

БИЗНЕС ДИАЛОГ

business dialog media

МЕДИА

№ 1 январь 2024



**31-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ ИХ
ПРОИЗВОДСТВА
«ПРОДЭКСПО-2024»**

**АРТУР СУЛЕЙМАНОВ, «MADE FOR YOU»:
«ВЫБИРАЯ ПРОДУКТЫ ПОД НАШИМ БРЕНДОМ,
ВЫ ВЫБИРАЕТЕ КАЧЕСТВО!»**



реклама



WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА
шоколад и трюфели



Реклама. Рекламодатель ООО КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА ВОЛШЕБНИЦА ИНН 7729352268 erid: LatgBn7Aq

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: Анна Добрынина, Михаил Московец, Дарья Бакарина, Екатерина Иванова

Дирекция развития и PR: Наталья Фастова, Ольга Иванова

Заместитель директора по коммерческим вопросам: Ирина Длугач

Дизайн/вёрстка: Елена Кислицына

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР».

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

Материалы, отмеченные знаком 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 25.01.2024 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:

	Размещение на первой обложке +
1 полоса внутри журнала	72 000 рублей
2 полосы (1 разворот)	140 000 рублей
4 полосы (2 разворота)	210 000 рублей
6 полос (3 разворота)	280 000 рублей.
6 полос внутри журнала	от 470 000 рублей.
2-я полоса обложки	70 500 рублей
3-я полоса обложки	66 500 рублей
4-я полоса обложки	79 500 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.

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ РЕДАКЦИИ Russian Business Guide

КОМИТЕТ ПО ЖКХ

Наталья Викторовна Абросимова –
генеральный директор Ассоциации ЖКХ МО



КОМИТЕТ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ

Эксперт-консультант номера: Стива Аралов, компания «Пимс»

КОМИТЕТ ПО ESG

Наталья Борисовна Починок – управляющий партнёр Digital ESG компании IBS, председатель Комиссии по социальной политике Общественной палаты РФ

ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА МЯКОТНИКОВА –

директор «СИБУРА» по климатическим инициативам и углеродному регулированию

КОМИТЕТ ПО ТУРИЗМУ

Этнографический парк-музей «ЭТНОМИР»

КОМИТЕТ ПО ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРКАМ

Олег Васильевич Карцов –
генеральный директор компании «Парк Ногинск»



КОМИТЕТ ПО ЛОГИСТИКЕ

Компания «Точные Поставки»

КОМИТЕТ ПО НАЛОГАМ И ФИНАНСОВОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ БИЗНЕСА

Антон Александрович Левдонский –
старший менеджер по финансовому консультированию ГК «Мариллион»



КОМИТЕТ ПО АПК

Анастасия Геннадьевна Романовская –
руководитель отдела маркетинга и экспорта компании «Листерра»



КОМИТЕТ ПО АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мария Александровна Федотова

КОМИТЕТ ПО ДОРОЖНОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ

Андрей Тимурович Соколов, компания «Асфальт-Качество»

СОДЕРЖАНИЕ

4

АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС ПОДМОСКОВЬЯ
ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

10

НОВОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

14

ПРОДЭКСПО: О КРУПНЕЙШЕЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКЕ
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В РОССИИ

18

АРТУР СУЛЕЙМАНОВ, «MADE FOR YOU»:
«ВЫБИРАЯ ПРОДУКТЫ ПОД НАШИМ БРЕНДОМ, ВЫ ВЫБИРАЕТЕ КАЧЕСТВО!»

24

СЕРГЕЙ ЛЯШЕНКО: «НАШ РОССИЙСКИЙ ФЕРМЕР НАКОРМИТ СТРАНУ,
БУДЬТЕ УВЕРЕНЫ!»

28

ИРИНА ИВАЩЕНКО, «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА»:
«LIBERTAD – ВКУСНЕЙШИЙ ШОКОЛАД С ПОЛЬЗОЙ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ!»

32

«ДЕРБЕНТ ВИНО»: НАПОЛНЕНИЕ ВИНА ЗАДОРОМ,
ПЛАМЕНЕМ И ЧУВСТВОМ ПРАЗДНИКА!

36

FOOD MILK: СЛАДКАЯ ДОРОГА К УСПЕХУ

40

ПРЕЗИДЕНТ РОССИЙСКОГО СОЮЗА ХИМИКОВ ВИКТОР ИВАНОВ:
«НА ГОСУДАРСТВО НАДЕЙСЯ, А САМ НЕ ПЛОШАЙ!»

44

МАРИНА БОГУНОВА: «РАБОТА В ROMAXFOOD СТАЛА ДЕЛОМ
И ЧЕСТЬЮ МОЕЙ ЖИЗНИ!»



STAHLBERG

Проектируем, производим и строим
здания из металлоконструкций

Завод металлоконструкций Штальберг:
генеральное проектирование и подряд

8-800-350-50-75
www.stahl-berg.ru





АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС ПОДМОСКОВЬЯ. ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Московскую область принято воспринимать как высокоразвитый промышленный регион. И, с одной стороны, это, безусловно, так. Но с другой – сельхозугодья в Подмоскovie занимают около 40% всей территории, в их структуре – пашня, многолетние насаждения, сенокосы, пастбища.

Сельское хозяйство региона представлено и растениеводством (здесь выращиваются десятки культур – от однолетних трав, пшеницы и ржи до овощей, фруктов, бобовых, грибов, ягод, цветов), и животноводством (разводят кур, индеек, уток, гусей, перепелов, цесарок, а также свиней, кроликов, коров, овец, коз, лошадей, рыбу – карпа, осетра, сома, форель, – пчёл и даже виноградных улиток). Словом, хозяйство у подмосковных аграриев разнообразное, богатое, объёмное, во многом – передовое.

А подробнее о том, как живёт и развивается АПК региона, – в интервью, данном нашему изданию заместителем Председателя Правительства Московской области – министром сельского хозяйства и продовольствия Московской области Владиславом Мурашовым.

– Владислав Сергеевич, старинная русская поговорка гласит почему-то, что именно цыплят по осени считают, что, наверное, немного обидно производителям другой сельскохозяйственной продукции, которые также основные итоги своей работы подводят в это время года. Сейчас уже в разгаре зима, и итоги работы агропромышленников в 2023 году наверняка уже подведены полностью. Чем Московская область может особенно гордиться?

– Стоит сказать, что сегодняшнее Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области – региональный орган исполнительной власти, который регулирует все сферы деятельности и отношений, что называется, «от поля до прилавка», поэтому отраслевых достижений в уходящем году у нас много, и, конечно, мы готовы поделиться данными о них.

Так, в 2023 году мы достигли следующих показателей:

- валовое производство зерновых и зернобобовых составило 735,4 тыс. тонн, что на 8% больше, чем в прошлом году;
- производство овощей открытого грунта и картофеля выросло на 12% и достигло 752 тонн, в том числе валовой объём производства картофеля составил 460,1 тыс. тонн, что на 27% больше, чем в 2022 году;
- производство овощей защищённого грунта достигло 143,6 тыс. тонн;
- сейчас Московская область занимает второе место по производству овощей открытого грунта, мороженого, сыров, переработке мяса и многого другого.

В 2022 году мы первыми в стране запустили цифровые услуги «Предоставление права на размещение нестационарных торговых объектов» и «Включение мест под размещение мобильных торговых объектов». Суть заключается в том, что мы создали бизнесу комфортные условия для реализации продукта через мобильные торговые объекты. Упростили порядок выдачи разрешения и уменьшили сроки рассмотрения заявок в 10 раз (с 70 до 7 дней).

Отмечу, что Московская область – первый регион в России, сокративший срок выдачи разрешения на всю мобильную торговлю. А уже в этом году мы упростили услугу по выдаче разрешений на размещение летних веранд. Таким образом, получить разрешение для размещения сезонного (летнего) кафе можно онлайн на региональном портале госуслуг за два часа вместо 30 дней «на бумаге», как было прежде.

– Некоторое время назад была широко распространена шутка, что в сельском хозяйстве бывает два вида проблем: плохой урожай и хороший урожай. Вторая проблема возникала из-за сложностей с хранением, переработкой и сбытом. На ваш взгляд, насколько на сегодняшний день эти сложности преодолены?

– В аграрном бизнесе важно не только получить хороший урожай, но и обеспечить его хранение и дальнейшую реализацию потребителю.

В связи с высокими показателями по сбору урожая регион столкнулся с нехваткой мощностей хранения картофеля и овощей. Собранный урожай превысил имеющиеся объёмы хранения в регионе.

Поэтому была поставлена задача – увеличить мощности хранения и не допустить сезонного колебания цен на овощную продукцию.

В 2022 году были построены и реконструированы хранилища мощностью 23 тыс. тонн в городских округах Дмитровский, Талдом, Егорьевск, Луховицы. А в 2023 году было создано 12 хранилищ общей мощностью 59,9 тыс. тонн хранения картофеля и овощей. На 2024-й запланировано строительство ещё девяти хранилищ мощностью 102,5 тыс. тонн.

Всего за три года (с 2022-го по 2024-й) планируется создать площадки мощностью 185,4 тыс. тонн для единовременного хранения.

– Время, когда сельхозпроизводство было делом исключительно государственным, осталось в учебниках истории. Но полностью «отойти в сторону» государство, наверное, всё-таки не вправе. Как и чем Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области помогает сельхозпроизводителям? И с какими просьбами, за какой помощью они к вам чаще всего обращаются?

– Главная задача государства – стимулирование эффективного развития отрасли. Мы упростили организацию ярмарок в регионе, ввели цифровые услуги для малого и среднего предпринимательства, а также проводим торгово-закупочные сессии.

Крестьянские (фермерские) хозяйства обращаются за получением земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, на праве безвозмездного пользования на территории Московской области. Реализуется специальная мера господдержки – программа «Подмосковные 10 га». Фермерам предоставляют землю в безвозмездное пользование на срок до шести лет. Земельный участок может быть использован для разведения мелкого и крупного рогатого скота молочного и мясо-молочного направления, а также под овощеводство, садоводство, пчеловодство, растениеводство.

Мы предоставляем гранты и субсидии. Государственную поддержку ежегодно получают более 300 организаций АПК Московской области. Предоставляется 29 видов субсидий, из них 21 – с участием средств федерального бюджета. Кроме того, средства господдержки будут направлены на поддержку элитного семеноводства, зерновых и масличных культур, многолетних

насаждений, мясного животноводства, страхования в области животноводства, на развитие сельского туризма.

– Ещё Высоцкий пел, что «картошку все мы уважаем», и приятно было услышать новость о том, что шесть подмосковных сортов картофеля вошли в десятку лучших в России. Но злые языки утверждают, что семена для некоторых из этих сортов – родом из Голландии. А если серьёзно: насколько действительно сельскохозяйственная отрасль Московской области продолжает сегодня оставаться зависимой от импорта? Не только семян и не только картофеля...

– На территории Подмосковья три предприятия являются непосредственными участниками Федеральной научно-технической программы развития сельского хозяйства.



Так, в 2023 году – в рамках реализации мероприятия «Поддержка элитного семеноводства картофеля и овощей» – для внедрения в опытное или хозяйственное производство новых сортов картофеля предприятиям была предоставлена господдержка из федерального бюджета в размере 72,6 млн рублей и из регионального бюджета в размере 154,9 млн рублей.

Благодаря реализации указанных мероприятий в 2023 году было обеспечено производство 75,6 тыс. тонн семенного картофеля в 14 хозяйствах, в том числе оригинального семенного картофеля и элитных перспективных сортов. Также в 2023 году в государственном реестре было зарегистрировано шесть новых сортов. Из сортов отечественной селекции лидируют такие, как Прайм, Кармен, Фламинго, Варяг и Садон. Также выведено два столовых сорта картофеля подмосковной селекции.

В 2024 году оказание поддержки развитию элитного семеноводства картофеля планируется на том же уровне.

– На поддержку аграриев АПК Подмосковья в 2024 году планируется направить 5,5 млрд рублей (в 2023 году – 5,8 млрд рублей), из них за счёт средств бюджета МО – 4,1 млрд рублей, федерального бюджета – 1,4 млрд рублей.

– В 2024 году основные направления субсидирования:

- поддержка племенного животноводства – 1219 млн рублей;
- поддержка производства молока – 1149 млн рублей;
- развитие отраслей овощеводства и картофелеводства – 619 млн рублей;
- мелиорация земель сельскохозяйственного назначения – 585 млн рублей;
- возмещение капитальных затрат – 485 млн рублей;
- возмещение затрат на уплату процентов по кредитам – 446 млн рублей;
- приобретение сельскохозяйствен-

ной техники и оборудования – 339 млн рублей;

- развитие малых форм хозяйствования – 216 млн рублей.

Кроме того, средства господдержки будут направлены на поддержку элитного семеноводства, зерновых и масличных культур, многолетних насаждений, мясного животноводства, страхования в области животноводства, на развитие сельского туризма.

– В Подмосковье большое внимание уделяется поддержке фермерских хозяйств. В регионе реализуются специальные земельные программы. Какие из них наиболее востребованы? Что нового появится в 2024 году?

– В целях создания льготных условий для получения КФХ земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, на праве безвозмездного пользования на территории Московской области с 2022 года в 26 г. о.,

расположенных за пределами ЦКАД, реализуется специальная мера господдержки – программа «Подмосковные 10 га».

Фермерам предоставляют землю в безвозмездное пользование на срок до шести лет.

Земельный участок может быть использован для разведения мелкого и крупного рогатого скота молочного и мясо-молочного направления, а также под овощеводство, садоводство, пчеловодство, растениеводство.

Площадь предоставляемых земельных участков, предназначенных для осуществления деятельности КФХ, составляет: от 10 га до 50 га в целях ведения овощеводства, садоводства, пчеловодства; от 10 га до 100 га в целях растениеводства (производство зерновых и зернобобовых культур); от 10 га до 100 га в целях разведения мелкого рогатого скота молочного и мясо-молочного направления с обеспечением собственной кормовой базы; от 10 га до 200 га в целях разведения мелкого и крупного рогатого скота молочного и мясо-молочного направления с обеспечением собственной кормовой базы.

Сейчас в программу включено 110 ЗУ общей площадью 2995 га.

За весь срок действия программы заключён 41 договор безвозмездного пользования на 1382 га, из них в 2023 году – 22 договора (общей площадью 688 га). Реализация программы дополнительно стимулирует фермеров к вовлечению в сельскохозяйственный оборот земельных участков, а также к развитию сельскохозяйственного производства.

Кроме того, в 2022 году была проделана большая работа по внесению изменений в Федеральный закон № 101-ФЗ «Об обо-

роте земель сельскохозяйственного назначения» в части упрощения процедуры предоставления ЗУ КФХ.

– Какие перспективы для сельхозпроизводителей и для региона в целом открыл закон «Земля в аренду без торгов», который, если не ошибаюсь, действует в Подмосковье около года?

– В 2022 году была проделана большая работа по внесению изменений в Федеральный закон № 101-ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения».

В частности, № 101-ФЗ дополнен положениями, которые предоставляют возможность оформления КФХ, которое не является получателем мер господдержки, земельного участка сельскохозяйственного назначения, находящегося в государственной или муниципальной собственности, в аренду без проведения торгов – на срок до пяти лет.

Предоставление земельного участка в аренду без проведения торгов в рамках № 101-ФЗ открывает возможность выкупа земельного участка по истечении трёх лет использования по целевому назначению.

В 2023 году в аренду без проведения торгов КФХ предоставлено 236 ЗУ общей площадью 6884 га.

Реализация программы дополнительно стимулирует фермеров к вовлечению в сельскохозяйственный оборот земельных участков, а также к развитию сельскохозяйственного производства.

Кроме того, с конца 2022 года сельхозпроизводители Подмосковья могут оформить заявку на получение земли с помощью нового цифрового сервиса по подбору земельных участков на Портале госуслуг

Подмосковья. Такую меру учредил Минсельхозпрод Московской области. Она поможет сократить сроки оформления земли за счёт автоматизации процессов.

Подобрать участок можно как в рамках программы Московской области «Подмосковные 10 га», так и в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2002 г. № 101-ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения». Также в рамках сервиса возможно получить земельный участок на торгах в форме аукциона.

Кроме того, на сервисе реализована возможность выбора локаций/точек на интерактивной карте, в которой обозначены зоны запрета и особо выделены земли сельскохозяйственного назначения.

Также для реализации масштабных инвестпроектов, в соответствии с постановлением правительства Московской области № 272, может быть предоставлена земля в аренду без проведения торгов.

– А вообще, если говорить о вводе новых земель в сельхозоборот, как вы оцениваете темпы работы? С какими сложностями приходится сталкиваться? Какие планы на 2024 год?

– Ввод в оборот неиспользуемой земли сельхозназначения – одна из приоритетных задач. Нередко неиспользуемая ранее земля требует большой подготовки: это и её расчистка, устранение древесно-кустарниковой растительности, корчевание, мульчирование, уборка остатков.

За 2022 и 2023 годы введено в оборот более 75 тыс. гектаров. План на текущий год – 25 тыс. гектаров.

Кроме того, в министерстве действует мера государственной поддержки на проведение мероприятий по вводу в оборот. Сельскохозяйственным товаропроизводителям возмещается 50% от понесённых затрат. В 2024 году сумма поддержки составит более 450 млн рублей.

– В Подмосковье каждый год ставятся рекорды по сбору урожая зерновых культур. В 2023 году говорили о рекордных цифрах. Какие планы на 2024-й?

– 2023 год был рекордным по производству зерна в Подмосковье. Агроarii намололи 735,4 тыс. тонн, что на 56 тыс. тонн выше уровня прошлого года. Любые рекорды в сельском хозяйстве складываются из нескольких составляющих:

– соблюдение технологий (достаточное количество техники, внесение минеральных удобрений, своевременный посев и уборка, уход за растениями);

– профессиональные кадры;

– своевременная государственная поддержка;

– а главное – погодные условия.

В 2024 году планируем не снижать темпов по валовому производству зерна и добиться очередного рекорда. Задел в текущем



году уже сделан. Посеяно озимых культур на 2,3 тыс. га больше уровня прошлого года. Обеспечили запас минеральных удобрений. На текущую дату их закуплено 26,7 тыс. тонн, что в два раза больше аналогичного периода 2022 года. Не сомневаюсь, что аграрии справятся с этой задачей. Главное, чтобы погода не подвела!

– В Московской области продолжается закупка минеральных удобрений для проведения весенних полевых работ в 2024 году. Удастся полностью обеспечить ими регион?

– Наибольший объём использованных минеральных удобрений в 2023 году пришёлся на шесть городских округов: Сергиево-Посадский, Раменский, Серебряные Пруды, Зарайск, Клин и Ступино. Минеральные удобрения используют для повышения урожайности и качества культур в результате дополнительных питательных элементов, поступающих в почву при их внесении.

Продолжается закупка минеральных удобрений для проведения весенних полевых работ в 2024 году. При общей потребности 98,1 тыс. тонн удобрений уже приобретено 29,7 тыс. тонн, законтрактовано 14,1 тыс. тонн.

На сегодняшний день в Московской области продолжается закупка минеральных удобрений для проведения весенних полевых работ в 2024 году.

Общая обеспеченность удобрениями подмосковных сельхозпредприятий на сегодняшний день уже составляет 30,3%.

– Если говорить о зерновых и зернобобовых культурах, что в основном выращивают в регионе? Чем богато Подмосковье?



– Большую часть производства зерновых и зернобобовых составляет яровая и озимая пшеница (около 68% от общего валового сбора); далее идёт яровая ячмень (17% от общего производства), а также горох (5%) и кукуруза на зерно (4%). Оставшиеся

6% составляют прочие зерновые и зернобобовые культуры, такие как овёс, озимая рожь, тритикале, вика, люпин и другие.

– А как меняются показатели по овощам открытого грунта?

– Основную часть производства овощей открытого грунта составляет так называемый «борщевой набор»: морковь столо-



вая – 33% от общего производства; далее идёт разнообразная капуста (32%), а также свёкла столовая (23%); оставшиеся 12% составляют прочие овощи, такие как лук репчатый, чеснок, кабачки, тыква, салаты и другие.

В текущем году валовое производство овощей открытого грунта составило 291,9 тыс. тонн. Это средний показатель ежегодного производства, продиктованный спросом на эту продукцию.

– Для Подмосковья продовольственная безопасность является одним из ключевых вызовов и приоритетов. Какая работа проводится в этом направлении?

– Подмосковье – лидер в РФ по объёмам производства кондитерских изделий, макарон, кисломолочных продуктов, мясных консервов, сыра и мороженого.

По объёму производства сыров Московская область занимает лидирующую позицию в России. Сегодня в регионе свыше полусотни промышленных производств и десятки фермерских хозяйств производят более 80 тыс. тонн сыра.

Кроме того, Московская область занимает одну из лидирующих позиций в стране по производству овощей закрытого

грунта. В Подмосковье собирается более 100 тыс. тонн.

На территории Московской области осуществляет производственную деятельность более 1000 предприятий пищевой промышленности.

В 2023-м создано, реконструировано и модернизировано не менее 50 предприятий АПК с общим объёмом инвестиций 45 млрд рублей, создано свыше 2,5 тыс. новых рабочих мест.

