

ИГОРЬ ИСАЕВ, «ОСП АГРО»: «ВРЕМЯ ПОКАЗАЛО, ЧТО МЫ ВЫБРАЛИ ПРАВИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

ТЕМЫ НОМЕРА:
ЛИДЕРЫ ОТЕЧЕСТВЕННОГО
РЫНКА ПРОИЗВОДСТВА
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ

32-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ ИХ
ПРОИЗВОДСТВА
«ПРОДЭКСПО-2025»





WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА
шоколад и трюфели



Реклама

Реклама. Рекламодатель ООО КФ ВОЛШЕБНИЦА ИНН 7729352268. Erid: 2VSb5yxUWdW

RBG

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.

12+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Главный редактор:

Мария Сергеевна Суворовская

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Длугач

Редактор номера:

Елена Александрова

Дизайн/вёрстка:

Елена Кислицына

Дирекция развития и PR:

Наталья Фастова, Ольга Иванова

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

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

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА»,

публикуются на правах рекламы. Мнение авторов не

обязательно должно совпадать с мнением редакции.

Перепечатка материалов и их использование в любой

форме допускается только с разрешения редакции

издания RBG.

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции и издателя: 143966, Московская область, г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23.

E-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7 (495) 528-17-35

Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа».

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Регистрационный номер средства массовой информации ПИ № ФС77-70487 от 25 июля 2017.

RBG № 1/286 январь 2025

Подписано в печать: 14.01.2025

Дата выхода в свет: 20.01.2025

Тираж: 15000. Цена свободная.

RBG

www.rbgmedia.ru

Business publication about development, industries, prospects, business personalities in Russia and abroad.

12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

The editor-in-chief:

Maria Suvorovskaya

Deputy Marketing Director:

Irina Dlugach

Managing Editor:

Elena Aleksandrova

Designer:

Elena Kislitsyna

Directorate for Development and PR:

Natalia Fastova, Olga Ivanova

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC, Moscow, ul. Elektrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does not

necessarily coincide with the editorial opinion. Reprinting

of materials and their use in any form is allowed only with

the permission of the editorial office of the publication

RBG.

Materials are not reviewed and returned.

Address of the founder and publisher: 23-1-2 ul. Pobedi,

Reutov, the Moscow region, 143966

E-mail: mail@b-d-m.ru

Tel.: +7 (495) 528-17-35

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media. Media registration number PI # FS77-70487 from July 25, 2017.

RBG № 1/286 January 2025

Signed to the press: 14.01.2025

Date of issue: 20.01.2025

Edition: 15 000 copies. Open price.

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ РЕДАКЦИИ RBG

КОМИТЕТ ПО ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Генеральный директор ООО «РУСИНОКС»

Сергей Валерьевич Шкедин



Производство труб и плоского металлопроката из нержавеющей стали

КОМИТЕТ ПО АПК

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



КОМИТЕТ ПО ESG

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

Елена Александровна Мякотникова – член исполнительного комитета (Правления), директор по устойчивому развитию, РУСАЛ

КОМИТЕТ ПО ЖКХ

Наталья Викторовна Абросимова – генеральный директор Ассоциации ЖКХ МО



АССОЦИАЦИЯ
РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТРАСЛЕВОЕ
ОБЪЕДИНЕНИЕ РАБОТОДАТЕЛЕЙ
«СОЮЗ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-
КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ»

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 ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКЕ ТОВАРОВ

Сергей Андреевич Ватажицын, ООО «Вайландт Электроник»



КОМИТЕТ ПО АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мария Александровна Федотова

КОМИТЕТ ПО ДОРОЖНОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ

Андрей Тимурович Соколов, компания «Асфальт-Качество»

СОДЕРЖАНИЕ

4	«ПРОДЭКСПО» – КРУПНЕЙШАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И НАПИТКОВ В РОССИИ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ
6	НОВОСТИ МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
12	ИГОРЬ ИСАЕВ, «ОСП АГРО»: «ВРЕМЯ ПОКАЗАЛО, ЧТО МЫ ВЫБРАЛИ ПРАВИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
14	ЗОЛОТАЯ НИВА СЕРЕБРЯНЫХ ПРУДОВ
16	КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА «АТАГ»: «МЫ ДЕЛАЕМ СТАВКУ НА ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ПРОДУКТЫ, СОЗДАЁМ СВОЮ УНИКАЛЬНУЮ НИШУ»
20	«ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА»: «У НАС НАЙДУТСЯ УГОЩЕНИЯ ДЛЯ КАЖДОГО!»
26	ЕЛЕНА ИЗГОРОДИНА: «КОЛЛЕКТИВ «ВОЛШЕБНИЦЫ» ТВОРИТ НАСТОЯЩЕЕ ВОЛШЕБСТВО»
28	АНАСТАСИЯ ЧУДИНА, КЕМА КЛАБ: «ПРОИЗВОДСТВО ПИЩЕВЫХ АРОМАТИЗАТОРОВ – ЭТО СОЧЕТАНИЕ НАУКИ, ОПЫТА И ТВОРЧЕСТВА»
32	ОЛЬГА ЯСТРЕБОВА, «АРГОЛ»: «ЧТОБЫ ОСТАВАТЬСЯ НА СВОЁМ МЕСТЕ, НАДО ОЧЕНЬ БЫСТРО БЕЖАТЬ!»
36	НИКОЛАЙ ЛОГАЧЕВ, СЫРОВАРНЯ «АЛЬДИНИ»: «СЕЙЧАС МЫ ВИДИМ БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, В РОССИИ И ХОТИМ ПЛОТНЕЕ ПРОРАБОТАТЬ ИМЕННО НАШ РЫНОК»
40	НИКОЛАЙ ДЫКАНЬ, HEALTH & NUTRITION: «ЗДОРОВЬЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ – НАШ ПРИОРИТЕТ НОМЕР ОДИН!»
44	НИКОЛАЙ ДОБРЫНИН, HIGEN: «СОВРЕМЕННЫЕ НЕТКАНЫЕ ПРОТИРОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ СТАЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИ БОЛЕЕ ВЫГОДНЫМИ, ЧЕМ ВЕТОШЬ И ВАФЕЛЬНОЕ ПОЛОТНО»

КАЧЕСТВО, ПРОВЕРЕННОЕ ВРЕМЕНЕМ



**ПРОМ
РЕГИОН
ТАРА**
Упакуй
свой товар
надежно
www.prtara.ru
УПАКОВКА И ТАРА

ООО «ПРОМРЕГИОНТАРА»

+7 (49654) 9-20-41

+7 (49654) 1-36-63

+7 (985) 259-92-89



info@prtara.ru

cartolen@prtara.ru

www.prtara.ru

**Более 20 лет на рынке упаковочных материалов.
Зарегистрирован Товарный знак №528607**

УПАКОВКА из ПОЛИЭТИЛЕНА и МНОГОСЛОЙНЫХ ПЛЕНОК

- пакеты, мешки, пленки
полиэтиленовые упаковочные
- многослойные ламинированные
пленки

ПЛЕНКИ ЗАЩИТНЫЕ

ФОЛЬГА АЛЮМИНИЕВАЯ

- промышленная алюминиевая фольга
- фольга для гибкой упаковки
- упаковочная алюминиевая фольга
- прочие виды фольги

КАРТОННАЯ и БУМАЖНАЯ УПАКОВКА

- гофрокороба из 3-х, 5-и
слойного картона
- бумажные пакеты,
крафт-бумага

cartolen@prtara.ru

ПАЛЛЕТНАЯ УПАКОВКА

- стрейч-пленка
- картонные защитные
уголки
- лента пропиленовая
упаковочная

cartolen@prtara.ru

**Упаковка для бизнеса –
упаковка Вашего успеха**



Доставка в любой регион России

Бесплатная доставка по Москве и Московской области

ОСУЩЕСТВЛЯЕМ КОМПЛЕКСНЫЕ ПОСТАВКИ

141303, Россия, Московская область, г. Сергиев Посад, Ярославское ш., 4-Б

Реклама. Рекламодатель ООО ПРОМРЕГИОНТАРА ИНН 5042076360. Erid: 2VSb5wFLAEt



**Министр сельского хозяйства
Российской Федерации
Оксана Николаевна Лут**

Приветствие участникам «Продэкспо-2025»

Уважаемые участники, организаторы и гости! Приветствую вас на 32-й международной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2025»!

Пищевая и перерабатывающая промышленность является одним из ключевых секторов агропромышленного комплекса России. Она успешно выполняет задачу обеспечения граждан широким ассортиментом качественных продуктов питания и вносит существенный вклад в достижение продовольственной безопасности страны. На протяжении всех последних лет отрасль показывает динамичный рост, увеличивая объёмы производства и расширяя ассортимент выпускаемой продукции. Высокая инвестиционная привлекательность, а также поддержка со стороны государства формируют условия для дальнейшего развития пищевой индустрии, модернизации действующих и создания новых высокотехнологичных предприятий.

Сегодня перед отечественным АПК стоят новые амбициозные цели – необходимо существенно нарастить производство и экспорт продовольствия, в том числе продукции с высокой добавленной стоимостью. Важная роль в решении данных задач отведена пищевой и перерабатывающей промышленности. Ключевые результаты развития этой отрасли можно оценить на «Продэкспо», которая является крупнейшей выставкой продуктов питания и напитков в России и Восточной Европе. Ежегодно мероприятие позволяет узнать о последних новинках рынка, обменяться опытом и найти деловых партнёров. Убедена, что и в этом году выставка пройдёт на высоком уровне, а её участники смогут обсудить развитие индустрии, точки роста продовольственного сектора и другие актуальные вопросы.

Желаю всем плодотворной работы, интересных дискуссий и успехов во всех начинаниях!

«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 в рестораны.

Именно поэтому на «Продэкспо» собираются закупщики федеральных и локальных сетей: стратегические заказчики продовольственной отрасли России и стран Евразийского союза, представители HoReCa – ресторанов, баров, кафе.

На «Продэкспо» каждый находит то, что ищет. И даже чуть больше. Именно здесь, на «Продэкспо», строится бизнес продовольственного рынка России.

Более 1800 компаний из 37 стран представит продовольствие и напитки на выставке «Продэкспо» в Москве, в ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне. Предварительный список участников опубликован на сайте, еженедельно он дополняется. Ожидается большое количество новых торговых марок, брендов, инновационных продуктов, а также специалитетов – автохтонных, эксклюзивных деликатесов географических регионов. Национальные стенды организуют 11 стран. Российские региональные коллективные экспозиции представят уникальную продукцию из 40 субъектов Российской Федерации.

Осознавая значимость качественной деловой коммуникации для продовольственной индустрии, организаторы выставки сохранили полноценную экспозицию, отражающую все разделы продовольствия и напитков, в том числе крупнейшую в России экспозицию алкогольных напитков и вин.

Экспозицию «Продэкспо-2025» идеально дополняет масштабная деловая программа. Большой блок мероприятий посвящён аналитике и технологиям работы с ритейлом (как офлайн, так и e-com), эффективным стратегиям для

FMCG-бизнеса, СТМ. Одним из ключевых событий станет Центр закупок сетей. Специально для представителей ритейла, использующих принципы категорийного менеджмента, подготовлена программа «Открытый клуб КАТМЕНПРО». Запланированы мастер-классы «КАТМЕНПРО» для ритейлеров и производителей. Для специалистов розничных компаний с 3 по 6 февраля на выставке будет работать Центр розничных сетей.

Значительное внимание уделено темам качества и безопасности продуктов питания и напитков, а также основным трендам в пищевой индустрии, маркетингу и рекламе.

Кроме того, в рамках выставки состоятся собрания и съезды отраслевых союзов, пройдут церемонии награждения победителей конкурсов. Подробная информация о мероприятиях и регистрация на деловую программу опубликованы на сайте. Выставка проводится АО «ЭКСПОЦЕНТР» при поддержке Минсельхоза России и под патронатом ТПП РФ.

До встречи на «Продэкспо»!



32-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ И СЫРЬЯ ДЛЯ ИХ ПРОИЗВОДСТВА «ПРОДЭКСПО-2025» пройдёт в Москве, в ЦВК «Экспоцентр» 3-7 февраля 2025 года.

Итоги выставки «Продэкспо-2024»

С 5 по 9 февраля прошлого года в ЦВК «Экспоцентр» прошла 31-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2024».

По сравнению с прошлым годом выставка показала рост по всем показателям. Зафиксирован абсолютный рекорд по количеству посетителей.

ВЫСТАВКА «ПРОДЭКСПО-2024» В ЦИФРАХ:

- **2195** компаний из 40 стран мира, в том числе 1658 российских участников;
- **12** национальных экспозиций;
- **48** региональных экспозиций;
- **30** тематических салонов;
- **71 414** уникальных посетителей из 97 стран, в том числе 65 026 специалистов из 89 регионов России;
- **96 732** кв. м – общая площадь выставки.

Выставка традиционно прошла на высоком уровне, стала ключевым событием для решения вопросов обеспечения продовольственной безопасности страны и насыщения российского рынка новыми качественными продуктами питания.

Президент Торгово-промышленной палаты РФ Сергей Катырин:

«Нас очень радует, что наши российские производители широко представлены на выставке – их больше 1600. И мы, конечно, очень благодарны нашим зарубежным коллегам. Из 40 стран, представленных на выставке, треть экспонентов приехала из тех государств, правительства которых ввели санкции против Российской Федерации. Несмотря на это, представители бизнеса понимают, что такое российский рынок пищевых продуктов: по своей ёмкости, динамике развития».

На торжественной церемонии открытия выставки «Продэкспо-2024» выступили президент ТПП РФ Сергей Катырин, заместитель председателя Государственной Думы Федерального Собрания РФ Борис Чернышов, первый заместитель председателя Комитета Совета Федерации Федерального Собрания РФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Сергей Митин, председатель

Комитета Государственной Думы Федерального Собрания РФ по аграрным вопросам Владимир Кашин, директор Департамента пищевой и перерабатывающей промышленности Министерства сельского хозяйства Российской Федерации Владимир Скворцов, заместитель председателя Комитета Государственной Думы Федерального Собрания РФ по экономической политике Артём Кирьянов, член Комитета по развитию Дальнего Востока и Арктики Дмитрий Погорелый, первый заместитель генерального директора АО «Экспоцентр» Сергей Селиванов, заместитель руководителя Федеральной службы по контролю за алкогольным и табачным рынками Денис Гуляев, руководитель АНО «Российская система качества» (Роскачество) Максим Протасов, посол Республики Бразилии в России Родриго де Лима Баэна Соарес, посол Республики Иран в России Казем Джалали, представители и руководители Минсельхоза РФ, региональных ТПП, отраслевых союзов и ассоциаций.



Российские разработки в синтетической биологии, ветеринарии, генетике и селекции представили в Китае

Статс-секретарь – заместитель министра сельского хозяйства России Максим Увайдов принял участие в церемонии открытия Первой саньянской выставки российских научных достижений в области биологии, организованной харбинской сельскохозяйственной научно-технической компанией «Лэши» и Роскачеством при поддержке Минсельхоза России. Соорганизаторами выступили Росси́йский государственный аграрный университет – МСХА имени К. А. Тимирязева и Дальневосточный государственный аграрный университет.

Выставка проходила до 16 января в городе Санья провинции Хайнань. В её рамках отечественные научные и образовательные организации, а также производители ветпрепаратов продемонстрировали китайским партнёрам свои разработки и достижения. В частности, здесь были представлены эффективные вакцины и средства диагностики от ведущих биофабрик, а также растениеводческая продукция, сертифицированная Ро-

скачеством. Кроме того, Россельхознадзор представил информацию об особенностях регулирования рынка ветпрепаратов в России и о внедрении информационных технологий в надзорную деятельность.

За последние годы Россия и Китай вышли на новый уровень партнёрства и стратегического взаимодействия. За-

фиксированы рекордные показатели в области торговли, активно развивается двустороннее сотрудничество во многих отраслях, в том числе в АПК. Максим Увайдов отметил эффективность совместной работы аграрных и надзорных ведомств наших стран, что позволяет и дальше укреплять партнёрство.

Также в рамках первой саньянской выставки замминистра принял участие в семинарах по перспективному российско-китайскому сотрудничеству в области селекции сельскохозяйственных культур, животноводства и ветеринарии. В ходе обсуждений были обозначены перспективы взаимодействия учёных из наших стран, а также необходимость обмена опытом в исследованиях в сфере генетики, селекции и ветеринарии.

В завершение Максим Увайдов выразил уверенность в том, что саньянская выставка будет способствовать укреплению сотрудничества между Россией и КНР для совместного инновационного развития.



Кредитование сезонных полевых работ увеличилось на 2,7%

Минсельхоз России ведёт оперативный мониторинг в сфере кредитования агропромышленного комплекса страны. По состоянию на 31 декабря 2024 года общий объём кредитных средств, выданных ключевыми банками на проведение сезонных полевых работ, составил порядка 1,2 трлн рублей. Это на 2,7% выше показателя за аналогичный период прошлого года.

В частности, Россельхозбанк увеличил объём кредитов на эти цели на 3,4%, до 849,8 млрд рублей, Сбербанк – на 1,3%, до 386,6 млрд рублей.

Суммарно наибольшее количество средств выдано в Ростовской области (134,3 млрд рублей), Краснодарском крае (126,9 млрд рублей) и Белгородской области (107,7 млрд рублей).



Объём реализации молока в сельхозорганизациях вырос на 3,7%

По данным Минсельхоза России, по состоянию на 30 декабря 2024 года суточный объём реализации молока сельскохозяйственными организациями составил 55,8 тыс. тонн, что на 3,7% (+2 тыс. тонн) больше показателя за аналогичный период прошлого года.

Максимальные объёмы реализации от 2 тыс. тонн достигнуты в Республике Татарстан, Удмуртской Республике, Краснодарском крае, Воронежской и Кировской областях.

Средний надой молока от одной коровы за сутки в целом по стране составил 22,1 кг, что на 1,13 кг больше, чем годом ранее. Лидерами среди регионов по данному показателю являются Краснодарский и Ставропольский края, Калужская и Калининградская области. В этих регионах получено более 27 кг молока в расчёте на одну корову.



Госпрограмма комплексного развития сельских территорий затронула 14 млн человек

Сегодня на сельских территориях проживает порядка 37 млн наших граждан – четверть населения России. Среди них – не только работники АПК, которые обеспечивают продовольственную безопасность нашей страны, но и врачи, учителя, представители сферы услуг и других отраслей.

