились ещё на Руси, и суть их даже сейчас осталась неизменной. Это та самобытная история, где ведётся торг, куда люди приходят за атмосферой, разговором и представлением. В супермаркетах едва ли будут проходить концерты, а мёд или сыр – продавать женщина в сарафане и кокошнике. К тому же любому покупателю важна визуализация товара, возможность ознакомиться с ним тактильно. Всё это, как и несколько веков назад, и сейчас есть на ярмарках.

Это место обмена информацией и формирования общественного мнения, если говорить простым языком – публичное уличное пространство города, деревни, посёлка. Отнюдь не случайно закрытие торговых лавок на Востоке всегда считалось событием чрезвычайным, имевшим далекоидущие политические последствия.

А в европейской традиции ярмарки обеспечивали устойчивую связь между городом и деревней, ещё между отдельными городами. Они «сшивали» пространство и также являлись неотъемлемой частью городского ландшафта.

ЯРМАРКА – СЛОВО, АССОЦИИРУЮЩЕЕСЯ С ПРАЗДНИКОМ, НАРОДНЫМ ГУЛЯНИЕМ, КРАСИВЫМИ НАРЯДАМИ, А САМОЕ ГЛАВНОЕ, С ТОВАРАМИ, КОТОРЫЕ НЕЧАСТО МОЖНО ВСТРЕТИТЬ В УНИВЕРСАЛАХ И ГИПЕРМАРКЕТАХ. ПОСЕЩЕНИЕ ЯРМАРКИ ПРОИЗВОДИТ ВПЕЧАТЛЕНИЕ ДАЖЕ НА САМОГО ИСКУШЁННОГО ПОКУПАТЕЛЯ. ИМЕННО ЗДЕСЬ ТАК ЦЕНЕН ПРИОБРЕТАЕМЫЙ ТОВАР ВВИДУ ЕГО ОГРАНИЧЕННОГО КОЛИЧЕСТВА И ВОЗМОЖНОСТИ ВЕСТИ ТОРГ!

– Эльнара, давайте всё же поговорим о ярмарках на Руси. Здесь они появились несколько позже, нежели в странах Европы, однако это не изменило их сути. Что приносили ярмарки торговцам? Какое значение они имели для производителя товара?

– Россия долго сохраняла традиционный уклад торговли и промышленности. И главной её чертой долгое время оставались именно ярмарки. Они, безусловно, давали необходимый импульс экономике страны, где крестьяне составляли большую часть населения, а производство оставалось мелким, что влекло за собой проблему стагнации торговли ввиду её слабой специализации.

Именно ярмарки давали мелкому производителю возможность и право на заключение самостоятельных сделок. Помимо этого, ярмарки позволяли свободно выбирать партнёра, что освобождало торговцев от разорительной финансовой зависимости перед скупщиками.

Таким образом, ещё с XVI века тема «Ярмарки и их роль в развитии товарно-денежных отношений» оставалась, остаётся и будет оставаться актуальной.

– Как мы выяснили, ярмарки на Руси играли важную роль для розничного и начинающего производителя. Изменилось ли их ключевое значение в секторе экономики в наше время?

– Сегодня, когда произошли кардинальные изменения всей общественной и политической системы, когда весь мир находится в поиске выхода из экономического кризиса, ярмарки всё так же остаются инструментом интеграции микробизнеса. Минимальные риски и отсутствие затрат

на сбыт позволяют начинающим бизнесменам, фермерам, самозанятым и ремесленникам представить свой товар и найти новых деловых партнёров, а также заключить торговые соглашения, получить новые рынки сбыта, почерпнуть свежие идеи.

ЯРМАРКИ КАК ЖИВОЙ ОРГАНИЗМ ЭКОНОМИКИ

«Мы даём продавцу не просто возможность сбыта своей продукции, но и возможность заявить о себе. Многие договоры с сетевыми точками заключаются именно на ярмарках. Покупателю же предоставляется возможность не только купить уникальный товар, но и попробовать его, рассмотреть, получить новые впечатления от шоу, которое всегда присутствует на ярмарках. Это полностью социальная история!

Ярмарку можно сравнить с социальными сетями, только товар можно попробовать и взять в руки, можно познакомиться с другими людьми и услышать историю изготовления того или иного продукта, принять участие в интересных мероприятиях и вспомнить старые добрые традиции.

Современный покупатель разительно отличается от того, что был даже несколько десятилетий назад. Маркетинг и пиар не зря являются одними из самых востребованных на рынке труда и в экономической сфере. Людям нужно не просто купить тот или иной товар, им крайне важно получить от этого удовольствие, зарядиться энергетикой и атмосферой в месте, где они совершают покупку. Ярмарки, которые мы организуем, полностью отвечают потребностям и запросам, равно как и дают возможность ремесленникам и фермерам заявить о себе на огромном конкурентном поле под названием «рыночная экономика». Ярмарка – это площадка встречи старинных традиций и современного бизнеса».

НЕ ЯРМАРКА, А EVENT-МЕРОПРИЯТИЕ

Эльнара Авакян «Меня пригласили на сырный фестиваль в Ростов Великий его организаторы. Когда едешь на подобные мероприятия, ни когда не знаешь, что тебя ждёт. Возможность оценить событие с независимой позиции почти бесценна. Журналисту в такой ситуации отводится уникальная возможность – выразить мнение обычного покупателя, продавца и организатора.

Москву и Ростов Великий разделяет три часа езды на скоростном поезде. Однако по прибытии на станцию Ростова возникает ощущение, что между городами пролегли века, эпохи и даже границы цивилизаций. Облик города тому доказательство. Здесь почти нет высотных домов, зато часто встречаются русские избы с современными металлическими дверьми и стеклопакетами. Изредка ходит общественный транспорт, а жителям города незнакома спешка.

Если вы мечтали заглянуть во времена старой Руси, то здесь смогли бы окунуться с головой в культуру того времени. До начала торжественного открытия фестиваля оставалось пять минут, и я решила оглядеться. Знаете, как говорится: «Устами младенца глаголет истина». Я обратила внимание на звуки радостного детского смеха и оглянулась. Емеля на печи, повозка с дарами урожая, винтажный велосипед – вот что вызывало детский восторг. Не муляж, не инсталляция, а исключительно подлинные предметы. Дети весело фотографировались с уникальными атрибутами, пока за сценой готовился к выходу ансамбль. Люди подходили поближе к сцене – начиналось открытие фестиваля.

«А этот сыр из чего? Как его готовили?» – я обернулась в другую сторону, ошибочно посчитав, что вопрос был задан другим журналистом. Передо мной стояла вполне обычная городская пара. Чуть позже они сказали продавцу, что не имеют ни малейшего представления о сыре, кроме как о тех, что можно встретить в непрозрачной упаковке на витрине одного из массмаркетов. («Российский», «Гауда», «Эдам», «Костромской», «Пошехонский». – Примеч. ред.) Продавец рассказала гостям о своей ферме, хозяйстве, о том, как доятся козы и какой путь проходит сыр до момента его упаковки. В ходе рассказа гости угостились несколькими видами сыра и остались довольны, сделав выбор. За парой собралась очередь, но не та, что недостаточно вопрошает: «Почему так долго? А можно как-нибудь побыстрее?» Люди с интересом слушали рассказ и тоже желали попробовать сыр. Мне сразу вспомнилось

детство. Первыми явились воспоминания о походах в музей. Ты вроде бы созерцаешь предметы ремесла X века, но вроде и не видишь всей красоты, потому что не чувствуешь её руками. Другое дело – мастерская, где создаёшь глиняный горшок своими руками, чувствуешь себя сопричастным к искусству. Здесь происходило почти то же самое. Люди не читали состав на этикетках, пытались услышать аромат сквозь упаковку, они слушали рассказ создателя сыра, смакуя предмет разговора на языке. Сам же вкус сыра раскрывается не сразу. Даже есть такая поговорка: «Сыр, вино и дружба должны быть проверены временем». В зависимости от рецепта и выдержки сыр можно сравнить с вином – есть главный вкус, привкус и послевкусие. После общения с фермерами мне стало понятно, что многие сыры имеют авторский рецепт, а многие аграрии, участвующие в фестивале, имеют награды всероссийских конкурсов.

Ни один фермер не появился здесь случайно. Каждый из них был приглашён организатором фестиваля – руководителем ООО «XXI век» Эльнарой Авакян. Именно поэтому здесь царила атмосфера праздника и волшебства, с которым мог соприкоснуться каждый желающий. Выступление ансамбля стёрло границы недоверия и неловкости даже у самых застенчивых ростовчан и гостей Ростова. Ближе к вечеру к шатрам спешили люди. Случайные прохожие всматривались в лица продавцов, будто в поисках знакомого. Когда им удавалось найти того, кого они узнали, до меня доносились обрывки фраз: «Дайте мне тот сыр, который я пробовал сегодня днём...», «А какой сыр лучше подойдёт к вину?», «Мне нужен сыр на козьем молоке...». Всё это говорило об одном: люди принимают культуру сыра. Ведь далеко не каждый день человек задумывается над тем, какой сыр лучше подойдёт к вину, а тем более нечасто возвращается за не сделанной покупкой. И причина этому – дегустация. Попробовав сыр и не приняв решения купить его сразу, человек продолжает вспоминать о вкусе и прекрасном шлейфе ощущений. Вот почему через определённое время люди торопились обратно!

Фермеры в Ростов приехали из разных регионов и продавали свою продукцию не только на ярмарках: они имели несколько розничных точек сбыта, реже им удавалось заключить договор с сетями, многие смогли войти в сегмент HoReCa. В действительности крафтовая продукция легко



продвигается, даже если производитель держит не так много овец и коз, качество сырья остаётся первоклассным. Хорошим подспорьем выступают более крупные хозяйства, где проходят контроль качества продукции и строгая проверка на наличие в молоке антибиотиков.

Каждый фермер влюблён в своё дело, свою продукцию. Именно поэтому организатор ярмарки Эльнара Авакян приглашает их не в первый раз. Между ними уже давно сложились дружеские отношения, помогающие массово развивать идеологию присутствия премиального продукта на рынке, делая его доступным. На мой взгляд, Эльнара Манлесовна и «её» фермеры прекрасно справляются с этой задачей.

Виктория Лукьянова



«КТО НЕ ОТДАЁТСЯ ЦЕЛИКОМ ДЕЛУ, НЕ БУДЕТ ИМЕТЬ БЛЕСТЯЩИХ УСПЕХОВ»

Сюнь-цзы

Ничто не характеризует человека так точно, как цифры в его биографии. Ведь определённым набором хороших качеств обладает абсолютно каждый, но именно цифры способны представить нас очень наглядно. Эльнара Авакян организует ярмарки почти 20 лет, и не только в Москве и Московской области. Её знают в Ярославской, Владимирской, Ивановской и Ленинградской областях. В 2020 году

компания «XXI век» провела тур по Золотому кольцу. Данная EVENT-концепция не только позволила заявить о себе на новых территориях фермерам и ознакомить коренных горожан с гастрономическими фестивалями, но и привлечь туристов в города.

Как известно, драйвером успеха является сочетание возможностей и наличия большого опыта. В ответ на вопрос об

опыте, который помог Эльнаре достигнуть больших профессиональных высот, она поделилась со мной своими неординарными мыслями:

– Мы живём во времена почти неограниченных возможностей, но вместе с тем пугающей неопределённости, поскольку старые модели жизни растворяются, а новые – внедряются и формируются.



В условиях пандемии и углубляющегося цивилизационного, а также экономических кризисов наше время – эпоха небывалого массового производства и потребления. Ещё совсем недавно, лет тридцать назад, в нашей стране проблемой было достать кусок мяса и модные джинсы. Сегодня же мы страдаем от переизбытка (как известно, желание многих наших современников – похудеть) и сверхпотребления.

Наше время – эпоха малограмотных специалистов и в то же время глобальной цифровизации во всех сферах. Сегодня очень много людей, не работающих по специальности, но мигрирующих в другие регионы и страны в поисках своего «места под солнцем». При определённой финансовой состоятельности можно купить три высших образования, при этом ни разу не открыв учебник. «Высокий профессионализм», «подлинный опыт» и «грамотность» всё чаще подменяются умением заявить о себе как о профессионале.

Бизнес – это своего рода война: никогда не знаешь, кто в тебя выстрелит и какой снаряд в тебя попадёт. Поэтому умение своевременно распознать то, какая из угроз обратится в реальность, – особый и редкий дар. При этом каждая из них несёт в себе возможность для развития и перемен.

