

# БИЗНЕС

---

# СТОЛИЦЫ

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ



**герой  
номера**

**ТАТЬЯНА  
НИКОЛАЕВНА БИТЬКО**

*группа компаний ПРОДКОНТРАКТ*

# ПРОД ЭКСПО


19-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ  
И СЫРЬЯ ДЛЯ ИХ ПРОИЗВОДСТВА

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»  
Москва, Россия

13-17  
ФЕВРАЛЯ 2012



[www.prod-expo.ru](http://www.prod-expo.ru)

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

Организатор:  
ЗАО «Экспоцентр»

При поддержке:  
Министерства сельского  
хозяйства РФ



# КАЛИНИНГРАДСКИЙ РЫБОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ



«Калининградский рыбоконсервный комбинат»  
Россия, 236023, г. Калининград, ул. Солдатская, 7.  
Отдел продаж:  
тел./факс: 8(4012) 99-22-91, тел.: 8(4012) 21-92-38  
e-mail: [sales@krkk.ru](mailto:sales@krkk.ru) [www.krkk.ru](http://www.krkk.ru)



## ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА БИТЬКО

**управляющий партнер,  
председатель комитета  
поставщиков и переработчиков мяса**

### ГК ПРОДКОНТРАКТ

*Результатом распада Советского Союза стали не только инфляция и кризис. Годами налаженные экономические связи, обеспечивающие планомерное (но неудовлетворительное!!!) снабжение различных регионов государства продуктами питания, были окончательно разорваны. Наладить поставку мяса, обеспечить столь необходимым продуктом питания самые отдаленные уголки необъятной России — такую непростую задачу поставила перед собой компания «Продконтракт», которая в следующем году будет праздновать свое 20-летие.*

#### **Татьяна Николаевна, почему решили создать свою компанию?**

В 1992 году, далеко не лучшим времени для нашего государства, в Министерстве торговли РФ, где я работала, началась реструктуризация, что повлекло к развалу фондовой дисциплины. Я прекрасно понимала, что сложившаяся в отрасли ситуация требовала построения новой структуры, и приняла решение о создании своей компании. Работа в системе советской торговли научила многому: мы знали регионы-производители мяса и регионы-получатели. Зачастую производители просто не знали, куда можно продать продукт, а желающие его приобрести не знали, где его взять. Более того, у обеих сторон порой не хватало средств для выполнения этой операции. Мы поставили перед собой нелегкую задачу — обеспечить поставки мяса, старались наладить связи, выстроить отношения с поставщиками и производителями, давали отсрочки по платежам, шли на уступки и риски. Так родилась компания «Продконтракт», которая на 100% состояла из женщин.

#### **Говорят «женщины — слабый пол», но, похоже, это не про вас.**

20 лет назад 13 женщин решили попробовать себя в бизнесе. Мы очень старались. Пережив все кризисы — 1994, 1998, 2008 гг., мы росли и развивались. Сейчас ГК «Продконтракт» — это 8 компаний, почти 70 человек сотрудников.

#### **Вероятно, вы обладаете определенной харизмой и уверенностью, ведь люди поверили в вас. А это очень важно.**

Да, люди доверяют мне, и это очень обяывает. Я не могу, не имею права не оправдать их доверие. Однажды одного философа спросили: «Чем ты заплатил за свободу?». Он ответил — «Свободой!». И я с этим полностью согласна. Было действительно трудно, приходилось постоянно находиться в жестком режиме, думать, решать непростые задачи, находить выход из нестандартных и сложных ситуаций. Понятие свободы и свободного времени буквально растворилось.

#### **Каким был ваш первый контракт?**

Первым и успешным стал контракт поставки мяса из Краснодарского края в Мурманск. Затем последовали и другие крупные поставки. Спустя всего год после начала деятельности компания «Продконтракт» стала ассоциироваться в понимании производителей и потребителей как компания, системно осуществляющая поставки мяса. Позднее мы стали осуществлять импортные поставки мясопродуктов на российский рынок. Надо сказать, что в пору становления российского государства было совсем немного фирм, способных продать хотя бы вагон мяса. Многим не хватало элементарных знаний, умения соблюдать условия хранения, растаможивания товаров, логистики.