Повышение качества жизни людей в сёлах и малых городах – это одна из приоритетных задач, которой Минсельхоз уделяет особое внимание. Для этого уже почти пять лет реализуется государственная программа «Комплексное развитие сельских территорий». В её рамках по всей стране строятся и модернизируются школы и детсады, медицинские учреждения, дома культуры и спортивные объекты, прокладываются дороги, газо- и водопроводы.

Всего за это время построено и модернизировано 5 тыс. разных объектов. Также новую жизнь получают парки, скверы и другие общественные пространства.

К концу 2024 года реализовано более 13 тыс. таких проектов.

С начала реализации госпрограммы её финансирование превысило 280 млрд рублей, а позитивные изменения затронули 14 млн человек, проживающих в 11,5 тыс. населённых пунктов.

Множество значимых проектов реализовано в 2024 году. Ряд объектов был сдан в конце года и стал настоящим новогодним подарком для многих малых населённых пунктов.

Например, в селе Баган Новосибирской области открылся бассейн, где могут заниматься спортом жители всех возрастов.

В двухэтажном здании предусмотрены две чаши бассейна – для детей и взрослых, – а также зал для подготовительных занятий, помещения для маломобильных людей, буфет и кабинет врача.

В посёлке Пречистое Ярославской области появилась новая библиотека. Пространство разделено на читальный зал, место для выдачи книг, оснащённую компьютерами зону. Здесь же обустроены места для общения, проведения образовательных занятий и мастер-классов. Библиотека доступна для всех граждан, включая маломобильных посетителей.

В Удмуртской Республике закончен капитальный ремонт Увинской школы № 2. Теперь тысяча ребят будут получать образование в комфортных и современных условиях.

В 2025 году на развитие сельских территорий будет направлено более 116 млрд рублей. За счёт этого будет приобретено или построено более 88 тыс. кв. метров жилья, введено в эксплуатацию свыше 330 км дорог, реализовано 840 проектов благоустройства общественных пространств и 95 проектов комплексного развития.



В 2024 году аграрное образование в вузах Минсельхоза выбрало почти 80 тыс. студентов

Среди российской молодёжи растёт интерес к аграрному образованию. В ходе приёмной кампании 2024 года на обучение в вузы Минсельхоза было подано почти 350 тыс. заявлений – на 10,6% больше, чем в 2023 году.

В целом в 45 подведомственных аграрных вузах на бюджетные места поступили 42,8 тыс. человек. В том числе 37,4 тыс. – по программам высшего образования, 4,5 тыс. – по программам среднего профессионального образования. Ещё более 900 человек продолжило обучение в аспирантуре и интернатуре. С учётом студентов, поступивших на платную форму обучения, аграрное образование в вузах Минсельхоза в 2024 году выбрало порядка 79 тыс. человек.

В числе самых востребованных у абитуриентов оказались такие направления, как «Биотехнология» (11 заявлений на одно бюджетное место), «Геодезия и дистанционное зондирование» (15), «Землеустройство и кадастры» (11), «Ландшафтная архитектура» (10), «Природообустройство и водопользование» (8), «Водные биоресурсы и аквакультура» (6), «Ветеринарно-санитарная экспертиза» (7).

Для обеспечения АПК квалифицированными специалистами Минсельхоз вы-

страивает бесшовную траекторию подготовки кадров от школьной скамьи до работодателя. Важнейшее звено этой цепочки – агротехнологические классы в сельских школах, где ребята узнают об основах сельского хозяйства. В ходе приёмной кампании в подведомственные Минсельхозу вузы было зачислено 845 выпускников агроклассов.

Значительное внимание уделяется развитию целевого набора и подготовке специалистов по заказу бизнеса. Такой механизм удобен для детей, их родителей и работодателей. Он позволяет будущему специалисту чётко понимать перспективы развития своей карьеры и возможности для жизни на сельских территориях.

В 2024 году по всем уровням образования договоры о целевом обучении заключили 4098 студентов. Наибольшее количество целевиков поступило по специальностям «Ветеринария», «Агроинженерия», «Агрономия», «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции», «Зоотехния». К 2030 году Минсельхоз намерен расширить долю студентов, принимаемых в аграрные вузы в рамках целевого набора, до 70%.



Около миллиона человек посетило созданные при поддержке Минсельхоза России объекты агротуризма

За последние три года около миллиона туристов и экскурсантов посетило объекты сельского туризма, созданные при поддержке Минсельхоза России. Агротуризм – заметный тренд в отечественной индустрии отдыха. Спрос на интересные агротуры, мероприятия и маршруты растёт и, по оценкам Министерства, в ближайшие годы будет только увеличиваться.

Одновременно всё больше сельхозпроизводителей развивают это направление для расширения бизнеса, повышения доходности за счёт организации новых услуг и дополнительных каналов сбыта продукции. Минсельхоз, в свою очередь, видит положительный эффект от реализации таких проектов для комплексного развития сельских территорий, создания рабочих мест и в целом популяризации сельского образа жизни. Ведомство оказывает поддержку по этому направлению с 2022 года.

Всего за время действия гранта «Агротуризм» его получателями стали более 300 проектов из 54 регионов страны на общую сумму свыше 2 млрд рублей.

Объёмы поддержки постоянно растут: если в 2022 году было выделено почти 300 млн рублей, а в 2023 году – около 500 млн руб., то в 2024 году – уже порядка 700 млн руб. Средства направляются на организацию мест размещения и питания, благоустройство территории, закупку техники, оборудования и транспорта.

За время действия гранта создано множество локаций, где можно отлично провести время, в том числе и на новогодних праздниках. Практически в каждом регионе появились новые уникальные возможности для отдыха.

Например, гости сыроварни и пекарни «Сытая Дуся» в Ивановской области могут испечь хлеб и пиццу в русской печи, познакомиться с процессом производства



сыра и цельнозерновой муки на жерновой мельнице.

Экоферма «Добрынино» в Ярославской области специализируется на традиционных рецептах сыроварения. Здесь взрослые и дети могут совершить интерактивную экскурсию «В гостях у козы», познакомиться с животными на ферме и попробовать свежее молоко.

Агроусадьба «Петрушкина горка» расположена в красивой деревне недалеко от исторической усадьбы великого русского учёного-механика Николая Жуковского во Владимирской области. Зимой здесь можно покататься на санях и лыжах, выпить чая из настоящего русского самовара на углях, научиться доить корову, колоть дрова, готовить топлёное молоко в русской печи.

В 2025 году начнётся реализация ещё 92 проектов в 48 регионах: от Калининградской области до Приморского края. Это хозяйства разных направлений: от

молочных и оленьих ферм до крафтовых виноделен и сыроварен. Они предлагают гостям комфортное проживание, интересные экскурсии, мастер-классы, дегустации, знакомство с процессом производства и многое другое. Одним из трендов современных грантовых проектов стало погружение гостей в культуру и историю территории.

Кроме финансовой поддержки, Минсельхоз России занимается вопросами популяризации и продвижения сельского туризма. В том числе включением объектов в туристические маршруты и региональные информационные ресурсы, взаимодействием с туроператорами, разработкой на базе сельхозпредприятий тематических маршрутов. В 2024 году вышел в свет «Атлас проектов сельского туризма». В планах 2025 года – аудит объектов, внедрение методических рекомендаций по реализации проектов, обучение и консультирование грантополучателей.



Заводы Липецкой области произвели более 900 тыс. тонн сахара в 2024 году



По производству сахара Липецкая область удерживает второе место в России.

«В 2024 году, учитывая сахар, произведённый из свёклы урожая 2024 года и выработанный в начале 2024 года из свёклы урожая 2023 года, в регионе, по предварительным данным, получено 935 тыс. тонн сахара. Мы занимаем второе место в России по этому показателю», – рассказала начальник Управления сельского хозяйства Липецкой области Екатерина Маркова.

На территории региона действует шесть сахарных заводов. Суммарно их мощности позволяют в сутки перерабатывать 45 тыс. тонн свёклы и вырабатывать порядка 7 тыс. тонн сахара. На данный момент переработку сахарной свёклы урожая 2024 года продолжают два завода, расположенные в Грязинском и Лебедянском районах.

Более 120 млн рублей предоставят на развитие сельхозкооперативам Забайкалья

Сельскохозяйственным потребительским кооперативам Забайкалья в этом году направят средства господдержки на общую сумму свыше 120 млн рублей. Об этом сообщил руководитель краевого Минсельхоза Денис Бочкарев.

«Ежегодно предоставляем сельхозкооперативам государственную поддержку на развитие потребительской кооперации. В 2025 году планируем вдвое увеличить субсидии на возмещение части затрат на приобретённое имущество, технологическое оборудование, сельхозтехнику и закупку продукции. Для этих целей выделены лимиты бюджетных средств в размере 54 млн рублей. Кроме того, сохранена грантовая поддержка сельхозкооперативов: в этом году предусмотрено финансирование на прошлогоднем уровне – 67 млн рублей», – рассказал министр.

Отметим, что Министерство сельского хозяйства Забайкалья ведёт работу по созданию сельскохозяйственных потребительских кооперативов в каждом муниципальном образовании региона. Всего на сегодня в крае действует 56 кооперативов, из них 29 создано за последние три года.

«Одной из основных задач в сфере сельской кооперации является вовлечение в кооперативное движение большого количества мелких сельхозтоваропроизводителей. Членство в кооперативе даёт возможность гарантированного сбыта излишков сельскохозяйственной продукции. В настоящее время в систему потреби-

тельской кооперации Забайкалья вовлечено 2,5 тыс. членов, из которых более 2,3 тыс. участников составляют владельцы личных подсобных хозяйств. Также членами сельхозкооперативов являются 139 фермерских хозяйств и 31 сельхозорганизация», – пояснил Денис Бочкарев.

Сельхозкооперативы Забайкалья занимаются производством полуфабрика-

тов, молочной продукции, продукции из дикорастущего сырья, колбасных изделий и деликатесов, консервированной продукции, комбикормов. Кроме того, активно ведётся заготовительная деятельность. Благодаря господдержке кооперативы развиваются и ежегодно наращивают объёмы производства своей продукции от 5% до 20%.





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

ИГОРЬ ИСАЕВ, «ОСП АГРО»: «Время показало, что мы выбрали правильные технологии»



Если бы современные гаджеты могли переводить на русский не только с языков иностранных, но и с языка животных, то коровы в ответ на вопросы журналистов обязательно промывали бы, что если уж мир в XXI веке так стремительно развивается и хорошеет, то и они хотят жить и работать не как скот, пусть и крупный рогатый, а по-человечески, то есть по-коровьи: чтобы и жилища у них были благоустроенные, и питание качественное, и отношение уважительное, и на цепь чтобы их не сажали. Тогда и выполнять работу свою – давать молоко – они готовы и с высоким качеством, и в больших количествах. «Но где же вы такое видели? Где о таком слышали?» – спросили бы удивлённые корреспонденты. Как «где»? В «ОСП агро»!

Сельскохозяйственный холдинг с таким названием располагается вблизи города Озёры городского округа Коломна. Производят и реализуют в нём не только молоко. Здесь и племенной крупный рогатый скот воспроизводят; здесь выращивают и хранят картофель, овощи, зерновые и кормовые культуры; здесь развито пчеловодство, а также такой «экзотический» по нынешним временам вид деятельности, как племенное коневодство.

Но основным направлением «ОСП агро» является именно молочное животноводство. Общее поголовье крупного рогатого скота холдинга превышает 12 тыс. голов, включая 4,5 тыс. высокопродуктивных коров. Среднегодовой удой на одну фуражную корову составляет около 10,8 тонны, что позволяет производить и поставлять перерабатывающим предприятиям Москвы и Подмосковья около 50 тыс. тонн качественного молока в год (примерно 135 тонн в сутки) для детского питания. В 2024 году производство молока в Агрохолдинге «ОСП агро» выросло, по сравнению с 2023 годом, на 4% (+1,8 тыс. тонн). Положительная динамика обусловлена как ростом поголовья, так и ростом продуктивности молочного стада.

За 2024 год сельскохозяйственные организации агрохолдинга надоили в среднем на 400 кг больше от каждой коровы, чем за 2023 год.

– Повышению продуктивности дойного стада и увеличению производства молока способствуют улучшение генетического потенциала коров, создание прочной и сбалансированной кормовой базы, современное оснащение ферм с точки зрения комфорта и здоровья коров, высокая квалификация специалистов агрохолдинга, а также государственная поддержка молочной отрасли, – говорит президент Агрохолдинга «ОСП агро» Игорь Исаев.

В 2023 году ферма «Сенницы-1» АО «Агрофирма Сосновка», входящая в состав холдинга «ОСП агро», вошла в топ-30 рейтинга самых эффективных молочных хозяйств по продуктивности КРС по всей России по версии Milknews и стала в этом рейтинге единственным представителем Московской области. А в прошлом, 2024 году АО «Агрофирма Сосновка» было награждено золотой медалью Минсельхоза России за достижение высоких показателей в развитии племенного и товарного животноводства.

– В строительство этой фермы были вложены большие средства, – рассказывает Игорь Исаев. – Но в результате здесь



были внедрены самые передовые технологии в животноводстве. Нам удалось оптимизировать затраты на кормление и на содержание животных, улучшить комфорт такого содержания. Благодаря этому наши сельхозпроизводители добиваются высоких результатов: повышается продуктивность коров, а молоко производится стабильно высокого качества. Время показало, что мы выбрали правильные технологии, и сегодня они эффективно работают.

Все животноводческие комплексы холдинга полностью модернизированы, оснащены современным оборудованием для содержания КРС и способны удивить не только людей, далёких от сельского хозяйства, а потому и подверженных давно устаревшим стереотипам об устройстве труда на селе. Удивляют они и профессионалов отрасли.

Кстати, средняя заработная плата на сельскохозяйственных предприятиях холдинга, где сегодня трудится более 500 человек, превышает 83 тыс. рублей. Не каждый офисный работник может похвастаться такими доходами.

АО «Предприятие «Емельяновка», также входящее в состав агрохолдинга, недавно вновь – уже в третий раз – подтвердило свой статус племенного завода по разведению крупного рогатого скота голштинской породы. Подтверждение статуса свидетельствует о высоком уровне профессионализма предприятия и его соответствии всем необходимым требованиям. Это означает наличие высокопродуктивного стада, современного оборудования, прочной кормовой базы, квалифицированных специалистов и соблюдение ветеринарных норм.

Вместе с АО «Агрофирма Сосновка» АО «Предприятие «Емельяновка» является одним из ведущих племенных заводов по разведению голштинской породы. Ежегодно они реализуют 500-550 голов племенных нетелей этой породы. Такие коровы высокопродуктивны, но в то же время требовательны к условиям содержания и качеству кормов.

Кормовой базой агрохолдинг обеспечен полностью. «ОСП агро» осуществляет собственное производство сельскохозяйственной продукции, что обеспечивает поголовье крупного рогатого скота высококачественными кормами в течение всего года. В прошедшем сезоне здесь заготовили запасы кормов в объёме 96 тыс. тонн, включая 40 тыс. тонн сенажа, 51 тыс. тонн кукурузного силоса, 22 тыс. рулонов соломы и 380 тонн сена. Кроме того, собрано 3,8 тыс. тонн ячменя и 5,2 тыс. тонн озимой пшеницы.

Даже засушливые погодные условия, с которыми Московская область столкнулась в прошедшем году, не помешали агрохолдингу добиться хорошего урожая. Помогла введённая в 2023 году в эксплуатацию на территории АО «Агро-



фирма Сосновка» оросительная система на 225 га. Благодаря ей в 2024 году с полей, где эта новая система орошения и была задействована, было получено 2,2 тыс. тонн картофеля, 2,1 тыс. тонн капусты и 505 тонн ячменя с учётом севооборота. Всего в 2024 году собрали 14 тыс. тонн картофеля и 14,4 тыс. тонн капусты.

В целом агрохолдинг располагает 1670 гектарами орошаемых земель, обслуживаемых 40 дождевальными установками. Мелиорация позволяет существенно повысить эффективность использования земельных ресурсов и гарантировать стабильно высокие урожаи.

Но вернёмся к кормовой базе. Наличие двух собственных комбикормовых заводов и выращивание необходимых сельскохозяйственных культур на собственных полях позволяют осуществлять полный цикл производства кормов с контролем качества на всех этапах. Это, в свою очередь, способствует полному раскрытию генетического потенциала

дой группы КРС. Заводы оснащены автоматическими системами управления для непрерывного контроля производственными процессами.

Если результаты работы «ОСП агро» отмечены на уровне Минсельхоза страны, то не заметить их там, где агрохолдинг живёт и работает, просто невозможно! И в августе 2024 года президент Агрохолдинга «ОСП агро» был удостоен звания «Почётный гражданин городского округа Коломна». Почётный знак в День города Озёры ему вручил глава Коломны Александр Грешищев.

Поблагодарив за оказанное доверие и поздравив жителей Озёр с праздником, Игорь Исаев призвал бережно относиться к тому, что у нас есть, и развивать то, чем мы сможем гордиться в будущем:

– Вместе мы способны сохранить невероятную историю города, его культуру, развивать инфраструктуру и создавать уютные уголки для встреч и общения, – сказал Игорь Михайлович. – Пусть в Озё-



молочного стада. Комбикормовые заводы производят в год порядка 30 тыс. тонн концентрированных комбикормов по индивидуальным рецептам для каж-

дах всегда царит атмосфера дружбы, поддержки и взаимопонимания! Желаю всем нам любви к родным местам и стремления делать их лучше.

ЗОЛОТАЯ НИВА СЕРЕБРЯНЫХ ПРУДОВ



Если из столицы вы поедете на юг по трассе «Каспий», то вас может удивить тот факт, что Московскую область вам придётся проезжать... дважды. Только что вроде бы вы её покинули и едете в более тёплые края по земле тульской, а вот смотрите-ка – вас снова приветствует Подмосковье! Только не надо волноваться и думать, что вы где-то случайно развернулись. Просто въехали вы на территорию городского округа Серебряные Пруды. Да и вообще – стоит ли торопиться отсюда уезжать? Посмотрите: какая вокруг красота! Вот река с многообещающим названием Осётр, вот ухоженные, распашанные и засеянные нивы. Часть из них принадлежит и возделывается сельскохозяйственным предприятием, которое так и называется – «НИВА». О нём мы сегодня и расскажем.



Кстати, а знаете ли вы, чем нива отличается от поля? Если говорить простым языком, то полем может называться любая не заросшая лесом и не засыпанная песчаными барханами равнина, на которой что-то растёт. А нива – и эту разницу хорошо понимали наши не испорченные урбанизацией предки – это именно засеянное поле или пашня. То есть в полях ромашки рвут, а на нивах собирают урожай чего-то не только красивого, но ещё и полезного.