За длительный период работы организатором гастрономических фестивалей и ярмарок я научилась понимать мотивы других людей, их стремления, их стандарты.

И ещё одно из важных правил: к чему бы ни стремились – все ваши действия должны быть настоящими и нацеленными на результат!

ЯРМАРКА СОВРЕМЕННОСТИ: НАЖМИ RESTART

Ранее мы уже говорили о том, что ярмарки выполняют коммуникативную функцию и их можно сравнить с социальными сетями: здесь уже снимают сторис,

отмечают геолокации, общаются между собой друзья и совсем незнакомые люди. Но всё же не каждая ярмарка похожа на «Инстаграм», не каждый посетитель – её активный участник. Почему? На это ответила Эльнара Манлесовна.

– Я, как организатор ярмарок в Подмосковье, всё чаще обращаю свой взор на ярмарки и фестивали, которые проходят на Западе: La Tomatina, Gelato Festival – праздник мороженого во Флоренции, многие другие.

Продвижение подобных мероприятий в Подмосковье – дело действительно сложное. Мы провели «Сырные выходные в Ростове Великом» и Ярославской области под патронажем местной администрации. Статус городских мероприятий, с одной стороны, выгоден региональным органам власти, поскольку привлекает туристов, а для нас, организаторов, является шансом проявить себя. Благодаря «народному» характеру ярмарки с обязательной культурной программой повышается имидж компании.

Ярмарки в Подмосковье – прекрасная традиция, которая требует обновления. «Перезапуск» образа ярмарок должен произойти в сознании покупателя и потребителя. Сейчас мы работаем над предложениями, которые в перспективе станут основой ребрендинга:

1. Построить сильный бренд, который будет ярким, запоминающимся и выполненным в едином визуальном стиле.

2. Привлечь в качестве целевой аудитории не только местных жителей, но и туристов.

3. Учесть потребности посетителей ярмарок. Местному жителю нужно быть уверенным в безопасности продукции, она должна быть свежей и качественной, отвечать критериям здорового питания. Приобретение того или иного товара должно происходить по выгодной цене. Для

категории туристов необходимо создать предложение, отвечающее узнаваемости региона и его традиций и особенностей. Гастротуризм – новый продукт, ради которого люди готовы путешествовать.

4. Обновление позиционирования. Жизнеспособный бренд должен опираться на позиционирование выгоды, которую получают покупатели при взаимодействии с брендом. Участие в подмосковной ярмарке – предмет для гордости продавца и причина для радости покупателя.

5. Продвижение бренда. Чтобы обновлённый образ ярмарки прижился, необходимо позаботиться обо всех её участниках: привлечь посетителей, повысить лояльность аудитории к производителю и ярмарке в целом, поддержать здоровую конкуренцию и сделать бренд ярмарок узнаваемым по всему Подмосковью.

«ЗЕЛЁНЫЙ» РЕБРЕНДИНГ

Экологичность – термин, который стал не просто основой трендов современности, но и лёг в основу ESG-критериев мирового сообщества. О том, с какими проблемами сталкивается здесь организатор ярмарок, рассказала Эльнара Авакян:

– Для меня крайне важно, чтобы ярмарки и фестивали, которые мы проводим в Подмосковье и других регионах, стали «зелёными». Мусор, который остаётся после мероприятий, – серьёзная экологическая проблема в целом и для организатора в частности. Объёмы использования пластиковой посуды на фестивалях огромны. Ведь напитки и продукты питания, которые продаются на мероприятиях, почти все отпускаются именно в одноразовой пластиковой посуде. После употребления напитков и продуктов она отправляется в мусорные баки, образуя тысячи тонн пластика на свалках, и будет разлагаться сотни лет!

Забота об экологии сводится только к уборке территорий и своевременной транспортировке мусора (ТБО, ТКО) на полигон, где он не разлагается, а отравляет окружающую среду.

Это острая проблема, которая ставит под угрозу качество жизни населения нашей страны. Мне, как организатору ярмарок, не решить одной такую глобальную проблему. Её решение лежит в плоскости объединения усилий предпринимателей и местных органов власти. Правильный зонированный сбор мусора, контроль за его вывозом – нужна целая экспертиза в области обращения с ТКО.

«Зелёные» фестивали и «зелёные» ярмарки – наше будущее, основанное на совместном сотрудничестве сектора МСП и органов власти, а также пропаганде осознанного потребления и экологического мышления для всех участников мероприятия, от организаторов до покупателей.





ГК «Русский Огород» – один из лидеров в России по объёму выпуска семян для цветоводов и огородников. За 30 лет работы компанией произведено и реализовано более миллиарда пакетов с семенами! Также «Русский Огород» предлагает покупателям иной посадочный материал и сопутствующую продукцию: луковичные, черенки, саженцы, удобрения, грунты и садовый инвентарь. Реализация семян, саженцев, рассады и других сопутствующих товаров осуществляется через крупно- и мелкооптовые компании, садовые центры и интернет-гипермаркет NCSEMENA.RU. Компания работает как с садоводами-любителями, так и с крупными фермерскими хозяйствами. О юбилее предприятия, текущей деятельности, а также перспективах развития группы компаний мы поговорили с президентом ГК «Русский Огород» Владиславом Корочкиным.

ГК «РУССКИЙ ОГОРОД»: 30 ЛЕТ НА БЛАГО СТАНОВЛЕНИЯ САДОВОДЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

– Владислав Леонтьевич, в 2021 году ГК «Русский Огород» отпраздновала тридцатилетие. Как в далёком перестроечном 1991 году предприятие начало своё развитие? Давайте углубимся в историю «Русского Огорода».

– Эта история началась гораздо раньше 90-х гг., с ещё детской моей мечты и огромного желания сохранить наследие отечественных селекционеров, собрать все лучшие их достижения и «подарить» садоводам, любителям и профессионалам. Так появилась наша компания (в 1991 году было зарегистрировано первое юридическое лицо). Подход к вопросу был изначально не любительским, а крайне серьёзным... А название организации «Русский Огород» появилось чуть позже, в 1996-м.

– Сейчас в ходу такой термин, как стартап. Было ли предприятие таким стартапом или изначально планировалось развить его до уровня корпорации?

– Тогда большинство открываемых предприятий можно было назвать стартапами, время такое было. Но плох тот солдат, который не мечтает стать генералом! Началось всё, конечно, с импорта зарубежных посадочных материалов, но одновременно с этим проводилась и до сих пор проводится непрерывная работа по поиску и отбору сортов именно отечественной (советской и российской) селекции, которыми мы делимся с нашими клиентами. Наш «стартап» был запущен в 1991 году на территории «Круговой кинопанорамы» на ВВЦ, где на площади

всего в девять квадратных метров, взятых в аренду, была организована продажа лукович гладиолусов. Это был первый камень, заложенный в основу фундамента компании. В 1993-м мы начали активное сотрудничество с голландскими компаниями-поставщиками луковичных. В том же году установили первую фасовочную машину, а на следующий год приступили к фасовке первых цветных пакетов семян, что явилось принципиально новым шагом в культуре производства и продажи семян в России.

В 1995-м начали контрактное производство семян в РФ. А ещё через год на ВВЦ открылся первый в России садовый центр: до этого наши садоводы даже не имели представления о подобной систе-



ме продаж! Кроме того, у компании появилось своё опытно-селекционное поле, всё там же, на ВВЦ. На нём высаживались для проверки и отбора лучшие мировые и отечественные селекционные новинки. Позже, в 1998 году, мы приняли решение о создании уникальной для нашей страны научно-исследовательской и производственной базы и переехали в Щёлково, где базируемся и по сей день.

– Кстати, о вашем опытном поле... Оно стало поистине достопримечательнос-

тью Щёлковского района, да и всей Московской области. Редкий садовод не слышал о нём. Что оно представляет собой сегодня?

– Да, соглашусь, наши дни открытых дверей жители Щёлковского района ждут с нетерпением. Посмотреть на редкие растения, выращенные из наших семян, интересно не только садоводам-любителям, которых раз в год, с середины до конца августа, мы традиционно приглашаем взглянуть на последние достижения в области селекции, но и специалистам со всех уголков России.

Сейчас у нас в планах – создание экскурсионного маршрута с обязательным посещением нашего экспериментального поля для всех желающих, а также музея «Русского Огорода», в котором будут находиться памятные экспонаты, собранные за тридцатилетнюю историю компании.

– А если вернуться к научной составляющей корпорации: продолжаете ли вы заниматься научными изысканиями?

– За 30 лет мы обзавелись поистине уникальной для России комплексной научной базой, площадь которой составляет около 16 га – это примерно четыре футбольных поля по площади. Она включает в себя полный семеноводческий спектр: селекцию сортов и гибридов, производство оригинальных и репродукционных семян, их очистку, сортировку и фасовку. В 1999 году были открыты лаборатория по селекционным исследованиям и проверке качества, летние и зимние теплицы, профессиональное климатическое хранилище для особо ценных и исходных семян (запущено в 2008 г.), офисные здания и уже упомянутый эксклюзивный опытно-демонстрационный участок. На территории базы мы проводим большую работу по апробации самых интересных селекционных новинок. Ежегодно в условиях подмосковного климата проходят испытания более 2500 растений. Именно здесь начинается путь к потребителю или, наоборот, растения не проходят испытаний,





не получив положительную оценку согласно современным требованиям. Результатом исследований становится предложение самых лучших сортов и гибридов нашим клиентам.

– Вернёмся, собственно, к продукции: скажите, какие самые сложные селекционные вопросы решала ваша компания? Как за 30 лет менялся ассортимент? Чем вы можете сегодня порадовать потребителя?

– Как уже говорилось, фасовка семян в цветные пакеты началась в 1994 году, и с тех пор мы неустанно самосовершенствуемся, стараясь попадать в тренды и радовать садоводов разнообразием не только сортов и видов растений. Мы собираем для них самых лучших представителей мира растений в специальные группы по определённым признакам, которые служат своеобразными «маяч-

ками» для потребителя. Для примера, в серию «Вкуснятина» попадают самые вкусные овощи, лакомства для настоящих гурманов. В серию «Русский размер» – овощи-рекордсмены по величине и весу, а серии «Северные овощи» и «Северное сияние» предназначены для регионов рискованного земледелия. Все подобранные в «северных» сериях сорта и гибриды отличаются самым ранним сроком созревания, удивительной холодостойкостью и устойчивостью к болезням. Отдельно стоит упомянуть о серии «Профи», куда входят семена, предназначенные для товарного производства рассады, овощей и цветов. Любой садовод-любитель получит в результате их выращивания продукт, по качеству не уступающий выращенному профессиональным фермером. Качество нашей продукции было признано настолько высоким, что для проведения космических экспериментов на борту ор-

битальной станции «Мир» были выбраны семена именно «Русского Огорода», и они действительно побывали в космосе ещё в 1995 году.

Что касается селекционных испытаний – это очень сложный и дорогостоящий процесс, глобальная научная работа, требующая огромных финансовых затрат и научных изысканий. Этим всё же занимаются НИИ, но в пределах своих возможностей мы тоже участвуем в процессе. Так, нашими специалистами-агрономами выведен гибрид петунии Мечта. Помимо этого, особое внимание уделяется сохранению генофонда многих сортов растений российской селекции, семена которых мы воспроизводим в собственных теплицах. Результатом нашего поиска стали такие сорта и гибриды, как земляника F1 Московский деликатес, сладкие перцы F1 Красный бык НК и F1 Жёлтый бык НК, томат F1 Король рынка, серия крупных тюльпанов «Российские гиганты», включая сорт, выведенный к юбилею Москвы и названный «Юрий Долгорукий».

– Вашими клиентами являются как садоводы-любители, так и крупные фермерские хозяйства. Как вы работаете в направлении реализации продукции?

– Среди наших клиентов довольно много тех, кто использует семена в профессиональном производстве. Они также не обделены вниманием, для работы с ними в 2000 году мы основали дочерние предприятия «Профсемцвет» и «Профсемовощ». С 1999 года мы реализуем семена, саженцы, рассаду и другие сопутствующие товары через крупно- и мелкооптовые компании, работаем с крупными розничными сетями. Нашу продукцию можно найти в различных сетевых гипермаркетах.

– А когда у вас появился первый каталог?

– В этом году мы выпустили юбилейный





каталог «Семейный Сад», посвящённый тридцатилетию компании. А первый его выпуск вышел ещё в 1997-м. Мы были одними из первых, кто начал торговлю посадочным материалом по системе заказов через каталог и организовал доставку через «Почту России». На данный момент это направление выросло в огромный интернет-гипермаркет NCSEMENA.RU, торговля через который ведётся по всей территории Российской Федерации и странам ближнего зарубежья.