Неблагополучная экономическая ситуация, сложившаяся в России в те годы, привела к дефициту денежных средств и, как следствие, к необходимости поставок более дешевых мясных продуктов. В 1993 к нам обратилась американская компания «Тайсон фуд» с предложением обеспечить поставки в Россию куриных окорочков. Это оказалось неплохим решением мясного продовольственного вопроса. Если помните, отечественный птицепром тоже испытывал тяжелые времена — отрасль была в упадке. В это же время на рынок пришли такие крупные импортеры куриных окорочков, как «Союзконтракт» и «Менатэп». Однако вскоре в этот сегмент торговли пришел и льготный бизнес, и мы решили сменить направление своей деятельности. Но это нисколько не сломило дух нашей компании. У меня была уверенность, что я смогу найти новое поле деятельности, где пригодится наш опыт.

**Нашли?**

Да. Мы стали осуществлять ввоз импортной говядины в Россию. Надо сказать, что до нас такими поставками вообще никто не занимался. Это был 1995 г. У нас появился партнер, который предложил поставлять блочную говядину из Ирландии. Ввоз блочной говядины в Россию был закрыт по ветеринарным нормам, нам требовалось заново «открывать» страну для ввоза этого вида продукции. Дело было сложное и требовало больших усилий. Мы инициировали инспекторскую проверку «Минсельхозпрома» ирландских предприятий и получили добро.

**То есть вы стали первой российской компанией, осуществившей ввоз импортной говядины на территорию нашей страны?**

Именно так, мы первыми осуществили поставку в Россию 20 тыс. т говядины. Можно сказать, что «Продконтракт» стал первооткрывателем России для ирландских производителей мяса. Мы получили официальное разрешение на ввоз мяса из Ирландии от поставщиков, чьи заводы, по нашей просьбе, были освидетельствованы российскими инспекторами. Это был наш первый опыт столь крупных поставок: корабль привозил по 5 тыс. т мяса, и надо сказать, что Россия еще была не готова принимать такие большие объемы продукта. Но нашими клиентами выступали такие известные переработчики мясопродуктов, как «Черкизовский мясокомбинат», «Останкинский мясокомбинат» и др., которые нуждались в хорошем сырье и справились с этими объемами.

**Вы не боитесь масштабных проектов?**

Это просто привычка. Работать масштабно я научилась еще в Министерстве торговли, где нормой минимальной отгрузки считались поставки в 140–150 т. Знаете, в народе говорят, если ты — лавочник, то и мыслишь его мерками, если ты оптовик — обязан мыслить масштабно. Опт — это элита торговли. На этом поле ты обязан знать все правила игры. Но при этом цена твоей ошибки слишком высока, ведь вложения имеют совсем иной порядок цифр. Соответственно, и зона твоей ответственности многократно возрастает.

**Мне как человеку непосвященному ваш вид бизнеса кажется очень сложным, ведь вы завязаны на стольких партнерах!**

Партнеров по бизнесу мы подбирали очень тщательно. И одной из важных составляющих нашей работы остается принцип обязательности, четкого выполнения взятых на себя функций. Не подвести партнера — главный принцип, на котором строится ответственный бизнес. Мы любим и уважаем своих партнеров, и те, кто работает с нами, надеюсь, это понимают.

**А по какому принципу подбираете своих поставщиков?**

Когда мы только начинали этот бизнес, и, думаю, это стало залогом успеха нашей компании, мы разработали собственную стратегию развития. Ее суть в следующем. Многие начинающие компании стараются «добежать» до производителя и завязать с ним долгосрочные отношения. Зарубежные производители мяса, как и наши соотечественники, занимаются исключительно производством. Далеко немногие готовы к экспорту, т. к. просто не могут обеспечить и грамотно выстроить всю необходимую логистическую цепочку доставки продукции за рубеж. Каждый должен заниматься своим делом, которое умеет делать лучше других. Экспортом продукции занимаются мировые трейдеры, которых не так много, но которые хорошо знают и умеют четко и правильно обеспечить жизнедеятельность всей системы поставок. Этот принцип работы стоял в основе нашей деятельности. Когда работаешь с таким мировым трейдером, то именно он помогает в осуществлении поставок, берет на себя ответственность и возможные риски. И это правильный подход.

**Татьяна Николаевна, общаясь с директорским корпусом многих предприятий, мне не раз приходилось слышать, как они тщательно выбирают своего партнера, досконально изучают его производство, знают обо всем, что происходит у производителя продукции. Именно такой подход они считают исключительно верным. Вы говорите о другом построении бизнеса.**

Что ж, каждый выбирает свой путь. Это иллюзия, которой страдают руководители многих компаний, полагая, что если они придут к иностранному поставщику на завод, то это обеспечит им отлаженную работу и своевременные отгрузки продукции. Когда они вдоволь набегаются, столкнутся с проблемами качества, отгрузками, необязательностью исполнения взятых на себя обязательств, то, в конце концов, теряют деньги и вынуждены уходить с рынка. Я знаю немало иностранных заводов, которые ветеринарная служба закрыла за несоответствие качества продукции российским стандартам, а если это единственный завод? Качество ввозимой продукции — гарантия здоровья и безопасности населения, и это главное.