Городской округ Серебряные Пруды интересен ещё и тем, что он хоть и называется городским, но ни одного города на его территории нет, даже «столица» округа – не город, а посёлок городского типа с населением чуть менее девяти тысяч человек. «А это хорошо или плохо?» – задумается кто-то. Смотря с какой стороны посмотреть. Мы посмотрим с хорошей: разве не чудесно, что здесь практически нет промышленных предприятий? Разве не здорово, что никто не превращает «серебряные» пруды в мазутные и т. д.? Этот округ – пожалуй, один из самых экологически чистых в Подмосковье, а значит, и продукция, выращиваемая на его полях, то есть, простите, нивах, в лишних рекомендациях не нуждается.

Основным видом деятельности ООО «СП «НИВА», помимо выращивания зерновых и кормовых культур, является разведение молочного крупного рогатого скота, производство сырого молока. Это сельхозпредприятие – племенной репродуктор по разведению крупного рогатого скота голштинской породы.

Несколько цифр. Земельный фонд предприятия сегодня составляет 5,3 тыс. га, из них пахотные земли – 5,2 тыс. га. За последние два года объём обрабатываемых земель увеличился почти в два раза. В 2024 году начаты работы по вводу в оборот ещё 300 га ранее неиспользуемых земель. Производство зерновых культур в 2024 году составило 5,3 тыс. тонн, производство рапса – 565 тонн. Тут надо добавить, что выращивание рапса возобновлено только в прошлом году. Убрано 200 га ярового и засеяно под урожай 2025 года 500 га озимого. Производство кормов – 12,5 тыс. тонн, в том числе сенаж – 11 тыс. тонн, солома – 6,5 тыс. рулонов, сено – 250 тонн. Это что касается растениеводства.

Теперь – животноводство. Система содержания стада крупного рогатого скота – привязное. Общее поголовье на сегодня – около 1800 голов, дойное стадо – около 870 голов. Производство молока в 2024 году вышло на уровень 7,3 тыс. тонн в год, или 20 тонн в сутки; надои на одну фуражную голову – 8730 кг/год. Молоко поставляется перерабатывающим предприятиям Москвы и Московской области, и качество этого молока позволяет использовать его для производства детского питания.

Тут надо отметить, что меняются не только цифры. Точнее, изменению показателей предшествовали другие изменения. Что называется – «человеческий фактор». В 2022 году на предприятии сменился



собственник, что привело к существенным изменениям в подходе к управлению. В итоге за три неполных года поголовье коров увеличилось на 50%, а объём производства молока – более чем на 60%. Улучшились показатели надоев, предприятие стало племпредупродуктором, расширились посевные площади, увеличился сбор зерновых культур.

В развитие предприятия было инвестировано 1,1 млрд рублей. За этот период на 80% обновлён парк сельскохозяйственной техники. Приобретены зерноуборочный комбайн Class, трактор МТЗ-82, новые кормовые миксеры на животноводческие комплексы, два трактора К-735, сеялка Primera, пресс-подборщик Rollant 520, валкователь, три трактора Zoomlion RS1304, два телескопических погрузчика, самосвал «КАМАЗ», разбрасыватели удобрений Amazone, опрыскиватель Amazone, две косилки Krone и другая сельскохозяйственная техника.

Проведены модернизация и реконструкция производственных объектов, в том числе ремонт гаража и здания администрации; построены три навеса на 600 голов КРС, силосные траншеи общим объёмом хранения 28 тыс. тонн; осуществлены ремонт подъездных путей и устройство бетонных площадок на территории животноводческих комплексов; приобретена сельхозземля, а также нетели для увеличения и оздоровления стада; на животноводческих фермах ведётся работа по созданию современных и комфортных условий содержания КРС. В 2024 году были проведены работы по восстановлению и модернизации телятника на 500 голов. В результате выручка увеличилась более чем в три раза.

В два раза – с 40,1 тыс. руб. в 2021 году до 81,1 тыс. руб. в 2024 году – увеличилась средняя заработная плата, создаются комфортные условия труда. Предприятие принимает участие в федеральном проекте «Профессионалитет».

Гордиться своими успехами можно и нужно, благо действительно есть чем гордиться, но и почивать на лаврах тоже не стоит. Да никто и не собирается.

– Да, результаты достигнуты значительные, – говорит генеральный директор ООО «СП «НИВА» Исалмагомед Магомедов. – Но работы предстоит ещё много. Наше

предприятие, я считаю, находится ещё только на стадии своего становления. И планов у нас много. Один из ближайших – начать в наступившем году реализацию проекта по строительству молочно-товарной фермы более чем на 1200 коров.

Всё это означает, что проезжающим мимо городского округа Серебряные Пруды людям будет чему приятно удивляться. А может быть, кто-то решит и не проезжать, а остаться в этих красивых и чистых местах, увеличив тем самым и численность населения этого округа, и результаты работы ООО «СП «НИВА».



КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА «АТАГ»: **«Мы делаем ставку на эксклюзивные** **продукты, создаём свою уникальную нишу»**

Вы наверняка слышали о конфетах фабрики «АТАГ». И даже, возможно, знакомы с задорными и необычными названиями: «Укус женщины», «Слеза мужчины», «Заводная тёща», «Было ваше, стало наше», «Золото партии», «Верный и преданный», «Женский протест», «Мужской закон», «Детский лепет», «Ура, пятница!», «Заначка от жены» и т. д. И ещё – целый «букет» сладостей, посвящённых отечественным профи: «Кочегар Петя», «Плотник Вася» и даже «Колхозница Глаша»! Многие из этих сладостей существуют на рынке так давно, что персонажи успели устроить свою личную жизнь: появились, например, конфеты «Жена кочегара Пети».

Конфеты – вообще дело приятное, праздничное. А тут, даже если настроение не очень, подошёл к прилавку – и уже весело! И в благодарность рука сама тянется к кошельку: ну как не порадовать близких такой прелестью! Как филолог, хочу выразить своё восхищение креативностью маркетологов «АТАГ», так тонко чувствующих родной язык и менталитет! А как мама четверых детей, замечу: конфеты «АТАГ» с полок и из вазочек дематериализуются мгновенно, и остаётся выгребать из самых неожиданных мест потешные фантики... Как удаётся удерживать высокую планку вкуса и креатива в кондитерском производстве – об этом мы беседуем с генеральным директором ООО «АТАГ» Оганесом Атомяном.



– **Оганес, в чём уникальность продукции «АТАГ»?**

– Мы делаем ставку на эксклюзивность продукции. Весь процесс – от разработки начинки до дизайна фантиков и упаковки, автоматизация производства – всё это наши собственные разработки, результат многолетнего опыта, труда, экспертности и стремления быть лучшими. Оригинальные названия, уникальные начинки, дизайн упаковки позволили нам занять достойное место в рейтинге российских кондитеров. Наши специалисты постоянно совершенствуют свой опыт и знания, проходят тренинги в России и за рубежом. Кстати, упаковку мы разрабатываем и производим сами, и это очень ответственный и трудоёмкий процесс. К примеру, на создание упаковки в виде скрипки у нас ушло четыре года, так как мы были здесь первопроходцами и не могли ориентироваться на опыт других компаний.

Профессиональный уровень нашего предприятия постоянно растёт: из маленькой фабрики по производству хлеба мы превратились в серьёзного игрока на международном рынке кондитерских изделий. Лучшее подтверждение моих слов – награды и дипломы международных и российских специализированных выставок, в которых мы принимаем активное участие.

– **Расскажите о том, чем вы порадуете своих покупателей в новом году.**

– К новому, 2025 году мы выпустили несколько новинок. Это глазированные конфеты «Чудесные игрушки» с кремовой ванильно-сливочной начинкой, со вкусами варёной сгущёнки, мяты и апельсина. Новинка вышла в праздничной упаковке в виде добрых героев сказок – Деда Мороза, Снегурочки и Снеговика, а внутри вас ждёт ещё и сюрприз – игрушка-пазл. Ещё одна чудо-упаковка – один из символов волшебного праздника Шелкунчик. Внутри – очень вкусные конфеты «Навстречу чудесам» в ярких праздничных фантиках.

Очень интересная разработка – ассорти «Ваза» в оригинальной упаковке: когда конфет не останется, можно использовать её как шкатулочку для хранения различных мелочей или подкладывать в неё новые конфеты. Пришлись по вкусу покупателям и другие новинки: конфеты Нарру Sunday с упаковкой в виде часиков, глазированные конфеты «По-По» в молочной глазури с ароматной помадной начинкой и мягкой карамелью.

Сейчас в разработке – конфета в виде гитары, это будет очень вкусный и доступный продукт. Ежегодно в ассортимент наших сладостей добавляется порядка пятнадцати новинок. Это происходит за счёт модернизации производства. Фабрика приобрела новое оборудование, позволяющее придавать нашим сладостям необычные формы. Это абсолютно новое направление на российском рынке.



И я надеюсь, что плоды наших трудов очень понравятся потребителям.

– **Какие тенденции в пищевой промышленности влияют на вашу стратегию? И как фабрика адаптируется к изменениям на рынке?**

– Рынок сегодня крайне нестабилен, но наша компания быстро реагирует на нововведения или ограничения. И руководство, и ИТР всегда на фабрике. Работаем в режиме 24 на 7, все 365 дней в году, чтобы в максимально в короткие сроки решить все возникающие вопросы и проблемы. Производство конфет – дело тонкое; сотрудники, все, кто занят в этом творческом процессе, должны быть всегда в хорошем настроении и делать дело с душой и любовью. И руководство не снимает с себя ответственности за микроклимат в коллективе, костяк которого – люди, проработавшие на предприятии не один десяток лет, с самого основания.



Кондитерская фабрика «АТАГ» известна далеко за пределами посёлка Шексна Вологодской области, более того, её знают и за рубежом. Продукция поставляется в страны ближнего и дальнего зарубежья: Казахстан, Киргизию, Туркмению, Таджикистан, Армению, Южную Абхазию, Монголию, Китай, Израиль.



Мы не обращаем внимания на «свежайшие тренды» из разряда дубайского шоколада, о котором можно услышать сейчас чуть ли не из каждого утюга. Такая мода приходит и уходит. А мы придерживаемся более консервативной политики и производим классические продукты, но, конечно, при этом идём в ногу со временем. Просто мы делаем ставку на экс-

клюдивные продукты, которых больше нет нигде на рынке, создаём свою уникальную нишу.

– На фабрике «АтАг» активно развивается развлекательно-познавательный туризм. Расскажите об этом направлении.

– Хочу отметить, что идея сказочного города на территории фабрики родилась



ещё в доковидное время, исключительно для того, чтобы сотрудников окружала красота, вдохновляющая на творческий подход к делу. Но после ковида наш городок начал разрастаться, и слух о нём разлетелся за пределами области. Так родилась идея информационно-развлекательного туризма. Сейчас с лёгкой руки наших гостей сказочный город «АтАг»





называют «Вологодским Диснеем». Ежемесячно к нам приезжает более двух тысяч туристов из всех городов страны: от Владивостока до Калининграда. Много экскурсионных групп приезжает из соседних областей и даже из Санкт-Петербурга. Взрослые и дети испытывают настоящий восторг, когда прогуливаются по улочкам сказочного города, на которых размещены копии архитектурных шедевров мира – Московский Кремль и Эйфелева башня, Биг-Бен и Кампанила собора Святого Марка, Дворец дождей и Исаакиевский собор. У нас есть знаменитый балкон Джульетты в Вероне и шедевры испанского архитектора Антонио Гауди – всего более сорока объектов.

В этом году мы планируем открыть новый двухуровневый развлекательный центр на 1,5 тыс. кв. м в ультрасовременном исполнении. Он включит в себя «Шоколадную космическую станцию (ШКС)» с более чем двумя десятками игровых автоматов, в том числе VR-аттракционами, где гостей будет встречать анимированная голограмма первого космонавта планеты Юрия Гагарина.

Для детей откроется мастер-класс по приготовлению кондитерских изделий с настоящим шоколадным фонтаном, конечно, из «атаговского шоколада».

Откроется интерактивный Музей шоколада. Благодаря инновационным технологиям и искусственному интеллекту в нём будет представлена вся история шоколада: от ацтеков до «АтАга». И ещё запланировано кафе с 3D-экранами, в котором мы будем угощать гостей испанскими чурросами с нашим шоколадом. Это будет самое вкусное место сказочного городка!

– Каковы планы развития фабрики «АтАг» на ближайшие годы? Какие новые проекты и инициативы вы планируете реализовать?

– Прежде всего – автоматизация и развитие всех процессов уже организованных производств и по возможности постройка новых производственных цехов.

Планируем начать производство собственных товаров из пластика, картона, микрофротары, PP/PET-плёнки, которую мы будем использовать для своих нужд, а

также для реализации за пределами фабрики. Будем развивать собственную печать, усиливая типографское направление.

Поклонников нашей продукции впереди ждёт много ярких и вкусных новинок. Ведь мы ежедневно прикладываем много усилий, чтобы радовать наших потребителей, дарить улыбки и доброе настроение!



«ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА»: «У нас найдутся угощения для каждого!»



Как же приятно, налив себе чашечку чая или кофе, полакомиться вкусными шоколадными конфетами или угостить ими родных и друзей.

Производитель полезных лакомств «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» – уникальная фабрика, где рождаются настоящие шоколадные шедевры для гурманов. Побаловать себя самыми невероятными шоколадными сочетаниями может любой желающий. Палитра вкусов восхищает своим многообразием! В ассортименте – знаменитые трюфели, необыкновенные фрукты в шоколаде, уже полюбившиеся плитки, конфеты, драже и многое другое. А также – интересная линейка из области здорового питания без сахара, с витаминным и минеральным комплексами и даже постный шоколад.

Как сегодня работает компания? Какие препятствия преодолевает? Чем удивляет и какие планы строит на будущее? Об этом – и не только – нам рассказала Ирина Иващенко, соучредитель и коммерческий директор ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА».

– Ирина, мы знаем, что в 2024 году ваша компания отмечает своё 8-летие. Расскажите о том, как появилась идея создания «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА».

– Даже не верится, что прошло уже восемь лет! На самом деле в 2016 году наша идея создания производства лишь только приобрела какие-то очертания, а именно – произошла регистрация нашей компании и товарного знака. Самое сложное нам предстояло впереди, когда начался поиск производственного помещения, необходимого оборудования и разработки рецептур. Всё это было для нас малознакомо, ведь мы ранее занимались только импортом шоколада и с производством никогда не имели дело. Но, с другой

стороны, это был очень увлекательный творческий процесс, и я могу смело отнести тот период к одному из самых познавательных и интересных в своей жизни. Созидание всегда приносит свои плоды, даже если приходится неустанно преодолевать препятствия.

– За несколько лет ассортимент выпускаемой вами продукции заметно расширился. Что на сегодняшний день представлено в линейке вкусных и полезных лакомств?

– Мы начинали с классических рецептур, то есть с традиционного шоколада с различными начинками. Но в какой-то момент осознали, что классика ничем не отличает нас от конкурентов – других

производителей шоколада, которых достаточно много на рынке. Да, мы однозначно выделялись неординарной упаковкой с красивым дизайном, качеством шоколада, но опять же изобилие и разнообразие на рынке подсказывали действовать в другом направлении.

В связи с этим мы решили параллельно с полюбившейся нашим покупателям классикой развивать направление шоколада категории ЗОЖ. Ещё несколько лет назад ЗОЖ был не так популярен, как сейчас, тогда рынок слабо реагировал на наши попытки предложить шоколад с функциональными добавками. Но с каждым годом это направление набирало обороты. В наши дни мы уже не удивляемся и сталкиваемся с ЗОЖ во всех группах товаров:

это бакалея, кондитерская группа, напитки, мороженое и так далее. Мы уловили тенденцию рынка в момент её зарождения и начали развивать это направление.

На данный момент в нашем ассортименте представлено большое разнообразие шоколада без сахара, а также шоколад на растительном молоке (кокосовом, рисовом, овсяном). Нам очень приятно, когда нам пишут восторженные отзывы, появляется мотивация творить что-то новое. Сейчас очень сложно удивить покупателя, поэтому производители идут на нестандартные решения и наблюдают за реакцией рынка. Я бы хотела отметить, что нам это удалось. Кроме шоколадной группы, в нашем ассортименте есть конфетное направление – трюфели. Рассказать о вкусе достаточно сложно, нужно попробовать! Наши трюфели – это невероятно нежная тающая консистенция с терпкими нотками какао и разнообразными начинками. В нашем ассортименте – большое разнообразие вкусов: трюфели с шампанским, виски, кофе, фруктовые, с какао-крупкой и т. д. В первую очередь тем, кто хочет познакомиться с нашей маркой, я рекомендую попробовать трюфели, это тот продукт, который не оставит равнодушным даже самого изысканного гурмана.

– Вы следите за всеми современными трендами. На ваш взгляд, каковы основные преимущества продукции «ТОРГОВОГО ДОМА ШОКОЛАДА»?

– Да, конечно. Знание рынка – это очень важный момент. Мы сразу обращаем внимание на появление новинок на полках и проводим анализ. Но я могу смело отметить основную особенность нашей компании: мы не пытаемся угнаться за новомодными трендами, не стараемся удивить или шокировать рынок, чтобы нас узнали



на этой волне, как сейчас говорят – поймать хайп (*смеётся*). Мы не по этой части. Кроме того, что фабрика – это дело нашей жизни, это ещё и желание создать то, что может принести пользу обществу. Мы щепетильны в разработке рецептов и очень ответственны за то, что делаем.

Шоколад на альтернативном молоке и линейки без сахара – это уникальное направление. Такую продукцию могут употреблять даже аллергики, люди с непереносимостью лактозы, казеина, сахара, глютена. Причём наш шоколад по органолептике совершенно неотличим от классического молочного. К сожалению, очень много детей сегодня страдает аллергией – и не только. Большое количество и взрослых людей с ограничением в питании. А так хочется порадовать их, подарить положительные эмоции, и мы это делаем. К тому же хочу сказать, что наша продукция доступна по цене всем. Мы

стареемся выдерживать стоимость, которая подходила бы любому покупателю, и это очень важно, ведь наш шоколад – для здоровья!

– Какие ещё стратегии применяет «ТОРГОВЫЙ ДОМ ШОКОЛАДА» для успешного продвижения на рынке?