К сожалению, никакое печатное издание, кроме энциклопедии, не способно вместить весь ассортимент, доступный онлайн, поэтому приглашаем всех на наш сайт, где можно найти около 30 000 позиций семян, луковичных, саженцев, черенков и сопутствующих товаров для садоводства. Любой заказанный товар

отправляется во все концы нашей необъятной страны через «Почту России» или альтернативными службами доставки. Недавно у нас появился ещё один удобный способ доставки: теперь наши клиенты могут получить свой заказ на кассе ближайшего магазина «Пятёрочка». А для тех, кто любит походить, посмотреть и выбрать себе нового «садового любимца», всегда открыты двери нашего садового центра в Щёлково, который начал работу в 2012 году.

– Ну и напоследок, вы, как человек, который больше половины жизни посвятил миру растений, может быть, дадите какое-нибудь напутствие садоводам?

– Начинаящим садоводам я бы хотел посоветовать не бояться нового! На первый взгляд может показаться, что за-

ложить и возделывать свой сад – очень сложная задача. Поверьте, ничто не сравнится с радостью от полученного результата: той красоты, которую вам подарит ваш цветник, того вкуса, который дадут выращенные своими руками овощи и фрукты! Для опытных садоводов – такая рекомендация: не бойтесь экспериментов, дерзайте, высаживайте необычные овощи и фрукты, удивляйте друзей и соседей и удивляйтесь сами. Помните, что сад и огород – это не только хобби, но и хорошее подспорье в обеспечении вас и вашей семьи экологически чистыми продуктами. А мы вам поможем с выбором всего самого нового и лучшего! И универсальный совет для всех: будьте счастливы – и у вас всё получится!

Подготовила Эльвина Антреева



КОМПАНИЯ «СЕДЕК» – УЧАСТНИК НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ АГРООБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

«СеДеК» – крупный производитель и поставщик семян с опытом работы свыше 30 лет. Компания зарекомендовала себя на рынке как надёжный партнёр и сегодня является лидером семеноводческой отрасли в России. Одной из своих миссий руководство предприятия считает содействие в возрождении агрообразования в сельских школах страны. На протяжении семи лет в рамках национального проекта по развитию агрообразования на благотворительной основе «СеДеК» поставляет в сельские школы различных регионов семена овощных, цветочных культур, саженцы и картофель, а также проводит обучающие семинары и лекции для учащихся. С 2015 года компания выступает в качестве организатора Форума для агрошкол, в котором принимают участие представители фермерских хозяйств, аграрных институтов и, конечно, увлечённые школьники, желающие продемонстрировать урожай, собранный своими руками. Об истории компании, о концепции агрообразования в России, роли в судьбе национального проекта, результатах и профессиональных планах на будущее нам рассказала генеральный директор компании «СеДеК» Ирина Дубинина.

– Ирина Николаевна, расскажите о вашей компании: как давно она существует на рынке, кто её целевая аудитория, какая география поставок?

– Компания «СеДеК» берёт своё начало в эпоху перестройки, в 1988 году. Первые семена собственного производства получали из овощей, выращенных своими си-

лами, без какой-либо сторонней помощи. За несколько лет плодотворного труда мы с супругом добились хороших результатов: стали сотрудничать с НИИ и иностранными семенными компаниями, увеличили производственные объёмы по получению семян. А в 1995 году нами была зарегистрирована компания, которая впослед-

ствии стала представителем голландского поставщика семян в России.

Сегодня семена под торговой маркой «СеДеК» можно встретить в любом регионе РФ, а также в странах СНГ. Более чем тридцатилетний опыт работы позволил охватить сразу несколько рынков сбыта. Мы продаём семена для владельцев лич-

ных приусадебных участков, дачников, а также для профессионального сельскохозяйственного рынка, то есть фермеров и товаропроизводителей.

До недавнего времени на профессиональном рынке наибольшим интересом пользовались семена иностранной селекции, и связано это было, прежде всего, с тем, что западные поставщики слишком активно вошли на российский рынок в начале 1990-х годов прошлого столетия. На сегодняшний день ситуация меняется. Компания «СеДеК», как отечественный производитель, хорошо зарекомендовала себя среди представителей сельскохозяйственной отрасли. Основное преимущество торговой марки в том, что посевной материал проходит тщательные испытания в разных световых зонах страны и при различных климатических условиях, что даёт гарантию хорошего урожая во всех регионах.

– Ваша компания является членом Национального союза селекционеров и семеноводов России. Что это за организация, какие задачи она перед собой ставит? Как давно вы стали членом этого профессионального сообщества?

– Национальный союз селекционеров и семеноводов (НССиС) является инициатором и организатором сотрудничества всех заинтересованных лиц в сфере селекции и семеноводства, производства сельскохозяйственной продукции растениеводства с целью создания эффективных социально-экономических, научно-производственных условий, которые позволят российскому агропромышленному комплексу выйти на передовые позиции в мире, обеспечить стабильность и насыщение внутреннего рынка сельскохозяйственной продукцией отечественного производства, реализовать экспортный потенциал.

На сегодняшний день специалисты НССиС ставят перед собой задачи: по разработке и утверждению стратегической программы развития отрасли; по принятию участия в разработке проектов нормативных правовых актов, целевых программ, национального доклада и иных документов отрасли; по осуществлению мониторинга правоприменения, экспертизы и разработки нормативно-правовых актов; по осуществлению правового обслуживания и обеспечению защиты прав и законных интересов членов союза; по продвижению интересов отраслевого бизнеса, по способствованию росту и развитию предприятий отрасли; по созданию и поддержанию конкурентной деловой среды, по представлению интересов членов союза в государственных и иных органах, а также в международных организациях; по изучению состояния и перспектив развития рынка работ и услуг

в сфере АПК, соответствующих профилю деятельности членов союза; по содействию координации деятельности членов союза при подготовке и повышении квалификации кадров, по распространению положительного опыта; по организации рекламной деятельности членов союза; по содействию интеграции российского предпринимательства в мировое экономическое пространство.

Я являюсь заместителем председателя совета директоров этой организации и уже на протяжении десяти лет активно участвую в решении различных вопросов, связанных с селекцией и семеноводством.

– Поговорим о популяризации агрообразования в сельских школах. В чём суть данного национального проекта? Какие задачи лежат в его основе?

– На школьное, как основное довузовское, образование возложена ответственность не только за базовые естественнонаучные и гуманитарные знания, но и за развитие личностных качеств человека. Именно в школе формируются черты

национальный проект по возрождению и популяризации агрошкол в России. Государство заинтересовано в повышении престижа сельскохозяйственных профессий. Стране нужны квалифицированные кадры в данной области, и воспитывать их следует, начиная со школьной скамьи. Основные направления деятельности в рамках проекта ориентированы на раннюю профориентационную работу в сельскохозяйственной области, предпрофильную подготовку, допрофессиональную и профессиональную подготовку кадров. Следуя по пути национального проекта, агрошколы готовят выпускников к:

- адаптации в современных социально-экономических условиях;
- активному участию в жизни села;
- культурному землепользованию, охране окружающей среды, использованию наукоёмких технологий в аграрном производстве;
- осознанному выбору профессий с учётом потребностей села.

По мнению организаторов проекта, внедрение агрообразования в школах



характера, необходимые для трудовой деятельности: ответственность, трудолюбие, потребность в труде и конкурентоспособность.

В России количество школ, расположенных на территории сельской местности, превышает число городских. Возможно, кому-то данный факт покажется удивительным, но статистика это подтверждает. При этом представление о сельских школах существует не совсем верное. Многие видят их маленькими, нищенствующими, с нехваткой педагогов и другими проблемами. Это встречается, но отнюдь не все сельские школы являются таковыми. В ряде регионов они развиваются на одном уровне с городскими, а иногда и обгоняют их. Но одна проблема на селе остаётся неизменной: люди не видят перспективы в том, чтобы оставаться в родной местности и работать на благо своих сёл. Для решения данного вопроса был создан

приведёт к улучшению экономики сельской местности, повысит социально-культурное развитие села и будет способствовать формированию местного предпринимательства, например продовольственной независимости.

– Какие государственные структуры и ассоциации стали участниками национального проекта по развитию агрообразования в России?

– На данный момент в проекте принимают участие 248 школ из 49 регионов РФ. Но надо сказать, что реализация такого глобального проекта возможна только при активном взаимодействии органов государственных и муниципальных властей, общеобразовательных организаций, профессиональных колледжей, техникумов, аграрных университетов и, конечно, представителей бизнеса, то есть сельхозпроизводителей.



– Какую попечительскую работу вы проводите для сельских школ? Как строится взаимодействие? В чём состоит ваша задача?

– В первую очередь мы заинтересованы в том, чтобы в агропромышленности росло число грамотных молодых кадров. На первом этапе «СеДеК» заключает с образовательным учреждением договор о сотрудничестве, где предметом соглашения служит обучение школьников селекции, семеноводству и производству овощных культур, а также поставка семян сельскохозяйственных растений. Далее начинается совместная работа. Цель проекта и сотрудничества – организовать на территории школы участок для высадки семян, ознакомить учеников с нормами и сроками посева культур, обучить технологиям выращивания растений, освоить процедуру сбора урожая и использовать полученные результаты на муниципальных, региональных и всероссийских научных конференциях школьников.

Татановская школа в Тамбовской области, с которой мы работаем в данном ключе с 2015 года, является примером по внедрению агрообразования в школьную программу, не зря её ещё называют школой агробизнес-образования. Здесь детей учат формулировать предпринимательские идеи, строить бизнес-планы, считать прибыль, убытки и принимать решения. Для полного погружения в сельскохозяйственную сферу для детей предусмотрены экскурсии, мастер-классы, интеллектуальные игры, викторины и творческие задания.

– Что подвигло вас к участию? Какой отдачи вы ждёте от работы в проекте? Какие цели внутри этого благотворительного проекта ставите лично для себя?

– Основная цель – пробудить в детях интерес к выращиванию культур и воспитать профессиональные кадры, которые в будущем мы с радостью примем в команду компании «СеДеК». В рамках проекта мы знакомим детей с качественным ассортиментом посевного материала: он неприхотлив в уходе, устойчив к различным климатическим условиям и даёт богатый урожай, наполненный витаминами. Я считаю, что школьники должны учиться сельскому хозяйству на лучших сортах, разработанных научным центром «СеДеК».

– Семена каких культур и в каких объёмах вы отправляете в школы? Какова география вашей благотворительности? В какие области вы отправляете семенной материал?



– Если рассмотреть результаты проделанной нами работы на примере Татановской школы, то в рамках проекта за семь лет сотрудничества компания «СеДеК»

передала учебному заведению для изучения более 200 сортов семян различных культур: овощей, цветов, саженцев роз, лекарственных растений. Школьники работали с нашим материалом в теплицах и на открытом грунте. Полученный в результате урожай дети учились консервировать, а также замораживали и готовили из него различные блюда.

На сегодняшний день мы работаем со школами 10 регионов РФ: Свердловской, Челябинской, Саратовской, Московской, Курганской, Тамбовской и Иркутской областей, Республики Башкортостан и Республики Саха (Якутия).

– Что для вас, как для участника национального проекта, является показателем хорошей результативности?

– В 2015 году на базе Татановской школы нами был организован праздник для детей, названный «День поля «СеДеК». В этом мероприятии участвовали фермеры Тамбовской, Воронежской и Белгородской областей, руководители сельских школ и сельскохозяйственных техникумов региона. Это было значимое событие в жизни сельской школы, на нём ученики выступали с докладами и продемонстрировали в прямом смысле слова плоды своего труда, выращенные на приусадебном участке школы и опытной селекционно-семеноводческой площадке компании «СеДеК». Данное мероприятие вызвало большой интерес у других сельских школ Российской Федерации, что и повлекло за собой развитие проекта и начало планомерной работы по популяризации агрообразования в учебных заведениях в других регионах нашей страны. Примером заинтересованности в реализации проекта является Иркутская

область. Именно в этом регионе урожай, выращенный на школьных участках, дети используют для своих целей: перерабатывают, консервируют, продают. Старания

юных агрономов не остались незамеченными: в 2021 году школы получили от Минсельхоза Иркутской области финансирование для закупки лабораторного оборудования и инвентаря.