**Управляющий партнер, председатель Комитета поставщиков и переработчиков мяса — Татьяна Николаевна Битько.**

Родилась в 1954 в Белоруссии. Окончила Московский кооперативный институт, Академию внешней торговли. Прошла большую школу трудовой закалки: работала заведующей складом, товароведом, начальником отдела в Пищеторге, начальником управления торговли г. Хабаровска. В 1989 переехала в Москву и на должность инженера пришла в Министерство торговли, потом стала начальником отдела. В 1992 создала свою фирму. «Будучи женой военнослужащего, приходилось часто менять место работы и каждый раз доказывать, что ты имеешь опыт и знания, умеешь принимать ответственные решения и руководить людьми. Слово «надо» выработывало мой характер». На вопрос: «Есть ли у вас хобби и увлечения?», — отвечает: «Мне настолько нравится моя работа, а мне за нее еще и деньги платят!» — (смеется.)

Сотрудники так отзываются о своем руководителе: «Отношения в нашей фирме строятся на принципах уважения друг к другу, что важно для создания здорового климата в коллективе. Татьяна Николаевна буквально по-матерински заботится о нас, вникает в наши проблемы, за счет собственных средств организует совместные путешествия нашего коллектива в Париж, Португалию, Италию, Иорданию, Израиль, Китай и другие страны, которые мы можем посетить вместе с членами своей семьи. Татьяна Николаевна — удивительно светлый человек и грамотный руководитель, постоянно заряжает нас своей энергией и энтузиазмом. Наша Танечка не боится новых проектов, сама их инициирует и уверена, что все непременно получится!».

На мой взгляд, работа с мировыми трейдерами — наиболее правильный путь построения бизнеса импортных поставок мяса.

**Но существуют ли в такой системе инструменты влияния на поставщика?**

Безусловно. За качество поставляемой продукции я всегда могу спросить у своего поставщика. И если контракт не исполняется, возникают какие-то проблемы, то я прошу отреагировать на мою претензию, и меня непременно услышат. А трейдер имеет возможность обеспечить поставку от другого производителя. Причем я не пытаюсь лобировать ситуацию, чтобы заставить принять продукцию плохого качества, а стремлюсь так влиять на поставщика, чтобы он был вынужден улучшить качество своей продукции.

## Опт — это элита торговли. На этом поле ты обязан знать все правила игры.

**Вы говорите об ответственности и гражданской позиции.**

Я живу и работаю в России и не хочу торговать продукцией сомнительного качества. И если хотите, то это действительно гражданская позиция нашей компании.

**Расскажите, пожалуйста, о ваших стратегических партнерах.**

Сегодня мы поставляем в Россию продукцию компании «JBS» (бренд «Бертин») — это лучшее, что есть в Бразилии. Наш Бразильский партнер JBS, возглавляемый семьей Батисто, — крупнейший мировой производитель. «Продконтракт» на 70% принадлежит этой компании. Наша квота составляет 18 тыс. т, и примерно 50% — ввоз без квоты. Это достойный бренд, и продукция действительно хорошего качества.

Сотрудничество с компанией «Фримо» (Монако), возглавляемой г-ном Мирко Альбизетти, началось 16 лет назад. «Фримо» осуществляет по всему миру закупки мяса, которое пользуется неизменным спросом у производителей мясных продуктов.

В настоящее время мы работаем по разным схемам: по квоте и без нее, т.е. пользуемся любой возможностью осуществить поставку мяса в Россию. Как известно, квота может быть увеличена за счет бесквотного ввоза продукции. Поясню, если я ввожу товар без квоты, то плачу повышенную пошлину — таковы правила игры. Только на следующий год определенный процент от бесквотного ввоза добавляется к основной квоте, т.е. увеличивает ее, что помогает компании зарабатывать прибыль.

**Таким образом, вы планируете работу завтрашнего дня компании?**

Совершенно верно. Увеличивая сегодняшний оборот ввоза продукции, мы зарабатываем квоту на следующий год. Все крупные игроки нашего рынка отлично знают, что «Продконтракт» всегда зарабатывает себе квоту. Конечно, это сложный бизнес, но нам никто и не обещал легкой жизни.