– К сожалению, мы пока не имеем возможности выделять бюджет для рекламы на федеральных каналах, поэтому нашим основным инструментом является спонсорство. Мы очень активно выступаем спонсорами различных мероприятий. Это не только эффективно, но и приносит радость нам и нашим партнёрам. Мы готовим потрясающие эксклюзивные подарки. У нас очень красивый и необычный дизайн упаковки, а вкупе с высоким качеством продукции подарки становятся уникальными, что приводит наших партнёров в восторг.

– Ваше предприятие находится на территории г. о. Химки в Московской области. В последнее время помощь подмосковного правительства представителям бизнеса заметно расширилась. Какие меры поддержки от государства получает ваша фабрика?

– Да, мы часто обращаемся за помощью. Очень радует, что мы находимся всегда в тесном контакте с администрацией муниципального округа. Часто возникают разного рода вопросы, и нам действительно помогают. Конечно, есть и более глобальные просьбы с нашей стороны, но об этом чуть позже.

В 2020 году мы получили субсидию за приобретённое оборудование, нам регулярно выделяют субсидии, компенсируя участие в выставках. Также мы пользуемся услугами Фонда микрофинансирования, кредитуюсь под льготный процент. Если говорить о мерах поддержки, то хотела



бы отметить деятельность Регионального экспортного центра. Совместно с РЭЦ мы принимали участие в выставках SiAI (г. Шанхай, Китай) и ANUGA (г. Кёльн, Германия), а также в бизнес-миссиях в нескольких странах. Наши сотрудники проходили бесплатное обучение по направлению «Экспорт» и получили необходимые знания. Я также знаю, что РЭЦ помогает с компенсацией затрат по логистике, но мы пока не исследовали эту меру поддержки, так как все наши клиенты работают на условиях ExWork, организовывая вывоз продукции с фабрики самостоятельно.

– Как вы считаете, какую ещё помощь могло бы оказать государство для поддержки бизнеса?

– Да, теперь я хотела бы затронуть тему о наших основных запросах, с которыми мы неоднократно обращались. Насущной проблемой нашей фабрики является ограниченная площадь, о чём я часто говорю. На территории городского округа Химки, да и всей Московской области, имеются заброшенные производственные помещения. Если бы государство передавало такие помещения в пользование производственным компаниям, это было бы ощутимой поддержкой. Мы смогли бы не только реанимировать и привести в порядок здание, обеспечив качественный ремонт и реставрацию, но и развить своё производство, увеличить мощности, создать новые рабочие места. Но пока что, к сожалению, этого не происходит. Да, помещения предлагают, но на срок 10 лет. Через этот период мы обязаны будем участвовать в тендере на выкуп здания, в ремонт которого мы вложились. Это совсем не привлекательные условия, ведь потратить на ремонт можно многомиллионный бюджет, но при этом непонятен механизм с выкупом. Также хотелось бы упомянуть Фонд микрофинансирования. Это хоро-



шая мера поддержки, но было бы здорово, если бы размер кредита увеличили: 5 млн рублей – очень незначительная сумма на развитие бизнеса. Также отмечу, что процент кредитования изменился с 5 до 15%, что уже вряд ли можно назвать льготным. Опять же: если вернуться к субсидиям, при отсутствии льготного кредитования приобретение оборудования не представляется возможным. Ведь основные средства компании находятся в постоянном обороте и взять деньги из оборота – это значит не докупить сырьё, не оплатить по счетам или не выплатить зарплату людям. То есть, по сути, ты останавливаешь бизнес, покупаешь оборудование и ожидаешь субсидию. Одобрят субсидию или нет – это тоже большой вопрос. Мне, как предпринимателю, послужило бы ощутимой поддержкой, если бы последовательность предоставления субсидии была иной. На мой взгляд, логичнее, если предприниматель до момен-

та покупки имел бы возможность подать сведения о своих намерениях, о приобретении оборудования и в случае одобрения мог бы рассчитывать на выделение средств на покупку по данной субсидии. Таким образом, у бизнеса не вставал бы вопрос о том, где взять деньги и покупать ли вообще, так как непонятно, одобряют ли субсидию в далёком будущем, или это не произойдёт.

– На что должен обратить внимание покупатель при выборе шоколадной продукции?

– Сейчас очень сложное время для тех, кто хоть как-то связан с натуральным шоколадом. В связи с неурожаем, вызванным засухой и аномальной жарой, биржевые котировки ставят исторические рекорды каждую неделю. Производители массово уведомляют о подорожании от 50-100% и выше. Особенно сильно вырастает цена на горький шоколад, где доля какао высока. Чтобы сохранить прибыль и остаться в том же ценовом сегменте, производители могут экономить на качестве, заменяя какао-масло более дешёвыми жирами. В шоколад могут быть добавлены эквивалент какао-масла (смесь растительных масел, таких как пальмовое, масло ши и т. д.) либо лауриновые жиры, при этом на этикетке может оказаться недостоверная информация. Рост цен не минует никого, и в самое ближайшее время стоимость шоколадной плитки на полке будет сильно отличаться от той, к которой все мы привыкли. Обычному покупателю сложно разобраться в качестве шоколада, особенно если вместо какао-масла добавлен эквивалент. Эквивалент ведёт себя в шоколаде так же, как и какао-масло, поэтому оценить по органолептике такой шоколад будет достаточно сложно. На что стоит обратить внимание – так это на цену. Шоколад на эквиваленте будет стоить



гораздо дешевле, чем натуральный, поэтому первое, что необходимо отметить для себя – это ценовой сегмент. Кроме эквивалента какао-масла, для удешевления шоколада добавляют лауриновые жиры. В данном варианте гораздо проще определить подмену. Так, например, если настоящий шоколад сразу тает во рту, т. к. температура плавления какао-масла ниже температуры человеческого тела, то температура плавления дешёвых жиров превышает температуру тела человека, поэтому, когда мы пробуем ненатуральный шоколад, создаётся «пластилинное» ощущение во рту. На это сразу нужно обратить внимание, ведь шоколад – это особенное лакомство, и мы должны получать от него максимальное удовольствие и пользу для здоровья.

– И всё же, несмотря на сложности, ваша компания уверенно движется вперёд. На сегодняшний день продукцию можно приобрести на маркетплейсах и в известных торговых сетях. А в каких странах представлена ваша продукция?



– Да, действительно, наш ассортимент можно в полном объёме приобрести на маркетплейсах. Но мы сейчас думаем над созданием собственного интернет-магазина, так как поступает много вопросов о том, где можно купить нашу продукцию. Также некоторые линейки у нас представлены в федеральных сетях.

Сегодня большая часть оборота нашей

компании состоит из продукции под СТМ, это объяснимо. Когда мы предлагаем нашим покупателям свой бренд и проходит дегустация продукции, мы постоянно сталкиваемся с тем, что нас почти всегда просят произвести аналогичный продукт, но под СТМ. С одной стороны, нас это радует, так как мы понимаем: не оценив качество нашего продукта по достоинству, наши заказчики никогда бы не запросили аналог под своей маркой. Но, с другой стороны, это и расстраивает, ведь каждый проект СТМ занимает мощности и притормаживает продвижение нашей собственной марки, которую мы так любим и развиваем.

Но в любом случае доверие наших клиентов – наша гордость и мотивация, мы всегда с большим интересом берёмся за новые проекты и никогда не подводим тех, кто нам доверяет.

Что касается международного сотрудничества, то это направление мы развиваем уже несколько лет подряд. Нашими стабильными партнёрами являются такие страны, как Китай, Белоруссия, Казахстан, Монголия, Узбекистан, Грузия, Абхазия. Мы ведём переговоры с Сербией и Ираном. Также мы ожидаем приезда на нашу фабрику дипломатической делегации из ОАЭ во главе с послом и очень надеемся, что нам удастся установить долгосрочные отношения с арабскими партнёрами. Нас радует, что отгрузки в другие страны происходят не однократно, а на регулярной основе. Это значит, что наша продукция востребована.

– Какие линейки вы хотели бы особо отметить в вашем ассортименте как наиболее популярные?

– У нас очень широкий ассортимент. На мой взгляд, даже самый изысканный гурман сможет найти для себя любимую линейку под брендом Libertad. Среди всего многообразия я хотела бы остановиться на некоторых из них, которые отличаются особой популярностью.





ОВСЯНЫЙ ШОКОЛАД БЕЗ САХАРА VEGAN LIBERTAD И KIDS LIBERTAD

Когда мы начали развивать направление ЗОЖ, то в первую очередь решили уйти от классики и начали отработку очень интересных нестандартных рецептов. Мы сразу обратили внимание на пользу овсяного сырья, которым можно заменить коровье молоко, ведь именно на него так часто дают реакцию аллергики. Также в линейках ЗОЖ мы не используем сахар. На основе овсяных зёрен мы создали две линейки: детскую Kids Libertad и взрослую Vegan Libertad. Шоколад получился необыкновенно вкусным. По этому продукту мы работаем с сетью «ВкусВилл» – как под своей маркой (шоколад овсяный с чёрной смородиной), так и под маркой «ВкусВилл»

(классический без начинки). Я хотела бы отметить стабильно высокий рейтинг по данной линейке и потрясающие отзывы, которые нас очень радуют и вдохновляют на новые идеи!

РИСОВЫЙ ШОКОЛАД LITTLE LIBERTAD

Одной из популярных ЗОЖ-линеек является наш Little Libertad. Это шоколад на основе молотых рисовых зёрен, который не содержит казеин, лактозу и глютен. Рисовое сырьё, заменяющее коровье молоко, является самым оптимальным для создания детской линейки. Рисовый шоколад практически неотличим от классического, всеми любимого молочного шоколада, у него очень нежная консистенция и приятный вкус, а яркие упаковки с изо-

бражением красочных живых фруктов сделают его прекрасным подарком для детей.

ТРЮФЕЛИ LIBERTAD

Ну и конечно, не могу не затронуть наш ассортимент трюфелей. Всем, кто хотел бы познакомиться с маркой Libertad, я в первую очередь рекомендую начать с дегустации наших невероятно вкусных трюфелей. К классической линейке можно отнести трюфели в какао, с кофе, а также с шампанским и виски. Невозможно не отметить вкус с игристым шампанским Elegant Collection: вы испытаете поистине невероятные ощущения, ведь в трюфельной начинке неожиданно приятный сюрприз, который не оставит никого равнодушным и подарит массу положительных эмоций и веселья! Также наши трюфели представлены во фруктовой линейке. Это просто сногшибательное сочетание нежной текстуры и фруктовой натуральной обсыпки различных фруктов и ягод!

КОКОСОВЫЙ ШОКОЛАД СОСО LIBERTAD

Обратив внимание на популярность ЗОЖ-линеек, мы продолжили двигаться в сторону поиска альтернативы коровьему молоку. Кокосовое молоко – пожалуй, самый приятный и вкусный ингредиент, который не только делает шоколад полезным и гипоаллергенным из-за отсутствия казеина и лактозы, но и также очень интересен по вкусу. Любители кокосовых ноток обязательно оценят приятное послевкусие, а также нежнейшую консистенцию. Кроме оригинальной рецептуры самого шоколада, мы решили добавить интересные начинки. Так, например, кокосовый шоколад в сочетании с ананасом и бананом, а также манго придаёт линейке экзотические нотки. Я очень рекомендую попробовать нашу новинку Coco Libertad!

ШОКОЛАД GRANOLA LIBERTAD

В процессе создания наших линеек мы часто экспериментируем с различными ингредиентами. Некоторые, порой самые неожиданные сочетания оказываются очень вкусными и интересными. Так, например, появилась наша марка Granola Libertad. Добавив овсяные хлопья, обжаренные в мёде, ягоды и орехи, мы получили очень вкусную, хрустящую, наполненную витаминами и насыщенную яркими фруктовыми оттенками шоколадную линейку. Granola Libertad стала популярной также и за счёт своей упаковки: сквозь прозрачное вырубное окно можно увидеть богатую начинку, а нежный дизайн, выполненный в пастельных тонах в сочетании с изображением натуральных фруктов и ягод, делает эту линейку восхитительной для полезного и вкусного подарка.





– Да, планов очень много, но в основном они касаются расширения клиентской базы, увеличения оборота и оттачивания ассортимента. За последние несколько лет нами было создано колоссальное количество новых линеек и рецептов. Поэтому сейчас необходимо сделать паузу для анализа ассортимента, чтобы в дальнейшем с новыми силами приступить к очередным работам. На данный момент уже есть понимание, какие позиции самые востребованные, а какие – в меньшей степени, что необходимо развивать, а от чего стоит отказаться. Наконец наступил тот самый долгожданный период, когда мы накопили опыт, понимание конъюнктуры рынка и готовы аккумулировать наши знания для выбора более точного направления пути.

Беседовала
Екатерина Иванова

– Что помогает вам и предприятию двигаться вперёд, а что мешает осуществить задуманное?

– К сожалению, не всегда удаётся осуществить свои планы. Во многом препятствуют внешние обстоятельства (неурожай какао-бобов, курс доллара, политическая ситуация). Мы хотим большую площадь для развития, о которой мы постоянно говорим, хотим увеличить мощности для того, чтобы развить экспорт, хотим создать новое для нас направление корпусных конфет для расширения ассортимента, но... препятствие на препятствии. Но мы понимаем, что останавливаться всё равно нельзя, потому что стагнация – это деградация. Но и развитие должно быть плавным. Лучше медленное, но уверенное наращивание темпов, чем скачкообразный рост, который может повлиять на финансовую устойчивость предприятия.

– Всегда интересно узнавать о перспективах. Какое место занимает компания на рынке шоколадных изделий и какие есть планы по её дальнейшему развитию?

– Как я упоминала выше, мы нацелены не только на российский рынок, но и на развитие международных отношений. На данный период времени мы сосредоточились на установлении сотрудничества с такими странами, как ОАЭ, Катар, Армения, Ангола и Турция. Это план на 2024 год. Если в этом году в эти страны начнутся отгрузки, я буду очень рада!

– Ирина, мы не ошибёмся, если скажем, что вы всегда за творчество и креатив. Если ли у вас в планах какие-либо необычные идеи, которые вы хотели бы осуществить в ближайшем будущем?





Горький, молочный, пористый и с разными начинками шоколад любят во всём мире за непревзойдённый вкус и аромат, натуральный состав, удовольствие, которое он дарит, а самое главное – он позволяет на мгновение вернуться в беззаботное детство.

Кондитерская фабрика «Волшебница» с многолетней историей дарит возможность наслаждаться изысканным шоколадом высочайшего качества, она постоянно обновляет свой ассортимент и совершенствует вкусы кондитерских изделий, изобретая всё новые и новые виды сладостей.

Об успешно реализуемых новинках, линейках детского шоколада и незабываемом приключении, организуемом на фабрике шоколада в виде экскурсий для маленьких сладкоежек, рассказала нашему изданию директор по PR и рекламе предприятия Елена Изгородина.

Елена Изгородина:
«ЖЕНСКИЙ КОЛЛЕКТИВ «ВОЛШЕБНИЦЫ» ТВОРИТ НАСТОЯЩЕЕ ВОЛШЕБСТВО, СОЗДАВАЯ ПРОДУКТЫ, КОТОРЫЕ СТАНОВЯТСЯ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ЛЮБИМЫМИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ»

ШИРОЧАЙШИЙ АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ КОНДИТЕРСКОЙ ФАБРИКИ «ВОЛШЕБНИЦА» ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ КОНФЕТ, ТРЮФЕЛЬ, ПЛИТОЧНЫЙ И ПОРЦИОННЫЙ ШОКОЛАД, ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ, ШОКОЛАД-ОТКРЫТКИ, СУВЕНИРНУЮ ПРОДУКЦИЮ И МНОГООЕ ДРУГОЕ.

– Елена, кондитерская фабрика «Волшебница» уже 27 лет успешно занимается производством трюфелей, шоколадных конфет, порционного и плиточного

шоколада и других сладостей. Насколько за эти годы компания расширила свой ассортимент?

– С 1997 года «Волшебница» выросла из торговой компании по реализации импортных кондитерских изделий и поставщика сырья в известного российского производителя, предлагающего покупателям более 200 различных видов шоколадных изделий. Миссия нашей компании – производство высококачественной шоколадной продукции, которая гарантирована тщательным отбором поставщиков сырья: партнёрами фабрики являются исключительно лидеры мирового рынка.

Любимые многими конфеты трюфель стали особенно популярными в нашей стране благодаря уникальной рецептуре, созданной на предприятии французскими шоколатье и реализованной опытными технологами на нашем производстве в промышленном масштабе. Получая восторженные отзывы потребителей, мы начали активно развивать ассортиментную

линейку «королевских конфет» – а именно так называются трюфели в кондитерском мире – и предложили варианты продукта без добавления сахара для тех, кто хочет ограничить его потребление или вынужден это сделать по медицинским показаниям.

Всё это время нам приходило большое количество запросов на подарочные варианты продукта, и наша команда создала изысканные варианты упаковки, новые формы конфет, и, конечно же, были разработаны особые рецептуры с натуральными ягодными и фруктовыми посыпками.

– Ваше предприятие делает особый акцент на создании полезных продуктов: это и детский шоколад с антикариесным эффектом, и новая линейка «Шоколадная аптека». Что это за «волшебные» новинки?

– Серия шоколада Magic Heroes – это наш ответ на потребность родителей в полезных сладостях для детей. В рецептуру

добавлены ценные для здоровья ингредиенты: злаки, овощи, фрукты и особый натуральный компонент – смола тропического дерева «Фито-дент» (в составе указана смола Boswellia), которая борется с бактериями, препятствует развитию кариеса и помогает сохранить здоровье и белизну зубов. Продукт получил высокую оценку экспертов и золотую медаль в конкурсе «Инновационный продукт» на международной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2023».

Отмечается, что продукт разрабатывали совместно со стоматологами, на упаковке шоколада нанесена маркировка «антикариес». На выбор предлагаются плитки с разными добавками: с фруктами, овощами, ягодами и злаками.

Также в начале года мы выпустили инновационную продукцию – линейку тёмного шоколада 75% какао без сахара с лекарственными растениями «Шоколадная аптека», которая уже успела удостоиться золотой медали за «Инновации в составе продукта» в конкурсе на «Продэкспо-2024». Серия «Шоколадная аптека» – это четыре вида функционального шоколада: «Бодрость» с элеутерококком, женьшенем и лимонником; «Гармония» с солодкой, пустырником, иван-чаем и гречихой; «Иммунитет» с мелиссой, тимьяном, шалфеем, орегано и вербеной; «Спокойствие» с эхинацеей, фенхелем, мускатным орехом и кардамоном.