День поля стал традиционным праздником для школьников, за несколько лет тесного сотрудничества с компанией «СеДеК» он перерос в профессиональный Форум для агрошкол, изменилось и его название. В 2020 году в форуме «Агробизнес-образование в России: новые вызовы и возможности» очно приняли участие делегаты из Тамбовской, Московской, Воронежской, Оренбургской, Свердловской и Иркутской областей. Более того, по видеосвязи к нам присоединилось около 200 представителей школ из 38 регионов РФ, стран СНГ (Казахстан, Белоруссия) и даже других стран (Мексика, Италия). Все участники отметили положительное влияние проекта на развитие сёл и увеличение интереса к сельскому хозяйству среди молодёжи.

Также отдельно хочу поблагодарить и отметить работу Ресурсно-методического центра агробизнес-образования Иркутской области, на базе которого мы уже два года проводим видеоконференции с разными школами страны. Представители учебных учреждений с большим удовольствием делятся с нами своими достижениями и тем самым помогают научному центру «СеДеК» отслеживать всхожесть семян и показатели сельскохозяйственных растений в том или ином регионе. Я считаю данный опыт положительным критерием оценки нашей деятельности внутри проекта.

– Как вы считаете, какие перспективы открываются перед детьми, которые



содержит информацию о необходимости подготовки специалистов, которые будут соответствовать научному и техническому уровням современного производства. В свою очередь, образовательное пространство обеспечивает рынок труда ресурсами, в нём молодой человек развивает свой интеллектуальный потенциал и реализует его в будущей профессии.

Раннее изучение сельскохозяйственного дела позволит детям осознанно прийти в профессию, связанную с фермерством и выращиванием культур. Ведь агрообразование не только предполагает работу с землёй в прямом смысле этого слова, но и воспитывает управленческие качества, которые можно применить в современном АПК. Дети – будущее нашей страны, и именно от нас зависит то, чем мы наполним их, какие качества в них воспитаем.

пор не прописан на федеральном уровне, нет и региональных, муниципальных нормативов финансирования. Исключениями являются Якутия и Иркутская область.

– Насколько данный проект можно считать долгосрочным? Какие новые планы по развитию агрообразования в России компания «СеДеК» строит на будущий год?

– Определённо, проект носит долгосрочный характер: с каждым годом к нам присоединяются новые школы, программа набирает популярность. Без всяких сомнений могу сказать, что с помощью национального проекта, Союза сельских школ России и Ассоциации агрошкол России мы сумеем возродить интерес молодого поколения к сельскому хозяйству и своей малой родине! Для этого «СеДеК» проводит большую работу по взаимодействию с органами управления, такими как министерство образования, министерство



вовлечены в процесс изучения сельского хозяйства на базе школьной программы? Какие глобальные цели ставит перед собой государство, внедряя такой проект в школьное образование?

– Концепция долгосрочного социально-экономического развития страны

– С какими проблемами сталкиваются сельские школы при организации агроуправления на своей территории?

– Большим препятствием на пути к развитию агрообразования являются финансовые и материальные трудности. В нашей стране статус агрошколы до сих



просвещения и министерство сельского хозяйства, чтобы заострить внимание ведомств на необходимости финансирования проекта, ведь нехватка кадров в отрасли – наша общая проблема, решение данного вопроса зависит только от нас!

Беседовала Дарья Бакарина



«РУСФИД»: «ДЛЯ ЖИВОТНЫХ, КАК И ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ВАЖНЫ ВСЕ КОМПОНЕНТЫ ПИТАНИЯ»



На вопрос из старой песни «Кто бы мне сказал в письме или словом, отчего печаль присуща коровам?» сегодня можно дать новый ответ. Возможно, она уже что-то слышала о продукции компании «Русфид», но кормят её по-прежнему только сеном. О том, что предлагает эта компания животноводам, мы беседуем с её генеральным директором Михаилом ЖИЛЕНКОВЫМ.

– Михаил Евгеньевич, правильное питание – очень важное дело не только для человека. Как профессионал, расскажите, как помочь сохранить здоровье животных через питание. Какие решения компания предлагает животноводческим предприятиям?

– Вопросами качества питания человека занимаются целые институты, диетологи разрабатывают на основе этих иссле-

дований программы питания для людей. Включают в рационы витамины, микроэлементы, про- и пребиотики, другие специальные добавки. Интенсификация сельскохозяйственного производства привела к снижению питательной ценности базовых продуктов. То же самое и с кормлением животных: современные корма часто имеют недостаточную питательную ценность под современный генетический

потенциал животных. Значительно расширилась потребность крупного рогатого скота (КРС) в различных питательных элементах, поэтому балансировка их премиксами и другими добавками является основополагающей вещью для экономики предприятия. Специалисты «Русфид» – это диетологи, составляющие рационы на основе последних исследований в области кормления.

Для животных, как и для людей, важны все компоненты питания, с витаминами и минералами.

Мы видим свою миссию в том, чтобы в кормлении животных максимально приблизиться к их современным потребностям во всех элементах рациона.

Развитие сельского хозяйства и переорождение его из индивидуальных в производственные масштабы отразились и на сроках выращивания животных. Если в начале XX века поросёнка до забоя откармливали порядка 300 дней, то сейчас на производстве плановые показатели:

- в свиноводстве +/- 160 дней;
- в птицеводстве +/- 40 дней.

Если говорить о производстве молока, то средний удой в год на корову раньше составлял +/- 2500 литров, сейчас 10 000 л за лактацию – это не предел. При такой интенсивности лактации животным необходимо поддерживать здоровье через дополнительное введение в рацион премиксов и специальных продуктов. Правильное введение напрямую влияет на финансовые показатели предприятия. Поддержка здоровья КРС через кормление и менеджмент – это увеличение производства молока и продуктивного долголетия животных.

В мире сегодня остро стоит вопрос экологичности ведения сельскохозяйственного бизнеса. Выстраивая правильные программы кормления, мы можем существенно снижать выбросы в атмосферу, сохраняя планету для потомков. Сегодня у нас в арсенале есть инновационные продукты, которые значительно снижают выброс метана.

– Давайте вспомним, с чего и когда всё началось и почему у вашей компании такое название – «Русфид»?

– Компания RusFeed («Русфид») существует с 2014 года. На тот момент уже была осознанность рынка, т. е. более чем 20-летний опыт моей деятельности как раз и лежал в этой сфере. На арене тогда имелись профессионально работающие компании в области кормления КРС. Тем не менее мы быстро и уверенно завоевали своё место: на данный момент это 1,5-1,7% рынка в области витаминно-минерального питания КРС. Мы являемся дистрибьютором двух мировых концернов DSM и BASF (премиксы и органические кислоты для заготовки кормов).

В процессе работы пришло понимание необходимости создания продуктов под собственными торговыми марками. Сейчас это белково-минерально-витаминные комплексы, комбикорма, спецпродукты и биоконсерванты для кормозаготовки. Цель на ближайшие два года – увеличить объём производства и продажи своих продуктов. С некоторыми из них мы планируем выйти на международный рынок. Название RusFeed произошло от сферы деятельности: мы занимаемся кормлением в России.

– Где производится продукция, которую вы поставляете своим клиентам? Какова доля поставок из-за рубежа, а какая часть производится в России? Не мешают ли работе санкции, старые и новые, уже действующие и ещё только «выращиваемые»?

– На данный момент мы импортируем из Германии органические кислоты для заготовки кормов. Санкции и транспортные проблемы осложняют некоторые процессы. В прошлом году объём поставок оказался существенно ниже заплани-

рованных объёмов. А вот биоконсервант Green Grass® производится в России, этот продукт во многом превосходит импортные аналоги и значительно ниже по стоимости. Это позволяет предприятиям снизить затраты на заготовку кормов. Если честно, микробиологическая отрасль в РФ сохраняет одну из лидирующих позиций в мире.

Премиксы производятся на территории РФ из импортируемого сырья, но нас вопросы импорта ингредиентов никак не коснулись, эти моменты наш поставщик решает самостоятельно. Поставки премиксов осуществлялись на регулярной основе, единственный негативный фактор – существенный рост цен. Продукты RusFeed производим из сырья российского производства, тут общий рост цен на рынке также являлся отрицательным фактором. Если резюмировать ответ, то объём импорта в доле продаж компании в 2021 году составил 10-15%, а в планах были 25-30%. Прогноз на 2022 делать сложно: к сожалению, мы вынуждены учитывать геополитические процессы и последствия пандемии.





– Несколько слов о продукции: насколько широки её ассортимент и сфера потребления? Кто является основными заказчиками: крупные агрохолдинги, фермерские хозяйства? Есть ли среди покупателей небольшие собственники, желающие и готовые выращивать своих немногочисленных питомцев, что называется, «по науке»?

– Весь наш ассортимент относится к высококачественным продуктам для животноводства. Мы с гордостью представляем эту продукцию на российском рынке. Что нас характеризует? Ни один клиент «Русфид» за восемь лет работы



компании не сказал нам, что разочарован качеством продукции. В основном мы работаем с крупными предприятиями животноводческого сектора России. Мы не просто поставщик продуктов, как я уже говорил ранее, мы современный помощник сельхозтоваропроизводителей.

К нам часто обращаются фермеры за советом, и мы в силу своих возможностей стараемся ответить на их вопросы.

– Много ли в России предприятий, производящих или поставляющих из-за рубежа подобную продукцию? Чем то, что предлагаете клиентам вы, лучше?

– Да, сегодня в России много компаний, продающих похожие товары, есть и крупные производители, и дилеры иностранных компаний. Начиная сотрудничество с предприятием, мы ставим перед собой задачу – построить процесс бизнеса так, чтобы, основываясь на финансовой выгоде и общих целях, вовлечь в процесс работы специалистов и собственников. Это необходимо для адекватной оценки результатов нашей совместной работы. Мы всегда на связи и стараемся, если это необходимо предприятию, помочь даже в вопросах, выходящих за рамки наших основных компетенций. Для этого часто привлекаем высококлассных специалистов на аутсорсинг.



– У вас в компании существует «Школа кормления РУСФИД». Что она собой представляет? Как построен процесс обучения? Где набираете «учеников»?

– Мы регулярно проводим семинары и форумы в регионах, выступаем спикерами на отраслевых мероприятиях. «Школа кормления РУСФИД» – наш новый проект, система образовательных мероприятий в области животноводства. Мы понимаем, в силу своей постоянной работы в хозяйствах, что запросы в области зоотехнии и агрономии выходят за рамки существующих систем базового образования. Предприятия и специалисты остро нуждаются в доступе к современным технологиям. Для их внедрения мы и приглашаем специалистов хозяйств к нам. Два дня лекций, нетворкинг – вот формат «Школы кормления РУСФИД». Программа обучения составляется для каждого потока школы, повторение лекций возможно, но не гарантируется. В нашу школу приглашаем всех желающих, это открытая площадка для взаимодействия и общения. Более подробно с ней можно ознакомиться на нашем сайте: <https://school.rusfeed.ru/>.

Россия – одна из ведущих аграрных держав планеты, и мы верим, что наша деятельность в области внедрения новых технологий кормления и образовательных процессов важна и необходима рынку и людям.

Подготовил Алексей Сокольский



RETSCORE – АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА RETAL ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО МОНИТОРИНГА

«Наша система RETScore решает задачи повышения эффективности производственных процессов и ресурсосбережения».

Современное предприятие по производству пластиковых изделий – сложная структурная организация. Для качественного управления предприятием и повышения его эффективности RETAL разработал и внедрил собственную автоматизированную систему мониторинга технологического состояния оборудования RETScore. О преимуществах системы, её задачах и результатах работы рассказали специалисты российских предприятий RETAL.

– Какие предпосылки обуславливают необходимость внедрения систем автоматизированного мониторинга предприятий?