**Кто является потребителем вашей продукции?**

В формате одной статьи перечислить наших потребителей — нереально. Наша продукция поступает во все регионы России,

вплоть до Владивостока и Хабаровска. Мы не работаем с ритейлом, этим занимаются другие. В среднем наша компания ввозит в Россию примерно 5,3% от всего ввозимого оборота мяса говядины.

**Татьяна Николаевна, в советские времена поставки продуктов питания регулировались структурой Министерства торговли. Кто сегодня определяет, какие объемы мяса и куда требуется поставить в тот или иной регион? Как выстраиваются отношения поставщик — потребитель?**

Вообще-то отношения на рынке регулируют спрос, цены и деньги. Все остальное — мешает. В принципе, должны быть выстроены нормальные правила поведения на рынке, во взаимоотношениях с контролирующими органами, ветеринарной и санитарной службой, таможней. Если государством предусмотрено квотирование, то и правила этой игры должны быть известны и прозрачны. Что же касается всего остального, то надо четко понимать, что экономику нельзя регулировать окриком. Нельзя сказать ценам — «стоп», нельзя запретить зани-

маться ввозом потребительских товаров. Это нормальные товарные отношения, существующие во все времена. В противном случае непременно найдется игрок, готовый рискнуть. И это тоже его право, это право каждого бизнесмена — купить товар и продать его. Знаете, как переводится слово «спекулировать»? — Размышлять. Никто не вправе запретить нам размышлять, где купить товар и как его продать.

Каждый вправе самостоятельно принимать эти решения. Более того, запрет всегда ведет к дефициту. И если мы хотим создать дефицит, тогда действительно нужно регулировать. История показывает, как только нам запрещали импорт, не предлагая отечественного товара, цены тут же резко взлетали вверх. Бизнес так устроен, что он всегда будет искать пути обхода таких запретов. Поэтому нужны весьма разумные границы регулирования в сочетании с грамотным пониманием механизма работы экономики.

Во всем мире квотирование товара — нормальный рыночный механизм. Рынок всегда готов самостоятельно отрегулировать количество требуемого продукта, человеку надо предоставлять выбор, и он сам решит, что ему взять — говядину или более дешевое мясо птицы. И это тоже вопрос цены.

Другое дело — вопрос качества продукта. Здесь люди могут оказаться бессильны, так как далеко не все являются специалистами по качеству того или иного продукта питания. Эти вопросы лежат в области компетентности и совести производителя. К сожалению, иногда у производителя срабатывает алчность и желание заработать «по-крупному», в результате на прилавках магазинов появляются не мясные, а мясосодерживающие продукты, а вместо натурального молока — молокосодерживающие продукты.

**Как вы относитесь к этой категории продуктов питания?**

Отрицательно, и это настоящая катастрофа. Мы часто говорим о социальной ответственности бизнеса. Только зачастую социальная роль бизнеса интерпретируется как оказание помощи детским домам, спорту, церкви. Это нужно, но это меценатство. Социальная ответственность бизнеса — не вступать в конфликт с обществом. И если бизнес социально направленный, он производит товар, за который общество ему благодарно. Тогда общество готово его признать как добросовестного производителя. А это дорогого стоит.

Сегодня общественная организация «Деловая Россия» иницирует создание СПО поставщиков и переработчиков мяса. Это может стать неким разрешением конфликта бизнеса и общества.



**Какими функциями будут наделены такие СРО?**

В таком сообществе поставщики и производители мяса будут отвечать за равных себе партнеров по бизнесу перед всей организацией. Это своего рода поручительство, что произведенный тобой продукт будет непременно качественным. В ином случае ты будешь исключен из сообщества. Если ты не являешься членом СРО, значит произведенная тобой продукция может подвергаться сомнению в отношении качества.

Только такой подход сможет навести порядок среди поставщиков и производителей продовольствия и фармацевтической продукции и т. п. Это и есть социальная ответственность бизнеса перед обществом.

**Предложенная инициатива нашла поддержку?**

Само по себе создание СРО находит поддержку в среде добросовестных производителей, но таковых немного. Другое дело, что многие производители в силу разных причин не готовы (или не хотят) стать членами СРО. Спросите, почему? Ответ прост: сегодня производитель настолько «развращен» своими доходами, что попросту не готов их сокращать, ведь членство в СРО потребует соблюдать необходимые нормативы. К сожалению, рынок перенасыщен дешевым суррогатом и контрафактом. Сейчас почти в каждом подвале можно открыть производство пельменей или колбасных изделий. И никакое регулирование здесь не помогает, они растут как грибы после дождя. Конечно, есть честные и добросовестные производители, такие как «Богатырь», «Велком» и др., выпускающие продукты отличного качества. Но как им трудно! Выпускать действительно качественный продукт очень сложно, и выживать на этом рынке непросто. Думаю, только такое сообщество, как СРО, может справиться с ситуацией. Членство в этой организации — гарантия добросовестности производителя. Подобных СРО может быть много, буквально в каждом городе, где они смогут контролировать свою «территорию», пресекая деятельность производителей «из подворотни».