– **Особое внимание кондитерская фабрика «Волшебница» уделяет самым юным сладкоежкам. Расскажите о невероятно популярном новом направлении: детских экскурсиях на действующее кондитерское производство.**

– Детские экскурсии – это наше любимое направление и постоянный источник положительных эмоций! Мы с радостью открываем двери нашего производства для юных сладкоежек. Дети узнают, как делают шоколад, могут попробовать раз-



ные виды шоколада, а также принять участие в увлекательных мастер-классах по отливу «шоколадных карандашей» и декорированию упаковки. Экскурсии проводятся в игровой форме, чтобы было интересно и познавательно для ребёнка любого возраста.

– **Большая часть сотрудников предприятия – женщины, которые создают шоколадную продукцию с особой любовью и трепетом. Можно ли сказать, что в том числе благодаря их женской мягкости и положительным эмоциям кондитерские изделия «Волшебницы» настолько высоко ценятся и любимы во всём мире?**

– Я уверена, что наша продукция нравится покупателям по многим причинам: высокое качество, натуральные ингредиенты, широкий ассортимент и, конечно же, частичка души, которую вкладывают наши сотрудники в каждое изделие.

Наш женский коллектив творит настоящее волшебство, создавая продукты, которые становятся по-настоящему любимыми для покупателей: продукты для особых моментов и продукты на каждый день, чтобы радовать себя и близких.

НОВЫЙ ГОД СОВСЕМ СКОРО, И ФАБРИКА «ВОЛШЕБНИЦА» ПРЕДЛАГАЕТ ПРОГРАММУ НОВОГОДНИХ ЭКСКУРСИЙ. ОНИ ВКЛЮЧАЮТ В СЕБЯ ЭКСКУРСИЮ ПО ЦЕХАМ ПРОИЗВОДСТВА, ДЕГУСТАЦИЮ ШОКОЛАДА, ИНТЕРАКТИВНУЮ НОВОГОДНЮЮ ПРОГРАММУ С ДЕДОМ МОРОЗОМ, МАСТЕР-КЛАСС ПО СОЗДАНИЮ НОВОГОДНЕЙ ШОКОЛАДКИ, МАСТЕР-КЛАСС «ДИЗАЙН ВОЛШЕБНОЙ ШОКОЛАДКИ», А ТАКЖЕ СЛАДКИЙ НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК.

– **Расскажите о планах «Волшебницы» на ближайший год: продолжите ли вы расширять своё присутствие на международных рынках и развивать сотрудничество с другими странами?**

– Наше предприятие ежегодно представляет в торговые сети России, стран ближнего и дальнего зарубежья тысячи тонн шоколада в виде плиток и конфет. Продукция «Волшебницы» очень востребована на международных рынках: мы уже реализовали экспортные отгрузки в 17 стран мира, а в ближайших планах – начать работу в странах Персидского залива и усилить присутствие в Китае, СНГ и других регионах.

«ВОЛШЕБНИЦА» НЕОДНОКРАТНО ЗАНИМАЛА ЛИДИРУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ И ПРИЗНАВАЛАСЬ ОДНОЙ ИЗ ЛУЧШИХ В СВОЕЙ ОТРАСЛИ:

- победитель премии Russian Business Guide в номинации «Пищевое производство. Продукт года» за 2023 год;
- лауреат всероссийского конкурса производителей товаров и услуг «Звезда качества России» в номинации «Производители кондитерских изделий»;
- золотая медаль «Подтверждённое качество» за шоколад «Восхищение» 100% какао от экспертов отраслевого издания «Кондитерские изделия»;
- золотая медаль в конкурсе «Инновационный продукт» на международной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2023» за шоколад Magic Heroes в номинации «Инновации в составе продукта».

Анастасия Чудина, КЕМА КЛАБ: «Производство пищевых ароматизаторов – это сочетание науки, опыта и творчества»

Благодаря синтетическим ароматизаторам производители смогли расширить ассортимент продукции, усилить аромат продуктов, подвергавшихся термической обработке. Люди поняли, что благодаря всевозможным добавкам и ароматизаторам они могут усилить естественный вкус продукта, сделать его интереснее, упростить процесс производства.

В современных условиях развития пищевой промышленности трудно переоценить роль качественных пищевых ингредиентов! Компания КЕМА КЛАБ сегодня – один из видных игроков на рынке пищевых ароматизаторов, а также косметических и парфюмерных отдушек.

Ей удаётся идти в ногу со временем, следовать всем инновационным изменениям в технологиях изготовления пищевых ингредиентов и развивать собственное производство.

Об этом и ещё о многом из потрясающего мира ароматизаторов мы поговорили с Анастасией Чудиной, коммерческим директором компании КЕМА КЛАБ.



– **Анастасия, ваша компания существует на рынке косметических и пищевых ингредиентов с 2005 года, и наступивший год для неё юбилейный. Юбилей – прекрасный повод для того, чтобы вспомнить, с чего всё начиналось. Кто и на какой базе основал компанию? Почему была избрана эта сфера бизнеса? Как всё развивалось?**

– Компанию основал Марат Зарипов в 2005 году. Мы начинали как студия ароматизации. В то время было очень популярно ароматизировать магазины с целью увеличения потока клиентов. Чуть позже КЕМА КЛАБ стала официальным дистрибутором французских отдушек в России.

Но основатель КЕМА КЛАБ всегда стремился к большому: ему хотелось не просто продавать, а создавать что-то своё. Так появилось производство отдушек КЕМА КЛАБ, а впоследствии и пищевых ароматизаторов.

Стоит отметить, что рост компании во многом стал возможен благодаря энергичности и целеустремлённости Марата Зарипова. Он всегда ищет новые решения и возможности для развития.

– **Что представляет собой компания КЕМА КЛАБ сегодня: локации, производственные мощности, объёмы, география продаж и т. д.?**

– На сегодняшний день у нас большая команда парфюмеров, флейвористов и технологов. Есть собственная лаборатория разработки в Москве, а также аналитическая лаборатория, оснащённая новейшим оборудованием.

У КЕМА КЛАБ имеется большая производственная площадка в городе Бежецке Тверской области. В штате компании трудится 120 человек. Это позволяет производить качественную продукцию в более сжатые сроки.

Мы реализуем около 90 тонн продукции в месяц по всей России и странам бывшего СНГ.

– **Познакомьте читателей с ассортиментом компании. Какие из ваших продуктов пользуются повышенным спросом?**

– КЕМА КЛАБ имеет собственное производство отдушек и пищевых ингредиентов. Это два разных направления, но оба отдела предлагают широкий ассортимент продукции, которая пользуется большим спросом.

У нас более 1000 наименований пищевых ароматизаторов для всех сфер пищевой промышленности, будь то кондитерская индустрия, масложировая промышленность или производство БАДов. У нас есть отдельная линейка сухих ароматизаторов: например, для снековой продукции или спортивного питания. Кроме того, специалисты КЕМА КЛАБ способны разработать ароматизаторы под продукт заказчика.

Также мы предлагаем синтетические душистые вещества, которые широко ис-

пользуют в косметической, парфюмерной и пищевой промышленности. Сейчас на рынке наблюдается большая потребность в этом сырье.

– **Кто ваши клиенты, партнёры? В каких областях используется ваша продукция?**

– Как я уже отмечала, у КЕМА КЛАБ два основных направления производства: отдушки и пищевые ингредиенты. Клиенты этих отделов отличаются, так как отдушки используются в косметике и парфюмерии, а ароматизаторы – в пищевой промышленности.

Благодаря тому, что у нас своя лаборатория по разработкам, нам доверяют лидеры отрасли. Но мы работаем и с небольшими производствами, так как у нас большой складской ассортимент и фасовка от 1 кг.

Для нас важен каждый клиент, и мы гордимся тем, что можем удовлетворять потребности как крупных, так и небольших компаний. Мы растём вместе с нашими партнёрами.

Наши пищевые ингредиенты используются во многих отраслях: от классической кулинарии до производства фармацевтики и БАДов. Вы удивитесь, но пищевые ароматизаторы используют даже в кормах сельскохозяйственных животных!

Такое широкое распространение ароматизаторов обусловлено преимуществами,

которые они дают производителям пищевой продукции. Ведь вкусоароматические добавки делают еду более привлекательной. И могут помочь даже в том случае, если, например, в составе продукта есть лечебные препараты, имеющие неприятный запах.

– **Каковы последние тренды в области пищевых ароматизаторов? Успеваете ли вы за быстротечной модой?**

– Одним из основных трендов в области пищевых ингредиентов является внимание к качеству продукции. Ведь потребители хотят питаться вкусно и без вреда для здоровья. Поэтому производителям пищевых ингредиентов необходимо тщательно отслеживать все этапы производства, чтобы соответствовать высоким требованиям отрасли.

Для того чтобы обеспечить наилучшие характеристики нашей продукции, в КЕМА КЛАБ введена система прослеживаемости: от момента поступления сырья до выработки готовой продукции. У нас есть производственная лаборатория, оснащённая новейшим оборудованием, где мы проверяем качество сырья, полуфабрикатов и готовой продукции.

Следующий тренд – это функциональное питание. Это пища, которая, помимо насыщения, приносит пользу для здоровья. Например, йогурт с пробиотиками для улучшения пищеварения.

Интерес к продуктам с дополнительными свойствами связан со стремлением людей к здоровому образу жизни и сбалансированному питанию. Но в условиях постоянного стресса, быстрого ритма жизни и нехватки времени придерживаться правильного рациона довольно сложно.

Поэтому технологи разрабатывают продукты с добавлением полезных веществ. Например, чай с витаминами. Такие функциональные продукты помогают легко включить полезные вещества в ежедневный рацион.

Также наблюдается другая тенденция, связанная со здоровым образом жизни и диетическим питанием. Это переход на растительное молоко, безглютеновые продукты и снижение сахара в рационе.



Великая сила ароматов... Мы не всегда осознаём их колоссальное влияние на нашу жизнь, но оно от этого не становится меньше... А вот мудрые предки давным-давно выяснили, что с ароматическими пищевыми добавками еда получается желаннее и аппетитнее. Ароматизаторы применяли ещё в Древнем Египте, используя травы, концентрированные соки овощей и фруктов и пряности. И вот, например, история таких ароматизаторов, как пряности, сродни захватывающему историческому детективу. Скажем, банальную в наши дни ваниль до 1841 года выращивали только в Мексике, где растение опыляли эндемичные пчёлы. За пределами родины капризная орхидея росла, но стручки на ней не завязывались... И только в 1841 году юный чернокожий раб с острова Реюньон нашёл способ искусственного опыления цветов. Благодаря его открытию ценная пряность стала более доступной и за пределами Мексики и всё же оставалась элитным продуктом, пока в начале XX века люди не стали активно использовать в пищевой промышленности синтетические ароматизаторы. Первые были с ароматом банана и груши, но недолго заставила себя ждать и ваниль. Историей ароматизаторов без преувеличения можно зачитаться, как романом!

Третий тренд – экстраординарные вкусы. Люди стремятся к новым и необычным впечатлениям от еды и напитков. Стало сложно удивить потребителей вкусами экзотических фруктов. Ведь они ждут необычных сочетаний. Например, вкус поджаренной морской соли в шоколаде или вина со сгущённым молоком.

И здесь у флейвористов КЕМА КЛАБ огромное поле для фантазий, и они могут реализовать весь свой творческий потенциал. Разумеется, мы следим за новыми направлениями в отрасли и делаем всё, чтобы характеристики нашей продукции соответствовали всем требованиям.

– В 2018 году вы запустили проект создания лаборатории по разработке российских пищевых ароматизаторов. То, что вам удалось так удачно предвосхитить тренд на импортозамещение, – счастливая случайность или результат продуманной бизнес-стратегии?

– Мы заранее планировали расширять производство, так как уже укрепили свои позиции на рынке отдушек к 2018 году. Нам хотелось развивать новые направления, которые пользуются спросом.

Расширение собственного производства – это неотъемлемая часть нашей стратегии.

– Расскажите о своей лаборатории: об оборудовании, возможностях, сотрудниках. Какую роль в деятельности компании играют научные исследования и инновации?

– У нас собственная аналитическая лаборатория в Москве, оснащённая хроматографами. Это прибор, который помогает разделять и анализировать разные вещества в смеси. Представьте, что у вас есть коктейль и вы хотите узнать, из каких ингредиентов он состоит. Хроматограф «разделяет» этот коктейль на отдельные части, чтобы вы могли понять, что в нём есть.

Кроме того, есть и другое современное оборудование, которое позволяет анали-

зировать качество сырья и готовой продукции.

Разумеется, исследования и инновации играют огромную роль в деятельности КЕМА КЛАБ. Мы следим за появлением нового оборудования, а также методик производства, чтобы улучшать все процессы разработки.

Благодаря новейшему оборудованию наша команда разработчиков исследует наиболее важные сенсорные характеристики продуктов. Это позволяет создавать по-настоящему уникальные вкусовые профили.

Но всё-таки результат зависит не только от оборудования, но и от навыков специалистов, которые у нас работают. Ведь производство пищевых ароматизаторов – это сочетание науки, опыта и творчества.

Наши разработчики действительно любят своё дело. Они проходят курсы повышения квалификации и обновляют свои знания в соответствии с изменениями в отрасли.

– А если брать шире, всю команду, ведь на сегодня в компании работает более 120 человек... Скажите несколько слов о своём коллективе. Какие качества нужны, чтобы стать частью вашей команды? Что вы больше всего цените в сотрудниках?

– Сейчас у нас работает большая команда профессионалов. Это именно команда, ведь в КЕМА КЛАБ очень дружный коллектив.

Все наши сотрудники действительно вовлечены в работу, и мы это ценим. У нас можно и нужно проявлять инициативу. Я могу с уверенностью сказать, что коллектив компании увлечён своей работой. Именно вовлечённость является важным качеством, необходимым, чтобы стать частью команды.

Кроме того, для КЕМА КЛАБ важно счастье наших сотрудников. Ведь мы понимаем, что профессиональная команда – это наша опора. Поэтому мы создаём ком-





фортные условия для работы, прислушиваемся к сотрудникам и мотивируем их.

– Каким был 2024 год для вашей компании? Какими достижениями можете гордиться? Какие новинки предлагаете потребителю?

– Прошлый год я могу охарактеризовать как стабильный. У нас не было больших потрясений, и мы смогли двигаться в соответствии с намеченными планами.

Мы значительно расширили штат сотрудников и начали разработку комплексных пищевых добавок.

Кроме того, мы добились ускорения производства с 14 до 5 дней и увеличения производительности. Это стало возможным благодаря внедрению DataMatrix-кодов для сырья и полуфабрикатов.

Мы планируем и дальше развиваться и внедрять современные технологии в производственные процессы для повышения сроков отгрузки и более тонкого контроля качества готовой продукции.

– С какими основными вызовами и сложностями сегодня сталкиваетесь? Благодаря чему компании удаётся успешно развиваться в текущих непростых экономических условиях?

– Я полагаю, что наши сложности были такими же, как у других компаний. В частности, это трудности с международной логистикой и валютными платежами, из-за чего увеличивались сроки доставки.

Но мы хорошо справлялись с этими препятствиями благодаря нашим сотрудникам. Открытые встречи, семинары, специализированные форумы: специалисты КЕМА КЛАБ трудятся, чтобы найти новые пути решения поставленных задач.

Мы постоянно развиваемся и охватываем новые рынки. Разрабатываем новые продукты. Нарастиваем объём производства и увеличиваем продажи. Поэтому, несмотря на инфляцию, у нас есть возможность масштабировать производство и сохранять достойную заработную плату нашим специалистам.

– Давайте развеим мифы, касающиеся использования пищевых добавок, с которыми часто приходится сталкиваться в быту. Многие потребители считают, что чем меньше добавок в продуктах, тем они безопаснее. Так ли это?

– На данный момент пищевые добавки играют важную роль в пищевой промышленности. С помощью специальных комплексов можно сделать обычную еду полезнее. А используя ароматизаторы, можно уменьшить количество сахара в продуктах или сделать питательное, но невкусное блюдо аппетитным.

Я уже рассказывала о функциональном питании – продуктах, которые приносят пользу организму. Производство такой пищи стало возможным благодаря добавкам.

Мы понимаем, что тема здорового образа жизни сейчас очень популярна. Многие отказываются от молочных продуктов и ограничивают потребление жиров и сахара. Но потребители часто не понимают, что различные комплексы и вкусоароматические добавки делают диетическую продукцию более привлекательной.

Например, обезжиренное молоко теряет свои вкусовые качества. Но при помощи пищевых ароматизаторов производители сохраняют приятный и привычный вкус

продукции. Таким образом, потребители могут наслаждаться диетической едой, а не выбирать между полезным и вкусным.

Кроме того, производство пищевых ингредиентов строго регламентируется и перепроверяется. Но даже если бы добавки могли представлять какую-то опасность, их количество в нашем рационе слишком мало, чтобы причинить вред здоровью. Обычно ароматизаторы составляют от 0,01% до 0,3% от продукта. Это совсем немного, при этом роль их велика.

– Каковы ваши планы на наступивший год? Какими достижениями планируете отметить юбилей? Каким вам видится КЕМА КЛАБ будущего?

– Мы продолжаем расширять ассортимент: от пищевых ингредиентов (эмульгаторов, ферментов, стабилизаторов) до комплексных пищевых добавок. Это смеси различных ингредиентов, которые добавляются в продукты питания для улучшения их свойств. Они широко используются в пищевой промышленности для обеспечения качества и стабильности продуктов.

Также мы развиваем продажу сырья для косметической, парфюмерной и пищевой промышленности.

Кроме того, мы наращиваем производственные мощности и модернизируем лаборатории, чтобы оправдывать доверие наших клиентов и в будущем.

Для нас КЕМА КЛАБ будущего – это крупная компания, имя которой ассоциируется с высоким качеством продукции. В целом мы стремимся вывести российское производство на новый уровень и повысить ценность пищевых ингредиентов от отечественного производителя.

Ольга Ястребова, «Аргол»: «Чтобы остаться на своём месте, надо очень быстро бежать!»



Компания «Аргол» – известный участник российского рынка пищевых ингредиентов, срок её работы уже приближается к четвертьвековому юбилею. За это время она, как и весь бизнес мира, переживала и взлёты, и падения. Но из кризисов выходила только более закалённой, с новыми знаниями и опытом. И сегодня предприятию удаётся идти в ногу со временем, следовать всем инновационным изменениям в технологиях изготовления пищевых ингредиентов и развивать собственное производство. Просто ли это? Безусловно, непросто. Какие вызовы стоят сегодня перед бизнесом в этой сфере и какие, возможно, встанут завтра? Какие выходы возможны? Какие принципы помогают оставаться на плаву и достигать поставленных целей?