– RETAL уже больше 25 лет занимается переработкой полимеров, создавая продукцию в трёх категориях: преформы для изготовления ПЭТ-бутылок, пластиковые укупорочные средства и полимерные плёночные материалы. Для выпуска высококачественной продукции во всех этих категориях требуется специализированное оборудование, которое интегрировано в производственные линии. Это значит, что каждая единица техники должна работать с требуемой скоростью, производительностью и ритмичностью, что и обеспечивает слаженную работу всей линии: от загрузки сырья до упаковывания готовых

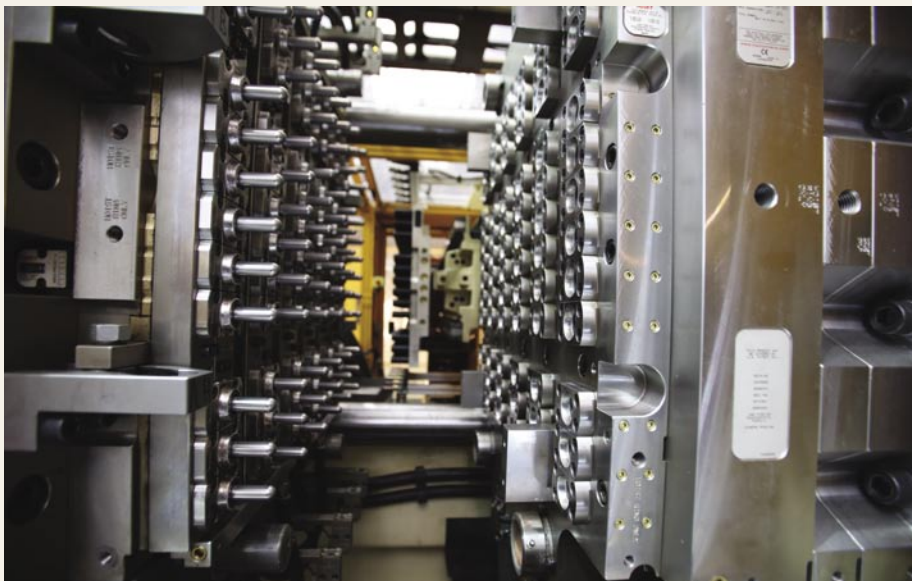
изделий. Поэтому сбой на любом из участков может привести к остановке всей линии и рискам брака продукции. Остановка, диагностика, починка и запуск линии – это затратный процесс, который к тому же влечёт перерасход ресурсов. Более того, на любом производственном предприятии не редкость ситуации, когда по тем или иным причинам машина остановлена, а, например, двигатель продолжает работать. Это также приводит к снижению энергоэффективности завода в целом. Помимо всего, необходимо учитывать, что высокий уровень автоматизации производственных процессов, как на предпри-



ятиях RETAL, предполагает ограниченное количество персонала в цехах, а следить нужно за работой всего оборудования на участке. Чтобы отслеживать, контролировать, предупреждать большой ряд рисков, необходим программно-аппаратный комплекс, осуществляющий круглосуточный мониторинг параметров работы техники в режиме реального времени и сигнализирующий о возможных неисправностях.

– Какая основная задача ставилась при разработке системы автоматизированного мониторинга предприятий?

– Такой задачей, которая сегодня успешно решена, было создание единого информационного пространства. Ведь для своевременного реагирования и устранения рисков необходимо, чтобы их увидели и оценили последствия ответственные специалисты, которые и принимают решения. Поэтому основной задачей системы мониторинга является создание единого информационного поля для всех служб предприятия и топ-менеджмента. Когда каждый специалист отслеживает процессы в зоне своей ответственности, это увеличивает скорость реакции в случаях непредвиденных ситуаций. Для такого контроля необходима визуализация параметров технологических процессов. С помощью мониторов в цехах операторы отслеживают динамику работы оборуду-

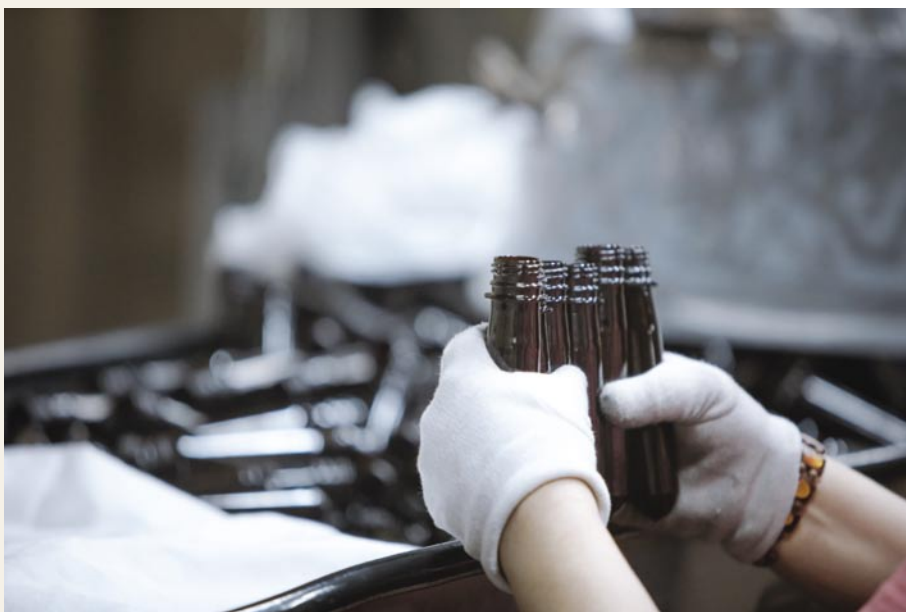


дования, анализируют данные, заполняют документацию. Данные на мониторах дублируются цветовыми индикаторами, что позволяет мгновенно обратить внимание на возможные риски. Например, если мигает точка росы, то требуется обратить внимание на работу сушильной установки. Дополнительно выстраиваются графики, которые нужны для оперативной работы. Скажем, если падает уровень загрузки той же сушильной установки, индикатор на мониторе меняет цвет на жёлтый. Этот сигнал, говорящий о возможных дефектах изделия, видят на своих мониторах и служба качества, и специалисты-техники. Так что можно практически мгновенно принять решение по необходимым действиям. Причём действиям, скоординированным всеми инстанциями. Если каждый обращает внимание в первую очередь на работу в зоне своей профессиональной ответственности, то это обеспечивает эффективный контроль всех технологических процессов. Вот для такой оперативной и слаженной работы необходимо единое информационное поле, которое и создано средствами системы мониторинга PETScore.

– Почему компания разрабатывала собственную программу мониторинга, а не приобрела готовый продукт на ИТ-рынке?

– Это вопрос оптимального соотношения цены ИТ-продукта, его возможностей и качества исполнения. Предприятиям RETAL был необходим программный комплекс не только с учётом специфики производства, его организации и управления, но и включающий направление контроля энергоэффективности. Поэтому система PETScore разрабатывалась самостоятельно с целью получить решение, адаптированное под нужды предприятий. Даже само название системы весьма прозрачно – с английского «сфера ПЭТ», то есть

охватывает все процессы производства пластиковых изделий. В сферу мониторинга включено не только основное, но и вспомогательное оборудование, такое как сушильные, холодильные установки, датчики температурных режимов и др. Система PETScore гармонизирована с работой автоматизированной программы учёта данных 1С, что позволяет осуществлять весь спектр учёта, например, расход сырья, уровень загрузки, причины остановок оборудования, поломки и



прочее. Параметры энергоэффективности анализируются отдельно, специальным приложением. Разрабатывалась и тестировалась система на предприятии «ПЕТ.РУС», которое входит в состав группы. Сегодня в сферу работы системы включены все российские заводы RETAL. Данные и их история сохраняются для каждого завода, для каждой категории продукции. Оперативная связь всех предприятий RETAL осуществляется с помо-

щью лицензионной программы Microsoft Teams. Это обеспечивает скорость обсуждения проблем, принятия решений, оказания консультативной помощи коллег. В ближайшем будущем планируется дополнить систему PETScore приложением аналитики для обработки данных мониторинга.

– Итак, собственная система стала для предприятий RETAL эффективным средством оперативного мониторинга, учёта, контроля и управления. Значит, цели собственной разработки были достигнуты?

– Да. Сегодня наш программно-аппаратный комплекс полностью готов, к нему без особых проблем можно подключить любое предприятие компании. PETScore позволяет быстро и качественно, точно и адекватно оценивать и анализировать текущие ситуации, принимать своевременные и обоснованные управленческие решения. Поскольку система имеет функцию удалённого доступа, то за работой техники можно наблюдать не только со своего рабочего места, но и из любой точки круглосуточно, в режиме онлайн. Как уже говорилось, учёт времени работы оборудования и причин простоев даёт возможность формировать рапорты по цехам, причинам и службам. Это позволяет руководству принимать управленческие решения на ос-

нове объективной и точной информации, оценивать эффективность работы производств и персонала, а также повысить энергоэффективность предприятия. Таким образом, цель оптимизации производственных процессов и ресурсосбережения была достигнута, и сегодня мы работаем над совершенствованием и расширением функциональных возможностей нашей автоматизированной системы.

Подготовила Ольга Бут



«УНАСФЕРМА»:

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ, ЧЕСТНОСТЬ, ЗДОРОВЬЕ

Как давно вы пили свежее парное молоко – вот только что из-под коровы? Для жителей современных мегаполисов этот вопрос может прозвучать странно. Где же его взять-то – в супермаркете? Сегодня на полках магазинов найти продукты с лейблом «фермерский» довольно просто, а вот понять, где заканчиваются уловки маркетологов и начинается действительно натуральный продукт, довольно сложно. Однако выход есть: знакомство с семьёй, которая ведёт хозяйство в первую очередь для себя и своих близких. Фермерские хозяйства в нашей стране начали появляться ещё в начале 1990-х, и многим из них уже более двадцати лет. Всё это время они обеспечивают потребителей только натуральными и качественными продуктами домашнего производства. О том, насколько важно включать в свой рацион такие продукты, нам рассказала глава фермерского хозяйства Анастасия Нестерова.

– Сегодня ваше фермерское хозяйство производит экологически чистое мясо и молоко, а история этого семейного бизнеса началась в нелёгкие девяностые годы. Частный агробизнес в России тогда только-только зарождался, а экономическая ситуация была не самой благоприятной. Не страшно было начинать? Расскажите о создании вашего хозяйства. Как была выбрана его локация? Сколько в хозяйстве земли? Под какие нужды вы её используете?

– В 1990-е годы мой отец, Андрей Петрович Белов, в одночасье бросил столичную жизнь и уехал на просторы Восточного Подмосковья с 33 рублями в кармане строить дом и ферму. Развитие сельского хозяйства было мечтой всей его жизни. И вопреки всем трудностям, возникающим в связи с тяжёлой экономической ситуацией в стране, он сумел преодолеть все препоны, по кирпичику выстроил собственное дело. Так и зародилось фермерское крестьянское хозяйство Беловых-Нестеровых.

Сейчас в нашей собственности 10 га земли, на ней располагаются ферма моего отца, моё производство по переработке сельхозпродукции, мини-ферма с животными, которые каждый день радуют детишек.

– А как вы решились всё бросить и уехать из Москвы?

– Характером я пошла в отца: не ищу лёгких путей! Совсем недавно я и представить не могла, как переменится моя жизнь. Я привыкла к суетливым будням в мегаполисе: престижная должность с личным водителем, офис, каблук, деловые переговоры... Тогда я не могла себе представить иной жизни. Но судьба повернулась так, что я была вынуждена уехать из каменных джунглей.

Жизненные ценности изменились, экология в Москве и питание продуктами из супермаркетов не подходили моему ребёнку. А для меня очень важно здоровье близких, и потому городскую суету я сменила на тихую, размеренную жизнь в деревне, начав свою жизнь с чистого листа. Питаясь экологически чистыми продуктами и гуляя на свежем воздухе, ребёнок окреп, да и семейный бизнес тем временем пошёл в гору.

Сегодня мы развиваем свой бизнес, а дети всегда рядом с нами, у нас есть возможность уделять им должное внимание. Этот бизнес мы построили в первую очередь для своих детей, не пожертвовав их самочувствием и воспитанием ради работы в столице.

– В вашем ассортименте есть готовые блюда и полуфабрикаты, безглютеновые продукты, а также множество разнообразных кулинарных изделий. Каковы сейчас объёмы производства предприятия?

– Ассортимент изначально был очень скудным, состоял только из сырого мяса

и молочной продукции. Причём мясо курицы мы продавали тушками в связи с отсутствием профессиональных обвальщиков и поваров на нашей ферме. Тогда весь наш штат состоял из моих родителей и нас с мужем, всю работу мы делали сами. А сейчас у нас уже работают все наши родственники! Наша команда состоит из профессионалов: технолога, колбасника, кулинара, мясника-обвальщика, кондитера, администратора, операторов, водителей.

Спрос рождает предложение, поэтому в нашем ассортименте постоянно появляются новые позиции. Каждый заказчик просит добавить что-то новенькое в блюдо, и мы, в свою очередь, всегда учитываем потребности клиентов и стараемся для них.

Изначально мы ориентированы на мам

и их детей, в том числе имеющих проблемы с питанием.