Наиболее крупными реализованными проектами в 2023 году являются:

1) ООО ТК «Подмосковье»: построен тепличный комплекс овощей защищённого грунта, городской округ Воскресенск; объём инвестиций в проект составил 15,5 миллиардов рублей, производственная мощность – 17 тыс. тонн в год, количество рабочих мест – 645;

2) СГЦ «СМЕНА»: построен селекционно-племенной комплекс, Сергиево-Посадский городской округ; объём инвестиций в проект составил 8,3 миллиарда рублей, производственная мощность – 10-12 миллионов голов цыплят в год, количество рабочих мест – 200;

3) ООО «ТиЭйч-РУС Милк Фуд»: построен МТФ на 6000 коров, 1-й этап, Волоколамский городской округ; объём инвестиций в проект составил 4,7 миллиарда рублей, производственная мощность – 16 900 тонн в год, количество рабочих мест – 239;

4) ЗАО «Инфаприм»: осуществлена реконструкция завода по производству ЗГМ, городской округ Истра; объём инвестиций в проект составил 4,2 миллиарда рублей, производственная мощность – 10 000 тонн в год, количество рабочих мест – 112;

5) ООО «Ступинская нива»: построен МТФ, городской округ Ступино; объём инвестиций в проект составил 4,1 миллиарда рублей, производственная мощность – 34 000 тонн в год, количество рабочих мест – 260;

6) ООО «Уни Пак»: осуществлена модернизация завода безалкогольных напитков, городской округ Можайский; объём инвестиций в проект составил 1,1 миллиарда рублей, производственная мощность – 120 миллионов банок в год, количество рабочих мест – 260;

7) ООО «ЕВРОПРОДУКТ»: построен завод производства паназиатских соусов и заправок, городской округ Лыткарино; объём инвестиций в проект составил 1,1 миллиарда рублей, производственная мощность – 30 600 тонн в год, количество рабочих мест – 294;

8) ГК «Черноголовка»: построен производственно-складской комплекс по производству напитков, городской округ Черноголовка; объём инвестиций в проект составил 1,1 миллиарда рублей, производственная мощность – до 40 тыс. палет готовой продукции, количество рабочих мест – 250;

9) ООО «Фрозен Бек»: построен комплекс по производству замороженных полуфабрикатов и хлебобулочных изделий, городской округ Ступино; объём инвестиций в проект составил 0,9 миллиарда рублей, производственная мощность – 5475 тонн в год, количество рабочих мест – 150;



следних лет оно планомерно развивается. Что для этого делается в регионе?

– В 2023 году введено два новых современных животноводческих комплекса молочного направления: в Волоколамском г. о. на 6000 коров и в Ступино на 3550 коров.

В 2024-2025 гг. будут реализованы проекты по строительству/реконструкции молочно-товарных ферм КРС в городских округах Домодедово, Шаховская, Орехово-Зуево, Наро-Фоминский. По объёму

На предприятиях содержится более 90 тыс. голов крупного рогатого скота. Валовое производство молока в сельхозорганизациях региона составляет более 632 тыс. тонн, в том числе на племенных предприятиях составляет около 390 тыс. тонн в год.

– Московская область производит сегодня пятую часть всех сыров в стране. Этот продукт мы с успехом импортозамещаем. А кто конкретно производит сыр в Московской области?

– Московская область является лидером по производству сыров в России: в 2023 году произведено свыше 139 тыс. тонн сыра, что составляет 18% от общего объёма производства сыра в России и 34,5% в Центральном федеральном округе.

По итогам 2023 года регион занимает первое место в РФ по объёмам экспортных поставок творога и сыра. Наибольший объём поставок сыров и творога из Подмосковья осуществляют в Казахстан, Узбекистан, Белоруссию. Расширяется география экспорта и по другим направлениям: так, в 2023 году экспорт сыра в Китай увеличился на 157%, в Таджикистан – на 66%, в Абхазию – на 54%.

Крупными производителями сыров в Московской области являются: ООО «Хохланд Руссланд» (44,9%), ООО «Лакталис Истра» (16%), ФЛ «Ершово», ООО «Валио» (9%), АО «Озерецкий молочный комбинат» (5%), АО «Рузское молоко» (3%), ООО «НТЦ-ХЛ» (3%), ООО «Ростагрокомплекс», АО «ДМЗ», ООО «Сыровар».

Например, открывшееся только в 2022 году предприятие «Сыровар» уже в этом году произвело более 5 тыс. т сыров. На предприятии функционирует самый большой в России роботизированный склад созревания сыров твёрдых сортов.



10) ООО «Птицефабрика «Элинар-Бройлер»»: осуществлена модернизация репродуктора 2-го порядка, городской округ Наро-Фоминский; объём инвестиций в проект составил 0,6 миллиарда рублей, производственная мощность – 1800 тонн в год, количество рабочих мест – 50.

– Молочное производство – один из приоритетов региона. На протяжении по-

производства сыров Московская область занимает лидирующую позицию в России. Сегодня в регионе производят более 140 тыс. тонн сыра свыше 50 промышленных производителей, а также более 30 фермерских хозяйств.

База молочного скотоводства Московской области – около 100 предприятий, среди которых – 37 племенных (12 племенных заводов и 25 племенных репродукторов).

– А какое участие подмосковные фермеры принимают в производстве сыра?

– В Московской области действует более 800 крестьянских фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей, основным направлением деятельности которых являются производство и переработка сельскохозяйственной продукции. В рамках импортозамещения наиболее востребованное направление у фермеров – сыроварение. Более 30 малых форм хозяйствования занимается этим производством. По итогам 2023 года 2,8 тыс. тонн твёрдого и полутвёрдого сыра произведено фермерами.

Крупнейшим фермерским производителем сыров является Истринская сыроварня Олега Сироты: в 2023 году на предприятии произведено 1,7 тыс. тонн сыра.

Кроме продукции О. А. Сироты, получили своё признание сыры фермеров: В. В. Ройгаса, С. Н. Ляшенко, А. А. Блажко (сыроварня «ДеФамиль»), Фермы Цветковых, КФХ «Свободный труд» и многих других.

– На фоне крупных производителей какую роль сегодня играют небольшие подмосковные фермы в развитии импортозамещения? Насколько их вклад ощутим и важен для региона?

– Ещё одна острая тема в части импортозамещения – это зависимость от иностранного племенного материала для производства мяса птицы и яйца. И в этой связи, наряду с крупными производителями, значимую роль играют и фермеры.

Так, ИП-ГКФХ (Р. Ю. Малкин) в городском округе Шаховская реализовал инвестиционный проект по разведению племенной сельскохозяйственной птицы мясо-яичных пород. Объём инвестиций составит 1,73 млрд рублей. Создано 50 рабочих мест. Мощность проекта составляет 245 тыс. пти-

В рамках программы импортозамещения предприятие закупило в Чешской Республике и привезло в Московскую область чистые линии яичных и мясо-яичных кур. В 2023 году организация получила статус генофондного хозяйства.

Реализация инвестиционного проекта позволит организовать селекционно-генетическую работу в РФ и уйти от прямой зависимости в вопросе международных поставок птицы яичного направления.

– В агропромышленном комплексе растут объём и качество применения современных технологий. Какие ключевые проекты цифровизации последнего года вы могли бы выделить? Что такое «умное сельское хозяйство» и готовы ли наши аграрии к внедрению цифровых решений?

– За последний год в Московской области были успешно реализованы несколько ключевых проектов цифровизации в агропромышленном комплексе. Прежде всего – внедрение системы мониторинга полей, использующей космосъёмку и искусственный интеллект. Использование таких технологий позволит аграриям получать детальную информацию о состоянии посевов. Это существенно повышает точность применения удобрений и оптимизирует расход воды, что в итоге повышает эффективность сельскохозяйственного производства.

Параллельно с этим в АПК Московской области активно внедряются решения «умного сельского хозяйства». Это включает в себя автоматизированные системы управления фермерскими процессами, мониторинг здоровья животных и применение сенсоров для контроля условий хранения сельскохозяйственной продукции. Такие инновации помогают не только оптимизи-

Совместно с МСХ РФ проводится серия тематических вебинаров для сельскохозяйственных товаропроизводителей. В настоящее время выпущено восемь вебинаров.

Другой, не менее важной задачей, стоящей перед отраслью, является импортозамещение критически важного программного обеспечения. По поручению Председателя Правительства РФ сформированы отраслевой комитет «Агропромышленный комплекс» и индустриальные центры компетенций по замещению зарубежных цифровых продуктов и решений по направлениям «растениеводство», «животноводство», «пищевая и перерабатывающая промышленность» и «рыбохозяйственный комплекс». В настоящее время уже поддержано шесть отечественных «переходных» проектов на общую сумму 1,6 млрд рублей, в том числе в области управления производством, свинокомплексом, молочной фермой и элеватором. Важным критерием отбора таких решений стал высокий потенциал их тиражирования как внутри России, так и в странах ближнего и дальнего зарубежья.

В целом потенциал нашей области в отношении цифровизации сельского хозяйства довольно высокий. Это подтверждается и результатами динамического рейтинга цифровой трансформации АПК, составляемого МСХ РФ, в котором за 3-й квартал 2023 года Московская область заняла первое место.

– Подмоскowie входит в так называемую зону рискованного земледелия, но риск – благородное дело, и у подмосковных сельхозпроизводителей получается выдавать урожай, который способен не только обеспечить некоторыми видами продукции население собственного региона, но и помочь тем, где так не рискуют... Какими «дарами природы» Московская область активно делится с другими российскими регионами, а может быть, и с другими странами? И как сегодня меняется география поставок?

– В 2023 году экспорт сельскохозяйственной продукции составил 66 тыс. тонн на сумму 29 млн \$ – это 2,1% от всего экспорта продукции АПК Московской области.

Наибольший объём экспорта сельхозпродукции осуществляется в следующие страны:

- Китай – 36 тыс. тонн на 13 млн \$;
- Беларусь – 3 тыс. тонн на 3 млн \$;
- Казахстан – 2 тыс. тонн на 2 млн \$;
- Польша – 4 тыс. тонн на 1,5 млн \$;
- Грузия – 1,2 тыс. тонн на 1,4 млн \$.

В 2023 году продукция агропромышленного комплекса Московской области поставляется в 90 стран. Основная доля экспорта (67%) – страны СНГ. Но мы, конечно, не останавливаемся на достигнутом, считая сложившуюся экономическую и геополитическую ситуацию трамплином для расширения экспортных возможностей региона.



цемест, производство племенных суточных цыплят родительских форм яичных пород составит 1,2 млн голов в год, 18,8 млн штук инкубационного яйца финальных гибридов яичных кроссов и 18 млн штук пищевого яйца.

ровать рабочие процессы, но и улучшить качество продукции.

Одна из первостепенных задач на ближайшее время – организация подготовки высококвалифицированных кадров, обладающих цифровыми компетенциями в АПК.

Подготовил Алексей Сокольский

АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС ПОДМОСКОВЬЯ СТАНОВИТСЯ ВСЁ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЕЕ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

«В 2024 году мы планируем к вводу новые отраслевые инвестиционные проекты более чем на 15 млрд рублей. Это будут производство гербицидов и пестицидов, овощехранилища, заводы по переработке молока, заводы сырного производства. Также в следующем году планируются строительство репродуктора первого порядка и масштабная реконструкция комбикормового завода. Однако это не просто инвестиции, это более 1500 рабочих мест и налоговые поступления в региональный бюджет порядка 650 млн рублей в год», – сообщил заместитель председателя правительства Московской области – министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Владислав Мурашов.

Масштабные инвестиционные проекты, планируемые к реализации в 2024 году:

1. «Щёлково Агрохим» – производство действующих гербицидов и пестицидов.

Сумма инвестиций – 4 млрд рублей, предприятие рассчитано на 500 рабочих мест. Мощность же составит 20 тыс. тонн в год.

2. Производство кондитерских изделий «Деловое партнёрство».

Сумма инвестиций – 2 млрд рублей. Создадут 30 рабочих мест. Планируемые производственные мощности – 25 тыс. тонн в год.

3. Строительство овощехранилища «Лесные дали» с объёмом инвестиций 2 млрд рублей.



В рамках проекта будет создано 200 рабочих мест. Производственная мощность составит 40 тыс. тонн в год.

4. Завод по производству сыров и молочной продукции «Рота-Агро», объём инвестиций – 1 млрд рублей.

Создадут 250 рабочих мест, а планируемые мощности производства – 2190 тонн в год.

5. Строительство корпуса по производству сыра – Озерецкий молочный комбинат.

В рамках проекта будет создано порядка 200 рабочих мест, с общим объёмом инве-

стиций 1,9 млрд рублей. Производственные мощности составят 27 375 тонн в год.

Также на территории региона построят репродуктор первого порядка. ИП-ГКФХ Малкин Роман Юрьевич инвестирует в строительство 1 млрд рублей и создаст 50 рабочих мест. Мощность репродуктора составит 13,5 млн штук инкубационного яйца.

Источник: <https://msh.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/27-12-2023-12-31-15-agropromyshlennyy-kompleks-podmoskovya-stanovitsya>

ПРОДУКТЫ ИЗ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ – В МАГАЗИНАХ ДНР

В апреле 2023 года Министерство сельского хозяйства и продовольствия Московской области открыло два продуктовых отделения «Сделано в Подмоскowie» в Тельмановском и Новоозовском районах Донецкой Народной Республики.

Владислав Мурашов:

«Ассортимент продуктовой полки подмосковных производителей в ДНР остаётся разнообразным. В Тельманово поставляем порядка 20 позиций, основной акцент сделали на ассортименте детских товаров: питание, смеси, средства по уходу. В Новоозовске размещено более 30 позиций, среди них – прохладительные напитки, джемы, консервы, бакалея. Минсельхоз-прод Московской области продолжает работу по привлечению производителей на торговые полки в подшефных регионах. В первую неделю 2024 года уже были направлены новые коммерческие предложения и прайс-листы на рассмотрение владельцам магазинов в ДНР от товаропроизводителей Подмоскowie», – рассказал заместитель пред-



седателя правительства Московской области – министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

Сегодня в магазинах Новоозовска и Тельманово можно найти напитки, бакалею, консервы, чай, кофе, сладости, детское питание и даже молочную продукцию из

Подмоскowie. Скидка на товары производителей Подмоскowie от розничной цены составила от 35% до 60%.

Источник: https://vk.com/minselhozprodmo?w=wall-217122567_1015

ПОДМОСКОВНЫЕ АГРАРИИ НАЧАЛИ ПОДГОТОВКУ К ВЕСЕННЕ-ПОЛЕВЫМ РАБОТАМ 2024 ГОДА

Запланировано участие более 3400 тракторов, 570 сеялок, 760 плугов и более 700 культиваторов и комбинированных агрегатов. Готовность тракторов, прицепной и навесной техники на сегодняшний день составляет 85%.

«Наши хозяйства при замене устаревших технологий и снижении общего количества техники, а также при производстве сельскохозяйственной продукции используют передовые технологии и приобретают высокопроизводительную энергонасыщенную технику. Она позволяет значительно улучшить плодородие почвы, повысить урожайность культур, производительность труда, при этом снизить расход топлива и семян и, следовательно, повысить экономическую эффективность производства. Ежегодно в региональном бюджете предусматриваются средства на выплату субсидий для возмещения части затрат сельхозпроизводителей на приобретение техники, оборудования для производства сельскохозяйственной продукции и её переработки», – сообщил заместитель председателя правительства Московской области – министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Владислав Мурашов.



В 2023 году были приобретены 151 новый трактор и 705 новых единиц другой сельскохозяйственной техники – это на 55 и 144 единицы больше по сравнению с прошлым годом соответственно.

В настоящее время проводятся дефектовка и определение потребности в запасных частях и материальных ресурсах. Создаются

рабочие планы, формируются штабы для оперативного принятия мер по решению возникающих проблем.

Кроме того, определены объёмы и поставщики горюче-смазочных материалов.

Источник: https://vk.com/minselhozprodmo?w=wall-217122567_1007

ПОДМОСКОВЬЕ – ЛИДЕР В РОССИИ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

По итогам 2023 года Московская область является абсолютным лидером среди других регионов Российской Федерации по производству сыра, кисломолочных продуктов, кондитерских изделий, мороженого, макарон, а также мясных консервов.

С начала года в Подмосковье было изготовлено более 355 тыс. тонн кисломолочных продуктов, более 92 тыс. тонн макарон, более 125 тыс. тонн сыров, более 93 тыс. тонн мороженого, более 477 тыс. тонн кондитерских изделий и более 134 тыс. тонн мясных консервов.

Владислав Мурашов:

«Для нас стратегически важно обеспечить продовольственную безопасность жителей региона и страны. В этом году за счёт увеличения мощностей и реализации новых инвестпроектов нам удалось нарастить объёмы производства и переработки сельскохозяйственной продукции. Так, доля производства, приходящаяся на регион, по кисломолочным продуктам составляет 15%, по макаронным изделиям – 47%, по сырам – 20%, по кондитерским изделиям – 14%, а также по мясным консервам и мороженому – 19%. Ежегодно мы выпускаем:

кисломолочных продуктов – 355 тыс. тонн, сыров – 125 тыс., мороженого – 93 тыс. тонн», – сообщил заместитель председателя правительства Московской области – министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

На территории Московской области осуществляет производственную деятельность более тысячи предприятий пищевой промышленности, среди них самыми крупными являются:

1. Тепличный комплекс овощей защищённого грунта «Подмосковье», городской округ Воскресенск.

2. Селекционно-племенной комплекс «СМЕНА», Сергиево-Посадский городской округ.

3. Молочно-товарная ферма на 6000 коров «ТиЭйч-РУС Милк Фуд», Волоколамский городской округ.

4. Предприятие «Инфаприм» – завод по производству заменителя грудного молока, городской округ Истра.

5. Компания «Уни Пак» – завод безалкогольных напитков, городской округ Можайский.

6. Молочно-товарная ферма «Ступинская нива», городской округ Ступино.



7. Завод производства паназиатских соусов и заправок «ЕВРОПРОДУКТ», городской округ Лыткарино.

8. Производственно-складской комплекс по производству напитков «Черноголовка», городской округ Черноголовка.

9. Комплекс по производству замороженных полуфабрикатов и хлебобулочных изделий «Фрозен Бек», городской округ Ступино.

10. Птицефабрика «Элинар-Бройлер» – репродуктор 2-го порядка, городской округ Наро-Фоминский.

Источник: https://vk.com/minselhozprodmo?w=wall-217122567_982

В ПОДМОСКОВЬЕ ОТКРЫЛСЯ РЕСТОРАН ИТАЛЬЯНСКОЙ КУХНИ «СЫРОВАРНЯ»



На «Гастровилле», расположенной в городском округе Истра, для посетителей открыл свои двери новый ресторан домашней итальянской кухни «Сыроварня».

«В Подмосковье ресторанный бизнес динамично развивается. Каждый месяц на территории региона открываются новые предприятия общественного питания: кафе, рестораны, современные гастромаркеты, фуд-корты и фудтраки. Помимо широкого ассортимента блюд и разных кухонь, многие предприятия ресторанного бизнеса организуют культурно-развлекательные программы, что даёт им большое преимущество и позволяет привлечь больше посетителей», – сообщил заместитель председателя правительства Московской области – министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Владислав Мурашов.

В меню ресторана представлен широкий ассортимент салатов, супов, горячих блюд, брускетт и десертов. У посетителей большим спросом пользуются сыры, вареники и различные авторские напитки. Специально разработано детское меню с домашними йогуртами и крем-супами.



С понедельника по воскресенье с 8:00 до 16:00 каждый желающий может сытно позавтракать в ресторане. Утреннее меню включает в себя каши, круассаны, блины, а также блюда из творога и яиц.

В честь открытия заведения всех гостей ждала яркая развлекательная программа,

которая включала в себя аниматоров для детей, выступление кавер-группы и диджея. Не обошлось мероприятие и без подарков для гостей.

Источник: https://vk.com/minselhozprodmo?w=wall-217122567_1005

С КРЕЩЕНИЕМ, ПОДМОСКОВЬЕ!

Тысячи жителей Подмосковья приняли участие в крещенских купаниях 2024 года. Было организовано 215 площадок для желающих окунуться.

Все они были оснащены порядка 350 объектами питания и торговли для комфортного пребывания граждан.



Владислав Мурашов:

«Несмотря на морозы в этом году, обеспечение объектами потребительского рынка крещенских купаний – одна из приоритетных задач министерства в эти дни. На территории региона вблизи 215 купелей были размещены фудтраки, кофемашины, полевые кухни, чайные станции и самовары. Бригада волонтеров и представители администраций городских округов также

принимали активное участие в раздаче угощений и напитков. Вместе с тем дежурили медики, спасатели и наряды полиции», – сообщил заместитель председателя правительства Московской области – министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

Например, в городском округе Мытищи, рядом с местом купания в ледяной проруби, были размещены фудтрак, кофемашина и полевая кухня. Каждый желающий после традиционного купания мог согреться теплыми напитками и подкрепиться горячими и вкусными блюдами.