Об этом – и не только – мы поговорили с Ольгой Ястребовой, генеральным директором Группы компаний «Аргол».



– Ольга Леонидовна, для тех из наших читателей, кто ещё не встречался с вами на страницах нашего издания, расскажите об основных направлениях деятельности компании «Аргол».

– Наша компания существует на российском рынке более 20 лет. Мы начинали свою работу с одного-единственного направления – пищевых ароматизаторов от компании Quest. Её давно не существует, ещё 20 лет назад она была продана своему основному конкуренту – компании Givadan. Когда компания продаётся, как правило, меняются команда и дистрибьюторы во всех странах. Очень хорошо помню, как на встрече с российской компанией нас спросили: «А что будет, если компания Quest перестанет существовать?» Тогда этот вопрос мне показался очень странным: Quest была стабильной европейской компанией с 50-летней историей.

Я тогда подумала, что, скорее, надо было спрашивать нас: «А что будет, если компания «Аргол» перестанет существовать?» Но случилось наоборот: компании Quest больше не существует, а «Аргол» активно действует на российском рынке, и в её команде до сих пор есть сотрудники, с которыми мы вместе начинали. Помните, как там у Булгакова? «Как причудливо тасуется колода!»

Из истории с Quest мы вынесли принцип: нельзя концентрироваться на одном направлении, надо диверсифицировать бизнес. И если с одним поставщиком что-то произойдёт, у тебя в запасе должно быть ещё несколько, которые дадут возможность удержаться на плаву и продолжать развитие.

Сейчас в нашем портфеле находятся разные ингредиенты.

– Расскажите немного о каждом направлении.

– С искренним удовольствием!

ШОКОЛАД ПО-ТУРЕЦКИ

В нашем портфеле сегодня – шоколад и какао-продукты от турецкой компании «Алтинмарка». Эта компания – вторая по величине по производству какао-продуктов, с ней работают крупнейшие мультинациональные компании.

Но в своё время нам пришлось приложить много усилий, чтобы доказать российским компаниям, что её продукция – одна из лучших в мире.

Ведь ещё 10 лет назад Турция у наших соотечественников ассоциировалась с полосатыми сумками «челноков», отелями типа «всё включено» и дублёнками. А то, что в этой стране прекрасно развита пищевая промышленность, россияне узнали и усвоили лишь несколько лет назад. И в этом осознании есть и вклад компании «Аргол».

ТАЙНА КАПУЧИНО

Мы также предлагаем порошкообразные жиры, эмульгаторы, сливки от малайзийской компании Custom Food.

Мы все знаем такой продукт, как «кофе 3 в 1», и, в частности, такой капучино. Но далеко не всем известно, почему после добавления кипятка в стакане образуется пена и продукт становится похож на капучино, приготовленный в кофейне. Это происходит благодаря ингредиенту, который называется вспенивателем. В мире очень немного компаний, предлагающих подобный, очень непростой в изготовлении продукт. Благодаря сложной технологии пузырёк углекислого газа запаивается в жировую капсулу из кокосового масла и

Таким образом, потребитель быстро и легко получает вкусный и эстетичный напиток.

«НИЧТО ТАК НЕ ПУГАЕТ МИР, КАК ВСЕМ ИЗВЕСТНЫЙ РЫБИЙ ЖИР...»

Сейчас всё большее развитие получает производство специального питания для спортсменов, пожилых людей, детей.



Стало понятно, что в разном возрасте и при разной активности организму необходимы разные вещества. Например, для маленьких детей очень важно наличие в рационе омега-3, 6 и 9 в определённых сочетаниях.

Мы все знаем, что омега-3 содержится в большом количестве в рыбьем жире, водорослях, льняном масле и некоторых других продуктах. Но одна из главных проблем состоит в том, что все эти масла очень быстро окисляются, и в результате появляется специфический неприятный запах «протухшей рыбы». Да и вообще, родители знают, каких усилий стоит заставить ребёнка проглотить ложечку столь

полезного рыбьего жира! Не зря ещё в 1970 году про этот процесс написал Эдуард Успенский: «Ничто так не пугает мир...» Да и с классическими желатиновыми капсулами дело обстоит ненамного лучше... Custom Food удалось решить эту проблему. Они запаивают капли жира, содержащие омегу, как бы в микрокапсулки, обволакивая их глюкозным сиропом, затем высушивают продукт и получают порошок с высоким содержанием омега-3. Такой порошок имеет срок годности до полутора лет, и его можно легко добавлять в напитки или в порошковое питание как для детей, так и для взрослых. Получать эти вещества особенно важно и пожилым людям.

ЧИСТАЯ ЭНЕРГИЯ

Сегодня всё большую популярность приобретают МСТ-масла. Эти масла сразу перерабатываются в печени в энергию и не откладываются в жировую ткань. Раньше такие продукты использовали в основном спортсмены. Так как им нужна быстрая энергия, но при этом совсем не нужна лишняя жировая ткань.

Также такие масла востребованы в продуктах для людей, восстанавливающихся после операций, когда нужна энергия на быструю реабилитацию организма, но при этом двигательная активность снижена.

Наш поставщик Custom Food производит эти продукты в порошковой форме. Та-



затем закрывается глюкозным сиропом. После добавления кипятка глюкозный сироп растворяется, кокосовый жир расплавляется, освобождается углекислый газ и на поверхности кофе образуется пенка.

Были опубликованы исследования, изучавшие, как недостаток омега-3 и 9 влияет на умственное развитие ребёнка и как добавка в рацион нужных продуктов помогает исправить ситуацию.

Пищу современного человека нельзя представить без веществ, которые улучшают её внешний вид, вкус, цвет, запах и многие другие свойства продуктов, т. е. без пищевых добавок и ингредиентов как природного, так и искусственного происхождения.

Однако это отнюдь не изобретение современности. Собственно, сфера родилась в тот момент, когда первобытный человек додумался впервые посолить добытое на охоте мясо каменной солью и добавить к блюду ароматных трав. История человечества знала такие периоды, как войны за пряности или эпоха великих географических открытий, сделанных во многом в процессе поиска новых путей к областям земного шара, где эти пряности растут... Сегодня существует мощная отрасль промышленности, выпускающая ингредиенты, призванные сохранять продукты питания, увеличивать срок их хранения и значительно видоизменять всё то, что люди вырастили собственным трудом или взяли у природы: консервировать, ароматизировать, подкрашивать и т. д., делая привлекательнее, полезнее и вкуснее.



кие продукты легко транспортировать, они не требуют каких-то особых условий хранения и имеют длительный срок годности.

КАРАМЕЛЬНАЯ СТРАНА

Ещё одна актуальная тема: карамель – сливовая, ореховая, леденцовая – от турецкой компании «Карамелла».

В последнее время всё большую популярность набирает карамель в разных видах. За последний, 2024 год очень, более чем в 2,5 раза, подорожали какао-бобы. Соответственно, и цена на какао-продукты сильно выросла. Производители кондитерских изделий, естественно, стараются максимально затормозить рост цен на свою продукцию и поэтому всё больше используют шоколад не в чистом виде, а вместе с другими ингредиентами. В частности, с карамелью. Наибольшей популярностью пользуется солёная карамель. Сочетание сладкого и солёного плюс вкус самой карамели делают конечный продукт очень пикантным и привлекательным.

У нас сейчас появился очень интересный новый продукт – ореховая карамель. Это карамель с добавлением дроблёных орехов. Её используют в очень многих продуктах. Крупные кусочки можно покрывать шоколадом или шоколадной глазурью, можно использовать и в грануле, а также добавлять в кондитерские изделия. С одной стороны, вы получаете очень вкусный продукт, содержащий орехи, о пользе которых всем известно, а с другой – снижаете себестоимость.

ОВОЩИ, ФРУКТЫ – ЛУЧШИЕ ПРОДУКТЫ

Не забудем и про фруктовые кусочки турецкой компании «Матекс».



Их можно использовать как в качестве включений в продукцию, так и как самостоятельный продукт для перекуса. Их преимущество – абсолютная натуральность и сохранение практически всех витаминов, имеющихся в натуральных фруктах и овощах. Интересны сочетания вкусов как разных фруктов между собой, так и фруктов и овощей. Продукт, идеальный и для детского, и для взрослого перекуса.

– По какому принципу вы выбираете своих поставщиков?

– Мы всегда очень внимательно отбираем ингредиенты и поставщиков для российского рынка. Как бы ни была привлекательна цена, мы в первую очередь смотрим на качество продукта и надёжность поставщика. И никогда не покупаем то, что нам самим не нравится.

– За двадцать лет развития компании бывали, наверное, не только моменты роста, но и падения? Как удавалось пережить их и выйти из кризиса ещё более сильными?

– Как и практически любая российская компания, мы пережили несколько кризисов. Часть из них была связана с глобальными процессами, часть – с «болезнями роста» самой компании. Известно, что развитие любой компании идёт по синусоиде: интенсивный рост сменяется периодом «плато». И этот момент достаточно опасный, так как, если на «плато» долго задержаться, очень легко затем покатиться вниз.

Мы это знаем по собственному опыту и, как только чувствуем стагнацию, начинаем искать новые направления. Также мы стараемся внедрять современные технологии, что позволяет повышать про-

изводительность труда, автоматизировать процессы. Жизнь компании «Аргол» проходит как в сказке Льюиса Кэрролла «Алиса в Стране чудес»: чтобы оставаться на своём теперешнем месте, надо очень быстро бежать, а чтобы попасть в другое, надо бежать вдвое быстрее... А вообще, всех предпринимателей объединяет одна общая черта характера – они оптимисты. Если не быть оптимистом, невозможно дойти к цели!

– Много конкурентов в вашем секторе рынка?

– Когда нас спрашивают про конкурентов, мы говорим, что у нас их нет! Не потому, что их на самом деле нет, а потому, что каждый руководитель строит компанию на принципах, которые ему ближе, и ставит свои цели. Все люди разные, принципы и цели у всех тоже разные. Поэтому у нас и нет конкурентов. Конкретно для нас очень важны психологический климат в коллективе и репутация на рынке. Мы готовы в иных случаях потерять деньги, но никогда – репутацию.

– Какие тенденции на российском рынке вы наблюдаете? Какие правила и требования надо соблюдать, чтобы удержаться на нём?

– Сегодня мы живём на глобальном сломе эпох. И выживут на нём наиболее

как оплата товара зарубежному поставщику. В стране осталось буквально несколько банков, способных напрямую переводить деньги в другие страны.

Причём одни переводят только евро, другие – только доллары, третьи – юани. И может вдруг оказаться, что юани китайские банки перестали принимать! Причём товар отгружен, российская компания его получила, а оплатить по этой причине не может... Всё это напоминает юмористическую сценку из репертуара Владимира Винокура: «Здесь играем, здесь не играем, здесь рыбу заворачивали». Естественно, это несколько утомляет, зато всё время держит в тонусе. В такое время очень важна сплочённая команда, где каждый человек имеет алгоритм действий при самых разных ситуациях. И при полной нестабильности вокруг необходимо иметь какие-то константы, которые остаются неизменными. Традиции, если угодно – скрепы.

– Каковы они у вас?

– Например, у нас в офисе есть традиция в 16:00 делать небольшой перерыв и заваривать чай. За чаем мы обсуждаем дела, делимся впечатлениями и просто общаемся. Это позволяет сохранять стабильность и внутреннее спокойствие.

– Чего ждёте от наступившего года? Что планируете? О чём мечтаете?



гибкие компании, которые смогут быстро приспосабливаться к постоянно меняющимся условиям. Каждый день мы сталкиваемся с новыми и совершенно разными проблемами. Однако в условиях беспрецедентных санкций российские предприниматели не только не остановились, но многим эта ситуация дала толчок в развитии.

Огромных сил и изобретательности требует сейчас такое простое действие,

– В конце каждого года мы традиционно планируем новые проекты на следующий, и 2025-й не стал исключением.

Можно менять направление, ловить ветер и волну, но главное – двигаться, только тогда есть вероятность прийти к намеченной цели. Путь может быть разным, и иногда получается значительно длиннее, чем предполагалось на старте, но в конце концов вы всё равно доплывёте!

В **XIX** веке
парусные
шхуны во время
бури уходили
из гаваней в
открытое море.
В гавани волны
могут разбить
корабль о берег, а
в открытом море
есть возможность
для манёвра. Так
и в бизнесе во
время кризисов:
важно не стоять
на месте, а плыть!

НИКОЛАЙ ЛОГАЧЕВ, сыроварня «Альдини»: «Сейчас мы видим большие возможности, прежде всего, в России и хотим плотнее проработать именно наш рынок»



Сыроварня «Альдини» была основана в 2015 году в деревне Соболево Орехово-Зуевского городского округа Московской области, и в наступившем году компания отпразднует 10-летие. Основным направлением деятельности сыроварни является производство сыров с благородной голубой плесенью, сыров белпер кноле, плавленых и крем-сыров с голубой, белой плесенью, а также с морепродуктами, с использованием сыродельных культур высшего качества.

Все продукты изготавливаются из высококачественного коровьего молока, поставляемого местными фермами, а заквасочные и плесневые культуры на сыроварню доставляют из Италии и Франции. Здесь действует полный цикл производства: от приёмки молока до упаковки и реализации готовой продукции. Подмосковная «Горгонзола» от «Альдини» стала постоянным продуктом на прилавках столичных фермерских магазинов, магазинов натуральных продуктов и активно поставляется в другие города России.

В планах хозяйства – дальнейшее развитие ассортимента сыров, в частности традиционных голубых сыров испанской группы.

С руководителем семейной компании «Сыроварня «Альдини» Николаем Логачевым мы побеседовали.

– Николай Николаевич, какими новинками последнего времени гордитесь, благодаря чему стало возможно их создание? В чём их уникальность?

– Во-первых, можно отметить созданный нами в прошлом году сыр «Рокбер».

Мы гордимся тем, что специально подбирали штамм плесени и технологию для того, чтобы этот сыр был, скажем так, не такой яркий, как многие сыры с голубой плесенью. Благодаря этому он подойдёт многим людям, которые не часто употребляют сыры с плесенью. И в то же время в нём присутствуют достаточная яркость вкуса и пряность, чтобы любители ярких сыров смогли получить от него удовольствие.

Помимо этого, в 2024 году мы полностью переработали форму сырной головы, сделали фасовку по 100 грамм в модифицированной среде в пластиковом треугольном лотке. Этот формат пользуется большим спросом в сетевых магазинах, где мы в течение двух лет активно продвигаем себя, так как уже достигли тех объёмов производства, когда без работы с сетями сложно развиваться дальше.

Сейчас подходят к завершению наши эксперименты с сырами с голубой плесенью на основе натурального растительного сырья: соевого молока с кокосовым маслом; на «Продэкспо» намерены пред-

ставить публике натуральный продукт из растительного сырья по технологии «Горгонзола».

Кроме того, среди новинок хотел бы отметить крем-сыры с голубой плесенью, крем-сыр с белой плесенью и крем-сыр с креветкой. Сыры продаются в стеклянной банке 100 грамм, но мы проработали и в скором времени представим – как раз на «Продэкспо» – сыры в очень удобном лотке на 80 грамм. Это формат, идеальный для перекуса, и он с большой вероятностью будет интересен для сетей.

Также мы разработали, тоже в формате перекуса, хлебные палочки с теми сырами, которые я назвал, а также с медовой пастой.

Сейчас заканчиваем работу по установке и настройке нового фасовочного оборудования, благодаря которому вскоре станут реальностью многие наши задумки.

Что до уникальности продукции, то спрос на тот или иной продукт диктует рынок. Например, сейчас мы видим потребность в продуктах из категории сыров, подходящих для формата перекуса. А уникальность наших продуктов – прежде всего, в очень качественной и профессиональной их проработке.

– Какие новшества в оборудовании и технологиях применяете?

– Мы видим, что ситуация с трудовыми ресурсами во всех отраслях сложная, поэтому переходим к тем формам фасовки, которые требуют меньше ручного труда.

Мы также используем модифицированную среду для хранения и упаковки нашей продукции, что позволяет продлить срок годности и сохранить продукты как можно дольше свежими и вкусными. Потому что в любом случае сырные продукты – живые, и сыр со временем меняется, зреет, особенно сыр с голубой плесенью. Помимо этого, мы работаем и над самими сырными продуктами: и для того, чтобы



сроки их годности были интересны рынку, и для того, чтобы предложить интересные новинки.

– На какие образцы ориентируетесь? Какова география работы компании и планируется ли её расширение?

– Мне сложно назвать какие-то образцы, на которые мы ориентируемся, потому что мы, в принципе, постоянно отслеживаем тенденции на рынке и ищем ниши и идеи, которые мы могли бы в их рамках реализовать.

География нашей работы на сегодняшний день – вся Россия: от Санкт-Петербурга до Хабаровска, от Архангельска до черноморского побережья. Пока работаем только по нашей стране. Хотим, конечно, расширять географию и уже прорабатываем контакты с Беларусью и Казахстаном. Кроме того, сейчас у нас есть в работе несколько продуктов, которые можно было бы попробовать предложить и китайскому рынку. Но сейчас

*«Рокбер», «Горгонзоне»
«Стилтон» – три основных
сорта сыра с голубой
благородной плесенью
в продуктовой линейке
сыроварни.*

*«Рокбер» – сыр с мягким
ароматом, светло-голубой
плесенью и умеренной
остротой в послевкусии.*

*«Горгонзоне» – более зрелый,
с большим количеством
прожилков более яркой
сине-зелёной плесени,
с ярким ароматом и
острым послевкусием.*

*«Стилтон» – традиционный
плотный английский сыр с
тёмной голубой плесенью,
являющийся родственником
рокфора в семействе
голубых сыров. Три сорта
сыра производятся по
классическим зарубежным
технологиям и своим
присутствием на столе
могут придать изысканность
самой обыденной трапезе.*



Сыры от здешних сыроваров неоднократно занимали призовые места в категории «Сыры с голубой плесенью» в сырных конкурсах, таких как «Лучший сыр России», «Лучший сыр ВДНХ», «Сырный мимолет» в Нижнем Новгороде и др.

Крем-сыры с голубой («Рокбер») или белой плесенью («Камамбер») от сыроварни «Альдини» — изысканная альтернатива привычным плавленым сырам для тех, кто всегда в поиске гастрономических открытий. Вкусы этих деликатесов сохранили самобытность классического «Рокбера» и «Камамбера»: он округло-сливочный, с пикантной нотой и без излишней солёности. Крем-сыры с креветкой или лососем — изысканные сыры-намазки, изготовленные со сливочным маслом и нежными белыми креветками или лососем. У них глубокий и бархатистый вкус, в котором сливочно-сырная основа переплетается с утончёнными аккордами даров моря. Кремовая текстура позволяет легко распределить сыр по хлебу или тарталетке — идеально для приготовления закусок любой сложности.