Членство в СРО — это не знак качества, а заявление: «Я — честный производитель».

**Расскажите о вашем новом проекте. Как родилась его идея?**

Она сформировалась на основании спроса и знания рынка. Наш новый проект — организация производства говядины в России. Суть проекта в следующем: организовать в Калмыкии производство бескостной говядины. Этот регион всегда занимался выращиванием крупного рогатого скота, который пасется на экологически чистых, степных пастбищах. Пользуясь случаем, я хочу выразить свою благодарность главе Калмыкии Орлову Алексею Маратовичу, Председателю правительства Ивановой Людмиле Николаевне, которые поддержали нашу инициативу. Проект очень сложный и многоступенчатый, требующий открытия многих параллельных производств. Ведь чтобы этот бизнес был рентабельным, он должен быть практически безотходным, и значит,

надо также заниматься обработкой шкур, костей и других побочных продуктов, которые должны давать доход. Но и продукцию надо не только произвести, причем по конкурентной цене, но и найти рынок сбыта. И эти функции мы тоже берем на себя.

**Как вы планируете обеспечить предприятие сырьем?**

Мы рассматриваем развитие животноводства в этом регионе как концепцию развития фермерства, и, соответственно, применяем различные системы финансирования фермеров. Такой индивидуальный подход к фермерским хозяйствам должен стимулировать их деятельность и давать возможность развиваться. В любом случае мы гарантируем сбыт произведенной ими продукции. Это продуктивный и окупаемый вид бизнеса (в среднем бычок вырастает за 15–16 месяцев).

## Отношения на рынке регулируют спрос, цены и деньги. Все остальное — мешает.

В настоящее время уже подписано общее соглашение с главой администрации Калмыкии, выделена земля. Сейчас разработан технологический проект.

**Калмыкия выбрана не случайно?**

На сегодняшний день там насчитывается 606 тыс. голов скота. Есть где развернуться. Причем мы нацелены не только на переработку, но и на воспроизводство поголовья животных. Новые градообразующие предприятия, по нашему мнению, позволяют экономике Калмыкии развиваться более динамично.

**Вы уверены, что такой серьезный проект получит свое развитие?**

Я знаю, что все получится. Это абсолютно реальный проект. Я тоже реальный человек и считаю все: сколько стоит мясо, сколько переработка побочных продуктов. Моя задача — получить доход с оставшихся 50% живого веса бычка, т. е. необходимо проработать каждый элемент животного, понять, до какой глубины переработки можно дойти. К примеру, те же шкуры можно засолить и достаточно дешево продать. Но есть и другой вариант: снять с них жир, обработать специальными составами и предложить производителю кожевенной промышленности готовый полуфабрикат. А это уже другая добавочная стоимость. Сегодня все эти вопросы находятся на стадии проектирования, т. е. мы пытаемся на этом этапе просчитать возможные результаты.

**Насколько я понимаю, останавливаться на достигнутом вы не собираетесь?!**

Я вижу, что сегодня многие крупные импортеры стали серьезными игроками в агропромышленном бизнесе. И это тоже социальная ответственность бизнеса. Бизнесмен должен мыслить по-государственному. Я считаю, что если ты импортер и сумел на этом заработать и государство тебе создало условия для успешного ведения торговых сделок, то необходимо вкладывать деньги в развитие сельского хозяйства. Сегодня мы намерены развивать собственное производство в России, и, думаю, у нас все получится. Нет, я в этом уверена!

*От всей души желаю вам удачи.*

Корреспондент: Елена Марголина

# КРОМЭКСПО-Н

Согласно статистическим данным, в 2011 г. рынок потребления мяса в России составит около 6,0–6,5 млн т в год. Отечественная индустрия производства мяса сегодня неспособна полностью удовлетворить спрос на этот вид продукции. На сегодняшний день наша страна остается практически главным импортером мясопродуктов.

«Как этот рынок будет развиваться дальше? На вопросы отвечает генеральный директор ООО «Кромэкспо-Н» Зара Юсуфовна Толстенкова.