В топ-10 мест для крещенских купаний 2024 года на территории Подмосковья вошли:

- г. о. Сергиев Посад: источник «Гремячий ключ»; купель в селе Радонеж.
- г. о. Одинцово: источник преподобного Саввы в Звенигороде;
- купель Главного храма Вооружённых сил.
- г. о. Зарайск: источник «Белый колодец».
- г. о. Чехов: источник в селе Талеж.
- г. о. Истра: купель иордань на Истре.
- г. о. Коломна: источник св. Николая Чудотворца.
- г. о. Солнечногорск: купель на набережной озера Сенеж.
- г. о. Дмитров: купель у Покровского храма.
- г. о. Клин: купель в усадьбе Демьяново.

Организация безопасности, красивое оформление купели и тщательный подход к размещению объектов питания создали для жителей и гостей Подмосковья праздничное настроение и обеспечили комфортное пребывание на морозе.

Источник: <https://msh.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/20-01-2024-15-36-15-bolee-350-obektov-potrebitelskogo-rynka-rabotali-n>

НА ЁЛОЧНЫХ БАЗАРАХ ПОДМОСКОВЬЯ ПРОДАЛИ БОЛЕЕ 16 ТЫС. ХВОЙНЫХ ДЕРЕВЕВ



С 12 декабря по 10 января работали точки реализации хвойных деревьев. За этот сезон было продано 16 500 ёлок, сосен и пихт, которые стали ярким символом новогодних и рождественских праздников для многих семей региона.

Владислав Мурашов:

«В этом сезоне было реализовано 16 500 елей и сосен. Это на 4500 больше, чем в прошлом году. Всего в регионе работало более 250 точек продажи хвойных деревьев. Также любой желающий мог от-

правиться в один из лесных питомников подмосковного Комлесхоза, выбрать там подходящее дерево и даже самостоятельно его срубить. У нас в Подмосковье таким способом были срублены 624 хвойных дерева в специальных питомниках лесного фонда», – сообщил заместитель председателя правительства Московской области – министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

Нереализованные деревья будут утилизированы в специализированных пунктах приема елей или сданы в зоопарк в качестве корма для животных.

Также некоторые из них были переданы в храмы для организации праздничных украшений и мест крещенских купаний.

Источник: <https://msh.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/19-01-2024-16-20-35-na-yelochnykh-bazarakh-podmoskovya-prodali-boleehttps://msh.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/19-01-2024-16-20-35-na-yelochnykh-bazarakh-podmoskovya-prodali-bolee>

О ВЫСТАВКЕ

«Продэкспо» – крупнейшая международная выставка продуктов питания и напитков в России и Восточной Европе. На «Продэкспо» представлено продовольствие со всего мира: от базовых продуктов и напитков на каждый день до изысканных деликатесов. А также – органическое, спортивное питание, для здорового образа жизни; халяль, кошер, экзотические продукты. Только здесь собрана крупнейшая в России экспозиция алкогольных напитков и вин из более чем 30 стран.

Именно к «Продэкспо» производители приурочивают запуск новых продуктов, торговых марок, брендов. Ежегодно выставка презентует до 14% новинок.

Возможности по объёмам участников-производителей и дистрибьюторов также имеют широкий диапазон: от поставок в федеральные сети до партий в небольшие магазины и эксклюзива для ресторанов. Именно поэтому на «Продэкспо» собираются закупщики федеральных и локальных сетей: стратегические заказчики продовольственной отрасли России и стран Евразийского союза, представи-



тели HoReCa – ресторанов, баров, кафе. На «Продэкспо» каждый находит то, что ищет. И даже чуть больше. Именно здесь, на «Продэкспо», строится бизнес продо-

вольственного рынка России. Добро пожаловать на «Продэкспо»!

Источник: <https://www.prod-expo.ru/ru/exhibition/about/>

ПРЕИМУЩЕСТВА УЧАСТИЯ

«Продэкспо» предоставляет вашей компании широкие возможности:

- увеличить объёмы продаж;
- расширить базу потенциальных клиентов и географию сбыта;
- напрямую провести переговоры с закупщиками из оптовых компаний, федеральных и региональных сетей, несетевой розницы, предприятий HoReCa;
- продемонстрировать свою продукцию потенциальным клиентам;
- изучить своих конкурентов и сработать на опережение.

На «Продэкспо» встречаются поставщики и производители продуктов питания и напитков для обсуждения условий сотрудничества и заключения контрактов с оптовыми предприятиями, розничными сетями, магазинами, кафе, барами, ресторанами.

Ключевые игроки продовольственного рынка:

- 68 600+ специалистов;
- свыше 56 000 посетителей – представители оптовой и розничной торговли;
- около 20 500 посетителей специализируется на экспорте продовольствия и

напитков. Среди основных направлений поставок – Казахстан, Беларусь, Китай, Турция, Таиланд, Латинская Америка, Грузия, Литва, Латвия и Эстония.

Выставка № 1 в России в сфере продуктов питания, в том числе алкоголя:

- свыше 2660 участников из 73 стран;
- 30+ иностранных национальных экспозиций;
- 47 коллективных экспозиций регионов России.

Высокий KPI от участия:

- 88% участников отметили, что достигли своих целей на выставке;
- 92% участников удовлетворены количеством и качеством деловых контактов;
- 98% участников готовы рекомендовать выставку своим коллегам и деловым партнёрам;
- 82% посетителей – лица, принимающие решения о закупках продукции, заказе услуг или влияющие на них;
- 52% посетителей планируют совершить закупки после выставки.

По данным исследовательского холдинга «Ромир»

Источник: https://www.prod-expo.ru/ru/participants/why_participate/



ИТОГИ ВЫСТАВКИ «ПРОДЭКСПО-2023» В ЦИФРАХ

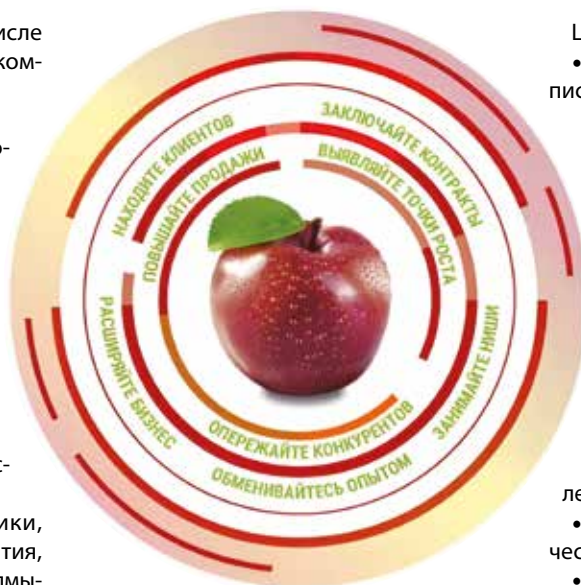
Участники: 2032 компании, в том числе 1565 российских и 467 зарубежных компаний.

35 стран-участниц:

Абхазия, Азербайджан, Армения, Афганистан, Болгария, Бразилия, Вьетнам, Греция, Грузия, Индия, Индонезия, Иран, Испания, Италия, Казахстан, Кения, Киргизия, Китай, Молдова, Монголия, Непал, Перу, Португалия, Республика Беларусь, Республика Корея, Россия, Сербия, Таиланд, Туркменистан, Турция, Узбекистан, Франция, Швейцария, Шри-Ланка и Южная Осетия.

48 коллективных региональных экспозиций:

Кабардино-Балкарской Республики, Республики Адыгея, Республики Бурятия, Республики Ингушетия, Республики Калмыкия, Республики Карелия, Республики Крым, Республики Мордовия, Республики Саха (Якутия), Республики Северная Осетия – Алания, Республики Хакасия, Удмуртской Республики; Алтайского, Краснодарского, Пермского, Приморского и Ставропольского краёв; Севастополя; Архангельской, Астраханской, Белгородской, Владимирской, Волгоградской, Вологодской, Воронежской, Иркутской, Калининградской, Кировской, Костромской, Курганской, Курской, Ленинградской, Московской, Новгородской, Новосибирской, Омской,



Оренбургской, Орловской, Пензенской, Самарской, Саратовской, Смоленской, Тверской, Тульской, Ульяновской, Челябинской и Ярославской областей и Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

12 национальных зарубежных экспозиций:

Армения, Бразилия, Иран, Киргизия, Китай, Перу, Португалия, Республика Беларусь, Сербия, Турция, Шри-Ланка и Южная Осетия.

Цели участия:

- 80% – заключение контрактов / подписание соглашений;
 - 68% – расширение географии сбыта, выход на новые рынки;
 - 66% – увеличение объёма продаж;
 - 54% – продвижение собственной продукции/услуг;
 - 23% – поиск поставщиков;
 - 22% – получение информации о новинках / анализ рынка;
 - 11% – реализация инвестиционных проектов.
- Высокая коммерческая эффективность участия:
- 88% участников достигли поставленных целей;
 - 92% участников удовлетворены количеством и качеством деловых контактов;
 - 98% участников готовы рекомендовать участие в выставке своим коллегам и партнёрам.

Посетители:

- 67 753 посетителя из 106 стран;
 - 89 субъектов Российской Федерации.
- Сферы деятельности посетителей:
- 25,2% – оптовая торговля продуктами питания / безалкогольными напитками;
 - 4,8% – оптовая торговля алкогольными напитками;
 - 13,6% – производство продуктов питания / безалкогольных напитков;



- 2,7% – производство алкогольных напитков;
- 7,2% – сетевая розничная торговля продуктами питания / безалкогольными напитками;
- 2,1% – сетевая розничная торговля алкогольными напитками;
- 5,2% – HoReCa, рестораны, общественное питание;
- 5,8% – производство/поставки сырья, ингредиентов;
- 4,9% – производство/поставки упаковки, упаковочного оборудования;
- 3,1% – несетевая розничная торговля продуктами питания / безалкогольными и алкогольными напитками;
- 1,2% – несетевая розничная торговля алкогольными напитками;
- 2,9% – интернет-торговля;
- 8,5% – АПК, агрохолдинги, фермерские хозяйства, сельскохозяйственные кооперативы, хранение и переработка сельхоз-сырья;
- 2,5% – сервисные услуги;
- 2,2% – транспортно-логистические услуги;
- 1,9% – производство/поставки пищевого оборудования;
- 1,7% – корпоративные закупщики;
- 0,8% – финансовая сфера, банки, страховые компании;
- 3,1% – НИИ, наука, образование;



- 0,6% – государственное, муниципальное управление.
- Цели посещения:
 - 24% – заключение контрактов / подписание соглашений;
 - 22% – поиск поставщиков;
 - 14% – закупки;
 - 14% – получение информации о новинках, тенденциях;
 - 9% – поиск покупателей;
 - 8% – расширение географии сбыта, выход на новые рынки;
 - 3% – реализация инвестиционных проектов;

- 3% – выход в сетевые магазины.
- Продукция и услуги, интересующие посетителей:
 - Мясо и мясoproductы. Колбасные изделия (27,80%).
 - Птица. Яйцо (14,00%).
 - Продукция халяль (7,20%).
 - Кондитерская продукция. Хлебопекарная продукция. Сырьё для кондитерского производства (28,00%).
 - Молочная продукция. Сыры (27,40%).
 - Мороженое (14,70%).
 - Бакалея. Зернопродукты. Макаaronные изделия. Приправы. Специи (23,90%).
 - Соки. Воды. Безалкогольные напитки (22,60%).
 - Чай. Кофе (22,30%).
 - Снеки. Орехи. Сухофрукты (20,10%).
 - Спиртные напитки. Вино (19,30%).
 - Пиво (15,70%).
 - Масла, жиры (17,40%).
 - Замороженные продукты. Полуфабрикаты. Готовые блюда (17,10%).
 - Продукты для здорового питания (14,10%).
 - Консервы. Соусы. Кетчупы (15,80%).
 - Рыба и морепродукты (15,30%).
 - Гастрономия. Продукты для ресторанов. Деликатесы (11,50%).
 - Овощи, фрукты, грибы, ягоды, дикоросы (11,10%).
 - Органические продукты (9,50%).
 - Фермерские продукты (9,00%).
 - Лечебное питание (7,10%).
 - Упаковочные решения (11,80%).
 - Стеклотара. Укупорка. Дизайн (6,30%).
 - Производство продукции под собственными торговыми марками (8,50%).
 - Мёд и продукты пчеловодства (7,60%).
 - Детское питание (7,80%).
 - Специальное питание (6,80%).
 - Корма для домашних животных (7,40%).
 - Торговые дома, оптово-распределительные центры (5,50%).
 - Национальные зарубежные экспозиции (5,00%).
 - Экспозиции регионов России (4,90%).
 - Салон оборудования и услуг (4,30%).



ЛЮДИ РЕШАЮТ ВСЁ!

Приглашаем участников и гостей выставки «Продэкспо-2024» посетить Центр подбора персонала.

Павильон № 8, зал 5, стенд № 85С80

Участникам выставки предоставляется возможность:

- разместить вакансии компании на стенде Центра подбора персонала;
- ознакомиться с резюме соискателей.

А также – получить услуги по подбору персонала, лизингу персонала, аутстаффингу (по организации бригад работников для складской логистики, общественного питания, торговли и управлению этими бригадами).

Посетителям выставки предлагаем:

- разместить резюме;
- ознакомиться с актуальными вакансиями компаний-участников выставки;
- получить консультацию специалиста по карьерному развитию.

Контакты для предварительного размещения вакансий и резюме:

тел.: +7 (916) 678-87-44;

e-mail: np@a-afina.ru.

С первого дня выставки информация о вакансиях будет доступна всем посетителям.

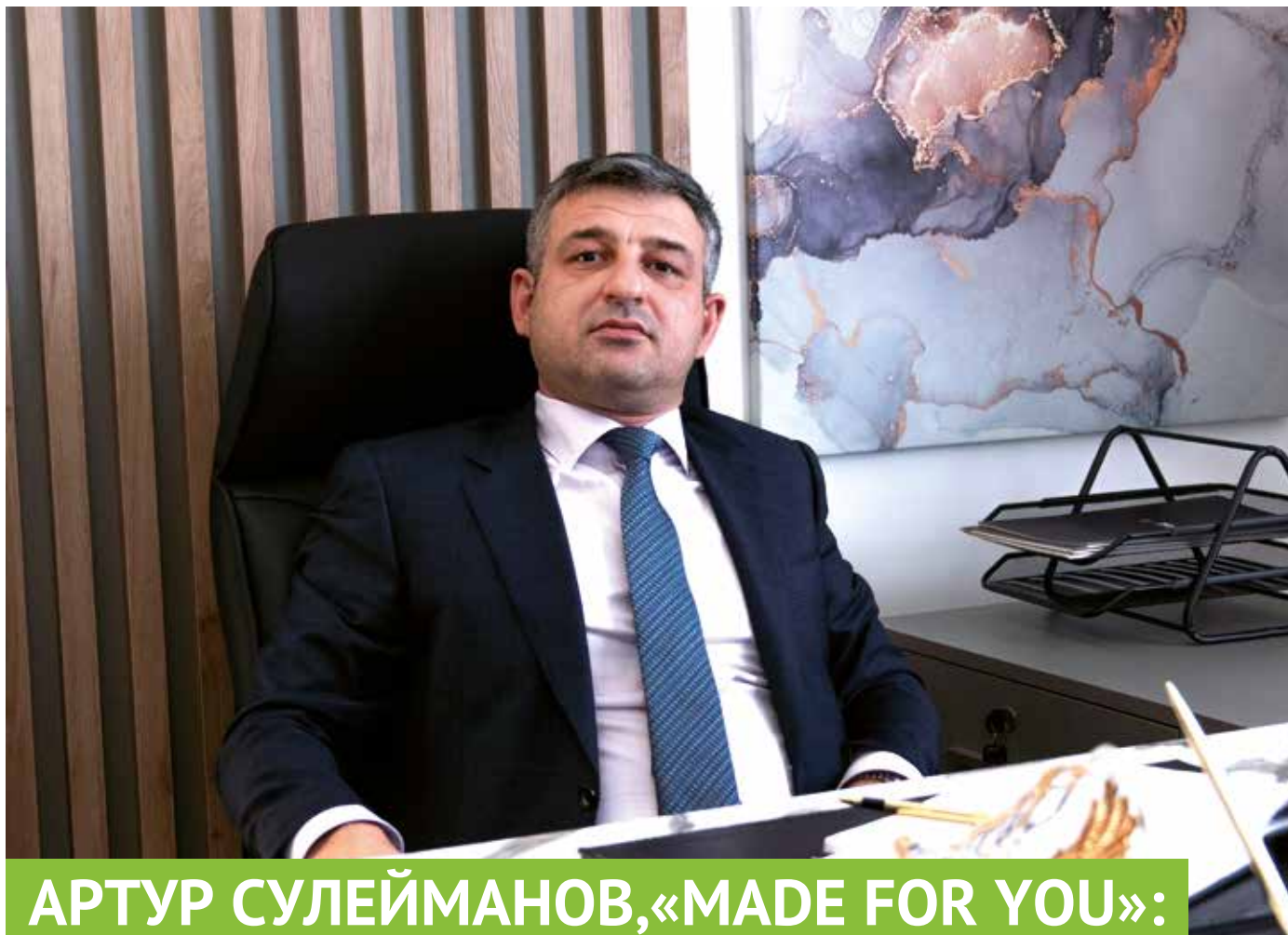
Работу Центра подбора персонала курирует Наталья Прокудина, эксперт с 20-летним опытом работы в рекрутменте.



Наталья Прокудина является членом Координационного совета Ассоциации консультантов по подбору персонала (АКПП) и партнёром кадрового агентства «Афина». Специализируется на подборе персонала для предприятий пищевой отрасли. Более 10 лет сотрудничает с выставками «Продэкспо» и «Агропродмаш».

Обширные связи в мире бизнеса и системе образования, а также богатый опыт в рекрутменте помогают ей осуществлять специализированный поиск самых редких и особо дефицитных профессионалов высшего класса.





АРТУР СУЛЕЙМАНОВ, «MADE FOR YOU»:

«ВЫБИРАЯ ПРОДУКТЫ ПОД НАШИМ БРЕНДОМ, ВЫ ВЫБИРАЕТЕ КАЧЕСТВО!»

История компании «ТТК ЛОГИСТИК-ЮГ» началась в сентябре 2021 года. Команда профессионалов задалась целью принести вкусный, качественный и доступный лимонад в каждый дом. Первым был безалкогольный газированный освежающий напиток «Мохито» со вкусом лимона, лайма и мяты. Главной его особенностью является натуральность.

Центральный офис компании «ТТК ЛОГИСТИК-ЮГ» находится в городе Махачкале. Мы поговорили о важности высокого качества напитков и перспективах развития компании с руководителем Артуром Сулеймановым.

– Как возникла идея создания компании «ТТК ЛОГИСТИК-ЮГ»?

– Идея возникла неслучайно, так как моя первая компания ООО «Трио» является дистрибьютором напитков. Мы изучили рынок именно лимонадов и обратили внимание, что особенно активно продаётся один вид «Мохито» определённого производителя. И он при этом недешёвый, но качественный. Мы нашли самого крупного производителя вкусоароматического сырья и ингредиентов – немецкий концерн. Заказали максимально качественный состав. Они прислали нам огромное количество экземпляров. Тогда мы с соседями собрали своих детей, продегустировали и выбрали лучшие на их вкус напитки. Единственным условием было, чтобы в составе не было химических добавок и вредных заменителей. Состав напитка должен быть натуральным.



Мы делаем один из самых качественных лимонадов «Мохито» на рынке.

Проект мы создавали поэтапно: дети выбрали вкус, мы зарегистрировали торговую марку, занимались дизайном, получением патентов и т. д.

Первый блин, как говорится, был немножко комом: не совсем тот дизайн вышел, что-то не получилось на банку нанести. Каждый выпуск мы постоянно улучшали дизайн, вкус, пока не добились соответствия своим представлениям. Но самый главный акцент мы делаем на качестве.

Мы производим «Мохито» на контрактном производстве, то есть у нас нет своего предприятия розлива. Сейчас ищем площадку для того, чтобы построить завод. Рассматриваем Московскую область. Нам выгоднее построить ближе к Москве.

Собственное производство позволит снизить цену примерно на 10-12%. Что даст возможность повысить нашу конкурентоспособность.

– А чем вы занимаетесь?

– Компания «ТТК ЛОГИСТИК-ЮГ» была создана под выпуск «Мохито», и тут всё только начинается. В этой компании я являюсь руководителем проекта, занимаюсь привлечением инвестиций, построением дистрибуции и многим другим.

Я лично также являюсь руководителем компании «Трио». Моя компания – один из крупных дистрибьюторов в Республике Дагестан, имеет несколько контрактов крупных российских и зарубежных производителей (в основном напитки). Много лет я работал в крупной турецкой компании. Этот рынок мне хорошо известен. Также занимаемся логистикой и инвестициями.

– Какую продукцию в настоящее время вы выпускаете?

– «Мохито» – безалкогольный напиток, который сочетает в себе свежий аромат мяты и сладость фруктов. Наш «Мохито» содержит только натуральные красители и ароматизаторы, что делает его безопасным для здоровья. Отлично подходит для вечеринок и летних мероприятий.

Линейка «Мохито» состоит из пяти вкусов: классический, клубника, манго, манго-маракуйя, арбуз. Каждый напиток прекрасно утоляет жажду, освежает и просто приносит удоволь-

ствие в любом месте и в любое время. «Мохито» является популярным выбором среди потребителей и гарантирует активные продажи.