мы видим большие возможности, прежде всего, в России и пока хотим плотнее проработать именно наш рынок.

– Участвуете ли в программе импортозамещения, получаете ли какую-то помощь от государства, от ТПП, как импортозаместитель?

– Конечно, наша компания занимается импортозамещением на сырном рынке – и уже давно, практически с момента создания, то есть почти 10 лет. А сейчас мы видим, что определённые продукты кому-то из отечественных компаний стало сложнее производить даже здесь, поэтому предлагаем контрактное производство под брендами, которые продаются или продавались раньше, но в текущий момент возникли сложности с производством. А мы всегда открыты для сотрудничества в разных вариантах.

Помощь от государства мы получаем, и сыроварня «Альдини» ежегодно активно участвует во многих проектах. Сейчас существует мощная система поддержки бизнеса, особенно в Московской области. Например, мы участвуем в выставках на льготных условиях, активно пользуемся субсидированием на закупку оборудования. Есть возможности у нас и воспользоваться рекламными средствами на льготных условиях, иногда даже с полной компенсацией от государства. Также мы пользуемся поддержкой в части сертификации продукции.

А торгово-промышленная палата, я считаю, – мощный институт поддержки предпринимательства.

Мы – семейная компания. Сыроварня «Альдини» в 2022 году одержала победу



в конкурсном отборе в специальном проекте Торгово-промышленной палаты Российской Федерации «100 Семейных компаний под патронатом Президента ТПП РФ», и уже три года мы активно участвуем в придании семейному делу особого статуса, в его популяризации и детальной проработке адресных программ поддержки правительства. Нам это очень нравится, как и формат активного взаимодействия с участниками этого проекта и органами власти под названием «Всероссийский Семейный Совет». Это тоже хорошая поддержка, ведь это сообщество семейных





компаний, с участниками которого мы делимся экспертизой и отдыхаем вместе. У нас проходят различные мероприятия: семинары, мастер-классы с проработкой текущих проблем бизнеса.

– А какую ещё помощь хотелось бы получить?

– Сегодня продвижение продукции – самое важное. И конечно, нам хотелось бы, чтобы государство больше поддерживало это направление. Отечественному производителю нужно активно помогать для того, чтобы он мог продвигать свой продукт, участвуя в выставках как минимум внутри России.

Потому что сейчас картина очень странная. Мы активно участвуем в выставках пищевой промышленности и видим, что часто одна четверть, а то и треть стендов – китайские. Я как-то пообщался с представителями китайского бизнеса, которые там присутствовали: оказывается, у них почти 100% участия оплачивает государство, включая и место, и перелёты, и, насколько я понял, даже проживание. То есть китайские власти настолько заинтересованы в том, чтобы продвигать свою продукцию в другие страны, что поддержку оказывают очень мощную. А у нас часто происходит наоборот: сокращаются выставочные площади, участие в выставках для отечественного производителя достаточно затратное. Вот в этом направлении нам и многим российским производителям нужна поддержка.

– Что считаете самыми сильными сторонами компании? В чём вы вне конкуренции?

– Конечно, в том, в чём мы, безусловно, эксперты. Мы занимаемся сырами с голубой плесенью с момента создания компании, в наступившем году исполняется 10 лет с момента, как мы глубоко погру-

зились в эту тему. И можно, наверное, по пальцам пересчитать компании, обладающие сходной экспертностью.

Мы постоянно повышаем квалификацию. На первый взгляд, мы уже сами стали мастерами, но всё равно приглашаем специалистов из Италии, Франции, перенимаем их опыт. Хотя часто в ходе общения понимаем, что уже мы можем им многое рассказать про голубую плесень, и знаем о ней даже больше, чем зарубежные эксперты. Потому что мы изучаем её каждый день на протяжении десятилетия.

Вторая сильная сторона компании – гибкость и скорость реакции. Мы стараемся достаточно быстро отрабатывать потребности рынка.

Вот и к этой выставке «Продэкспо» у нас очень много новинок в технологичной упаковке.

И мы это делаем небольшой совсем командой. Притом нам всегда хочется делать больше и быстрее! И часто мы считаем, что мы слишком долго что-то делали, но через какое-то время, проанализировав, понимаем, что действительно оперативно можем производить новинки и отвечать на потребности рынка.

– Какие планы строите на наступивший год и более отдалённую перспективу?

– Мы продолжаем расширять своё присутствие в ретейле, и это очень важное для нас направление.

Это сказывается и на увеличении объёма продаж текущего ассортимента, и на предложении рынку новинок, за счёт которых также мы планируем увеличить обороты. Кроме того, планируем запустить большим потоком экскурсии на наше производство. Сейчас это происходит, но не так часто, как хотелось бы.

Это отдельный вид деятельности, и мы очень надеемся, что в этом году у нас это получится!

Плавленные сыры производства сыроварни «Альдини» были отмечены золотой медалью в конкурсе «Лучший сыр России».

А из подсырной сыворотки в сыроварне «Альдини» варят «Рикотту», которая по пользе и вкусовым качествам превосходит творог и может использоваться как для выпечки, так и в свежем виде.

Производят здесь в небольшом объёме и натуральные йогурты с

молочными бактериями, без стабилизаторов, загустителей или сухого молока, с натуральными фруктово-ягодными наполнителями: экзотический микс, клубника – банан, лесные ягоды.

НИКОЛАЙ ДЫКАНЬ, HEALTH & NUTRITION: «Здоровье и безопасность потребителя – наш приоритет номер один!»

«Простоквашино», «Актибио», «Актимуно», «Bio-Баланс», «Даниссимо», «Растишка», «Тёма», напитки на растительной основе Planto и другие – вкусные и полезные молочные (и не только) продукты под этими брендами любимы и маленькими, и взрослыми россиянами. Производителем всех этих брендов является компания Health & Nutrition (H&N, в недавнем прошлом – российское подразделение Danone), входящая в топ-5 лидеров пищевого сектора страны. По данным «Рейтинга FMCG-брендов NTECH-500 2023», H&N заняла на российском рынке второе место в категории «Молочная продукция» и третье в категории «Детское питание» и успешно движется к лидерству. Health & Nutrition владеет 12 заводами, производящими молочные продукты и напитки на растительной основе. Среди молочных компаний России у неё одна из самых широких географических представленностей, практически по всей стране: от Калининграда до Камчатки.

В Московской области это молочный комбинат Health & Nutrition в городе Чехове, основанный в 1998 году и крупнейший в компании. С его директором Николаем Дыканем мы побеседовали.



– Николай Николаевич, что представляет собой ваше производство сейчас: площади, здания, оборудование... За последний год производство выросло на 25% – благодаря чему это стало возможным?

– Наш завод – единственное предприятие в России, которое компания Danone в своё время построила с нуля, в чистом поле. Территория предприятия – 52 га. Производственными зданиями занято порядка 20 га. Также на нашей территории располагаются артезианские скважины: мы сами добываем воду и используем её на предприятии.

Комбинат отвечает самым строгим требованиям к современному производству молочных продуктов. Наше технологическое оборудование – это самые современные линии, у нас высокий уровень автоматизации производства. Сначала были автоматизированы питьевые линии, затем реализован проект по автоматизации «ложковых», а сейчас воплощается проект по автоматизации укладки продукции в конце линии на поддоны.

Если говорить про нашу продукцию, мы можем похвастаться широтой спектра. У нас есть и традиционные молочные продукты, которые представлены молоком питьевым пастеризованным формата 1,4 литра, и современные молочные

продукты: творожные десерты, йогурты. Производим и функциональные напитки, такие как Actimuno, для детей и взрослых.

На вопрос о возросших объёмах производства отвечаю так: в значительной степени это связано с тем, что у компании изменилась стратегия. Мы сегодня обращаем внимание не только на маржинальность нашего портфеля, но и на объёмы продаж, с которыми, соответственно, связаны и объёмы производства.

– А если посмотреть с точки зрения потребителя, что изменилось?

– Повысилась востребованность нашей продукции со стороны покупателя, и, как следствие, выросли объёмы продаж и производства.

– Но ведь для того, чтобы объёмы потребления выросли, нужны определённые усилия со стороны производителя или изменение внешних условий. Либо вы предлагаете какие-то новые продукты или маркетинговые ходы, либо, например, ушли с рынка конкуренты...

– Нет, конкуренты наши никуда не делись; более того, они динамично развиваются. Наш сегмент рынка – остроконкурентный, поэтому мы не можем себе позволить застаиваться. Тут сыграло роль

несколько факторов. С одной стороны, у нас в ассортименте появились в этом году удачные новинки. Одна из них, очень хорошо себя показавшая, – йогурт «Простоквашино греческий». С другой – маркетинговая политика нашей компании положительно повлияла на спрос. Повлияли и внешние условия: на 5% за последний год выросло потребление молочных продуктов в целом.

– Комбинат «Чеховский» – целый «молочный город»! Расскажите, пожалуйста, о его «населении»: наверное, коллектив очень многочисленный? Какие специалисты у вас работают, какой квалификации? Откуда они в основном: из ближайших населённых пунктов, из Москвы?

– Про город абсолютно точно подмечено, и не только из-за масштабов земельного участка. На нашей территории, помимо непосредственно нашего производства, находится компания, которая производит для нас бутылки под питьевые продукты Actimuno. Здание, в котором она располагается, принадлежит нам, компания его арендует и размещается там со своими технологическими линиями, лабораториями и техслужбой.

Также на нашей территории располагается логистический распределительный центр, управляемый не нами, а другой компанией.

А непосредственно производство свежих молочных продуктов – это наша

Ещё примерно 100 работает на аутсорсинге. Они занимаются сборкой палет с готовой продукцией и оперируют линиями на так называемом копакинге. Это участок, где наш продукт «дорабатывается»: например, на уже готовый десерт «надевается» топпер с печеньем. Или же наш продукт упаковывается в специальную картонную оболочку и под неё закладываются призы.

Если говорить про распределение сотрудников по месту жительства, порядка половины нашего персонала проживает в Серпухове и Серпуховском городском округе, ещё около 40% – в Чехове и районе; и примерно 10% – в Подольске. Про уровень квалификации: мы – современная, динамично развивающаяся компания, и требования к персоналу у нас высокие. Одно из самых главных требований: нам нужны люди неравнодушные и готовые развиваться, осваивать новые знания и компетенции.

– Как вы готовите кадры? Какие ещё требования к ним? Есть ли обучение, повышение квалификации?

– С точки зрения привлечения кадров мы ориентируемся на людей, которые уже обладают теми или иными компетенциями. В этих целях тесно взаимодействуем с учебными заведениями, готовящими специалистов нашего профиля, в первую очередь с Чеховским механико-технологическим техникумом молочной промышленности,

изготовителе достаточно много процессов, в частности в сфере управления опасными производственными объектами, регулируемых российским законодательством. Люди, управляющие этими объектами, обязаны иметь определённые знания и проходить аттестацию в госорганах.

Работники, которые под эти законодательные требования не попадают, проходят обучение по внутренней программе развития сотрудников. У нас для них определены компетенции и уровни развития в рамках этих компетенций. Для каждого сотрудника существует индивидуальный план развития, по которому он и движется.

– На сегодня ваш завод выпускает широкий ассортимент молочной продукции под известными брендами, причём 90% продукции относится к категории здорового питания. Расскажите подробнее о том, что производит ваш завод, и о последних новинках, выпускаемых на нём, о новых технологиях.

– Весь производимый нами ассортимент делится на две группы: питьевые продукты и так называемые «ложковые». К питьевым относятся йогурты, функциональные напитки, такие как Actimuno, и молоко пастеризованное. А «ложковые» продукты – йогурты и разнообразный творог, включая творожные десерты. Творог выпускаем разный: от 0% жирности до 5%. И да – 90% выпускаемой нами продукции из разряда здорового питания.

При этом у нас достаточно большой ассортимент десертов, творожных и йогуртовых.

Если говорить про новинки, сейчас у нас хедлайнер – йогурт «Простоквашино греческий», о котором я уже упоминал. Он демонстрирует очень хорошие результаты: мы уже к середине года в два раза превзошли ожидания от этого продукта, которые изначально закладывались при его запуске. И сейчас на стадии проработки – инвестиционный проект по расширению производственных мощностей для производства этого продукта.

– А в чём его преимущества? Чем он так полюбился покупателям?

– Во-первых, он абсолютно натуральный: состоит из сливок, сепарированного творога и йогуртовой культуры. Правильная комбинация этих ингредиентов плюс нежная текстура, которой мы добиваемся благодаря нашему оборудованию, позволяют этому продукту быть и полезным, и очень приятным на вкус.

– А почему «греческий»? В его основу заложены какие-то аутентичные рецепты?

– Безусловно. Он производится по классической рецептуре греческих йогуртов, в основе которой – молоко и уникальная йогуртовая культура. Кроме того, в нём больше молочного белка, чем в обычных йогуртах.



компания Health & Nutrition. На нашем комбинате работает порядка 500 человек. Такое относительно небольшое, в сравнении с масштабом производства, количество сотрудников с огромным «молочным городом» справляется, в том числе и благодаря высокой автоматизации. При этом из полтысячи человек около 400 – наши сотрудники.

ленности, расположенным в селе Новый Быт. Там готовят профильных специалистов для молочной промышленности со средним специальным образованием. У нас трудится достаточно много выпускников этого учебного заведения.

Если говорить про сотрудников, которые у нас уже работают, они регулярно проходят обучение. Так, например, у нас на про-

Наша компания очень давно намеревалась его производить, но, в силу разных причин, раньше этого не произошло. А с нынешними возможностями мы себе позволили это сделать.

– С какими трудностями сталкивается производство в текущих условиях и как эти трудности преодолеваются?

– Если говорить про трудности, ключевая у нас одна: обеспечение запасными частями для оборудования. И у нас в компании реализуется большая программа, в рамках которой мы занимаемся поиском альтернативных источников поставки и производства запчастей. В первую очередь ориентируемся на поиск вариантов производства этих комплектующих на территории РФ. А то, что мы в настоящее время не можем найти в нашей стране, ищем в дружественных странах: в Китае, Индии, Турции.

До этого перед нами стояла серьёзная задача по поиску альтернативных поставщиков упаковочных материалов, так как на 2022 год значительная доля материалов привозилась из-за рубежа. Но в настоящее время мы с этим вопросом справились. Сегодня наше предприятие вместе с другими лидерами пищевой индустрии выступает как мощный катализатор развития технологий по производству отечественных упаковочных материалов.

Самой большой проблемой была платинка, крышечка на бутылочку Actimuno. До санкций мы её возили из Австрии. В настоящее время её производство полностью локализовано, есть два поставщика, которые освоили технологию производства платинки, добившись того, чтобы она припаивалась определённым образом, оставляя бутылочку герметичной и в то же время легко открывающейся.

– Получается, что вы тоже косвенно участвуете в программе импортозамещения?

– Не косвенно, а напрямую участвуем.

– Но ведь вы с момента создания производили молочные продукты из отечественного сырья?

– Это верно, вот сейчас перед нами стоит ещё один вызов: поиск альтернативных поставщиков ферментов для наших продуктов. Сердцем каждого кисломолочного продукта является фермент, или, в просторечье, закваска, причём, как правило, не банальная, а многокомпонентная – это сочетание нескольких микроорганизмов, от наличия и пропорции которых зависят кислотность и текстура. Пока ещё мы получаем эти ферменты из-за рубежа, но активно работаем над поиском ресурсов для их локализации или альтернативных источников поставки.

– С момента создания вы выдерживаете высочайшие стандарты качества и пищевой безопасности как всего про-



изводственного процесса, так и самих выпускаемых продуктов. На комбинате выстроена уникальная система контроля качества и пищевой безопасности. Расскажите, из каких этапов состоит этот контроль, какие технологии при этом применяются? Есть ли что ещё улучшить в этой области?

– Вы правы, у нас очень высокие стандарты пищевой безопасности и культуры качества. В первую очередь потому, что всегда, во все периоды существования компании, как и сегодня, здоровье и безопасность потребителя являются нашим приоритетом номер один. В качестве основного принципа компании провозглашён фокус на здоровье человека – нашего потребителя. Поэтому компания вкладывает большие средства и уделяет постоянное внимание этому вопросу. У нас контролируются не только технологические процессы, и не только на нашем предприятии. Высокие требования к поставщикам сырья. Работает специальный отдел по закупкам молока, который, помимо закупки сырья, ведёт совместные программы по контролю и улучшению качества с поставщиками-фермами. Если по результатам входного контроля мы видим какие-то отклонения, даже в рамках параметров молока высшего сорта, некую динамику в показателях в неправильную сторону, мы оперативно реагируем. Сотрудники нашего молочного отдела выезжают на фермы, проводят аудит. Часто они это делают и по запросу самих партнёров: хозяйства обращаются к нашим специалистам, чтобы они приехали, посмотрели и дали рекомендации, что улучшить, чтобы коровы были здоровы и счастливы, а молоко, которое они дают, соответствовало самым высоким требованиям. После того как сырьё попадает к нам на предприятие, и не только молоко, а все ингредиенты, весь дальнейший процесс очень жёстко

и тщательно контролируется. Под контролем – каждый параметр ингредиентов и полуфабрикатов на всех стадиях производства, каждый этап технологического процесса.

Что делает человек, что происходит на оборудовании – всё постоянно проверяется, чтобы продукт на выходе получился таким, как мы ожидаем: и по качеству, и по пищевой безопасности.

И ещё: на территории нашего комбината есть целый «пилотный» завод, на котором создаётся прототип каждого нового продукта в небольшом (относительно промышленного производства) объёме, проводятся его тестирования. До того как всё станет идеально и будет проверено много раз, ни один новый продукт в «большое производство» не допускается.

– Молочное производство – это прежде всего молоко, фермы. Кто ваши поставщики? Трудно ли ими стать?

– Поставщиков у нас достаточно много, и география по ним обширная. На севере это Вологодская, Кировская области, на юге – Смоленская, на западе – Тверь и Псков, а на востоке мы доходим до Пензы.

– А в Московской области для вас не хватает молока или оно не подходит по качеству?

– Конечно, не хватает: мы сегодня перерабатываем порядка тысячи тонн молока в сутки. С другой стороны, и конкуренция на рынке достаточно высокая: переработчиков молока много. Кроме производителей питьевого молока, творога, йогуртов и десертов, достаточно ёмким по молоку является сырное производство.