**Зара Юсуфовна, как давно вы занимаетесь этим бизнесом?**

Наша компания начала осуществлять импортные поставки мясопродуктов на российский рынок с 1996, и после ребрендинга с 2001 мы стали выступать как ООО «Кромэкспо-Н».

Основное направление деятельности — поставки мясосырья (говядины, свинины, птицы) из Южной и Северной Америки, Австралии, некоторых европейских стран.

**Насколько качество импортного мяса удовлетворяет спрос российских потребителей?**

Российские производители колбасных изделий предпочитают работать на импортном сырье, т.к. эту продукцию отличает стабильность качества.

К сожалению, отечественная мясная отрасль производит недостаточно продукции, которую можно перерабатывать. Российскую свинину и говядину мясокомбинаты получают в основном в виде полутуш, но далеко не все наши заводы имеют линии по разделке мяса на кости.



Генеральный директор — Толстенкова Зара Юсуфовна. Энергичный руководитель и настоящий стратег. Для нее бизнес стал неотъемлемой частью жизни. Владеет иностранными языками. Один из основных критериев подбора команды — порядочность. Для нее важно, чтобы в коллективе работали увлеченные и талантливые люди, способные развиваться. Хобби — кулинария, французский шансон, путешествия. Но путешествовать, к сожалению, получается только во время командировок.

**Охарактеризуйте, пожалуйста, текущие тенденции российского рынка мясопродуктов.**

Такую аналитику можно проводить только по отдельным категориям мясопродуктов. В последнее время в России наблюдается ежегодный прирост отечественного производства птицы и свинины. Оно покрывает потребности российского рынка: по птице — на 85–90% потребительского спроса, по свинине — на 75–80%.

Наши птицефабрики, нацеленные на получение максимальной прибыли, продают птицу тушкой, и, практически, не занимаются разделкой птицы. Некоторые позиции (индейка, разделка куриная — грудки, крылышки, бедра и др.) не удовлетворяют потребности рынка. По свинине ситуация аналогичная. Причем отечественная свинина (на кости) дороже импортной как минимум на 15–20%.

Производство отечественной говядины (мясо-молочной и мясной) развито очень слабо. И хотя отечественная говядина присутствует на рынках и попадает на переработку производителя, ее катастрофически не хватает. Это связано с более сложным производством. Если птицефабрика получает продукцию через 45 дней, свиноккомплексы — через 3–5 лет, то фермы по производству говядины — 5 лет и более. Здесь более длительная окупаемость и рентабельность. С производством говядины в России картина малооптимистичная.

**Ваше мнение, что мешает отечественной продукции конкурировать с импортом?**

На данный момент покупатель стал более избирателен и предъявляет определенные требования к продукции, которую





приобретает. Отечественные производители постоянно улучшают качество своей продукции за счет применения новых технологий. Но все это требует времени, поэтому импорт в настоящее время имеет свой объем рынка, который исторически сложился, и на данный момент не может быть замещен продукцией отечественного производства.

**И это, похоже, не единственная проблема отрасли?**

Вы правы. Сегодня многие радуются открытию крупных супермаркетов. Но разве их достаточно? Посмотрите на зарубежный ритейл (Германия, Франция, Испания) — картина совсем иная. В этих странах супермаркеты стали практически магазинами шаговой доступности, и конкуренция у них очень высокая. Они стоят очень плотно, и с утра до ночи конкурируют друг с другом, завоевывая покупателя. В России до ближайшего гипермаркета надо доехать и в очереди постоять. У нас катастрофически не хватает магазинов.

Карл Маркс вывел замечательную формулу: «деньги–товар–деньги». Мы можем произвести все, что угодно, но если не научимся это продавать, то не сможем продвинуться дальше. Повысить объем продаж отечественного мяса поможет внедрение передовых технологий, усиление контроля за качеством произведенной и реализуемой продукции. Российский производитель должен биться за то, чтобы ему было гордо смотреть на результат своего труда. Если его продукт будет выглядеть так же пристойно, как зарубежный, то и переживать за сбыт не придется. Мы должны гордиться своим товаром, который производим.

**Способен ли российский бизнес поднять «с колен» мясную индустрию?**

Для оживления этой отрасли необходимы крупные инвестиции. Если говорить о производстве свинины, то, надеюсь, что проинвестированные проекты через 4–5 лет позволят отказаться от импорта свинины. А чтобы поднять рынок производства говядины, — потребуется минимум 10–15 лет. Воспроизводство крупного рогатого скота — дело сложное, требующее времени. Посмотрите на производителей мяса из Бразилии, которые «буквально плакали», когда у них на 10–20 млн голов сократилось поголовье скота. Аналогичная ситуация была в Аргентине. Но они выбираются из этой ситуации, используют научные достижения, новые современные технологии. На сегодняшний день в Бразилии поголовье крупного рогатого скота составляет 145 млн голов на 200 млн человек. В России поголовье КРС — всего 9,265 млн голов на 142 млн человек, причем в основном это молочный скот. О чем можно говорить?! Нужны огромные инвестиции в генетику, в строительство новых фермерских хозяйств и комплексов.