Недавно мы зарегистрировали ещё один товарный знак – GAZZENERGY. Под ним мы планируем выпускать линейку энергетических напитков на сахаре. Уже готов дизайн для четырёх вкусов.

– На баночке вашего напитка есть значок «Халаль»: что это значит?

– Вся линейка продукции «Мохито» имеет сертификат «Халаль». Это означает, что в составе нет ничего вредного для людей. В переводе с арабского «halal» означает «разрешённый». Это документ, подтверждающий, что товары отвечают требованиям продуктового кодекса мусульманской религии. Наличие документа даёт право маркировать товары знаком «Халаль».

Чтобы получить сертификат «Халаль», необходимо подать заявку в специализированный центр, затем предоставить рецептуру продукции, техническую документацию, затем происходит аудит производства с выездом на место, проверка товара; и затем оформляется сертификат. У нас продукт пастеризованный, натуральный. Если работать по совести, то не сложно получить сертификат.

Дизайн банки нашего энергетического напитка подразумевает нанесение на банку рекомендательного маркера «18+». И значок «Халаль» на ней отсутствует. Я не рекомендую употреблять энергетические напитки детям.



Вся информация на наших банках честная, как и состав. В 2023 году введён акциз на сахар. Наш напиток подорожал, потому что в составе сахар. Поэтому мы разрабатываем альтернативную линейку без сахара – sugar free. Это именно для тех, кому не нужен сахар по состоянию здоровья. Но не в ущерб качеству, соответственно.

– Основная особенность вашего напитка – натуральность?

– Именно так. Название нашего бренда «MADE FOR YOU» говорит само за себя: этот напиток сделан для вас, он абсолютно натуральный, его могут пить дети с трёх лет. Лучше не заниматься производством, чем делать некачественный продукт. Потому что наши дети завтра это будут пить.

И ещё важный момент. Наш «Мохито» хорошо утоляет жажду, он не садится на

языке химией. Привкус не остаётся после выпитого благодаря натуральному составу.

Наш продукт отмечен наградами: первое место за качество на выставке FoodExpo Qazaqstan; две золотые медали получили в Санкт-Петербурге на «Neva Buyers Week – Белые ночи». Наше качество подтверждается этими наградами.



Также будем принимать участие в дегустационном конкурсе «Лучший продукт года» на «Продэкспо-2024».

Те, кто на вкус пробовал наш напиток, они понимают, что качество топовое. Повторюсь, мы используем только натуральные ингредиенты. На первом месте у нас качество. Мы беспокоимся за здоровье нашего покупателя.

Если мы посмотрим на «Мохито» различных производителей, на многих этикетках будет предупреждение, что данный продукт может вредить развитию детей. В составе могут быть вредные компоненты, но люди покупают из-за низкой цены. Хотя дешёвый продукт вредит здоровью детей, которые этот лимонад пьют.

– Какие ценности и принципы лежат в основе вашей компании?

– В первую очередь – доверие, командная работа, честность и креативный подход. Эти принципы помогают найти быстрые и эффективные решения, которые обеспечивают высокую скорость достижения намеченных задач и позволяют поддерживать высокую мотивацию сотрудников.

– Вы занимаетесь благотворительностью?

– У меня лежит на рабочем столе проект устава благотворительного фонда. Планируем в этом году подать на регистрацию.

У нас нет задач пиарить этот проект. Если мы помогаем, то должны помогать бескорыстно.

– Как организована ваша компания? Расскажите о команде.

– Наша команда небольшая: четыре человека, которые ведут все дела. Это тяжело, но есть большая кадровая проблема. Там, где рук не хватает, используем аутсорсинг: продажи, бухгалтерия, юристы. Зато все процессы прозрачны и оперативны, так как отсутствует излишняя бюрократия. Полномочия примерно у всех равны, как я люблю поговаривать: компания из одних руководителей, работаем дружно; и главное – за идею и на перспективу. Те партнёры, которые с нами сотрудничают, говорят: «Вы оперативные.





Не успели заказ кинуть, а у нас он уже готов, уже едет». Потому что внутри компании всё быстро происходит: позвонил, сделал быстро, вопрос решается. У нас дружная компания. Действуют различные системы поощрения, проводим корпоративные и обучающие мероприятия.

– Как вы планируете продвигать продукцию?

– В первую очередь мы выстраиваем дистрибуцию. На сегодняшний день имеем более 20 дистрибьюторов по стране, заключены контракты с сетями разного уровня (в том числе федеральными), и активно продолжаются переговоры в ежедневном режиме.

Также нами подписано два экспортных контракта в дружественные страны. Где активно ведётся работа по продвижению продукта в сети и поиску дистрибьюторов в регионах.

Активно используем рекламу в региональных СМИ, заказываем сувенирную и прочую продукцию в фирменном стиле компании.

В настоящее время для продвижения есть достаточно инструментов: выставки, нетворкинг, блогеры, маркетплейсы. Сегодня, чтобы купить и продать, достаточно телефона, подключённого к интернету. Будущее – за электронной коммерцией.

Наш «Мохито» уже есть на российских маркетплейсах, так что заказать его можно не выходя из дома.

– Какие планы на будущее?

– Перед нами стоят большие задачи. Скоро у нас розлив СТМ энергетического напитка. Летом планируем выйти на рынки стран ЕвразЭС. Также интересен китайский рынок. Собираемся посетить выставки во Вьетнаме и Иране.

Но тут зависит всё от многих факторов, так как мы молодые производители, есть пробелы в знаниях, опыте, финансах. Мы растём и быстро учимся, но для быстрого достижения задач необходимо расширять штат, набирать специалистов. Необходимо наладить выпуск в кегах, в стекле и ПЭТ-бутылке.

Есть планы по закупке первой партии холодильного и розливного оборудования.

– Вы планируете только безалкогольные напитки выпускать?

– Ну почему же? Мы не ограничены в выборе видов продукции: к примеру, у нас есть готовый к запуску проект сублимированного кофе в банках. Также есть возможность выпуска бумажных изделий под СТМ. Проектов много, разного уровня и разной тематики, но сейчас эти проекты на второй план отошли. Сейчас наша основная задача – делать вкусный лимонад.

– Как происходит развитие региона, где вы работаете?

– В Дагестане сильно развивается туризм, что сказывается на спросе, в том числе и на наш продукт. Республика обладает значительными рекреационными ресурсами: протяжённые песчаные

пляжи, красивые горы. Неслучайно значительные финансы выделены на развитие города-курорта «Каякент». Всё побережье активно осваивается. Отмечу положительные сдвиги в сельском хозяйстве, сфере услуг. Регион развивается очень стремительно. Я верю, что не сегодня так завтра наш регион из дотационного превратится в донора и будет примером экономического процветания.

– Скажите, какие ресурсы и инвестиции требуются для реализации ваших проектов? Какие есть сложности?

– В данный момент у нас готовый работающий налаженный бизнес, которому для дальнейшего расширения и увеличения прибыли необходимы финансовые и трудовые ресурсы.

У нас готов разработанный бизнес-план завода по розливу; по нашим прогнозам, через пять лет предприятие будет по-



казывать миллиардную прибыль при относительно небольших инвестициях. Мы провели переговоры с китайскими и с российскими компаниями-поставщиками оборудования, всё зависит от масштаб проекта. Очень много задач, которые нужно решить.

Мы имеем контакты со многими торговыми сетями, есть запросы и от них на розлив СТМ. Тут вопрос в том, что мы не можем на текущий момент обеспечить необходимый объём продукции. Потому что пока нет своего производства.

Есть проблемы с алюминиевой банкой. Заводов по производству банки немного. Чтобы заказать банки на этих заводах, нужно закупать большими партиями. Наша банка с прямым нанесением информации, что тоже отражается на цене. Но мы выбрали именно этот вариант, потому что выглядит красиво и качественно. В высокий сезон существенные проблемы с мощностями для розлива. Высокие ставки по кредитам также не позволяют эффективно и оптимально развиваться, ограничены маркетинговые возможности. Но в целом мы показываем позитивную динамику, что позволяет мне с оптимизмом смотреть в будущее.

У нас есть задача – чтобы на полках стоял хороший продукт. Для этого он должен быть лучшим во всём: визуал, качество, оригинальность.

Мы готовы с любым инвестором общаться, который бы обеспечил рост с точки зрения не только финансов, но и с профессиональной стороны, лишь бы было возможно взаимовыгодное и плодотворное сотрудничество. Границ нет никаких.

А если мы будем под крылом сильной компании, тогда будет проще развиваться и расти. Мы всегда живём наперёд, на перспективу. Чем больше мы отдаём, тем больше к нам приходит.

– Как вы оцениваете конкурентную ситуацию в отрасли? Вы сказали, что у вас конкурентов по натуральным напиткам нет.

– Нет конкурентов по качеству. У нас премиум-напиток среди «Мохито». В целом огромное количество конкурентов по напиткам. Я бы сказал, что сегодня бум производства на внутреннем рынке! Общее количество производителей очень большое, я их даже не пересчитаю. Практически каждый производитель напитков, в том числе крупные пивоваренные компании, имеет в своих портфелях напиток со вкусом «Мохито». Но у них широкий ассортимент напитков, мы же на сегодня – маленькая узкоспециализированная компания, и за счёт этого наше внимание сконцентрировано на одном продукте.

Наша компания предпочитает сотрудничать с компаниями-лидерами в своих

сферах. С топами надо работать во всём и у них учиться, перенимать опыт. И если что-то делать, то на совесть, чтобы не было стыдно за продукт.

Мы выбрали крупнейшего производителя ароматики, потому что это один из лидирующих мировых производителей составов для напитков. В то же время многие коллеги делают состав на местных заводах, в своих лабораториях. Либо приобретают дешёвую ароматику.

Огромное количество конкурентов; и чтобы человек сравнил и понял, что это именно то, что нужно пить, ему нужно попробовать. На выставках у человека есть такая возможность. И тогда у него вопросы про разницу в цене, как правило, отпадают. В целом я считаю, что конкуренция на рынке – это плюс, так как качество напитков будет улучшаться, а эта та самая цель, которую мы в своей работе и декларируем.

Сейчас перед нами стоит серьёзная задача – поставить завод. Ведём переговоры с инвесторами и промышленными парками. Завод, который будет сконцентрирован только на «Мохито». Он сможет

в свободное время разливать другие торговые марки любых производителей. Соответственно, если мы эти мощности для розлива создадим, это создаст нам «подушку», пока наш напиток не выйдет на полную загрузку линий розлива.

В этом вижу развитие компании в краткосрочной перспективе, в долгосрочной же перспективе я вижу компанию, работающую по всему миру посредством филиалов и представительств, поставляющую качественный напиток в каждый дом. Так что, как я и говорил, всё только начинается!

– Что бы вы хотели пожелать читателям нашего журнала?

– Поздравляю всех читателей с Новым 2024 годом, желаю положительных эмоций, знаменательных событий; и самого главного желаю вам – крепкого здоровья! Пейте «Мохито» бренда «MADE FOR YOU»: это и вкусно, и полезно, а самое главное – СДЕЛАНО ДЛЯ ВАС!

Беседовала Светлана Кныш





СЕРГЕЙ ЛЯШЕНКО: **«Наш российский фермер накормит страну, будьте уверены!»**

Россия с изначальных времён была страной аграрной. Славянские пахари, русские, российские крестьяне из века в век передавали потомкам любовь к земле, к скотине, птице, к нелёгкому труду, без которого сама жизнь нации была бы невозможна. И никакие социальные взрывы XX века не смогли вытравить из крови некоторых наших соотечественников этот изначальный «зов земли». У кого-то он сказывался для начала в любовном уходе за пятью грядками или цветником, у кого-то – в практически «случайном» приобретении единственной козы. А что из этого вышло у иных со временем? Примером может служить судьба Сергея Николаевича Ляшенко, главы КФХ «Ферма Ляшенко», с которым мы побеседовали.

– Сергей Николаевич, история создания крестьянско-фермерского хозяйства Ляшенко интересна тем, что началась она в 2014 году буквально «с одной козы». А сегодня у вас полноценная животноводческая ферма в 700 голов, и выпускаете вы 56 видов сертифицированной кисломолочной продукции и сыров из козьего, коровьего и овечьего молока. Также вы занимаетесь племенным разведением мелкого и крупного рогатого скота. Какие перспективные направления видите для себя сейчас?

– Да, в 2014 году моя семья приобрела козу. Вначале использовали молоко для здорового питания собственного ребёнка, затем понемногу стали для себя делать творог козий, масло сливочное, сыры. Но мы понимали, что козьи сыры – это специфическое направление, и взяли на пробу молочных овец породы лакон. В течение полутора лет мы получили первое молоко, начали пробовать делать из него

продукцию, сыры и йогурты. И так получилось, что из хобби, продукции для себя это переросло сначала в мелкий бизнес, а теперь хозяйство наше разрослось и насчитывает более 700 голов мелкого рогатого скота и больше 50 голов крупного рогатого скота. Коз и овец у нас восемь пород: четыре мясных, четыре молочных. Мы плотно занимаемся производством различных сыров, кисломолочной продукции. На сегодня у нас более 50 видов сертифицированной продукции, которая одобрена покупателями. В планах – разработка балканской группы сыров, кисломолочки (аналоги наших кефилов, ряженки).

– Вы – глава Комитета фермерских хозяйств Торгово-промышленной палаты Московской области. Как опытный фермер, расскажите нашему читателю, какие изменения в агропромышленном секторе Подмосковья произошли за последнее время.

– На сегодняшний день я являюсь вице-президентом Торгово-промышленной палаты г. о. Королёв и председателем Комитета ТПП Московской области по работе с сельхозпроизводителями и переработчиками продукции. Основная наша задача – помочь фермерам найти свой путь, чтобы начинающие стали востребованными в том направлении, в котором они себя видят и хотят развиваться. Мы консультируем, рассказываем молодым фермерам о грантах, льготах, субсидиях, о получении компенсации, о программах господдержки от Минсельхоза. Сейчас есть стартапы на начало бизнеса, гранты на семейную ферму, на приобретение сельскохозяйственной техники, различные виды поддержки на строительство ферм, сыроварен и других производств. На сегодняшний день – при правильном подходе к бизнесу – производитель, переработчик может рассчитывать на помощь государства. И важная роль комитета и ТПП состоит в том, чтобы дать

полную информацию сельхозпроизводителям о всевозможных мерах господдержки. Очень важно и ценно, что сегодня на рынок выходят сами фермеры, а не перекупщики продукции, как это было ранее. Для потребителей организуются гастрономические фестивали и всевозможные ярмарки при поддержке министерства сельского хозяйства, министерства инвестиций, Россельхозбанка. Производители представляют свои товары и сами показывают и рассказывают покупателю, как этот продукт сделан руками фермера. Всё это благодаря поддержке правительства – и РФ, и Подмосковья. И это очень важно.

– Мощности вашего фермерского хозяйства выросли за счёт приобретения на средства гранта новой техники и дополнительных площадей для заготовки кормов. Полным ходом идёт модернизация производства. Благодаря мерам господдержки вы планируете в ближайшие несколько лет увеличить поголовье до 1200 животных. Что ещё в планах?

– Мы изготавливаем кисломолочную продукцию и сыры. Также ведём работу по наращиванию поголовья для переработки мяса. Готовим маточно-мясное поголовье, которое будет нам давать возможность получить мясо южноафриканских коз пород бурская и калахари с эксклюзивными мясными характеристиками. Также в планах – увеличить поголовье овец породы белоголовый и черноголовый дорпер. Мясо дорперов обладает отменным вкусом, в

нём очень низкое содержание холестерина и богатый набор питательных веществ. В плане развития нашего хозяйства к 2025 году – увеличение до 2-2,5 тыс. единиц поголовья мелкого рогатого скота. Мы будем готовы также помогать молодым фермерам, развивать мясное и молочное направления. У нас достаточно территории. Мы сами заготавливаем корма, у нас своя техника. На сегодня наше хозяйство обеспечивает себя и других фермеров кормами. Уже подготовлены мощности по переработке молока – до полутора тонн в одну смену.

– Сергей Николаевич, в одном из интервью вы сказали: «За каждый выпущенный продукт фермер несёт личную ответственность». И, несмотря на то, что свою продукцию вы производите по классическим рецептам, чтобы она оставалась конкурентоспособной, необходимо применять новые технологии и современные методы в работе.

– Да, быть фермером – это большая ответственность. Я лично, своей фамилией, отвечаю за качество продукта. Потребители оценили нашу продукцию и хотят, чтобы на их столе были полезные и вкусные продукты, не содержащие красителей и консервантов.

Надо понимать, из чего складывается цена за качественный продукт. К примеру, для производства одного килограмма сыра нужно 10-12 литров молока, это при хорошей плотности, а литр молока стоит не менее 50 рублей. А ведь сыр ещё должен

вылежаться год, за ним надо ухаживать, мыть, переворачивать и т. д. Фермерский продукт не может стоить дёшево, надо учитывать все факторы и затраты. Но он вкусный и качественный, это и привлекает наших покупателей.

– В условиях новой экономической реальности с какими вызовами или проблемами вы сталкиваетесь в последнее время в своей деятельности?

– На сегодняшний день из проблем, которые я вижу, я бы отметил снижение покупательной способности, сложности с приобретением заквасок, импортного оборудования. Но мы с этим боремся, ищем партнёров, которые могут справиться с данной ситуацией. Вообще, когда нет проблем – живётся скучно! А мы ищем и находим решения.

– Остаётся ли на селе по-прежнему актуальным кадровый вопрос? Как привлечь молодёжь в фермерские хозяйства?

– Мы живём в Подмосковье, близость к Москве даёт о себе знать, многие уезжают на работу в столицу. Молодёжь неохотно идёт работать на фермы, предпочитая уютные офисы. Поэтому проблема есть с кадрами: механизаторами, водителями. Но специалисты, которые хотят работать на фермах, получают хорошую зарплату и остаются. В целом же привлечение молодёжи в нашу профессию – комплексный вопрос, над которым надо обязательно работать.





грубыми кормами: сеном, сенажем, делать правильный высев кормосмесей. Работу по выращиванию животных ведём с научной подоплёкой. Основная задача – сделать так, чтобы животные получали максимум питательных элементов из грубых кормов.

– В одном из своих интервью вы как-то обмолвились: «Наша задача – создать в Пушкинском городском округе центр притяжения для начинающих фермеров, которые могут приехать к нам, выбрать и приобрести подходящий именно для их целей скот». Это выполнимо в скором времени?

– Эта идея достаточно серьёзно сейчас прорабатывается с президентами ТПП МО и города Королёва. Нам бы хотелось создать школу фермера. Её особенность будет заключаться в том, чтобы начинающий фермер мог получать знания, не только обучаясь в аудитории, но и непосредственно на самом производстве. В фермерском хозяйстве он увидит, как обслуживается техника, какие проблемы бывают в посевную. Фермер должен понимать, что, получая стартап, он уже должен представлять, как будет реализовывать свой проект, в каком направлении будет развиваться на своей площадке и с какими трудностями ему придётся справиться. Я это всё испытал на себе. И это бесценный жизненный опыт! А главное – начинающий фермер должен хотеть стать настоящим сельхозпроизводителем и нелёгкое дело, которое он выбрал, знать, любить и уважать. В итоге мы должны получить качественного бойца сельскохозяйственного фронта.

– Ваша маркетинговая позиция – полная открытость. Вы готовы демонстрировать, как выращиваете животных, как и чем их кормите, как доите, как молоко затем перерабатываете. Вы также открыты для сотрудничества и активно участвуете во многих проектах, представляя свою продукцию на ярмарках, гастрономических фестивалях, в т. ч. на выставке «Продэкспо». Расскажите, какой ассортимент продукции представляет на выставке фермерское хозяйство Ляшенко?

– На выставке мы представляем весь спектр нашей продукции. Мы стараемся показать всё то, что научились делать. Мы даём попробовать то настоящее деревенское молоко, вкус которого давно забыт горожанами. Овечьё, козье молоко даём пробовать и рассказываем о своей продукции. Порой люди даже не верят, что в Подмоскovie есть ферма, которая занимается производством своей продукции, а не перепродажей. У нас каждый день кипит работа на ферме, работают восемь сыроварен, мы готовим разнообразную продукцию. И то, что сейчас мы на выставках общаемся напрямую с потребителем и презентуем свою про-

– Никто лучше самого фермера не знает, какой труд стоит за всем этим. Чтобы бизнес не только развивался, но и процветал, вы смогли получить грант на развитие семейной фермы. На что направили эти средства? Поделитесь вашим личным «секретом успеха»!

– Да, в 2022 году мы получили грант на семейную ферму, за счёт этих средств приобрели два трактора и оборудование для кормозаготовки, часть племенного маточного поголовья. Важно, что и партнёры нас не подвели, выполнили все обязательства. Это дало возможность ферме перерабатывать достаточно большой объём продукции. Мы увеличили объёмы в несколько раз: до 1200 литров молока, камеру созревания сыра – до семи тонн.

Гранты и субсидии помогают фермеру, т. к. в сельском хозяйстве любые процессы требуют достаточного длительного времени и вкладывания больших средств.

Поднять сельское хозяйство за неделю невозможно. Надо быть готовым, что процесс этот трудоёмкий, и результат будет не сразу. Риски тоже велики. Поэтому секрета особого нет: надо любить своё дело и много трудиться.