Так что поставщиков у нас много, и со всеми мы тщательно работаем. А стать нашим поставщиком и не легко, и не сложно: нужно просто соответствовать определённым требованиям. Причём, выполняя

наши требования, сами производители получают возможность и увеличивать объёмы производства молока в расчёте на одну корову, и повышать его качество, то есть для них это тоже выгодно.

– Это требования непосредственно к содержанию молока – жиры, углеводы, витамины и так далее – или это требования к ферме, на которой должны соблюдаться определённые условия?

– А это взаимосвязанные вещи: если на ферме не обеспечены в должной мере санитарно-гигиенические условия содержания коров или к их здоровью не совсем правильный подход, такие животные никогда не дадут молока высшего сорта. Ведь сортность молока определяется даже не по содержанию жира и белка, а по бактериальной обсеменённости микроорганизмами. Именно это в первую очередь определяет сортность молока. И, как вы понимаете, «обмануть» этот показатель невозможно: «чистое» молоко производят

– Ну, производители непосредственно фруктовых наполнителей – российские. И к производителям фруктовых ингредиентов у нас тоже строгие требования. Прежде чем подписать договор и начать поставки, сотрудники службы качества на уровне центрального офиса проводят аудит производства, всех процессов и, только подтвердив, что всё, что поставщики у себя делают, обеспечивает безопасность ингредиентов, которые будут нам поставляться, подписывают договор.

– Мне всегда было интересно: вот эта вишня с черешней в йогурт добавляются свежими или размороженными? Как всё это происходит?

– Фруктовые наполнители к нам приходят в асептических контейнерах в виде готового пюре. То есть свежими фрукты и ягоды поступают на предприятия, которые перерабатывают их и готовят фруктовый наполнитель. А мы подключаем ёмкости с наполнителем к фасовочным линиям, где

ходит: вот из ваших ворот выезжает фура с «Простоквашино» – и сколько продукты проходят стадий до того, как оказываются на полке в нашем «магазине у дома»?

– Из наших ворот весь продукт едет в одном направлении: в логистическую компанию, которая управляет его дальнейшим передвижением. А специалисты этой компании очень тесно работают с нашим отделом продаж и, взаимодействуя, определяют потоки: куда какой продукт поедет и в каком объёме. Работают они с совершенно разными каналами: и с гигантскими сетями, и с мелкими торговыми точками.

– И ещё мне всегда было интересно: кто у вас занимается поиском новых брендов, разработкой дизайна и так далее? Есть ведь исключительно удачные находки: например, «Простоквашино» с Матроскиным!

– Это отдел маркетинга. Он у нас делится на две части. Одна занимается традиционными молочными продуктами: молоком, сметаной, творогом, кефиром. Вторая отвечает за так называемую категорию «модерн», современную: десерты, функциональные продукты и т. д. В рамках этих двух стримов они и ищут новые решения. Но бренды новые у нас не так часто запускаются, компания делает упор на развитие уже имеющихся.

Ну а когда возникает какая-то идея нового продукта в рамках имеющегося бренда, маркетологи очень тесно работают с отделом, занимающимся разработкой продукта и его рецептуры. Пока одни занимаются продуктом, другие – его дизайном, продвижением, позиционированием, ценовой политикой и т. д.

– В одном из недавних интервью вы упомянули о «больших инвестиционных планах». Можно подробнее?

– В компании разработан пятилетний план инвестиций в производство. Говоря о расширении и модернизации конкретно нашего завода: это уже упомянутое расширение производственных мощностей для изготовления йогурта «Простоквашино греческий», для чего будет устанавливаться дополнительное технологическое оборудование. А ещё есть большой многостадийный проект по автоматизации прочих производственных процессов.

– Каковы планы вашего предприятия до конца года и на более отдалённую перспективу?

– Задача у нас из года в год примерно одна и та же: обеспечить уровень сервиса при выполнении заявок наших потребителей и производить тот объём продукции, который хотят получить наши клиенты, с одной стороны. С другой – всё, что мы производим, должно быть безопасно для нашего потребителя и безупречно по качеству!



только там, где выдержаны высокие стандарты по гигиене и здоровью животных.

– И сколько у вас ферм в поставщиках? Это только крупные фермы?

– Разные. У нас нет требований, например, по количеству голов, но важен объём, который хозяйство в состоянии предоставить. Чтобы была заполнена как минимум секция в молоковозе, потому что гонять пустую машину непродуктивно.

– У вас в поставщиках ведь не только молочные фермы? Вот перед нами йогурт с киви, семечками, черносливом. К этому всему тоже предъявляются высокие требования? Эти поставщики тоже в основном российские? Хотя вот киви ведь невозможно, наверное, вырастить в России?

они смешиваются в нужных пропорциях с продуктом – йогуртом или творогом – и фасуются.

– Сырьё у вас, как мы выяснили, практически полностью отечественное, а что с упаковкой? Не возникло здесь проблем в связи с санкциями? И если да, то как вы их решали?

– Отчасти упаковка производится на нашей территории – например, бутылки для Actimuno, – а так география достаточно большая: и Ленинградская область, и Краснодарский край, разные российские регионы.

– Мои дети выросли на вашей продукции, поэтому, пользуясь случаем, хотелось бы узнать, как это вообще проис-

Николай Добрынин, «HIGEN – профессиональные протирачные решения для пищевой промышленности»:

«Современные нетканые протирачные материалы стали экономически более выгодными, чем ветошь и вафельное полотно»



Что такое нетканые протирачные материалы? Как они используются на пищевых производствах? Чем хороши? Каковы перспективы их применения? Об этом – в интервью с директором по маркетингу российского бренда HIGEN Николаем Добрыниным.

– Николай, ваша компания является производителем нетканых протирачных материалов (далее – НПМ) под собственной маркой HIGEN. Что представляет собой компания на сегодняшний момент: локация, производственные мощности?

– С 2019 года мы производим НПМ HIGEN, сопоставимые по составу и потребительским свойствам с лучшими западными аналогами, но по более доступной цене – за счёт снижения затрат на маркетинг, логистику и локализацию производственных мощностей в ближайшем Подмосковье.

Сегодня наша компания способна удовлетворить любые запросы на НПМ в сжатые сроки. У нас есть свой производственный комплекс с несколькими конвейерными линиями и большие складские площади для хранения готовой продукции. Производство работает в две смены, а собственными и партнёрскими логисти-

ческими ресурсами доставляем продукцию во все регионы РФ и в страны, входящие в Таможенный союз (в Казахстан, Белоруссию, Армению, Киргизию).

– Что такое НПМ? Какие виды работ ими можно выполнять?

– НПМ – это салфетки, изготовленные из смеси синтетических и натуральных волокон. Самый простой пример – влажные салфетки для рук. Используя различные сочетания волокон в составе, создают профессиональные салфетки для пищевого производства, которые превосходят традиционные ветошь и вафельное полотно по всем показателям эффективности и, самое главное, по санитарной безопасности. К сожалению, ветошь всё ещё часто встречается на пищевых производствах, хотя она там и запрещена, так как изготавливается из отходов текстильного производства и б/у одежды.

НПМ применяются в трёх видах работ.

Протирка – вытирание рук, впитывание жидкостей, удаление пыли и лёгких загрязнений с поверхностей.

Очистка – удаление загрязнений с использованием растворителей и других агрессивных химических средств. Очистка горячих и грубых поверхностей (например, варочных панелей или сварных швов).

Полировка – финишная обработка поверхности для удаления неровностей, придания блеска и нанесения защитного слоя.

– Каков ассортимент выпускаемой продукции? В каких сферах она используется? Какая её часть предназначена для использования в пищевом производстве? И как именно её там применяют?

– Мы закрываем 70% потребностей рынка в НПМ. Оставшиеся 30% – это, как правило, узкоспециализированные материалы для специфических задач (например, липкие салфетки для сбора пыли или стерильные салфетки для чистых зон в медицинских учреждениях).

Наши салфетки применяются во всех отраслях, где требуется качественная протирка или очистка от загрязнений каких-либо поверхностей, инструментов или оборудования.

Для пищевого производства наши материалы позволяют закрывать все основные и дополнительные задачи на каждой стадии технологического процесса.

К примеру:

- уборка водно-жировых загрязнений с конвейерной ленты;
- очистка горячих и холодных поверхностей;
- протирка и очистка кухонного инвентаря;
- снятие влаги с готовой продукции перед фасовкой;
- очистка тары от проливов при наполнении банок;
- подкладка под готовую продукцию для сбора жира.

– Вы производите НПМ разных размеров и форматов (в рулонах, в пачках и т.д.). Расскажите об этом разнообразии. Разрабатываются ли какие-то новые формы?

– Мы всегда стараемся предложить различные решения под задачи клиентов. Самый распространённый и востребованный формат – это салфетки в рулонах с намоткой от 200 до 1100 листов. Такие рулоны удобно устанавливаются в напольные или настенные диспенсеры.

Формат фасовки в пачках больше подходит для компактных помещений с небольшим расходом материала. Также у нас есть варианты небольших рулонов в дезинфекционных вёдрах. Сейчас мы готовим к выходу новый формат рулонов в коробках-диспенсерах, они будут удобными для переноски из цеха в цех, а также призваны защищать рулон от влаги и пылевой взвеси (например, при производстве специй).

– В чём ваше уникальное торговое предложение? Что вас отличает от конкурентов?

– Сейчас бизнес переживает непростые времена, и большинство компаний нацелены на оптимизацию затрат.

Для пищевых производств складывается двоякая ситуация: с одной стороны, требуется сократить расходы, в то же самое время нужно не потерять в качестве и уровне санитарной безопасности расходных материалов.

Для решения этой задачи мы разделили наше производство на линии по серийному выпуску продукции с неизменяемыми характеристиками и линии для производства кастомизированной продукции под конкретные условия и технологическую специфику клиентов.

Клиенты могут выбирать размеры листов, их количество, индивидуальный формат упаковки, плотность и состав материалов.

Пример такой оптимизации в жизни выглядит следующим образом. Сотруд-

КАК ПРАВИЛЬНО ПОДБИРАТЬ ПРОТИРОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПИЩЕВОГО ПРОИЗВОДСТВА?

- *Определить, на каких технологических участках требуется регулярная протирка, очистка или полировка.*
- *Описать виды загрязнений, с которыми нужно работать. (Под разный вид загрязнений требуются протирачные салфетки с различными свойствами и сырьевым составом.)*
- *Отобрать материалы, имеющие допуски к пищевой продукции и соответствующие всем требованиям санитарной безопасности.*
- *Запросить у производителя образцы выбранных материалов для проведения внутреннего тестирования.*





ники пищевого производства пользуются стандартными размерами листов серийного производства и не задействуют в своих операциях всю полезную площадь поверхности листа; по правилам санитарной безопасности второй раз задействовать этот же лист нельзя, поэтому он выкидывается. Мы же предлагаем изготовить лист требуемого размера и тем самым сократить расходы.

Такой адресный подход позволяет решать проблемы избыточного и бесконтрольного расхода ценного протирочного материала и экономить бюджет до 30%.

– Когда речь идёт о пищевой промышленности, крайне важны санитарные аспекты. Какую сертификацию имеет ваша продукция, со всеми ли видами пищевых продуктов она может взаимодействовать?

– Наша продукция абсолютно безопасна и может применяться со всеми видами пищевых продуктов. Помимо базового сертификата соответствия требованиям ГОСТ 14253-83, на всю продукцию имеются профильные санитарно-эпидемиологические заключения. Также мы имеем сертификаты ISO 9001 и ISO 22000, включающие в себя принципы HACCP.

– Сейчас в России наблюдается рост пищевой отрасли, особенно рынка производства готовой еды. В связи с этим остро стоит вопрос о контроле санитарной безопасности на этой сфере. Как деятельность вашей компании влияет на этот процесс?

– К сожалению, мы наблюдаем: всё чаще общество будоражат известия о случаях массовых отравлений. Данная проблема широко обсуждалась на ноябрьской конференции на базе Россий-

ского биотехнологического университета. Конференция была посвящена качеству и безопасности на пищевых предприятиях. Мы вместе с представителями пищевых производств и торговых сетей подробно разобрали недавние кейсы и предложили возможные решения. На сайте Роспотребнадзора уже набрана пугающая статистика 2024 года, и негативный тренд может и дальше развиваться, если производители не будут проявлять осознанность и не начнут отказываться от использования на своём производстве таких протирочных материалов, как ветошь и вафельное полотно, которые оставляют ворс и при многократном использовании могут накапливать бактерии и микроорганизмы, что увеличивает риск контаминации продуктов питания.

Мы видим важную роль нашей компании в том, чтобы поставлять предприятиям недорогой и качественный протирочный материал, который позволит быстро устранять загрязнения и будет поддерживать санитарную безопасность на высоком уровне. Более того, современные нетканые протирочные решения стали экономически более выгодными, чем ветошь и вафельное полотно. Одна из наших основных целей – оптимизация затрат клиентов на расходные протирочные материалы.

– В вашем ассортименте имеются универсальные и специализированные материалы. А в чём состоит специализация и для каких областей подходят подобные материалы? Можете ли вы выпустить но-



вый вариант материала под конкретный специфический запрос клиента?

– Если универсальные материалы отлично справляются с базовыми задачами, такими как впитывание большого количества загрязнений на водной основе и устойчивость к агрессивным чистящим средствам, то специализированные материалы созданы для конкретных операций. Скажем, у нас есть материал с сетчатой структурой для уборки мелкофракционного мусора (например, хлебных крошек). Есть материалы с повышенной прочностью и плотностью для очистки грубых поверхностей и острых инструментов. Номенклатура нашей продукции формируется под запросы рынка, и если появится массовый запрос на новый вариант материала, то, конечно, мы его добавим в производственную матрицу. Также доступен вариант разработки нового материала под запрос клиента при регулярных высоких объёмах заказов.

– Повлияли ли на вас как-то санкции и, если да, как справляетесь с возникшими трудностями?

– Конечно, санкции очень осложнили работу, так как мы используем импортное оборудование и сырьё, но мы прикладываем все усилия для оперативного решения и преодоления возникающих трудностей. Это становится возможным благодаря профессионализму наших сотрудников.

– Можно ли использовать один протирочный материал под все задачи или лучше иметь несколько разных решений?

– НПМ имеют разный состав и потребительские свойства. Одни лучше впитывают загрязнения на водной основе, другие отлично работают с агрессивной химией, но плохо впитывают воду. Есть материалы высокой плотности, устойчивые к истиранию о грубую/шершавую или острую поверхность. Если на производстве нужно решать разноплановые задачи, то будет эффективнее с точки зрения качества очистки и сокращения расходов материала использовать несколько материалов разного сырьевого состава.

– В чём преимущество НПМ по сравнению с микрофиброй и бумажной протиркой?

– Микрофибра также относится к НПМ. Её главный недостаток – это крайне высокая стоимость в сравнении с одноразовыми НПМ. А многократное использование НПМ противоречит принципам гигиены и санитарной безопасности.

Бумажная протирка имеет крайне ограниченное применение. С одной стороны, она отлично впитывает влагу, но из-за низкой плотности материала при намокании распадается на части, что делает невозможным её применение для интенсивной очистки и использования вместе с химическими средствами.



– Какие вы могли бы дать советы по санитарной безопасности при использовании протирочных материалов?

- Советов немного, но базовых всего три:
 - использовать профессиональную сертифицированную продукцию;
 - подбирать материал под конкретные задачи. Для разноплановых задач иметь несколько видов протирочных материалов;
 - придерживаться принципа одноразового использования листов во избежание перекрёстного заражения.

– Каковы корпоративные ценности вашей компании? В чём видите свою миссию?

– С нашими клиентами мы выстраиваем взаимодействие на принципах долго-

срочного партнёрства. Для нас имеют наибольшую ценность профессионализм и клиентоориентированность сотрудников и партнёров.

Наша миссия – обеспечение российских производителей качественными неткаными протирочными материалами по доступной цене.

– Какие планы надеетесь осуществить в наступившем, 2025 году?

– Мы планируем ещё больше масштабироваться и наращивать производственные мощности. В ближайшее время будут запущены две новые автоматизированные производственные линии, а также расширен, благодаря новинкам, ассортимент выпускаемой продукции.



ОСОБАЯ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
ЗОНА

DEVELOPED
BY GDP QUADRAT

СТУПИНО КВАДРАТ

**«СТУПИНО КВАДРАТ» –
ПЕРВАЯ ЧАСТНАЯ ОСОБАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
ЗОНА В РОССИИ, РЕАЛИЗУЕМАЯ ЗА СЧЁТ
ЧАСТНЫХ СРЕДСТВ**



- СФОРМИРОВАННЫЕ ЗЕМЕЛЬНЫЕ УЧАСТКИ СО ВСЕЙ НЕОБХОДИМОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ, СРАЗУ ПЕРЕДАВАЕМЫЕ В ЧАСТНУЮ СОБСТВЕННОСТЬ.
- ВЫСОКИЙ КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.

Удобная локация:
**7 км до трассы М-4
«Дон»; собственные
ж/д пути на
территории**

Территория –
431 га

**25 лет опыта
на рынке
промышленной
инфра-
структуры**

**1 год требуется
нам на полный
запуск вашего
производства**

**43 компании
признано
инвесторами**

Россия,
Московская область,
деревня Шматово,
ул. Индустриальная,
вл. 4, стр. 1.



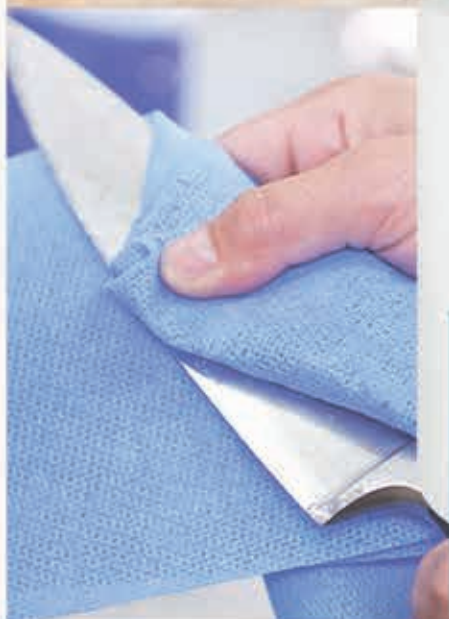


HiGEN

higenwipes.ru



НЕТКАНЫЙ ПРОТИРОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ



Реклама

+7 (495) 663-90-99



РОБОТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВ

Российские разработки

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



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

Реклама.