Некоторым европейским странам не хватает собственного мяса, и они вынуждены его импортировать. Но там иная ситуация с земельными угодьями, в которых нуждается крупный рогатый скот. В России — земли много, и с этим богатством можно



**Успешность любого производства — это прежде всего налаженный сбыт продукции.**

и нужно работать. Правда, результат может быть нестабильным. Вспомните, как животных буквально «свалил» «свиной грипп» и «бешенство коров». Вспышки болезни уничтожили большое поголовье скота в Англии, значительно сократили в Ирландии и во Франции. Сейчас оно восстанавливается. Но чтобы это восстановление произошло окончательно, необходимо много времени.

**Проблему надо решать на государственном уровне или его можно отдать на откуп бизнесу?**

Для бизнеса эта задача будет тяжеловата. Я, например, могу вырастить тысячу голов в год бычков, но это не решит вопроса. Должна быть государственная политика по вопросам поднятия АПК. Но и это может до конца не решить проблему. В России ощущается огромная нехватка грамотных специалистов, способных заниматься производством говядины.

**Зара Юсуфовна, расскажите, пожалуйста, о ваших партнерах.**

Мы работали со многими производителями мясопродуктов. Но для нас основным критерием выбора остается качество продукции, поэтому сегодня мы сотрудничаем с такими крупными производителями, как мировые поставщики мясопродуктов BRF, Sadia, а также компанией Marfrig, работающей в Бразилии, Уругвае, Аргентине. Из европейских партнеров активно сотрудничаем с испанскими поставщиками свинины — «Faccsa», «Rivasam», «Juia». Мы хорошо знаем своих партнеров. Специалисты нашей компании постоянно выезжают для контроля качества покупае-



мой продукции до отгрузки. Для нас очень важно, какую продукцию мы доведем до своего конечного потребителя. И конкурировать с другими мы можем только исключительно качественными товарами.

**В народе поговаривают, что к нам импортируется мясо, которое было заморожено 10 и более лет назад. Это вымысел или правда?**

Это не соответствует действительности. Самое простое — бороться с импортным мясом, запуская в народ сплетни и байки. Попробуйте бороться качеством. Попробуйте конкурировать на уровне предоставления достойного качества продукта. Кто из отечественных производителей мяса может производить в таком объеме заморозку блочных мясопродуктов? Давайте будем сравнивать, и тогда предмет спора станет актуальным. Они применяют новейшее оборудование, лучшие мировые технологии, и с этим трудно поспорить. Да и опыт работы в этом сегменте



«Кромэкспо-Н» является умение выполнять в точный срок взятые на себя обязательства. Это важно.

Российский бизнес сегодня окреп, встал на ноги, и мера ответственности перед зарубежными партнерами достигла высокого уровня. Надо отвечать за каждый свой шаг, строить грамотные партнерские отношения. Россия является одним из основных импортеров мясопродуктов.

### **Поделитесь ближайшими планами.**

Сейчас мы расширяем ассортиментную линейку импорта и завозим в Россию сухое молоко и сливочное масло. Одним из новых направлений является HoReCa. Наши офисы работают в Москве, Санкт-Петербурге и Казахстане.

### **Считаете свой бизнес интересным?**

Скажем так, чтобы успешно работать в этом сегменте рынка, раньше было достаточно выявить спрос и обеспечить его поставками. Сегодня все гораздо сложнее. Да, этот бизнес многогранный и, действительно, интересный. Мы собираем много информации, контактируем с большой клиентской базой, ведем всю логистическую цепочку поставок, отслеживаем курс цен и т.д. Чтобы грамотно вести этот бизнес, надо охватывать огромный спектр вопросов и полностью в него погружаться. Надо быть профессионалом, уметь прогнозировать ситуацию, владеть иностранными языками, знать менталитет импортера, чтобы правильно вести бизнес, и многое, многое другое. Мы обеспечиваем поставки важного продукта питания на российский рынок, и на этом рынке нас давно и хорошо знают как ответственного партнера. И это немало! Я очень благодарна этому бизнесу.