– Работа по развитию фермерского хозяйства Ляшенко ведётся на серьёзном научном уровне. Мы знаем, что вы плотно сотрудничаете с преподавателями сельскохозяйственной академии (МСХА им. К. А. Тимирязева). Что это вам даёт?

– Вообще, заниматься сельским хозяйством – это крайне ответственно. Поэтому и работу по развитию фермерства мы ведём на серьёзном уровне. В 2022 году я поступил в Тимирязевскую академию, на факультет кормления сельскохозяйственных животных. С моим научным руководителем мы ведём работу по селекции и по кормлению. Для меня важно кормить своих животных



дукцию, очень важно. Это прямой контакт с покупателем. Я хочу поблагодарить министерства и ведомства, всех, кто помогает в этом процессе! Надо как можно больше приглашать фермеров, произво-

дителей собственной продукции на такие мероприятия. Тех, кто готов работать, расширять объёмы производства, донести до потребителя качественный и вкусный продукт, который заслуживает внимания

россиян. Тогда и хозяйства смогут развиваться. А наш российский фермер накормит страну, будьте уверены!

Беседовала Екатерина Иванова

Ирина
Иващенко,
«ТОРГОВЫЙ ДОМ
ШОКОЛАДА»:

«**Libertad** –
ВКУСНЕЙШИЙ
ШОКОЛАД
С ПОЛЬЗОЙ
ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ!»



Libertad – вкуснейший шоколад с пользой для здоровья!



Изделия из шоколада под торговой маркой «Libertad» (исп. «свобода») – визитная карточка компании «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА». В этом году фабрика отмечает свой первый юбилей – пять лет с момента выхода продукции на российский рынок. Позади непростой период становления производства, поиск уникальных рецептов, постижение тонкостей и нюансов изготовления шоколада, формирование клиентской базы и многое другое.

Впереди же – ещё более важные задачи: развитие производственной базы, продвижение на мировой рынок, а самое главное – возможности и желание не просто производить качественную продукцию, а помогать людям и заботиться о них.

Мечтой Ирины Иващенко, соучредителя и коммерческого директора фабрики «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА», всегда было участие в значимых благотворительных инициативах. И теперь, наконец, настало время воплощения мечты в реальность: уже с осени текущего года компания запускает масштабный благотворительный проект в поддержку Фонда Константина Хабенского (фонд оказывает помощь и содействие в лечении детей и молодых взрослых с опухолями мозга. – Ред.).

– Ирина, я так понимаю, работа предприятия налажена, можно, наверное, чуть расслабиться и спокойно пожинать плоды своего труда. Но вы уже активно занимаетесь новым проектом: почему?

– Я считаю, что у каждого человека есть предназначение в жизни, главное – осознать нужное направление и пытаться ему следовать. Благотворительность привлекала меня с самой юности. Но до определённого времени не было ясности, как это возможно связать с работой. И как раз сейчас наступил момент, когда появилось понимание, как можно это сделать.

На протяжении всего периода работы мы поддерживали различные социальные организации: приюты, дома престарелых, помогали людям по личным обращениям, не отказывали по мере своих возможностей.

А теперь мы готовы участвовать в социальных проектах более активно. Так, недавно наша компания стала партнёром фестиваля «Вкус лета», до этого мы были спонсорами концерта к 9 Мая, поддерживаем футбольный женский клуб ЦСКА и т. д. В настоящее время мы реализуем масштабную PR-кампанию с участием блогеров, медийных лиц, звёздных персон. Так замечательно, что известные люди, которые пробуют нашу продукцию, активно откликаются и совершенно бескорыстно рассказывают о нас на своих каналах.

Что касается благотворительности, мы искали возможность внести свою лепту в значимый проект! Мы решили остановиться на совместной широкомасштабной акции в

поддержку подопечных Фонда Константина Хабенского.

– Мы вернёмся чуть ниже ещё раз к этому важному проекту. Расскажите, пожалуйста, о предыстории: как возникла ваша компания?

– Компания «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» была зарегистрирована в 2016 г., и тогда же начались труды по подбору современного оборудования, созданию

рецептур, разработке бренда, выработке концепции предприятия в целом: в каких направлениях двигаться и развиваться, что производить и так далее.

Но надо отметить, что начинали мы не с нуля. До того, как пришла идея своего производства, мы занимались импортом шоколада из Европы. Пробовали, дегустировали, ездили на различные международные выставки, привозили в Россию уникальную и вкусную продукцию из разных стран. За этот период у нас была наработана большая клиентская база. На фоне этого процесса сложилось понимание, в чём потребность рынка, что нравится российскому потребителю. И затем уже появилось желание создать собственное производственное предприятие.

– Ваш основной бренд называется «Libertad». Почему вы выбрали такое название?

– «Libertad» – означает «свобода». Для нас это важное широкое понятие, это не просто безграничное творчество и самовыражение, но и свобода от ограничений и шаблонов, свобода от конфликтов и негатива, свобода созидания. Коллектив нашей компании – одна большая семья, как бы банально это ни звучало. Попасть к нам непросто, кандидаты проходят серьёзный отбор; и, возможно, поэтому у нас сложилась настолько позитивная и лёгкая атмосфера, что на работу все мы ездим с большим удовольствием – вплоть до того, что наши сотрудники приезжают отмечать



свои дни рождения в офис, даже если они находятся в отпуске.

Мы очень дорожим этим духом, ценим своих людей, поддерживаем. У нас нет строгой субординации, да и никакой практически нет (*улыбается*), зато присутствует уважение друг к другу. Сотрудники очень ответственные и стараются на все 100%. Ведь мы делаем одно общее, очень важное, интересное и, главное, полезное дело.

Так что «Libertad» – это не просто красивое слово, а концепция нашей жизни и работы.

– Наверное, вам часто задают вопрос: а сами производители любят шоколад? Или уже глаза на него не глядят?

– Не могу ответить за других, но моя любовь к шоколаду и потребность в нём постоянны. Как бы забавно это ни звучало, но я являюсь поклонницей нашей продукции, и это не просто пустые слова. Я держу на контроле все рецептуры (а их у нас более 300), качество, органолептику и в курсе происхождения каждого ингредиента, который входит в состав ассортимента. Это очень важно, так как порой один неверно подобранный компонент может отразиться на вкусе и качестве шоколада, а это уже наша репутация и доверие покупателей. Стабильность качества – это профессионализм; и это наш слоган с момента создания бренда «Libertad». Все наши сотрудники на постоянной основе приобретают шоколад у нас на производстве. Это говорит о многом!

– Ирина, вы давно в шоколадной отрасли. Расскажите, как меняются тренды, что сегодня предпочитают покупатели?

– Да, изменение потребительских вкусов – это очень интересный и не всегда предсказуемый процесс. Например, в течение долгих лет в шоколадной индустрии вообще не был представлен ЗОЖ-ассортимент. В лучшем случае шоколад на фруктозе, но не такой уж он и диабетический, как вы понимаете.

И вот несколько лет назад мы попытались создать шоколад с омега-3. Но попытка оказалась провальной, так как не было спроса, и мы закрыли тему ЗОЖ на некоторое время. Однако два года назад мы обратили внимание, что тренд healthy food начал набирать обороты, и вот тогда мы стали активно внедрять полезные рецептуры в наш продуктовый портфель. На данный момент ЗОЖ-линейки – это 60% нашего ассортимента.

– А какие ещё интересные продукты представлены в вашем ассортименте?

– Наш ассортиментный ряд можно поделить на два больших направления: это классика (шоколад, трюфели, драже, фрукты в шоколаде и пр.) и ЗОЖ-тематика.

Продукция ЗОЖ – это очень важный сегмент. Для нас бесценно, если покупатели будут ассоциировать бренд «Libertad» с заботой. Мы хотим, чтобы человек, уви-

девший на полке продукцию под брендом «Libertad», был уверен в том, что перед ним не только качественный и вкусный, но и очень полезный шоколад! Ведь мы столько тепла и сил вложили в его создание и рост, что, по сути, это дитя, которое мы произвели на свет; и не покладая рук растим его с заботой и любовью.

К сожалению, сейчас у большого количества людей имеются ограничения в питании, связанные с состоянием здоровья. Многим нельзя сахар, и, выпуская такую продукцию, мы стараемся приложить все усилия, чтобы шоколад не только получился вкусным, но и приносил максимальную пользу для наших покупателей. Ведь полезное лакомство – это радость не только для организма, но и для души!

Также растёт число людей с целиакией и непереносимостью глютена. С этим заболеванием, как правило, рука об руку идёт непереносимость лактозы и казеина. Мне и самой пришлось столкнуться с таким диагнозом у дочери, и, поскольку на рынке был страшнейший дефицит продуктов без глютена, а ребёнку, конечно же, всегда хочется сладкого, я поняла, как много мы можем сделать для общества, создавая вот такие правильные продукты.

И сегодня наш шоколад на овсяном, рисовом, кокосовом и финиковом молочке в тренде. Вы не представляете, какое количество отзывов мы получаем: люди благодарят, выражают свою радость, покупают для себя и детишек, потому что наш шоколад качественный, вкусный, нежный, а главное – безопасный и по абсолютно приемлемой цене.

Шоколад на кокосовом молоке и финиковый шоколад – это наши новинки. Просто невероятно вкусные линейки, которые можно всем без исключения!

Но мы не ограничиваемся только веган-шоколадом, мы радуем наших покупателей продукцией с функциональными добавками (кетошоколад), шоколадом без сахара на карамелизованном молоке, жевательными конфетами ЗОЖ в белом шоколаде, постной продукцией и многим другим! Очень реко-

мендую заглянуть на маркетплейсы, чтобы ознакомиться со всеми нашими линейками!

– Есть ли у вас сложности с представленностью в торговых сетях?

– Да, сложности есть, и я хотела бы даже остановиться на этой теме поподробнее. Когда мы только выходили на рынок, то, как и многие начинающие производители, столкнулись с тем, что торговые сети стали требовать от нас показатель узнаваемости, от которого напрямую зависит представленность в сетях. А откуда бы взяться узнаваемости у нового продукта? Получался такой заколдованный круг. Нет узнаваемости – нет продаж в сетях. Не представлены в сетях – нет узнаваемости. Мы пытались продемонстрировать качество, привозили образцы, но в большинстве случаев нам отказывали исключительно по этой причине. Нам говорили, что да, вы вкусные и красивые, очень презентабельные и приемлемые по цене, но... нет.

Конечно, поначалу было сложно, но по прошествии времени наша продукция стала завоевывать популярность. Правда, мы столкнулись с другой крайностью: сети стали присылать запросы на создание СТМ вместо продаж продукции под нашей маркой. Были интересные случаи, когда мы приходили с продукцией под брендом «Libertad», нам отказывали, а затем буквально на следующий день звонили и запрашивали нашу продукцию под СТМ. И это стало очередным препятствием: оборот компании растёт, а бренд не набирает популярность.

На сегодняшний день большая часть нашего ассортимента производится под СТМ, мы, конечно, рады, когда наши клиенты доверяют свою марку нашему качеству, но хотим немного отойти от этой парадигмы, поэтому запланировали масштабную PR-кампанию для повышения узнаваемости.

Сегодня, как вы понимаете, вся страна ориентирована на отечественного производителя. И очень жаль, что из-за субъективного, частного мнения менеджера по закупкам люди лишены возможности по-



купать вкусный и очень полезный продукт. А ведь что касается качества: мы делаем продукцию даже под «Кремлёвским» брендом. Мы работали со многими крупными компаниями, которым очень важна их репутация: это косметические бренды, федеральные сети. Если бы наше качество их не устраивало, никто из них не доверил бы нам свою торговую марку, это же очевидно.

Вроде бы на словах все – за импортозамещение, а в итоге отечественный производитель оказывается в проигрыше перед импортными товарами, так как менеджеры по закупкам сетей часто отдают предпочтение зарубежной продукции; я, честно говоря, не понимаю, как такое возможно. Например, пока байеры сети «Азбука Вкуса» отказываются от сотрудничества, в то же время динамично развивающийся «ВкусВилл» не первый год активно закупает шоколад нашего производства. Причём мы гибко подходим не только к форме и дизайну, но также

ем друг друга. У нас прекрасный тандем, потому что мы очень разные: я – человек творческий, лёгкий, отвечаю за разработку дизайна, рецептур; в целом идейный вдохновитель. А супруг – человек педантичный, консервативный, юрист по образованию, поэтому на нём все юридические тонкости, договоры и т. п.

Конечно, бывают и споры, и недопонимание, но в итоге все вопросы решаем к обоюдному согласию. Важно и то, что мы уже всё-таки в зрелом возрасте: юношеский максимализм и непримиримость остались в прошлом, мудрость и жизненный опыт нам очень помогают.

– В чём сегодня ваша компания испытывает наибольшую потребность?

– Очень досадно, что при нашем энтузиазме, активном развитии и желании расширяться во всех направлениях приходится ограничиваться небольшой про-

дуем, и хотим пригласить медийных людей, представителей СМИ, а также сотрудников федеральных торговых сетей. Суть самого проекта в том, что 5% от каждого купленного продукта под маркой «Libertad», продаваемого в крупных федеральных сетях, в независимости от ассортимента, будет перечисляться в качестве пожертвования в Фонд Константина Хабенского.

Мы не только хотим заявить о нашем продукте, но и сделать что-то доброе в этом мире, и я очень надеюсь, что моя мечта сбудется – и торговые сети нас поддержат. Ведь чем масштабнее акция, чем больше магазинов в ней примет участия, тем больше помощи получат подопечные фонда.

Что касается планов по продвижению нашей продукции, то мы активно развиваем своё присутствие на международном рынке. Наша продукция уже давно представлена в Узбекистане, Казахстане, Беларуси. В этом году, после пандемийного



и к ценообразованию. Как пример нашего гибкого подхода к работе: сотрудничество с сетью «Пятёрочка». Мы производим вкусный шоколад на овсяном молоке в детском дизайне. Изначально продукцию мы производили в картонной упаковке, но из-за этого цена была выше требуемой. Тогда мы предложили этот же шоколад только во флоу-паке, то есть в мягкой упаковке. Это удешевило единицу товара на 15-20%. Продажи набирают оборот, хотя ЗОЖ-продукция для магазинов-дискаунтеров – не самый ходовой товар. Либо как ещё один пример: работа с сетью «Магнит». Наши ЗОЖ-линейки в сети представлены в индивидуальном формате – 40 грамм вместо стандартных 65. И это замечательно. Мы понимаем, что такие крупные проекты требуют особого, эксклюзивного подхода. В этом и заключается наше основное преимущество – гибкость, лёгкость и оперативность при работе с проектами любой сложности.

– Постоянно доказывать свою уникальность – не самое приятное занятие. Как удаётся не опускать руки и находить силы на реализацию новых целей?

– Во многом помогает то, что у нас семейное предприятие: мы с супругом являемся соучредителями и постоянно поддержива-

изводственной площадью. На данный момент мы можем производить до 1500 тонн в год. В случае если нам сможет оказать поддержку правительство Московской области, у нас появится шанс увеличить площадь нашего цеха. Тогда мы нарастим мощности, увеличим производительность и трудоустроим гораздо большее количество людей. Аренду мы не рассматриваем, так как это слишком большие затраты для нас, нам необходимо большое помещение, а не просто земля. Мы полны сил, стремлений, планов, а главное – идей для широкомасштабного развития. И мы надеемся, что наши желания совпадут с возможностями!

– Давайте теперь вернёмся к вашим планам по развитию компании, в том числе и к благотворительному направлению.

– Да, сейчас, когда становление компании произошло, наступает период развития: я считаю, что этот процесс намного интереснее, здесь простор для творчества и большие возможности.

Если говорить о нашем благотворительном проекте, мы планируем объявить о его старте в сентябре в рамках благотворительного вечера, который мы органи-

перерыва, возобновились поставки в Китай, а в данный момент мы ведём переговоры с Грузией, Турцией и ОАЭ. У нас в офисе есть масштабная, выполненная из дерева карта мира, где специальными магнитами с нашим торговым знаком мы отмечаем зоны нашего присутствия, и их становится всё больше. Так что «Libertad» покоряет мир!

Помимо представленности, работаем и над развитием ассортимента в направлении ЗОЖ. Из ближайших новинок, как я упоминала ранее, – шоколад на кокосовом молоке и шоколад с финиковым сахаром.

Наша ЗОЖ-продукция востребована, и нам очень нравится помогать людям. Уверена, что именно для помощи друг другу мы приходим в наш удивительный и непростой мир. Порой, когда читаешь отзывы покупателей, от умиления наворачиваются слёзы. Например, одна девушка пишет: «У меня ребёнок-аллергик, он кушает ваш шоколад, и это первый продукт, на который у него нет аллергии». И я её прекрасно понимаю, потому что сама была в такой ситуации. Получать такие отзывы очень трогательно и приятно, ради этого хочется работать и достигать новых высот! А если от продаж будет ещё и польза детям в рамках нашего благотворительного проекта, я считаю, что мы на правильном пути!



«ДЕРБЕНТ ВИНО»:

НАПОЛНЕНИЕ ВИНА ЗАДОРом, ПЛАМЕНЕМ И ЧУВСТВОМ ПРАЗДНИКА!

Бесконечная чистота неба, шумное море, хрустальные ручьи, беспечное солнце – именно таков Дагестан и сам древний Дербент. Виноград, произрастающий в подобном терруаре, будь то всем известный Рислинг или автохтонный Гюляби, мягок, насыщен и уникален.

Продукция компании «Дербент Вино» подойдет любому: ценителям игристого, знатокам тихих классических вин или любителям изысков в виде «жемчужных» frizzante.

Дагестанские виноградари упорно преследуют цель – сделать Дербент столицей нового винодельческого региона России, а затем распространить качественные и уникальные дагестанские вина по всему миру!

Мы пообщались с генеральным директором ООО «Дербентская винодельческая компания» Эмилем Омаровым.

– Эмиль, всегда интересно послушать, как объединялись единомышленники-виноградари и зарождалась та или иная винодельня. А что читателям может рассказать «Дербент Вино»?

– История компании началась в 2011 году с посадки виноградников: тогда ещё у нас не было идеи строить винодельню, мы планировали продавать виноград с полей. Однако в 2014 году поняли, что виноделие – довольно перспективная ниша, и начали строительство современного и технологичного производства. В настоящее время предприятие оснащено самым передовым европейским оборудованием от ведущих производителей: Bertolaso, Bortolin Kemo, Innotech, Siprem и других. Сегодня «Дербент Вино» – это

один из крупнейших заводов не только в Республике Дагестан, но и во всей России.

– Слышал, что во времена Горбачёва многие виноградники в южных регионах уничтожили – это была мера по борьбе с алкоголем. Сейчас же многие знают о краснодарских виноградниках, дающих солидный «винный» урожай, расходящийся по всей России, но лишь немногие слышали о виноградниках Дагестана. Скажите, какие сорта выращивают в Дербенте?

– Для выращивания винограда используются популярные европейские сорта: Рислинг, Шардоне, Мерло, Каберне Совиньон и другие. Кроме того, немалую площадь занимает местный кавказский

виноград: Ркацители и Саперави. Также мы возрождаем автохтонные сорта: Нарма, Гимра, Гюляби. К слову, мы уже попробовали сделать из них вино, и оно получилось крайне интересным.

– Много ли виноградников принадлежит компании «Дербент Вино»? Какова их суммарная площадь?

– На сегодняшний день у компании более 1300 га виноградников, расположенных южнее Дербента. Мы разделяем их на три основных терруара: в предгорье, на равнинной части и в дельте реки Самур. В каждой из зон свои уникальные микроклимат и почвенный состав, что позволяет нам разделять урожай для производства разных линеек.

– Теперь поговорим о продукции «Дербентской винодельческой компании». Ассортимент винодельни составляют четыре основные категории: «Каспийская коллекция», *Di Caspico*, *Desono* и «Эндемы». Расскажите, в чём состоят особенности и черты каждой из них? Какие вина пользуются наибольшей популярностью у покупателей?

– «Каспийская коллекция» – базовая линейка игристых и тихих вин, которая сразу отсылает нас к берегам Каспийского моря, где в условиях уникального терруара и производятся эти купажные вина. В их деликатном букете и изысканном вкусе собраны ароматы южных ночей и тепло каспийского побережья.

Di Caspico – флагманская линейка и наша особая гордость: именно благодаря ей мы громко заявили о себе. Игристые вина этой линейки созданы методом Шарма (Charmat), называемым также резервуарным методом. Тихие вина коллекции изготовлены по классической технологии, а красные сорта полгода выдерживаются в контакте с древесиной дуба. Для производства вин данной линейки используется самотечное сусло лучших сортов винограда, собранного вручную с наших дербентских виноградников.

«Эндемы» – это сортовые игристые вина из популярных сортов винограда: Шардоне, Совиньон, Рислинг, Ркацители и Пино Нуар, а также выдержанные в боч-



разработана совместно со студентами Высшей школы брендинга при участии ведущих экспертов школы. Визуальная особенность тихих вин *Desono* в том, что каждое вино в ней связано с конкретным географическим местом Дагестана, что отражено на отрывной контрэтикетке. История на обороте позволит буквально перенестись в пространстве и услышать знаменитое Каспийское море, могучую гору Базардюзю, таинственный Самурский лес и другие природные достопримечательности. Такому замыслу соответ-

даже в сладких версиях остаются свежими и сбалансированными. Кокетливая игристость, воздушный, потрясающий аромат цветов и ягод сделали frizzante любимым вином за пределами Италии в шестидесятые годы XX века. В них меньшее содержание алкоголя, их стиль более лёгкий, а искрящийся перляж, или «игра пузырьков в бокале», символично напоминает о море.