Каждый продукт мы готовим только вручную под заказ, не используя никаких ароматизаторов. Каждая пельмешка лепится вручную, с любовью. Летом мы заготавливаем компоты, варенья, соленья.

Мы бережно перевозим товары в нужном температурном режиме в машинах, оборудованных рефрижераторами, сохраняя их свежесть и полезные свойства. Все продукты расфасованы в индивидуальные упаковки. Мы доставляем только свежие, разделанные и упакованные вручную продукты с нашей фермы, сада и огорода.

– Где вы реализуете свою продукцию?

– Мы практически не используем рек-





ламу, заказчики приходят к нам благодаря рекомендациям, и их количество растёт изо дня в день. Как я уже упоминала, сейчас наши клиенты – в основном мамы с детьми, будущие мамы и люди, которые заботятся о своём здоровье. В этом году у нас очень много клиентов, реабилитирующихся после ковида: благодаря нашим продуктам они восстанавливают ослабленный иммунитет. Начав правильное питание, люди укрепляют здоровье, видят улучшение и снова и снова обращаются к нам.

Также наша продукция ориентирована на детей с atopическим дерматитом, пищевыми проблемами, аллергией. Мы

помогаем им победить болезни. И очень радостно вместе с их мамами наблюдать пользу наших продуктов и улучшение здоровья детишек!

Магазина у нас нет по той причине, что любой магазин подразумевает остатки продуктов и просрочку, а для нас абсолютно неприемлемо допустить, чтобы наши уникальные продукты выбрасывались, поэтому свою продукцию мы реализуем только через интернет-магазин: унасферма.рф.

– Каким оборудованием располагает сегодня ваша ферма?

– Как любое производство, мы имеем базовое оборудование: доильные аппараты, сепараторы, маслобойки для взбивания сливок, конвектоматы, профессиональные мясорубки, куттеры для измельчения мяса, слайсеры, аппараты для упаковки.

– Наличие антибиотиков в продуктах животного происхождения негативно сказывается на здоровье употребляющих его людей. Ваша экологически чистая продукция, конечно, не предполагает таких добавок? А что позволяет вам выращивать здоровых животных?





– Мы не используем антибиотики при выращивании животных и птицы, не добавляем в корма животных никаких гормонов роста. Птица у нас выращивается несколько месяцев, в отличие от «современных» производств, где в течение 30 дней она уже готова к убою. Бычки растут пару лет, для того чтобы достичь нужного веса.

Любое животное, как и человек, нуждается в качественном питании. Всех животных мы выращиваем на дорогом качественном корме, обогащённом витаминами. Для того чтобы наши животные не болели, мы запретили доступ на нашу ферму для посторонних людей, так как они могут принести на себе вирусы, опасные для животных. На нашей ферме животные растут под наблюдением ветеринара, время от времени к нам приезжает специалист для

забора крови животных и птиц на анализ, их здоровье всегда под контролем, и им ничего не угрожает.

– Какую поддержку получает фермерство от министерства сельского хозяйства? Укладывается ли ваша деятельность в рамки проекта «Развитие агропромышленного комплекса» или других федеральных и целевых программ?

– В то время, когда мы действовали своими силами, официально не оформляясь, никакой господдержки мы, конечно, не получали. Как только мы оформили КФХ, заявили о себе – начали получать поддержку от местного муниципалитета. Мы с ним в постоянном контакте, к нам приезжают с проверками, и у ветслужбы мы на постоянном контроле.



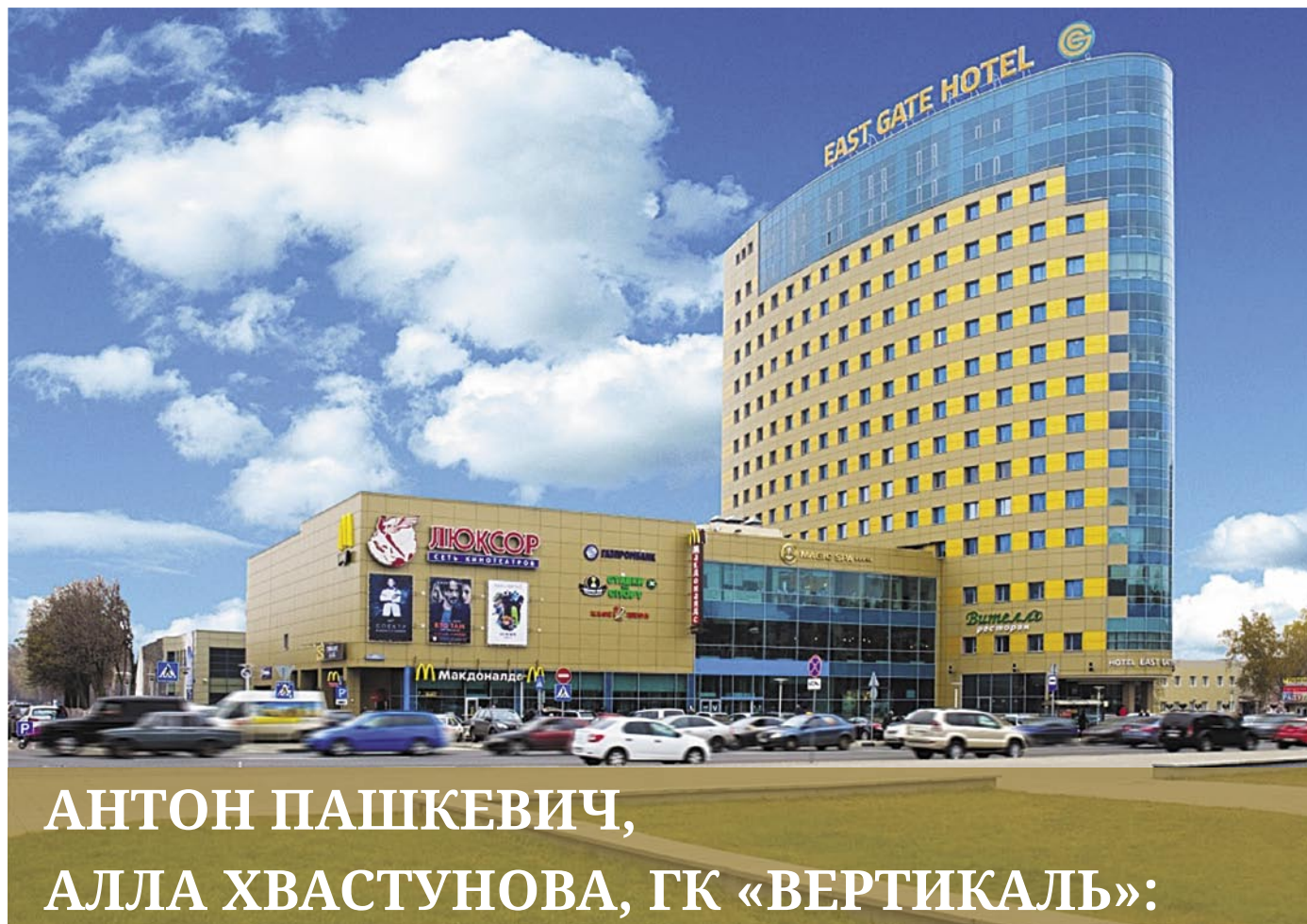
– Что, по вашему мнению, самое важное в фермерском бизнесе?

– Занимаясь фермерством, мы берём на себя ответственность перед людьми, для которых производится сельскохозяйственная продукция, а также перед животными, которых выращиваем. Поэтому мы должны быть честными перед всеми. Мы создаём комфортные условия для животных, держим их в чистоте, кормим только натуральными кормами, выпасаем на природе и, как следствие, получаем качественную, чистую и полезную продукцию.

– Каковы ваши ближайшие планы? Собираетесь ли расширять производство, модернизировать оборудование?

– Я никогда не строила планов на длительный период, но все мои действия были нацелены на гарантированный результат. Я всегда делаю то, что мне по душе, и этот подход приносит плоды. С началом этой деятельности на мои плечи легла очень большая ответственность перед своей семьёй, сотрудниками, огромным количеством заказчиков, муниципалитетом, с которым мы тесно сотрудничаем. Недавно мы подписали договор аренды на новый участок земли, где собираемся строить ферму. Всё больше посетителей хочет смотреть на наших красивых питомцев, и мы намерены развивать агротуристический бизнес в нашем экологически чистом районе. Дети особенно тянутся к домашним животным, это необходимо человеку, так как заложено в нём генетически. Именно необходимость нашей работы для людей – одна из самых сильных мотиваций для фермера!

Подготовила Эльвина Антреева



**АНТОН ПАШКЕВИЧ,
АЛЛА ХВАСТУНОВА, ГК «ВЕРТИКАЛЬ»:**
*«Наши объекты стали
визитной карточкой Балашихи!»*

Поддержание развитой инфраструктуры крупного города Подмосковья – задача непростая. Современный темп жизни ставит перед человеком массу задач, и для их решения, а также для развития и отдыха ему необходимо multifunctional пространство. Группа компаний «Вертикаль» занимается строительством и эксплуатацией объектов недвижимости в городе Балашихе. Руководство организации реализует свои проекты, исходя из потребностей жителей полумиллионного города.

Благодаря усилиям сильной и слаженной команды группы компаний здесь уже есть современный торгово-развлекательный комплекс «Вертикаль» и multifunctional комплекс East Gate с четырёхзвёздочным отелем, торговым и бизнес-центром, кинотеатром, рестораном авторской кухни и спа-центром. С появлением этих зданий город преобразился, в нём появилось новое место притяжения бизнеса, горожан и гостей Балашихи.

Гостеприимство, профессионализм и поддержание высокого уровня сервиса – три кита, на которых строится социальный бизнес. Только таким образом можно заслужить доверие посетителей, добиться безупречной репутации и приумножить доходы предприятия. Подробнее об объектах, их назначении и услугах, а также о новых планах компании нам рассказали руководитель департамента развития и эксплуатации недвижимости группы компаний «Вертикаль» Антон Пашкевич и управляющий директор отеля East Gate Алла Хвастунова.



– Антон, расскажите, пожалуйста, о группе компаний «Вертикаль». Каково основное направление её деятельности?

Антон:

– Группа компаний «Вертикаль» начала свою деятельность в 2001 году и на сегодняшний день выросла до размеров крупного предприятия. Мы занимаемся строительством и эксплуатацией объектов недвижимости в Балашихе, инвестируем в комфорт жителей города. Изначально было принято решение развиваться именно здесь, ведь у города большой потенциал. И наши объекты стали его визитной карточкой: самый узнаваемый торгово-развлекательный центр «Вертикаль» и комплекс East Gate принадлежат именно нам. Появление «Вертикали» было откликом на потребность жителей большого города в шопинге и отдыхе. На торговых площадях покупателей обслуживает большое количество организаций: от салонов оптики до зоомагазина, от магазинов товаров для детей до службы доставки цветов.

– Расскажите подробнее о торговом центре. Каковы его особенности и преимущества для жителей города?

Антон:

– Удобное расположение комплекса – это одно из наших преимуществ. До торгового центра легко добраться как на автомобиле, так и на общественном транспорте из любой точки города. Мы находимся на шоссе Энтузиастов, практически в центре Балашихи. Для автомобилистов у нас есть большая бесплатная парковка, которая работает до полуночи. Особое внимание мы уделяем тщательному подбору магазинов и точек оказания услуг, так как концепция самой площадки и состав арендаторов – это ключевые факторы успеха любого торгового центра. «Вертикаль» – семейный торговый центр, здесь всегда по-домашнему уютно и ком-

фортно. Он ориентирован на посетителей, которые не любят суету и огромное количество торговых точек. Грамотная планировка магазинов помогает людям быстрее сориентироваться и купить всё необходимое в короткие сроки.

– Какие магазины, услуги, марки и бренды представлены в вашем торговом центре?