Решив сделать свою версию жемчужного вина, мы создали линейку *Fiori di Mare* – вино из самого сердца Каспия. Его отличают свежий вкус, насыщенный аромат и деликатное покалывание во вкусе. Для производства белого полусладкого вина используется сорт Цитронный Магарача. В розовой версии к нему добавляется Пино Нуар, а в красном полусухом вине мы экспериментировали и создали купажи сортов Молдова, Мерло и Пино Нуар.

Кроме того, в 2024 году эта линейка пополнится тихими полусухими винами в стилистике известных португальских вин *Vinho Verde*.

– Меня заинтересовали вина под маркой «Эндемы». В общепринятом значении эндемы, или эндемики, – это флора и фауна, присущая конкретной местности. Получается, сорта винограда данной марки произрастают только в Дербенте?

– Не совсем так. На момент выхода линейки идеей было подчеркнуть место происхождения винограда, который произрастает в дербентском терруаре на собственных виноградниках компании. Именно поэтому на этикетках изображены эндемики Кавказа – животные, обитающие на очень ограниченной территории, в пределах Кавказского хребта.

– В последнее время в магазинах всё чаще встречаются автохтонные вина. Знаю, что и у «Дербент Вино» имеются планы по их производству. Расскажите, в чём «изюминка» подобных вин?



ках тихие вина из сортов Шардоне, Каберне Совиньон, Мерло и Саперави. Для выдержки мы используем американский и кавказский дуб, а также бочки из акации.

Desono – совсем свежая коллекция вин, для которой используется лучший виноград, собранный вручную с отдельных участков виноградников компании. Все вина отличаются свежестью и элегантностью, великолепный баланс и гастрономичность.

Отмечу также интересный факт: концепция этикетки данной линейки была №1 Январь 2024

ствует и название: «De» – это Дербент, а «Sono» – «звучать» на латыни.

– В рамках бренда *Di Caspico* заметил линейку жемчужных вин. Что они собой представляют?

– Жемчужные вина отличаются свежим, ярким и стойким ароматом и изысканным пикантным покалыванием во вкусе. Недавно frizzante с итальянского переводится как «хрустящий».

В сущности же, жемчужные вина – это полуигристые вина. Лёгкие и мягкие, они

– Действительно, автохтонные сорта набирают популярность у потребителей.

Фишка автохтонов – в их редкости: это вина, родившиеся на определённых территориях. Долгое время виноделие развивалось силами всем известных европейских сортов: они «универсальны» и используются во всех винодельческих регионах. Однако со временем люди стали интересоваться: какова история виноделия в том или ином регионе, какой виноград выращивали несколько веков назад и какое вино из него производили. Это замечают виноградари и начинают возвращаться к истокам.

Если же говорить о «Дербент Вино», то мы используем винограды сортов Бианка, Первенец Магарача, Цитронный Магарача, Августин и Молдова. Кроме того, мы планируем возродить и уникальные автохтонные сорта: это, как я уже говорил, Нарма, Гимра, Гюляби.

– Думаю, наши читатели знакомы со сценой из «Укрощения строптивого», где Адриано Челентано топчет виноград быстрее, чем его прессует специальный аппарат. Рядовому зрителю кажется, что процесс производства вина – это просто. Расскажите вкратце, как сейчас «делают» вино и какие основные этапы включает в себя этот процесс.

– Коротко здесь не получится! Процесс производства вин начинается, безусловно, со сбора урожая. С восходом солнца виноградари выходят на финальную часть полевых работ – сбор винограда. Они бережно срезают гроздья, а специально оборудованные грузовики, исключая контакт ягоды со сталью, отвозят урожай на винодельню.

Не позднее чем через три часа после сбора виноград поступает на завод. Его взвешивают, устанавливают соответствие ампелографическому сорту, определяют показатели в средней пробе, а после сортируют и разделяют по категориям качества. Четыре бункера приёмки винограда позволяют разделять собранный урожай с каждого участка и направлять его для производства определённых линеек. Весь процесс, начиная с момента поступления ягод на винодельню и до бутелирования и хранения готовой продукции, контролируют современная лаборатория и служба качества «Дербент Вино».

Далее идёт переработка винограда. Для белых сортов это дробление и гребнеотделение ягод. Мягкое прессование с отделением сусла-самотёка, сусла первого давления и прессовых фракций. Переработка вина по красному способу происходит в резервуарах-винификаторах. Специальные устройства по перемешиванию мезги помогают извлекать красящие и фенольные вещества из кожицы и косточек. После сбраживания мезги кожицу и косточки отделяют, а вино направ-

ляют на дальнейшую обработку. Затем происходят важнейшие технологические операции: пижаж, делестаж и ремонтаж.

Следующий и важнейший этап производства вина – это ферментация. Для правильного брожения в сусло добавляют благородные культуры дрожжей. Контроль режима, температуры и прочих технологических операций находится под чутким руководством виноделов и технологов.

После ферментации вина подвергают технологическим обработкам и декантации для придания однородности в условиях индустриального производства. Далее происходит эгализация – объединение крупных партий; и затем – направление объёмов вина на бутелирование.



Однако перед попаданием в бутылку вино проходит многоступенчатую фильтрацию, что обеспечивает его прозрачность и стабильность. Последняя ступень служит барьером, который исключает попадание единичных дрожжей, спор и бактерий. Вина, прошедшие все стадии обработок и лабораторного контроля, направляют на розлив.

В цехе розлива установлен триблок итальянского производства Bertolaso (ополаскивание, налив, укупорка). Далее по линии синхронно работают автоматы по мюзлеванию и оформлению бутылки. Здесь же внедрён аппарат автоматического марочного учёта. Оборудование цеха универсальное, в зависимости от производственной необходимости может быть переоборудовано под розлив тихих или игристых вин.

Добавлю, что, помимо всего прочего, мы заботимся и об эстетической составляющей нашей продукции: стилистику и дальнейшее видение вина в бокале определяет главный винодел компании – в зависимости от стиля будущей линейки.

Также отмечу, что вина премиальных линеек выдерживаются в дубовых бочках французского или американского производства. Для некоторых вин используют бочки из акации.

Кроме того, «Дербент Вино» открыто к экспериментам: купажи и бленды позволяют создавать уникальные вина из нескольких сортов винограда, демонстрируя достоинства каждого из них. Купажированные вина – это показатель уровня творчества винодела, а пропорции, рецептура и прочие технологические приёмы напитка хранятся в строгой секретности.

– Знаю, что сегодня многие винодельни ориентированы в том числе на туризм: проводят по заводам и виноградникам экскурсии и устраивают дегустационные мероприятия. Организуете ли что-то подобное вы? Что ещё «Дербент Вино» может предложить гостям в рамках энотуризма?

– Конечно, энотуризм – один из инструментов продвижения нашей продукции. В прошлом году винодельню посетило более 10 тыс. человек, что на 3,5 тыс. человек больше, чем в 2022 году.

«Дербент Вино» предлагает посетителям экскурсии разных форматов, а также посмотреть местные виноградники и продегустировать уникальные вина. По инициативе компании создан арт-проект, благодаря которому мы открываем пространство винодельни для творчества современных художников. Таким образом, создавая нечто эстетическое, мы привлекаем внимание большего количества туристов.

– И вопрос вдогонку: как вам кажется, влияет ли «Дербентская винодельческая компания» на развитие туризма в регионе и привлечение новых и новых людей?

– Уверены, что да. Мы привлекаем туристов, а также, как я сказал в предыдущем вопросе, помогаем развивать искусство в регионе. «Дербент Вино» запустило грантовую программу: возможность для художников и представителей творческих профессий Дагестана реализовать свой художественный проект при поддержке завода, пройдя образовательную программу под руководством кураторов. После прохождения программы организуется итоговая выставка на одной из площадок г. Дербент. Победителю гранта оплачиваются материалы на создание работы.

Компания, развивая свои бренды и продукты, делает акцент на месте производства и происхождения винограда. Мы с уважением относимся к региону и хотим, чтобы как можно больше людей, пробуя местное вино, проникалось эмоциональной связью с Дагестаном. Например, в прошлом году мы провели винный

фестиваль на территории завода. Думаю, его посетили как те, кто находился в республике на отдыхе и решил заглянуть к нам, так и те, кто приехал на фестиваль целенаправленно.

– На сайте винодельни указано, что фирменные магазины расположены в Махачкале, Каспийске и Дербенте. А можно ли приобрести вина в иных городах: скажем, в Москве или Санкт-Петербурге?

– Конечно, можно. Наши бренды широко представлены по всей России: в крупных федеральных сетях «Магнит», «Метро», «Ашан», «Лента», «Красное и Белое», «Перекры́сток», а также в локальных региональных сетях.

– 12 декабря 2023 года в Москве состоялась презентация юбилейного, десятого авторского гида «Российские вина – 2024» Артура Саркисяна. Целых семь вин «Дербентской винодельческой компании» вошли в рейтинг и получили 87 баллов из 100. Расскажите об участии в данном проекте. Как отбирались лучшие из лучших?

– Артур Саркисян – большой эксперт и, как сказали на презентации, «российский Роберт Паркер». Несмотря на то, что его гид авторский, он входит в число самых авторитетных в стране.

Итак, одним из этапов гида было посещение виноделен. Артур и его команда приезжали, смотрели завод и виноградники и дегустировали вина. Затем уже в Москве проходила итоговая дегустация, где выставлялись оценки. Отмечу, что каждый год проходной балл в гид растёт: к примеру, в прошлом году был порог в 86 баллов.

Попадание в гид Артура Саркисяна – это, безусловно, повод для гордости, но в то же время и награда за честный и усердный труд всей команды «Дербент Вино». Мы работаем на совесть и совершенствуемся с каждым годом!



– В каких ещё выставках и фестивалях принимали участие в 2023 году? Какие хотите посетить в 2024-м?

– Последние пять лет российское вино набирает популярность. Мероприятий, выставок, ярмарок, фестивалей и конкурсов с каждым годом становится всё больше. В 2023 году мы принимали участие более чем в пятидесяти мероприятиях: в форумах высшего уровня (например, ПМЭФ), в фестивалях и ярмарках в разных частях России – Пскове, Новосибирске, Красноярске. А в следующем году планы ещё масштабнее!

– Какие цели и задачи «Дербентская винодельческая компания» ставит на ближайшее будущее?

– Планов и идей очень много. Это и выпуск новых линеек вин – интересных купажей и игристых по классической технологии производства. Также мы планируем развивать туризм и арт-направление: провести фестиваль в Дагестане, строить туристический кластер в предгорье

Джалган, а также реставрировать старинные Воронцовские подвалы в селе Геджух, которые мы приобрели в прошлом году. Сюда же планируем перенести часть производства, а именно выдержку вин в бочках. Подвалы расположены на глубине 12 метров, толщина стен составляет 1,5 метра, благодаря чему в помещении поддерживается постоянная температура на уровне 14-16 градусов. В сочетании с высокой влажностью это создаёт идеальные условия для выдержки и созревания премиальных вин. А ещё каждое хранилище вмещает до 250 бочек вина, что, несомненно, позволит производить гораздо больше вина. Таким образом, как нам кажется, Воронцовские подвалы станут ещё одной туристической точкой. Кроме того, мы намерены открыть музей виноделия Дагестана.

Подытоживая, повторяю, что планы у «Дербентской винодельческой компании» – наполеоновские!

Подготовил Михаил Московец



Первая выставка «ПРОДЭКСПО» прошла в далёком уже 1994 году, и приняли в ней участие 450 экспонентов из 39 стран. Доминировали здесь тогда, что неудивительно для читателей, помнящих обстановку перестроечных лет, зарубежные производители и поставщики продуктов питания. Российские компании составляли лишь одну шестую часть от общего числа участников, причём в большинстве своём это были крупные импортёры. И всё-таки встречались среди экспонентов и пионеры производства отечественных продуктов, рождённые новой рыночной эпохой. Причём их число росло от выставки к выставке, внушая оптимизм относительно перспектив продовольственной безопасности России. И вот – более 25 лет назад – среди участников «ПРОДЭКСПО» появилась компания «Фуд Милк», входящая ныне в холдинг Kavaa Group. С тех пор, уже два с лишком десятилетия, компания неизменно радует посетителей главной продуктовой выставки страны яркими презентациями новинок и победами в категориях производства кисломолочной продукции, консервации, деликатесов и десертов.

В очередном интервью нашему изданию глава компании Ваге Татинцян рассказал о реалиях российского производства, ручном труде, позитивном управлении и, конечно, о подготовленных технологами, маркетологами и пищевыми инженерами крупнейшего производителя национальной кисломолочной продукции «Фуд Милк» приятных сюрпризах для потребителей, об уникальных рецептах и о философии бренда.



FOOD MILK:

СЛАДКАЯ ДОРОГА К УСПЕХУ

– Ваге, давайте вспомним: как всё началось? Для того, у кого и продолжается всё на «пять с плюсом», это всегда приятно!

– Открыв собственный бизнес в 1992 году, наша семья вошла в историю в ряду первопроходцев рынка национальной кисломолочной продукции. И вот уже более 30 лет мы работаем, как говорится, «не за страх, а за совесть». Сотрудники «Фуд Милк» имеют преимущество смело смотреть в глаза потребителям! Мы значительно расширили направления производства, но, как и прежде, если это молочные продукты, то исключительно из свежего молока; мы крайне отрицательно относимся к добавлению искусственных консервантов, и любое производство, даже при соблюдении классических рецептур, начинаем с проработки

этапов жёсткого контроля качества – как в процессе изготовления, так и при логистике до магазинов. Но и на этом мы не останавливаемся, проверяя наших партнёров на соблюдение правил хранения нашей продукции.

Сегодня география продаж «Фуд Милк» – вся Россия (продукцию нашего производства можно найти практически во всех федеральных сетях). Кроме того, она довольно широко представлена за рубежом. Причём на смену потерянными рынкам недружественных стран оперативно осваиваем новые для себя территории.

В свою очередь, «Фуд Милк» входит в состав холдинга федерального значения Kavaa Group, объединившего в себе лучшие достижения в разных сферах бизнеса. В настоящее время в составе холдинга – бо-

КОМПАНИЯ **FOOD MILK** – ОСНОВАТЕЛЬ РЫНКА
НАЦИОНАЛЬНОЙ КИСЛОМОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ.

лее 20 компаний, предоставляющих уникальные компетенции в различных областях.

– Ваш бизнес остаётся успешным на протяжении трёх десятилетий, что невозможно без постоянного обновления. Как происходит расширение ассортимента? Как придумываются новые линейки и продукты?

– Я, как любой человек, хожу по магазинам, осознаю потребности своей семьи и, конечно, чувствую, чего на прилавках не хватает. Вот один из ярких примеров: мои дети подросли, у них появились карманные деньги, и они, как и ребяташки всего мира, с огромным удовольствием забегают в магазины за вкусняшками. Но то, что они приносили домой, меня, мягко говоря, не вдохновляло. Поэтому я поставил своей команде задачу – сделать так, чтобы любимые мной и моими детьми домашние «бабушкины сласти» появились на прилавках отечественных магазинов.

Важно отметить автоматизацию всех процессов в нашей компании: на все телефонные звонки у нас отвечает искусственный интеллект, наша гордость – программное обеспечение ЕРП. Это сильно помогает повысить качество работы в целом; ну и конечно – роботы, которые никогда в своих, пусть и не широких, но важных задачах не ошибаются и готовы работать 24/7, исключая ошибки человеческого фактора.

ВАГЕ ТАТИНЦЯН:

«Я ПОСТАВИЛ СВОЕЙ КОМАНДЕ ЗАДАЧУ – СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ ЛЮБИМЫЕ МНОЙ И МОИМИ ДЕТЬМИ ДОМАШНИЕ «БАБУШКИНЫ СЛАСТИ» ПОЯВИЛИСЬ НА ПРИЛАВКАХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ».

– Ваге, чем вы планируете удивить экспертов и посетителей выставки «ПРОДЭКСПО-2024»?

– «ПРОДЭКСПО» – крупнейшая в России выставка продуктов питания, а не циркового искусства. Поэтому мы планируем не удивлять, а радовать! Удивление бывает разного рода, а наша задача – радовать своего потребителя изо дня в день, причём с заботой о его здоровье.

В этом году мы предложим посетителям выставки возможность полакомиться печеньями-орешками. Выпустив в 2023 году классический вариант десерта «орешки с варёной сгущёнкой», мы ощутили в полной мере народную любовь к этому советскому деликатесу. За время продаж и общения с потребителями мы обратили внимание на упаковку и решили, что очень удобно, когда печенье помещены в стаканчик. Среди новинок этого сезона – печенье «Орешек» с ореховой пастой и с какао в стаканчике и печенье «Орешек» с

белым кремом с кокосом в стаканчике. Ну а любителей традиционных вкусов привлечёт классический «Орешек» с варёной сгущёнкой.

А ещё в этом году мы порадуем вас знакомством с традиционными армянскими десертами: «Гата» и «Птичье молоко по-еревански».

– А можно поподробнее: никогда не встречала даже этих названий!

– Гата – это традиционное армянское печенье, которое представляет собой многослойный рулет с начинкой из орехов и масла. Его история насчитывает несколько веков, на протяжении которых рецепт выпечки оставался практически неизменным. Армянская гата обладает неповторимым вкусом благодаря сочетанию орехов и специй. Она идеально подойдёт для чаепития или в качестве десерта после обеда. Гата – десерт полезный, так как содержит много орехов, богатых витаминами и минералами. Армянская гата готовится из нескольких слоёв теста, что делает её особенно аппетитной и привлекательной.

Это традиционное печенье – часть национальной культуры; знакомство с ней

может стать хорошим способом приобщения к истории и культуре древней и прекрасной Армении.

Десерт «Птичье молоко по-еревански» – тоже национальное блюдо армянской кухни. Он представляет собой слоёный десерт из вафель с прослойкой нежнейшего суфле, покрытого тонким слоем шоколада. Десерт имеет очень мягкий, воздушный вкус и тонкий аромат ванили. Армянский вариант «Птичьего молока» отличается от классического многослойностью и чередованием вкусов, это придаёт ему особую пикантность и насыщенность вкуса.

Но, конечно, акцент на национальные блюда – не единственное направление, которому «Фуд Милк» уделяет пристальное внимание.

Вот, например, мы провели в офисе компании опрос: «Чего бы вкусенького хотелось прямо сейчас? И какое пирожное было любимым у вас в детстве?» И знаете: среди 95% ответов сотрудников фигурировало пирожное «Картошка». Ну как было пройти мимо этого факта? Мы и не прошли: у нас появилась собственная «Картошка».

Пирожное «Картошка» со сгущёнкой – нежный и вкусный десерт, отличное допол-





нение к чаю. Изготовленное из качественных ингредиентов, оно обладает приятным сливочным вкусом и ароматом. Благодаря нашему оригинальному дизайну пирожное станет украшением любого стола. Настоящее наслаждение в каждом кусочке!

– Ваге, о сладком даже поговорить приятно, но, прежде всего, ваша компания известна не только в России, а во многих странах мира – как основательница рынка национальной кисломолочной продукции. Расскажите о своей молочной продукции и её новинках.

– В 2022 году мы получили награду «Гордость нации» за вклад в выполнение программы Президента Российской Федерации Владимира Путина по импортозамещению и, конечно, продолжаем работу в этом направлении: в 2024 году презентуем пармезаны под брендом LAFINELE.

Пармезан – это очень вкусный и при этом дорогой сыр. Его стоимость обусловлена не только расходами на сырьё, хотя это только лучшее молоко!

Пармезан, можно сказать, «трогательно-обнимательный» сыр, при изготовлении которого продолжает использоваться много ручного труда. Он вызревает в сырохранилище при температуре 7-9 °С, при этом первые три месяца его переворачивают ежедневно. Каждый день наши сотрудники – только в хорошем настроении – переворачивают сотни головок сыра. И насчёт настроения я не шучу: пармезан – настолько чувствительная «живая» субстанция, что ради сохранения лучшего качества и вкуса,

находясь в дурном расположении духа, к нему лучше не прикасаться, иначе можно загубить результаты многомесячного труда.

После первых трёх месяцев ежедневного обнимания и переворачивания сыр покрывают оливковым маслом, чтобы не допускать роста плесени, и переворачивают раз в три дня. После полугода вызревания переворачивают уже раз в неделю.

И опять же: различные сорта пармезана – только часть новинок нашего ассортимента. Среди них есть сыры чечил-«косичка» и «солломка» под названием «Дар Гор», белковые, плавленые сыры, с укропом и паприкой и многие другие.

ВАГЕ ТАТИНЦЯН:

«ПАРМЕЗАН – «ТРОГАТЕЛЬНО-ОБНИМАТЕЛЬНЫЙ» СЫР. Я НЕ ШУЧУ: ПАРМЕЗАН – НАСТОЛЬКО ЧУВСТВИТЕЛЬНАЯ «ЖИВАЯ» СУБСТАНЦИЯ, ЧТО РАДИ СОХРАНЕНИЯ ЛУЧШЕГО КАЧЕСТВА И ВКУСА, НАХОДЯСЬ В ДУРНОМ РАСПОЛОЖЕНИИ ДУХА, К НЕМУ ЛУЧШЕ НЕ ПРИКАСАТЬСЯ, ИНАЧЕ МОЖНО ЗАГУБИТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ МНОГОМЕСЯЧНОГО ТРУДА».

– На «ПРОДЭКСПО-2023» вы презентовали овощную консервацию: как успехи в этом направлении?

– Не могу не похвастаться расширением линейки Vay Mama Jan.

Мы презентовали этот бренд в прошлом году и убедились, что российским потребителям пришлось по вкусу солнечная овощная и фруктовая консервация. В этом году мы пошли дальше и готовы представить вкусы из фруктов, ягод, трав и овощей прекрасной Армении. Среди наших новинок – стручковая фасоль, маринованные огурцы, баклажанная икра, маринованные портулак и фенхель, лечо, овощные консервы, аджапсанда (овощная смесь) и другие.

– Портулак и фенхель нечасто встретишь на полках магазинов, расскажите подробнее.

– Эти зеленные культуры ещё явно недооценены российским потребителем, и мы стремимся эту несправедливость исправить.

Фенхель имеет пряный, сладковатый аромат. Он эффективен при болезнях ЖКТ, заболеваниях почек и дыхательной системы. Помогает выведению токсинов, способствует восстановлению естественной микрофлоры. Семена фенхеля успокаивают центральную нервную систему, устраняют нервность и страхи. И конечно, это вкусно!

Полезные свойства портулака обусловлены наличием белка, минералов, биологически активных веществ. Люди с Античности знали о его способности очищать организм от вредных соединений. Растение обладает мочегонным эффектом и действует как

антиоксидант. Ещё Гиппократ использовал портулак в качестве эффективного средства при почечных заболеваниях. Портулак широко известен в медицине: эффективно снимает головную боль, помогает в лечении сахарного диабета, при болезнях печени и желудка. Употребление этого растения уберёжит человека от кишечных инфекций и их последствий. Наружно растение применяется для лечения гнойных ран, язв, эффективно при псориазе.

Портулак богат белками, содержит щавелевую кислоту, каротин, витамины С, РР, В1 и В2, является ценным источником легкоусвояемых белков, слизистых и смолистых веществ. Особенно полезен для вегетарианцев. И вкусен для всех. Маринованные фенхель и портулак – это то, что я рекомендую непременно попробовать каждому!

– Какие инновации применяются в вашем производстве?

– Мы постоянно внедряем инновационные технологии – как в техническом оснащении и оборудовании, так и в разработке уникальных рецептур на основе последних изысканий учёных, диетологов и нутрициологов.

В 2013 году мы стали первой в России компанией, сконструировавшей и начавшей серийное производство автоматов по



продаже натурального молока на розлив. Впоследствии они получили название «Молокоматы». Несколько лет назад мы стали первыми производителями вафельного десерта с начинкой из всемирно известной орехово-шоколадной пасты.

Сегодня в нашей лаборатории активно исследуется возможность обогатить нашу продукцию природными адаптогенами,

чтобы предоставить рынку максимально полезные продукты, способные повышать неспецифическую сопротивляемость организма к широкому спектру вредных воздействий и стрессу. Вообще, у нас масса нововведений, процесс их внедрения идёт непрерывно. Ведь мы одна из немногих компаний, которые имеют собственный отдел по разработке и доработке оборудования для производства. Мы, пополняя наши ряды, привлекаем из года в год молодых энтузиастов, готовых претворять в жизнь самые смелые изобретения.

– Чего ждать потребителям от любимого бренда «Фуд Милк» в наступившем году?

– Стоит отметить, что компания «Фуд Милк» – это конгломерат множества успешных брендов: LAFINELE, «Дар Гор», «Ваша ферма», Vay Mama Jan и др. Каждый год портфель каждого бренда пополняется новинками, столь радостно встречаемыми нашими потребителями. Возможно, именно в этом году мы реализуем результаты национальных опросов: «Чего хочет женщина?», «Чем радовать настоящего мужчину?» и «Чего не хватает в школьных буфетах?».

Наша команда всегда работает для того, чтобы вам было вкусно и полезно...

Подготовила Елена Александрова



Современное общество всё более чётко осознаёт невозможность социального прогресса без развития химии и применения её достижений для решения проблем энергетики, здравоохранения, развития промышленности и сельского хозяйства.

Достаточно сказать, что 92% энергии, потребляемой сейчас человечеством, мы получаем, осуществляя химические процессы. Химия играет роль в решении проблем обеспечения людей продовольствием, одеждой и жильём, в создании возобновляемых заменителей истощающихся или редких материалов, в укреплении здоровья человека, в контроле за состоянием окружающей среды. То, чем мы пользуемся, что носим, в чём живём, на чём передвигаемся, чем играем, производится посредством управляемых химических реакций.

Сейчас насчитывается более восьми миллионов синтезированных химических соединений. Поскольку все жизненные процессы вызываются химическими изменениями, знания о химических реакциях обеспечивают необходимый фундамент для постижения сущности жизни. Таким образом, химия вносит вклад в решение проблем универсальной философской значимости. Словом, развитие химической отрасли – среди важнейших задач современного общества.

О том, как она выполняется в России сегодня, какие на этом пути существуют проблемы и каким достижениям стоит порадоваться, – в интервью, данном нашему изданию президентом Российского союза химиков, председателем Комиссии РСПП по химической промышленности, почётным профессором РХТУ им. Д. И. Менделеева, заслуженным химиком России В. П. Ивановым.



ПРЕЗИДЕНТ РОССИЙСКОГО СОЮЗА ХИМИКОВ ВИКТОР ИВАНОВ: «На государство надеюсь, а сам не плошай!»

– Виктор Петрович, при комплексной господдержке химическая промышленность России сможет обеспечить работу практически всех отраслей народного хозяйства. Так ли это и какие объёмы у этой господдержки, на ваш взгляд, должны быть?

– Перефразируя известную пословицу, скажу так: на государство надеюсь, а сам не плошай! Безусловно, поддержка должна быть – не столько объёмная, сколько мотивирующая и формирующая главный продуктовый вектор государства. Говоря о комплексе поддерживающих мер, нельзя рассматривать их в отрыве от главной траектории промышленного и социального развития нашего общества. Химическому бизнесу должны быть ясны и понятны планы государства по наращиванию приоритетных производств в смежных отраслях.

В идеале бизнес, понимая общее движение и подхватывая концептуальные идеи, должен быть способен не только создать, но и вывести на самоокупаемость эти проекты. Участвуя на постоянной основе в разработке стратегий химического комплекса, Комиссии РСХ были в числе ключевых инициаторов по разработке специальных «дорожных карт», конкретизирующих инструменты и мероприятия, позволяющие получить желаемые результаты. Считаю, что инструмен-

тов поддержки бизнеса в нашей стране сейчас вполне достаточно, маловато стало достойных проектов с хорошим потенциалом и общей здоровой логикой развития. В актуальных мерах поддержки государства, реализуемых по линии ФРП, СПИК-1 и СПИК-2, СЗПК, КНТП, много полезных опций и возможностей. Не перекладывая всей полноты ответственности на государство за судьбу отрасли и страны, скажу, что и сам бизнес в партнёрстве с наукой, отраслевыми объединениями может и должен работать на результат. Примеров подобных эффективных решений у нас в химии достаточно. В руководстве ведущих компаний химпрома сегодня есть чёткое понимание необходимой поддержки профильного образования, науки и плотного взаимодействия с потребляющими отраслями промышленности. Могу сказать, что и в области импортозамещения бизнес мыслит сегодня гораздо шире, чем на старте этого направления. Заканчивая свой ответ на поставленный вами вопрос, хочу ответить словами выдающегося физика-теоретика Льва Давидовича Ландау: «Каждый имеет достаточно сил, чтобы достойно прожить жизнь. А все эти разговоры о том, какое сейчас трудное время, – хитроумный способ оправдать своё бездействие, лень и разные унылости. Работать надо, а там, глядишь, и времена изменятся».

– Виктор Петрович, известно, что где-то 70-80% химических производств используют в своей работе промышленные катализаторы, но, к сожалению, в большинстве своём они импортные. Есть ли аналоги у нас? И если нет – как скоро химическая отрасль сможет это восполнить?

– Вы правы, в промышленной химии действительно широко используются катализаторы. Я вам скажу даже больше: более половины процессов в химии каталитические, то есть, в принципе, реализуемы с использованием катализаторов. Сказанное относится в том числе и к крупнотоннажным производствам. К сожалению, большое количество востребованных катализаторов сегодня импортируется. Сходить с ума и рвать на себе волосы не стоит: ситуация сложная, но поправима. С точки зрения разработок катализаторов Россия имеет все возможности, серьёзные проблемы в нашей стране в этом сегменте связаны исключительно с их производством и последующим внедрением. Звучание данной проблемы обострилось в связи с агрессивной политикой недружественных стран в отношении России. И тут «не было бы счастья, да несчастье помогло».

Чтобы ликвидировать имеющуюся зависимость в нашей стране, предприни-



время прорабатывается возможность выпуска катализаторов для производства серной кислоты и аммиака. Мы объединились в этом непростом деле для получения хороших результатов, и они обязательно будут. Силами промышленных компаний сегодня организована модернизация существующих катализаторных фабрик, активно идёт отладка производства необходимого сырья и компонентов для

– Замминистра промышленности и торговли РФ Михаил Юрин отметил, что сегодня для развития мало- и среднетоннажной химии важно обобщить усилия разработчиков, производителей и потребителей продукции МСТХ. Каким вы видите этот процесс и даст ли он необходимые результаты?

– Позицию замминистра я понимаю и полностью разделяю. При этом мы в РСХ делаем всё возможное, чтобы средний и малый бизнес чувствовал ситуацию и не боялся проявлять инициативу. Важно понимать, что при всём многообразии малой и среднетоннажной химии есть ключевые звенья, качественная работа по локализации производств которых способна создать прекрасную синергетическую цепочку успеха в выпуске сотни других производных от них веществ. При этом успех в работе над подобными проектами неизменно будет складываться из трёх необходимых производных: наличия базовых продуктов МСТХ, завершённых НИОКР, опытных производств, высокого уровня коммерциализации этих проектов, а также надёжного рынка потребления и необходимых кадровых ресурсов.

– У большинства отраслевых институтов и университетов страны существует собственная опытная база и компетенции для производства необходимых веществ. Может ли эта база быть использована в целях достижения технологического суверенитета страны? Одна из важных тем – энергосбережение, создание экономических стимулов, обеспечивающих использование энергосберегающих технологий. Расскажите, пожалуйста, об этих стимулах. Какие из них наиболее эффективно работают и какие выгоды от этого уже получены и предпринимателями, и регионами?



маются серьёзные усилия по созданию собственной отечественной базы для производства катализаторов, причём как на государственном уровне, так и на уровне профессионального научного и бизнес-сообщества. Многие уже сделано по линии Института катализа им. Г. К. Борескова в Сибирском филиале Академии наук, а также на площадках ведущих предприятий и вузов страны. Под кураторством РАПУ и РСХ в настоящее

время выпуска конкурентоспособных отечественных катализаторов. По моему мнению, заметное использование российских катализаторов в критически важных химических процессах может стать возможным уже к 2027 году. А дальше – больше, нужно активно решать проблемы организационного характера и масштабировать выпуск новейших разработок. И здесь без участия инвесторов в коммерциализации этих проектов просто не обойтись.



На общем собрании РСХ 30.11.23 г. фиксировали рекорд по приему новых членов

– Мы не скрываем, что при переходе к рынку максимальный ущерб был нанесён отраслевой науке: многие научные центры были безвозвратно разрушены. Со временем бизнес попытался их заменить корпоративными наукоёмкими центрами, где были созданы все условия для вызревания локальной прикладной науки. Одновременно рыночная экономика подстегнула активное развитие научной мысли в вузах. Только успешной коммерциализации здесь не произошло, как и крепкой и стабильной сцепки с отраслью. Для примера: потенциально глубокий и интереснейший проект развития МСТХ в России, запущенный на базе РХТУ им. Д. И. Менделеева, не получил должной поддержки от бизнеса, который его просто не понял и не оценил по достоинству. А может, и не поверил в него... Потихоньку ситуация сегодня выправляется. На площадке Российского союза химиков в прошлом году была создана и успешно развивается под председательством вице-президента РСХ Михаила Сутягинского Комиссия по малой и среднетоннажной химии. Возвращаясь к вашему вопросу о возможности вузов в производстве микротоннажной химии, скажу следующее: потенциально может быть интересно. В текущих условиях – малоэффективно. Поясню. Создание опытных установок, их апробация требуют серьёзных капиталовложений со стороны государства и дальнейшей его активной протекции по дистрибуции продуктов, не исключая процессов дофинансирования этих и многих других направлений. Позиция РСХ и моя личная точка зрения относительно МСТХ и микротоннажной химии полностью совпадают. Производить данную продукцию нужно, руководствуясь критериями целесообразности с точки зрения приоритетов обеспечения оборонной, продуктовой и лекарственной безопасности, а также экономики их производства. К тому же важно понимать, что критически важную МСТХ и микротоннажную химию проще и эффективнее развивать на площадках крупнотоннажных производств. И реальная практика – яркое тому подтверждение.

Для информации: эксперты РСХ в настоящее время принимают участие в разработке отраслевого регламента в рамках постановления правительства № 208 о развитии производства химической продукции, востребованной в малых объёмах на базе научных организаций и вузов.

Что касается вопроса энергосбережения, то он вечный и напрямую касается работы с технологиями и оборудованием.

Приведу недавний пример, производивший на меня неизгладимое впечатление. При посещении в Волхове производства серной кислоты я наблюдал за эффективным использованием получаемой при этом тепловой энергии для самых разных нужд производственной площадки. Как оказалось, это только часть комплексной корпоративной программы «ФосАгро» по повышению энергоэффективности. В частности, на площадке компании применяются частотные преобразователи, благодаря которым уменьшается потребляемая электродвигателями мощность и снижаются потери энергии при старте двигателей.

Объекты собственной генерации электроэнергии на химических производствах компании холдинга «ФосАгро» в Череповце и Балакове в значительной степени работают за счёт утилизации тепла сернокислотных производств. Аналогичная по принципу действия генерирующая установка запущена в 2022 году и в Волхове. Кстати, здесь в этом году на проектную мощность выходит новый завод-миллионник «ФосАгро». Таким образом, 100%-ная утилизация высокоэнергетического пара на энергоустановках позволяет компании практически полностью обеспечивать потребности предприятия по производству минеральных удобрений.

Для изучения возможности тиражирования применяемого решения в условиях промышленных предприятий в 2022 году «ФосАгро» начал испытания технологии солнечной генерации в производственных условиях балаковского химического комплекса. Помимо этого, на предприятиях группы широко применяется светодиодное освещение, что позволило в 2-2,5 раза снизить затраты на эту опцию.



Открытие выставки науки и промышленности «Химия» и старт ММХ-2023 (слева направо: замминистра промышленности и торговли М.Н. Юрин, Президент РСХ В.П. Иванов и первый Замгенерального ЦБК «Экспоцентр» С.В. Селиванов)

Климатическая стратегия «ФосАгро» ставит цель снижения вредных выбросов на 14% к 2028 году. В рамках реализации климатической стратегии с 2018 по 2022 год удельная эмиссия парниковых газов первого охвата снижена на 11,5%, а в совокупности с выбросами второго охвата – почти на 14%. Компания увеличивает долю «зелёной» энергии в энергопотреблении. Известно, например, что более 17,8% продукции горно-обогатительного комплекса выпускается с использованием энергии ГЭС. Кроме того, предприятия «ФосАгро» активно используют бессточные водооборотные схемы без забора свежей речной воды.

ческого машиностроения и серьёзная технологическая зависимость по ряду направлений. Можно говорить также об уязвимости сотен тысяч кооперационных связей, реализуемых в рамках крупных сырьевых потоков. В этой связи нам нужна сырьевая стабильность, а её невозможно представить в условиях тяжёлой и нестабильной геополитической обстановки.

Движение по этим «тонким» и особо чувствительным для отечественного химпрома точкам, конечно, есть, но мы ждём, когда дело дойдёт до конкретных результатов. Отмечу, что, со своей стороны, мы в РСХ делаем всё возможное. В рамках совместных заседаний Совета

– В Госдуме обсудили развитие химической промышленности России. Экспертный совет по развитию химической промышленности представил «дорожную карту», участвовали ли вы в её создании и в целом каким вы видите развитие химической отрасли?

– Сегодня на основе ряда поручений Президента РФ Минпромторг создаёт новую стратегию химического комплекса России. Поэтому все обозначенные вами вопросы так или иначе туда войдут. В числе мегапроектов, утверждённых Правительством РФ, один полностью отведён под химию. От себя могу отметить, что в ближайшие годы особых результа-



Президент РСХ В.П.Иванов и замминистра промышленности М.Н. Юрин модерерируют пленарное заседание «Управление технологическим развитием: новый этап в кооперации бизнеса и государства» (ММХФ- 2023, слева направо: В.П. Иванов, М.Н. Юрин, М.А. Сутягинский, Д.С. Борисова)

– Какие направления в химической отрасли, на ваш взгляд, сегодня особенно уязвимы?

– Без рачительного отношения к производственным активам и особенно человеческим ресурсам все без исключения направления уязвимы. Одну из главных статей занимает выпуск продуктов, которые либо вообще не производятся в России, либо производятся исключительно на привозном импортном сырье. Речь идёт об изоцианатах, эпоксидных смолах, анилине и др. Непродуманное, поспешное следование «зелёным» трендам ЕС существенно снизило эффективность отрасли переработки полимеров. Не усугубляя ситуацию, нужно свернуть огульную критику полимеров с экранов ТВ и печатных полос популярных изданий. Пластик – не мусор, а уникальный инструмент в создании комфорта и безопасных решений в медицине, упаковке, производстве товаров народного потребления.

Вызывают серьёзное опасение низкий уровень развития отечественного хими-

РСХ и Комиссии РСПП по химической промышленности в начале осени мы провели ряд резонансных обсуждений по уже запущенным и приоритетным проектам в сфере промышленной химии. А уже 28 ноября на полях форума «Российский промышленник» с подачи Российского союза химиков и Комиссий РСПП по химической промышленности и машиностроению состоялось широкое публичное обсуждение ключевых задач развития отечественного химического машиностроения.

Безусловно, уделить должное внимание следует также вопросам старения и износа основных производственных фондов химической промышленности. Это слабое место любого индустриального направления. Здесь требуется организация серьёзной работы по обеспечению отраслей промышленности необходимыми расходными материалами для ремонтных работ и модернизации. У химиков прекрасные решения уже имеются. И тут мы вполне открыты для диалогов по существу.

тов, на мой взгляд, ждать не следует, но это время нужно потратить грамотно и с умом. Из первоочередных задач – государству, бизнесу и науке нужно научиться работать в единой связке, чтобы создавать качественные продукты и решения, абсолютно конкурентоспособные по качеству и цене в мировых масштабах. Только при таком условии мы сможем добиться максимально качественного уровня развития внутреннего рынка потребления, а также завоевать новые рынки. При этом ставку нужно делать не только на удобрения и полимеры, но и на продукты МСТХ. Одновременно требуется решать вопрос увеличения глубины переработки углеводородного сырья и природно-минеральных ресурсов, расширять производство композиционных материалов с заданными физико-механическими свойствами. Потому как будущее – конечно, за продуктами высоких переделов. Именно по ним будет идти самая серьёзная конкуренция, и все это понимают.



МАРИНА БОГУНОВА:

«РАБОТА В ROMAXFOOD СТАЛА ДЕЛОМ И ЧЕСТЬЮ МОЕЙ ЖИЗНИ!»

– Марина Михайловна, расскажите о вашем профессиональном пути, о том, как строилась ваша карьера в сфере гостинично-ресторанного бизнеса.

– Моя карьера в сегменте канала сбыта HoReCa строится вот уже на протяжении двадцати пяти лет. Все эти годы я занималась изучением рынка, партнёров, конкурентов, востребованного и желаемого для конечного потребителя ассортимента продуктов и товаров. Своей школой постижения отрасли и наработки профессионального опыта считаю период, когда занималась продвижением на рынке HoReCa импортного мороженого и десертов. После, спустя семь лет, мне стали интересны комплексные закупки, продажи, то есть всё то, что необходимо для отлаженной и высококласной работы ресторанов.

В приоритете всегда было качество продукции. Я никогда не выбирала сомнительные пути, а старалась предложить

партнёрам товары премиального качества, что положительно выделяло компанию, в которой я на тот момент работала, на фоне прочих подобных предприятий. Мне всегда нравилась конкурентная борьба, она, словно стихия, давала силы и энергию для развития. Ведь хорошего топ-менеджера отличает именно то, что он может выявить слабые места конкурентов, умело воспользоваться информацией и превратить некомпетентность других в собственное преимущество.