Антон:

– В целом инфраструктура ТЦ состоит из следующих направлений: галерея моды и красоты, товары для детей, спортивные товары, всё для дома, продуктовый супермаркет «Перекрёсток», товары для животных, зона отдыха и развлечений. Если говорить подробнее, то среди наших арендаторов можно встретить такие известные бренды, как «Л'Этуаль», «Adidas & Reebok дисконт-центр», «М.Видео», «Аскона», Kerama Marazzi, «Бетховен». Есть любимые сетевые магазины «Кораблик», O'STIN, «Каляев» и редкие небольшие бутики с безупречно подобранным ассортиментом товаров. Например, «Польская мода» – элитные

польские марки напрямую от производителя. Далее: мультибрендовый салон «Магия Стиля» представляет вниманию торговые фирмы для самых требовательных покупательниц, магазин люксовой одежды Lux Fur порадует широким ассортиментом эксклюзивных моделей из меха и кожи от ведущих производителей Италии, Германии, Греции и Турции. В число наших партнёров входит сеть универмагов под брендом «Берёзка люкс», которая уже более 40 лет успешно работает на российском рынке. За это время компанией был сформирован безукоризненный марочный портфель, включающий в себя более 15 брендов женской и мужской одежды и аксессуаров из Германии, Австрии и Италии. Для удобства посетителей мы выбрали самые востребованные услуги: пункты выдачи заказов PickPoint и Yandex, отделение «Почты России», цветочный магазин, салон связи «МегаФон» и многие другие.

– А какие зоны отдыха для детей и взрослых есть в «Вертикали»? В чём принципиальное отличие от других торговых центров?

Антон:

– Как я уже говорил, мы особое внимание уделяем комфорту наших посетителей. Вместо шумных фуд-корт – уютный двухэтажный ресторан итальянской кухни «IL Патио» с комнатой для детей. На верхнем этаже торгового центра находится парк развлечений «ЗАМАНИЯ», где дети и родители могут безопасно оторваться по полной программе, весело провести время или отметить важное событие в кругу семьи и друзей. Список наших арендаторов-партнёров большой, и с каждым мы поддерживаем дружественные взаимоотношения и стараемся совместно решать все возникающие вопросы.

– Антон, как возникла идея построить такой большой многофункциональный центр, как East Gate?



Антон:

– East Gate – уникальный комплекс с высоким сервисом и национальным гостеприимством, который находится в 7 км от Москвы. Единственный крупный отель в городе расположен в самом центре, рядом с площадью Славы и одним из лучших парков Подмосковья – «Пехоркой». Раньше здесь был кинотеатр «Октябрь» – место притяжения балашихинцев. И мы эту концепцию решили не менять, но привнесли в неё и новые идеи. Теперь East Gate – это центр и деловой, и развлекательной жизни Балашихи. Для жителей города здесь есть торговый центр с кинотеатром, ресторанами быстрого питания, спа-комплексом, Центром здоровья доктора Бубновского, свадебным салоном и многое-многое другое. Для бизнеса – отделение Газпромбанка, офисы самого разного формата и направленности, в том числе и помещения со свободной планировкой. Образ же самого отеля стал визуальным представлением города. Если сделать в поисковой строке Google запрос «Балашиха», то на одном из первых изображений будет именно наш отель East Gate.

– Расскажите, как давно работает ваш отель? Почему вы решили открыть его именно в Балашихе?

Алла:

– Первых гостей отель принял в 2011 году. Так что в 2021-м у нас 10-летний юбилей! Открыли отель именно здесь, потому что Балашиха – это самый большой город Подмосковья, он активно растёт и развивается. Здесь открываются новые предприятия, появляются новые направления деятельности, увеличивается жилой фонд. В 2007 году город приобрёл ещё и статус спортивного, так как у нас появился свой Ледовый дворец,

началось активное развитие детского и юношеского спорта. Раньше гостям приходилось селиться в небольших гостиницах и съёмных квартирах, соответственно, мест не хватало. Возникла потребность в надёжном и комфортном пространстве с выгодным расположением и широким спектром оказываемых услуг.

– Какова на сегодняшний день преимущественная целевая аудитория отеля?

Алла:

– Она очень широка! Наши гости – командировочные, спортсмены, военные, туристы и просто жители Балашихи. В деловой поездке у нас удобно остановиться благодаря расположению в центре города, парковке для постояльцев и вкусным завтракам. Также большой популярностью у бизнес-сегмента пользуются конференц-залы: можно снять большой зал, вмещающий до 100 человек, например для презентации или коучинговой сессии. А можно – маленькую

– Балашиха – крупный промышленный центр, здесь располагается много предприятий. Налажено ли у вас сотрудничество с коммерческими компаниями?

Алла:

– Конечно. Практически все предприятия Балашихи – наши партнёры. Для всех гостей, приезжающих в командировку в наш город, отель становится вторым домом. Мы их очень любим и ценим. Для всех постоянных клиентов у нас предусмотрены специальные условия. Кроме того, мы очень гордимся нашей многолетней дружбой с торгово-промышленной палатой. В наших конференц-залах часто проходят самые знаковые мероприятия и собрания, организованные БТПП.

– Какие услуги могут получить гости в вашем отеле?

Алла:

– В отеле East Gate есть несколько локаций и большой выбор номеров, всего 102 номера для проживания. Гости могут



стильную переговорную комнату для деловой встречи, интервью и фотосессии. Кроме того, действуют специальные конференц-пакеты, обширное меню ланчей, ужинов, кофе-брейков и фуршетов. Однако мы позиционируем себя как отель, где есть место не только для работы, но и для отдыха. Гости часто заказывают проведение торжеств, вечеринок и свадеб. Последнее особенно удобно, так как местный ЗАГС находится рядом с отелем, в шаговой доступности. В перечне свадебных услуг комплекса: доставка цветов, украшение номера, праздничная фотосъёмка. У нас можно провести мальчишник и девичник. Также можно подобрать свадебное платье. Часто взрослые дети дарят своим родителям подарочные сертификаты нашего отеля на годовщину свадьбы или другое памятное событие: это отличный способ сменить обстановку и приятно провести время.

выбрать номер под свои потребности, пожелания и бюджет. У нас четыре категории номеров: стандартный Double, Twin с раздельными кроватями, просторная Studio и двухкомнатный семейный Deluxe. Во всех комнатах отличная современная мебель. Кроме того, в каждом номере есть письменный стол, телевизор с плоским экраном, бесплатный Wi-Fi, мини-бар и сейф. Также гости могут заказать посещение спа-комплекса, завтрак в номер, специальное украшение, услуги прачечной или химчистки. К нам можно приехать с домашним питомцем по предварительной договорённости. Сейчас мы активно развиваем направление фотосессий в отеле. И конечно, для деловых нужд просто незаменимы наши конференц-залы, про которые я уже рассказывала.

– Есть какая-то изюминка, которой вы гордитесь?

Алла:

– Наша главная и любимая изюминка – ресторан авторской кухни Vitello: он постоянно совершенствует меню и готов удивлять гостей новыми кулинарными шедеврами. В нашем отеле работает прекрасный шеф-повар, профессионал своего дела Санджар Джамолов – попробовать его блюда съезжаются и местные жители, и гости столицы. Особая гордость нашего меню – блюда на углях. И самые популярные среди них, конечно же, стейки. Все этапы от выбора поставщика до подачи на стол придирчиво контролируются шеф-поваром. Несомненные фавориты наших гостей – это сочный стейк «Рибай» на подушке из запечённого картофельного пюре и ароматный стейк «Ангус» с молодой спаржей гриль. Недавно один из наших гостей побил рекорд по поглощению стейков: за 10 минут съел стейк весом 800 граммов!

– Чем отличается ресторан отеля от обычного ресторана?

Алла:

– У нас всё гораздо сложнее и, конечно, интереснее. Помимо основного меню а-ля карт, меню «рум-сервис», мы накрываем завтраки для проживающих в отеле, готовим разнообразные кофе-брейки, бизнес-ланчи и ужины для компаний, которые проводят у нас свои мероприятия. У нас питаются спортивные группы, в том числе профессиональные спортсмены Континентальной хоккейной лиги. В обеденное время к нам приходят сотрудники близлежащих компаний. Иногда всё это происходит одновременно. Ну и чтобы совсем не было скучно, мы постоянно обновляем блюда, запускаем сезонные предложения: летнее меню, постное меню от шефа и многие другие!

– Ощущается ли у вас в отеле увеличение потока российских гостей из-за заметного роста внутреннего туризма?

Алла:

– Мы много работали над тем, чтобы развеять репутацию неприступной и элитарной крепости, которой можно было бы посчитать East Gate. Для нас высокий сервис – это, прежде всего, уважение к клиентам. Мы очень рады, что к нам всё чаще приезжают гости, просто чтобы провести выходные, а семьи с детьми заходят пообедать в ресторан после прогулки в парке. Несмотря на то, что мы не туристический загородный отель и к нам мало кто приезжает провести целый отпуск, из-за пандемии такая тенденция появилась. Люди ищут другие форматы отдыха, их привлекает идея сменить обстановку, а городской отель может предложить, например, отдых выходного дня. В шаговой доступности от отеля – парк «Пехорка», сосновый лес, кинотеатр, спа. Так что мы смело



pretендуем на звание городского курорта! Мы гордимся статусом четырёхзвёздочного отеля и считаем, что он получен вполне заслуженно. А большое количество довольных и счастливых гостей – лучшее тому подтверждение!

– В 2020 году многим отраслям пришлось нелегко. Как ощущали себя отель East Gate и ТЦ «Вертикаль» во время пандемии?

Антон:

– Да, безусловно, пандемия сказалась на нашей работе. Долгое время магазины и торговые точки были закрыты. Мы вели активную работу с арендаторами, договаривались по условиям, чтобы поддержать их и самим остаться на плаву. Естественно, в торговом центре было проведено множество мероприятий по соблюдению всех мер безопасности. Сейчас мы восстанавливаемся после кризиса и очень надеемся, что этот отрицательный опыт останется в прошлом.

Алла:

– И хотя для размещения гостей в отелях не было запрета, в апреле 2020 года мы вынуждены были закрыться, так как постояльцев не было совсем. Но уже в мае работа начала возобновляться, в отель стали селиться первые командировочные гости. Начал «просыпаться» спорт, и мы постепенно вновь заполняли этаж за этажом. Популярностью стал пользоваться формат «удалённого офиса». В трудное время мы стремились сохранить коллектив и обезопасить гостей и сотрудников отеля, соблюдая все требования Роспотребнадзора.

– Какие планы строит ваша группа компаний на ближайшие несколько лет?

Планируете ли строительство новых объектов? Возможно, сеть отелей? Или у вас задача максимально развить именно отель East Gate?

Антон:

– Мы прекрасно осознаём, что надо идти в ногу со временем и современными тенденциями, развивать новые, наиболее востребованные направления бизнеса. Да, в проекте есть несколько новых объектов. Мы и сейчас работаем над их концепцией. Возможно, это будет крупный торговый-развлекательный центр для детей, так как в этом есть потребность. Сейчас жители города чаще уезжают на выходные в столицу, чтобы сделать покупки и отдохнуть, мы же стремимся создать все условия для полноценного отдыха на территории Балашихи и хотим привлечь в эти центры серьёзных федеральных арендаторов.

Алла:

– Что касается отеля, в первую очередь нужно восстановиться после пандемии. Ведь 2020 год существенно изменил бизнес: сократилось количество очных деловых мероприятий, конференций, тренингов, корпоративные клиенты значительно снизили количество командировок, то есть всё максимально ушло в онлайн-формат. В связи с закрытием границ в этом сезоне мы потеряли один из значительных сегментов – туристический.

Поэтому на сегодняшний день в наших планах – выход на новые рынки, например детский внутренний туризм, спортивный туризм, развитие новых услуг и форматов. При наличии спроса возможно и открытие новых отелей.

Мы готовы работать для людей и надеемся, что наш вклад в развитие города не останется незамеченным.

Подготовила Дарья Бакарина



«ПРОФСИРОП»:

ВКУСНЫЙ БИЗНЕС

– Анна Анатольевна, расскажите, как у вас возникла идея заняться таким вкусным бизнесом?

– Идея его возникновения была определена экономически. В нулевые годы, когда курс зарубежной валюты по отношению к рублю стал невысоким, было выгодно ввозить импортные товары. После очередного кризиса курс очень подскочил, в связи с чем ввозимая продукция резко подорожала. Встал вопрос о создании российских аналогов. Тогда ко мне обратились экспортеры топпингов и других товаров. На тот момент у меня было производство сгущённого молока, тоже сладкой продукции, поэтому создание нового продукта не заняло много времени. В дальнейшем встал вопрос о расширении линейки и, помимо топпингов, у нас появились сиропы, фруктовые концентраты и основы для напитков.

– Продукция «Профсироп» поражает многообразием вкусов. Как часто вы расширяете и обновляете ассортимент?



Сиропы придают традиционным напиткам особенные ароматы.