Развитие в ROMAXFOOD началось именно с этого. На данный момент я являюсь коммерческим директором компании, но путь мой начинался с должности менеджера по закупкам. Впоследствии я последовательно становилась старшим менеджером, категорийным менеджером, заместителем генерального директора по работе с поставщиками. Большую часть своей деятельности посвящаю выбору партнёров, продуктов, внедрению

Известно, что вкусные блюда из свежих и качественных продуктов вызывают в хорошем смысле «привыкание», чего, безусловно, добиваются все рестораторы. В свою очередь, компания ROMAXFOOD, о которой мы расскажем вам сегодня, за довольно короткий период работы на рынке смогла охватить достаточно большую часть представителей сегмента HoReCa в Санкт-Петербурге, Ленинградской области, а также успешно развивает сотрудничество в других регионах.

Работать с ROMAXFOOD, как с поставщиком продуктов, не просто выгодно и эффективно, но и престижно. О принципах успешной работы в отрасли, истории становления предприятия, важности кадров, организации отраслевых мероприятий, развитии комьюнити и планах на будущее нам рассказала коммерческий директор ROMAXFOOD Марина Богунова.

товаров с последующим утверждением их в матрицу. Это ответственный и кропотливый труд, требующий заинтересованности и полной самоотдачи. Совместно с отделом продаж компании мы создаём мероприятия, тестируем продукцию, получаем обратную связь и обрабатываем данные, на основании которых принимаем решения.

– Скажите, какие задачи стояли перед основателями компании на старте реализации проекта? Какой миссией была наделена ROMAXFOOD, что помогло компании стать столь успешным предприятием?

– Компания ROMAXFOOD была основана не так давно, и я горжусь тем, что стояла у самых истоков её становления. Владелец компании пригласил меня поддержать его идею и стать «сердцем» ROMAXFOOD, его движимой силой. У него был собственный опыт работы в сегменте

и большое желание создать действительно сильного игрока на рынке. Он замечательный и целеустремлённый человек, умеющий ценить в людях лучшие качества: доброту, честность, порядочность, а главное – он притягивает точно таких же энтузиастов, каким является сам.

Хочу отметить, что, будучи человеком мудрым, он никогда не ограничивал мою свободу в работе, что принесло свои плоды. Это доверие и окрылённость вели меня сквозь все преграды. Работа в ROMAXFOOD стала делом моей жизни. Для меня было важным организовать компанию, которая бы быстро встала «на правильные рельсы», ведь накопленный опыт требовал реализации на новом уровне: в ROMAXFOOD я пришла в возрасте пятидесяти лет. Кстати, владельца компании совершенно не смущал мой возраст, ему были любопытны тот результат, которого я достигаю, и зрелые решения.

В самом начале проекта у нас было несколько человек в штате, и всю основную коммерческую деятельность я взяла на себя: занималась поиском сотрудников, подписывала контракты, составляла матрицу товаров. Со временем сформировалась целая команда единомышленников, состоящая из коллег и бизнес-партнёров, твёрдо верящих в успех компании. Будет уместно упомянуть и о том, что в самом начале развития проекта владелец ROMAXFOOD сказал мне: «Главное в компании – это люди!», что абсолютно совпадает с моим собственным видением развития предприятия. Ставку нужно делать на людей!

По поводу работы в регионах: в данный период мы целенаправленно не идём к открытию филиалов по стране, так как нам есть с кем работать в Петербурге и Ленинградской области.

– Как вы готовите своих специалистов? Как формируете коллектив?

– Компания ROMAXFOOD и я лично стараемся набирать коллектив с учётом лучших сторон и качеств людей: кто-то хваткий, кто-то грамотный, кто-то стрессоустойчив или умеет убеждать. Вопреки распространённому мнению о том, что руководитель должен быть в центре внимания, я приглашала в компанию людей, которые сильнее меня. Это сделало наш коллектив уникальным, инициативным и невероятно стойким.

Но не могу сказать, что всё так уж просто. Хорошо, когда находятся люди с опытом, но бывает и так, что в коллектив приходит человек, не знающий тонкостей сегмента, но с большим желанием изучить рынок, стать полезным, зарабатывать. В такой ситуации руководитель отдела продаж берёт «новичка» под своё крыло.

В этом году одной из приоритетных задач для нас является поиск новых решений, продуктов, площадей и, конечно, людей.

– В чём специфика сегмента HoReCa? За счёт чего ROMAXFOOD стала лидером региона?

– ROMAXFOOD – дистрибьютор. Мы самостоятельно ввозим необходимую рынку продукцию с разных уголков страны. То есть задействуем многие регионы: Мордовию, Хакасию, Удмуртию, Абхазию, Краснодарский край, Ростовскую и Новосибирскую области. Для нас вся Россия как на ладони.

Своеобразие рынка HoReCa заключается в том, что мы должны отличаться качеством, дабы обеспечить рестораны хорошими продуктами. Например, сейчас предлагаем рынку прекрасный товар – качественное мясо из Удмуртии. Подобные предложения рождаются из долгого изучения поставщиков и тестирования продукции. У ROMAXFOOD крупная матрица товаров, около полутора тысяч наименований. Наше преимущество в том, что компания – комплексный оператор, и может дать рынку абсолютно всё. Если говорить о положительных сторонах предприятия подробнее, то сила ROMAXFOOD – ещё и в скорости реагирования, а также в круглосуточной работе, сервисе и ответственности.

Менеджеры компании ROMAXFOOD – счастливые люди. Большинство из них в мире HoReCa уже более пяти, а некоторые – и 10 лет. Взаимодействие с ресторанами уже стало их любимым делом, которому они отдают и душу, и сердце, и любовь к своему городу.

Мы все прекрасно знаем, что Санкт-Петербург – хлебосольный и гостеприимный город. А наши ребята и девушки активно участвуют в том, чтобы он принимал гостей и угощал горожан ещё лучше: знакомятся с новыми ресторанами, общаются с шеф-поварами, согласовывают продовольственные матрицы. Некоторые уже дают и советы: что актуально для гастромира нашего славного города.

Работать с ресторанами и кафе – значит не «просто принять звонок с заказом и передать его на склад для сборки». Это похоже на слаженную игру целого оркестра, где менеджер и ресторатор – два ведущих дирижёра с игрой в четыре руки.

Очень важно и ценно, когда они говорят на одном языке и знают все особенности и специфику работы. У наших менеджеров это точно получается. Достаточно посмотреть на цифры активного роста продаж и увеличения клиентской базы.

Основные принципы нашей работы:

- знание продукта и его применение;
- внимательность к деталям;
- умение слышать и слушать, чего хотят шеф-повар, закупщик, ресторатор;



Наш рынок достаточно конкурентный, но мы знаем, что нужны партнёрам. Они в нас уверены, а это дорогого стоит.

– Как строится взаимодействие менеджера с рестораторами, владельцами кафе и гостиниц? Каких принципов в работе придерживаетесь?

– По-разному у всех, у каждого свои тактика и способы продаж. Главное, что менеджер знакомит клиента с нашими возможностями.

- контроль отгрузки товара и получение обратной связи.

Отличное качество работы менеджера сегодня – это рекомендация завтра его номера телефона своим друзьям: шефам, партнёрам, владельцам заведений.

Наши менеджеры уже стали легендами гастрономического мира Петербурга.

Мы гордимся своей стабильностью и лояльностью компании наших сотрудников.



поварами Северной столицы, вместе становитесь инициаторами популярных кулинарных проектов. Расскажите подробнее о формате фестиваля «BEZ... Принципа» и роли комьюнити в вашем сегменте.

– Концепция фестиваля «BEZ... Принципа» родилась благодаря участию ROMAXFOOD в закрытом образовательном лагере для рестораторов, поставщиков и отельеров GASTREET 2023 года. Событие стало своего рода катализатором, отразившим важность выстраивания коммуникаций в современной индустрии гостеприимства на всех её уровнях: начиная с взаимодействия с производителями продукции, заканчивая общением с конечными потребителями в ресторане. Идея развития нетворкинга стала крепким фундаментом в организации собственной неформальной площадки для общения, создания совместных проектов и поддержки индустрии гостеприимства в Северо-Западном федеральном округе.

Темами для обсуждения на бизнес-встрече «BEZ... Принципа» стали значимые проблемы отрасли, среди них наиболее насущными можно назвать кадровый дефицит, переориентацию потребительского рынка, высокий уровень волатильности цен и, конечно, качество продуктов. Благодаря возможности неформального общения на фестивале представители всех участников рынка HoReCa смогли получить ответы на многие волнующие их вопросы. Были приняты решения о развитии систем обучения поваров через совместную работу с Федерацией рестораторов и отельеров России в лице её президента Игоря Олеговича Бухарова, а также дальнейшее продвижение локальной кухни посредством подобных мероприятий.

– При выходе на региональный рынок на первое место встает вопрос конкуренции с местными поставщиками продуктов питания. Какие условия сотрудничества вы предлагаете рестораторам? Благодаря чему они выбирают ROMAXFOOD?

– Действительно, выход на региональный рынок сопряжён с рядом сложностей, связанных с конкуренцией. Выбор местных поставщиков сейчас в тренде, поэтому рестораторы всячески стараются поддерживать «своих», то есть локальных производителей продукции. Мы предоставляем потенциальным партнёрам полный комплекс совместного развития бизнеса. ROMAXFOOD заинтересована в том, чтобы рестораны Санкт-Петербурга и регионов становились успешными. Ведь если их развитие будет под угрозой, то и наш бизнес прекратит своё существование. Поэтому ROMAXFOOD предлагает не только качественную продукцию,

надёжный сервис и полное сопровождение клиента 24/7, но и создание различного рода коллабораций, позволяющих повышать интерес клиентов. К перечню эффективных и результативных совместных мероприятий можно отнести гастроужины, выездные мастер-классы, участие в фестивалях, выставках и конференциях международного и регионального уровней. Благодаря высокому профессионализму коллектива ROMAXFOOD работает с партнёрами как единый организм, помогая им в разработках меню, в поиске и предоставлении оборудования, персонала, в разрешении проблемных ситуаций и, как я сказала выше, в совместном продвижении на рынке.

– В число клиентов ROMAXFOOD входят лучшие заведения Санкт-Петербурга. Вы гордитесь знакомством и сотрудничеством со многими именитыми шеф-

– **Какие кулинарные тенденции привнесли участники фестиваля в 2023 году? Чему была посвящена встреча? Что включала в себя деловая программа фестиваля прошлого года?**

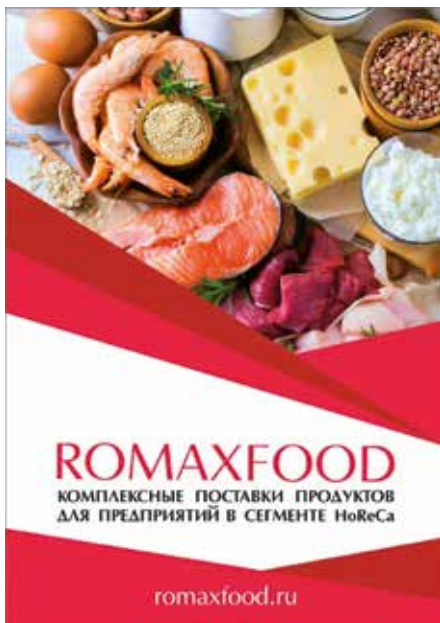
– Основными тенденциями встречи стали обмен знаниями в области загородной кухни и приготовление блюд с использованием региональных продуктов. Если говорить подробнее, то локдаун 2020 года внёс серьёзные коррективы в кулинарную моду. Огромное количество потребителей покинуло шумные мегаполисы и переехало жить поближе к природе, в связи с этим возросла популярность традиционной американской кухни, полюбившейся многим из-за приготовления блюд на гриле и открытом огне. Барбекю, смокеры к 2023 году стали неотъемлемой частью практически любого ресторана в сегменте «массмаркет». Мы, в свою очередь, также не смогли обойти стороной данную тенденцию и пригласили на фестиваль «BEZ... Принципа» в качестве ярких представителей данной кулинарной истории наших партнёров – сеть CHUCK Family.

Выбор локации для проведения мероприятия пал на Республику Карелия. Это одна из первых туристических зон, которая максимально быстро отреагировала на развитие индустрии гостеприимства. Туристический поток в Карелию за последние три года вырос в десятки раз, что, безусловно, повлияло на интерес к локальной кухне, местным производителям.

В продолжение изучения темы региональных кулинарных особенностей было принято решение пригласить гостей из Южного федерального округа, а именно шеф-поваров Эдуарда Погосова и Евгения Козубова, для более разнопланового и интересного обмена опытом среди участников события. Идея принесла яркие плоды.

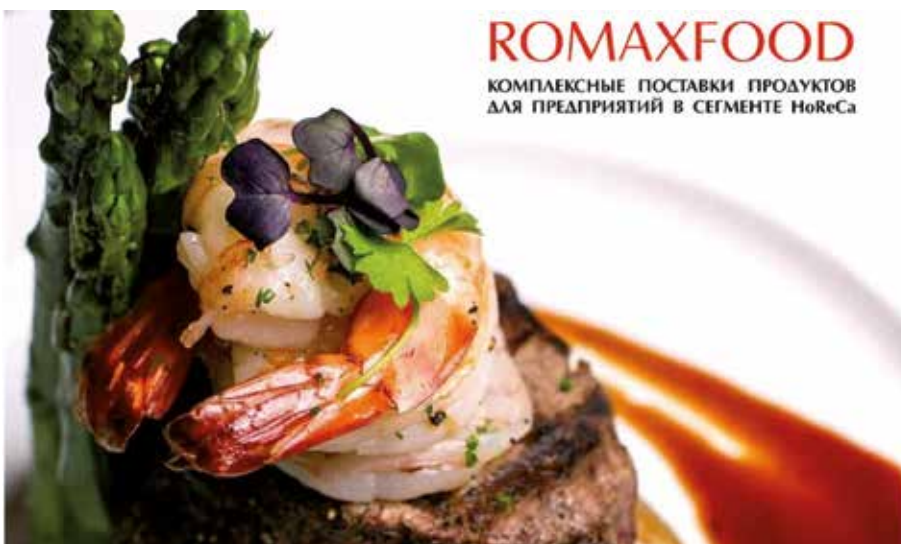
В рамках события при участии представителей Федерации рестораторов и отельеров России нами был проведён круглый стол для владельцев кафе и ресторанов, производителей продуктов и шеф-поваров страны. Обсуждались вопросы кадрового дефицита, недостатка качественных продуктов питания, увеличения доли женского труда в индустрии гостеприимства в связи с проведением СВО. Особое внимание уделялось вопросам экономики отрасли и повышению эффективности работы, проблемам сезонности, вопросам профессионального обучения поваров и наличия профессиональных училищ. Данная встреча задавала правильный вектор в развитии дальнейшей коллаборации и решении возникших вопросов, но уже с участниками общего комьюнити.

– **Предыдущий фестиваль имел отсылку к вновь возросшей популярности леген-**



дарной панк-группы «Король и Шут». А почему именно к ней?

– Мы всегда следим за веяниями моды и стараемся быть в тренде. Считаю, что это самое важное в сфере услуг. Именно поэтому в 2023 году решили обыграть тематику фестиваля историей популярной группы «Король и Шут». Команда фестиваля создала поистине мистическое пространство, где каждый нюанс имел отношение к творчеству группы. Тематика вдохновляла участников на протяжении всего фестиваля.



– **В продолжение темы преодоления кризисных ситуаций хотелось спросить, как в целом сказались на работе предприятия ограничивающие ковидные меры, введение санкций западными странами против России и кадровый голод последних лет? Как вы находили решения проблем?**

– В период карантина 2020 года удар в первую очередь пришёлся на кадровый состав склада. В тот момент мы потеря-

ли много сотрудников. Восполнить этот пробел удалось далеко не сразу, только к концу года. В целом ситуация с кадрами была тяжёлой по многим направлениям, находить людей, даже на офисные ставки, было тяжело. К тому же на адаптацию новых менеджеров уходит более года работы. Однако мы идём на это и стремимся создать для людей максимально комфортные условия, чтобы они развивались, добивались общих целей, а главное – оставались в команде ROMAXFOOD.

Что касается ситуации, связанной с введением санкций, то здесь мы остаёмся на плаву потому, что являемся комплексным оператором, работающим на 90% с российскими производителями. Если и появлялись какие-то проблемы с импортными поставками, то они вскоре решались заменой продукции из других стран.

Компания ROMAXFOOD имеет большие возможности, что позволяет сохранить работоспособность предприятия при любых ситуациях.

Конечно, мы ждём, когда наступит более стабильное время, уверена, что оно откроет для компании иные возможности.

– **Какой вы видите стратегию развития предприятия? Каковы ваши планы на будущее?**

– Сегодня в планах ROMAXFOOD – развитие складского комплекса, так как нынешний мы давно «переросли». Также идём в сторону развития дорогого премиального продукта, делаем ставку на

мясо в охлаждённом и замороженном виде, это хорошее направление, возможность работать на увеличение продаж. Будем оптимизировать матрицу товаров в пользу вывода на рынок дорогостоящих позиций и, конечно, продолжать проводить коллаборации и мероприятия с бизнес-партнёрами.

Подготовила Дарья Бакарина



BOGORODSKY INDUSTRIAL PARK

ТОЧКА РОСТА ПЕРСПЕКТИВНОГО БУДУЩЕГО

КОНТАКТЫ

142434, МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. НОГИНСК,
ТЕРРИТОРИЯ «НОГИНСК-ТЕХНОПАРК», ДОМ 3

+7 (495) 287-16-35

+7 (495) 287-16-36

WWW.IP-BOGORODSK.COM
WWW.DEGA-DEVELOPMENT.RU

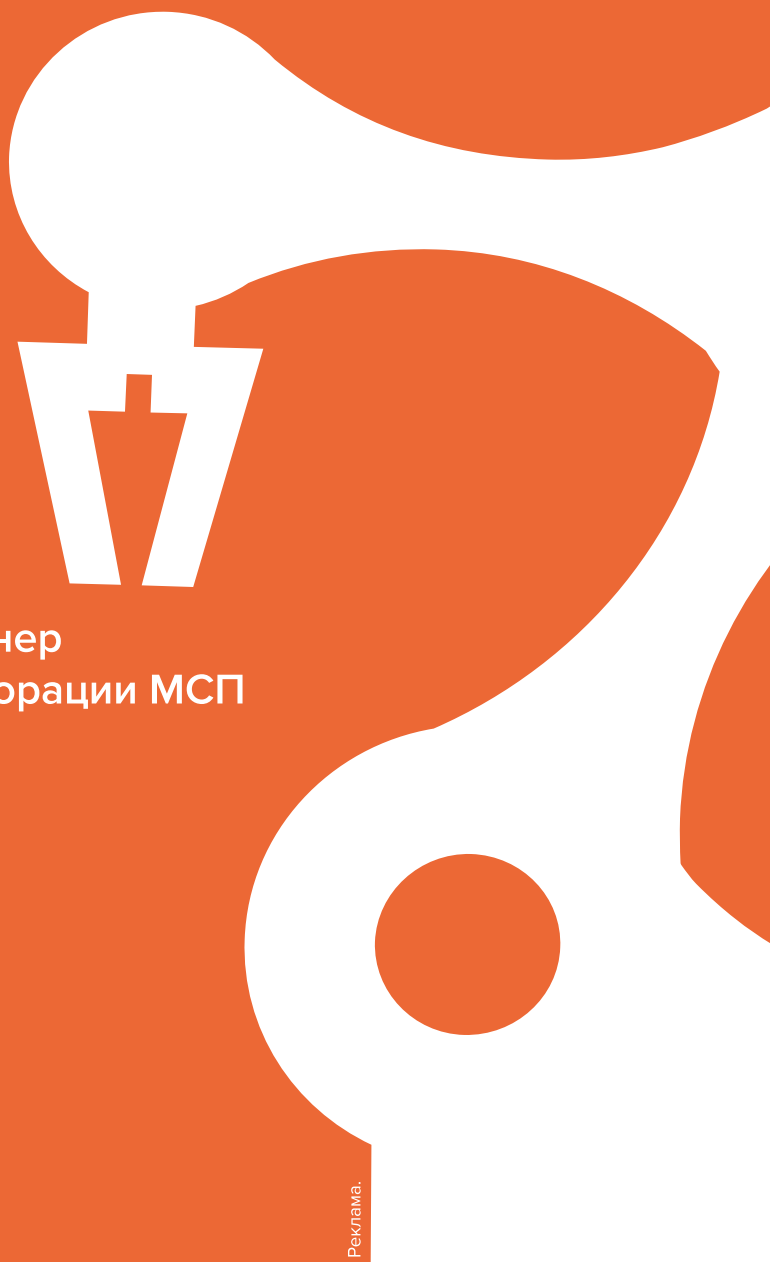
INFO@PARKNOGINSK.RU
INFO@DEGA-AG.COM



РОБОТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВ

Российские разработки

от ТОП интегратора
промышленных
роботов России
(по версии tadviser.ru)



Партнер
Корпорации МСП

+7 (495) 649-60-69
info@ds-robotics.ru
ds-robotics.ru

Реклама.



ОБРАЗ
ЖИЗНИ

ГОРНОЛЫЖНЫЙ СПОРТИВНО - ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ КУРОРТ

СОРОЧАНЫ

БОЛЬШЕ
ЧЕМ
ОТДЫХ!