Они широко применяются в кулинарии как ингредиент блюд и пропитка для выпечки. Их используют для декорирования тортов, мороженого, пирожных, которые приобретают не только привлекательный вид, но и оригинальный аромат, неповторимый вкус. Одну из наиболее обширных линеек сиропов предлагает компания «Профсироп», которая работает в этой сфере уже более 10 лет и располагает собственным производством в подмосковном наукограде Королёве. О деятельности предприятия и его вкусном ассортименте нам рассказала генеральный директор компании Анна Базарнова.

– В нашем ассортименте на сегодняшний день – более 140 наименований сиропов, и мы его постоянно расширяем, отвечая запросам самых требовательных клиентов. Плюс топпинги – 28 видов. А ещё мы второй год производим специальные фруктовые концентраты. Их у нас уже 31 вкус. Это профессиональная продукция, сироп с фруктовым наполнением для премиальных видов коктейлей и фруктовых чаёв. Сейчас модны чаи с Бали с добавлением ягод: облепихи, фейхоа. Мы делаем пюре из натуральных ягод, придумали способ их переработки – уникальный, аналогов на российском рынке нет.



На сегодняшний день наше производство занимается выпуском профессиональной продукции для сегмента HoReCa. Наш ассортимент является самым большим из аналогичных продуктов, выпускаемых в России. Кроме основательных базовых кейсов, мы рады предложить нашим требовательным клиентам такие изысканные продукты, как биттер-сиропы, ботаническую воду, различные модификаторы. Некоторые позиции не имеют аналогов не только на территории РФ, но и в мире. Мы держим руку на пульсе барной моды, стараемся быть в тренде и соответствовать высоким запросам требовательной публики. Каждый год мы добавляем в свою линейку новые вкусы, новые продукты. На выставке «ПИР» в октябре 2021 года мы анонсировали новый продукт, линейку вкусоароматических основ – кордиалов. Сейчас полным ходом идёт подготовка к промышленному выпуску этого продукта на рынок. Многие дистрибьюторы ждут его с нетерпением.

– Что делает продукцию «Профсироп» востребованной?

– Мы – первый российский производитель, качество продукции которого соответствует самым строгим европейским нормам. Благодаря собственным производственным мощностям, минимизации издержек и долгосрочным контрактам с поставщиками мы имеем возможность поддерживать оптимальные цены на нашу продукцию, гарантируя её стабильно высокое качество. И продолжаем доказывать делом, что российский продукт может быть достойной заменой импортным аналогам!

Подготовила Эльвина Антреева

Людмила Макарова: «Потребкооперация несёт социальную миссию»

В России около 30 тыс. сельских поселений, где постоянно проживает менее ста человек. Там нет стационарной сети магазинов и аптек: крупные компании туда не заходят, это им невыгодно. Что же делать местным жителям? Ведь многие из них – малообеспеченные пожилые люди, у которых нет возможности ездить за продуктами или в аптеку до ближайшего города и обратно. О том, как их выручает система районной потребительской кооперации, рассказывает председатель Совета Истринского районного потребительского общества Людмила Макарова.



– Система потребкооперации – давний и надёжный помощник государства в решении социальных проблем, – считает Людмила Иосифовна. – Истринское РАЙПО входит в состав Московского регионального союза потребительской кооперации. А первое кооперативное сообщество на территории Истры возникло в 1901 году и называлось Ивановским фабрично-заводским обществом потребителей при фабрике Попова. Оно занималось продажей продовольственных и промышленных товаров, имело пекарню и сапожную мастерскую. В этом году Истринскому РАЙПО исполнилось 120 лет. Изначально это был социальный народный проект. Общество остаётся верным своим традициям и сегодня, помогая малообеспеченным людям.

Это социально направленная система с многоотраслевой структурой, включающей в себя розничную торговлю, аптечные сети, общественное питание, заготовки, услуги аренды и транспорта. Основной вид деятельности организации – торгово-закупочная. Для выполнения своих уставных обязательств РАЙПО самостоятельно организует хозяйственную деятельность и обслуживает не только пайщиков, но и других жителей сельских и городских поселений.

Время диктует свои правила, и от него нельзя отставать. РАЙПО стремится к освоению новых технологий и успешно внедряет их в свою систему. Ежегодно вводит в эксплуатацию современные торговые объекты, оснащённые высококачествен-

ным оборудованием, реконструирует старые торговые точки. Главная цель – не получение прибыли, а обеспечение малонаселённых пунктов качественными товарами и услугами по доступным ценам.

Сеть магазинов и аптек Истринского РАЙПО активно развивается. Важно понимать, что во многих посёлках, кроме этой аптеки и этого магазина, вообще нет никаких учреждений. Они становятся не просто жизненно важными торговыми пунктами, куда человек приходит за лекарствами или продуктами. Там собираются местные жители, они могут получить квалифицированные консультации по приобретению лекарств, да и просто человеческое участие, поддержку. Для одиноких людей это очень важно.

В связи со сложной экономической ситуацией, сложившейся в стране, появились трудности в поиске работы. И РАЙПО создаёт рабочие места. Все сотрудники отличаются высокой культурой обслуживания. В магазинах общества трудятся местные жители, 80% точек находится на селе. При таком раскладе нелегко попытаться обмануть покупателя или быть к нему невнимательным. За последние годы сотни работников прилавка получили квалификацию «продавец продовольственных товаров» различных категорий. Количество работающих в системе Истринского РАЙПО – свыше 450 человек, много молодёжи. А в пандемию ещё открылась собственная хлебопекарня, создано более 50 новых рабочих мест. Наш коллектив – сплочённое сообщество единомышленни-

ков и при этом профессионалов, преданных своему делу. Всё, чего мы достигли, – только благодаря нашим замечательным сотрудникам.

Сотрудники на условия работы не жалуются, там отличный социальный пакет. Например, если у человека стаж более пяти лет, он имеет право отдать своего ребёнка на бесплатное обучение в ведомственное учебное заведение. В курортный сезон детей сотрудников отправляют в оздоровительные лагеря – за 10% от стоимости путёвки.

У сегодняшней потребкооперации много проблем. К примеру, в нестационарном обслуживании населения – так официально именуются автолавки. Они ходят в отдалённые деревни, где живёт всего несколько человек. Поэтому в большинстве случаев убыточны. Но автолавки просто необходимы для этих людей, в основном пожилых и одиноких. Коллектив РАЙПО отмечает помощь губернатора Подмосковья Андрея Воробьёва, который поддержал программу возмещения транспортных расходов за доставку товаров в отдалённые сельские населённые пункты. Это 30% затрат, но всё же существенная поддержка.

Приходится смотреть далеко вперёд, нельзя ошибаться в рыночных прогнозах, чтобы успешно конкурировать и продолжать славные традиции потребкооперации. Людская благодарность придаёт сил. Ведь каждый день люди говорят нам: «Спасибо!»

Это неисчерпаемый источник энергии!

Подготовил Михаил Грунин

PARK INN В ОДИНЦОВО: ПОД ГОРДОЙ МАРКОЙ RADISSON

Одинцово – западный город-спутник Москвы, практически слившийся со столицей, и, конечно, здесь много интересных и красивых мест. Одним из них, безусловно, является Park Inn by Radisson Odintsovo – отель международного класса, расположившийся в окружении значимых деловых и развлекательных объектов. Гостиничный комплекс стал местом притяжения бизнесменов и ценителей высокого сервиса. О международных стандартах мирового бренда и преимуществах локации нам рассказал Марк Коган, директор отдела продаж и маркетинга.



– *Марк Евгеньевич, как давно существует Park Inn by Radisson Odintsovo и в чём его преимущества перед конкурентами?*

– Отель Park Inn by Radisson Odintsovo открыл свои двери в июне 2012 года, это единственный отель международного класса в Одинцово, что и является основным его преимуществом. Он предназначен для гостей, которые могут по достоинству оценить уровень сервиса и качество предоставляемых услуг. Сеть отелей Radisson – один из крупнейших игроков в сфере гостиничного бизнеса.

– *Каково это – быть частью огромной сети отелей по всему миру? Какие требования предъявляет бренд к своим представителям?*

– С одной стороны, это огромная гордость – быть частью международной команды Radisson Hotels Group, с другой – огромная ответственность, так как бренд предъявляет серьёзные и непоколебимые требования по части сервиса и операционной деятельности. Принцип нашей работы в том, чтобы гости чувствовали себя в знакомой и домашней обстановке, и неважно, где отель Radisson расположен: в Париже, Милане или Одинцово. Главный посыл бренда – идентичность. Гости, отдающие предпочтение сети Park Inn by Radisson, без труда могут отыскать в каждом отеле характерные черты, присущие бренду, например интерьер или блюда, подаваемые на завтрак.

– *Какие категории номеров существуют у вас в отеле и на какую целевую аудиторию они рассчитаны?*

– Отель предлагает своим гостям 122 номера различных категорий: стандарт, супериор, люкс с одной спальней, семейные апартаменты, представительский люкс. Основные клиенты отеля – люди, приезжающие в Одинцово по рабочим вопросам. Гостиница расположена вбли-

зи крупных деловых, развлекательных и спортивных объектов, до которых легко добраться на автомобиле или общественном транспорте. Park Inn by Radisson Odintsovo, несомненно, подходит и для «индивидуальных» гостей, то есть для тех, кто устал от городской суеты и хочет провести уик-энд в комфортной обстановке.

– *Расскажите о вашем знаменитом ресторане Leroy. В чём его особенность? Почему он стилизован именно в духе Америки 1930-х годов?*

– Ресторан Leroy – вишенка на торте нашего комплекса. Это целевой таргетированный ресторан в формате «стейк-хаус», собственно, поэтому он и оформлен в



духе американского заведения 1930-х годов. Ресторан предлагает гостям обширное меню, включающее большое разнообразие блюд, но всё-таки основной упор делается на стейки, приготовленные по особым эксклюзивным рецептам.

– *Какие дополнительные услуги на территории отеля вы предлагаете? Расскажите о бонусной программе отеля, какие преимущества она даёт?*

– Дополнительно отель предлагает своим гостям услуги проведения банкетов, форумов, деловых сессий, а также развлекательных мероприятий: свадеб, корпоративов, дней рождений. Для этого в отеле оборудовано четыре конференц-зала и два банкетных. Сеть отелей предлагает гостям

участие в программах Radisson Rewards и Radisson Rewards for Business. Их суть заключается в том, что каждый клиент сети набирает бонусные баллы на специальную международную карту. Этими баллами он может расплачиваться за услуги проживания или проведения мероприятий в любом из отелей нашей сети по всему миру.

– *Территориальное соседство с такими знаменитыми культурными и историческими объектами, как военный парк «Патриот», старинный музей-усадьба «Архангельское», концертный зал «Барвиха Luxury Village» и выставочный центр и концертный зал «Крокус Сити Холл», навстречу, обеспечивает вас гостями в течение всего года? Или сезонность всё-таки присутствует в вашей работе?*

– Естественно, все вышеперечисленные объекты обеспечивают загрузку комплекса на протяжении всего года. Но, как и у всех бизнес-отелей в Московском регионе, у нас есть классическая сезонность. Осень и весна считаются периодами высокого спроса, так как именно на эти времена года приходится наиболее оживлённая активность. Зима и лето – периоды отпусков, когда мы принимаем крупный поток «индивидуальных» гостей.

– *Как часто на территории проводят бизнес-встречи и другие мероприятия?*

– Бизнес-мероприятия в нашем отеле проводятся регулярно, ведь мы – единственная подходящая крупная площадка в локации.

– *Какова ваша главная цель?*

– Становиться лучше, поддерживать высокий тон, заданный нашими любимыми гостями, отвечать их потребностям и превосходить их!

Подготовила Дарья Бакарина



YES I CAN

■ проживание

■ долгосрочное
проживание
в апартаментах

■ услуги ресторана «Лерой»

■ проведение мероприятий
(конференции, банкеты, свадьбы,
корпоративы) – 2 конференц-зала
и 2 банкетных зала

■ услуги
трансфера

■ услуги
бизнес-центра

Адрес: МО, Одинцовский р-н, г. Одинцово, ул. Маршала Неделина, д. 8

Контакты: **+7 (495) 594-16-00**

sales@piodin.ru



EAST GATE HOTEL****

БИЗНЕС-ОТЕЛЬ В ЦЕНТРЕ БАЛАШИХИ



г. Балашиха,
пр. Ленина, 25

eastgatehotel.ru



+7 (495) 926-04-56

6 км от МКАД,
шаговая
доступность
от городского
парка Пехорка,
удобное
транспортное
сообщение с Москвой.

- ★ Номера европейского уровня;
- ★ конференц-комплекс;
- ★ ресторан VITELLO с летней верандой.