Корреспондент: Елена Марголина



## Россия является одним из основных импортеров мясопродуктов.

рынка у зарубежных коллег гораздо больше, чем у российских представителей. Судите сами, какой смысл так долго хранить продукт, если он востребован сегодня?

### **Куда идут ваши поставки?**

Наша компания импортирует в среднем в год около 60 тыс. т мясысырья. Продукция поступает на заводы по производству нашей любимой колбасы: «Черкизово», «Дымов», «Останкино», «Микоян», «Царицыно» и многие другие.

### **Много ли на российском рынке компаний, аналогичных вашей? Конкурировать приходится?**

Импортеров в России много, и конкуренция подстегивает. Надо уметь своевременно осуществлять доставку качественного мяса, предлагать лучшие цены потребителю. Благодаря конкуренции на рынке наша компания постоянно развивается.

Думаю, что одним из конкурентных преимуществ ООО



РОССИЙСКАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

# ЗОЛОТАЯ ОСЕНЬ



6-16 ОКТЯБРЯ 2011  
МОСКВА, ВВЦ



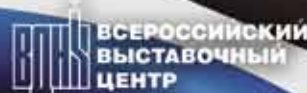
Министерство сельского хозяйства  
Российской Федерации



Правительство  
Москвы



Российская академия  
сельскохозяйственных наук



ОАО «ГАО «Всероссийский  
выставочный центр»

Дирекция выставки:  
ЗАО «Международный выставочный комплекс ВВЦ»  
Тел./факс: +7 (495) 748-37-70, e-mail: info@mvcvvc.com

[www.goldenautumn.ru](http://www.goldenautumn.ru)

# МОСКВА ЗЛАТОГЛАВАЯ

Лев Михайлович Могилевский — генеральный директор компании «Москва Златоглавая», специализирующейся на производстве продуктов детского и специального питания, — человек очень неравнодушный. Он искренне переживает за судьбу нашей страны и ее населения, разрабатывает и предлагает решение сложных системных вопросов государственного уровня. В 1996 он стал основным разработчиком и производителем питания для детей, беременных и кормящих женщин, адаптированного именно к российским условиям. Его уникальная продукция позволяет во многом решить проблемы оздоровления населения страны. Еще в начале 90-х гг., предвидя надвигающийся на Россию демографический кризис, он разработал комплекс мер, изложив их руководству страны, но получил обычную чиновничью отписку. Прошло 16 лет почти полного бездействия, и страна вступила в полосу демографического кризиса, проблема стала еще острее и приблизилась к точке невозврата. В 2008 Лев Михайлович разработал концепцию федеральной целевой программы «Создание и развитие индустрии обеспечения полноценным питанием детей в учреждениях дошкольного, школьного, начального профессионального образования, средних специальных и высших учебных заведениях РФ». Суть этой программы сводится к обеспечению бесплатным полноценным питанием детей и подростков: четырехразовым в дошкольных учреждениях, трехразовым — в школах, ПТУ и колледжах, двухразовым — в вузах. В полной мере эта программа прошла слушания в Госдуме в 2010, где получила поддержку, но пока не реализована, и, как говорит Лев Михайлович: «Я верю, что мне удастся сдвинуть эту проблему, потому что уже сейчас есть хоть и небольшие, но результаты. Например, под Санкт-Петербургом и в других местах построены хорошие технологические комплексы. Конечно, не решен вопрос с производством необходимого для этого дела сырья, не решен вопрос логистики, некоторых предпочтений, создания пунктов питания в школе и т. д. Но до опубликования моей концепции, мало кто вообще думал об этом системно». Сегодня наш разговор — о создании, функционировании и развитии системы продовольственной безопасности нашей страны.



Генеральный директор — Лев Михайлович Могилевский. Родился в 1947 в Виннице. Окончил факультет технической кибернетики Московского института химического машиностроения. Доктор технических наук, профессор, основной разработчик рецептур питания для детей, беременных и кормящих женщин, выпускаемого РОАО «Москва Златоглавая». До того, как возглавить компанию, работал в системе Миннефтехимпрома СССР, затем прошел путь от инженера до генерального конструктора систем управления отрасли в НИИ систем управления. После перестройки возглавлял совместные советско-американские предприятия по разработке компьютерных сетей управления. Называет себя «однобоким трудоголиком». Помимо руководства предприятием активно участвует в общественной и политико-экономической жизни: в 1990-х гг. являлся советником первых вице-премьеров Правительства РФ, советником Председателей Совета Федерации в 1993-2000 гг., является советником государственного секретаря Союзного государства Белоруссии и России; один из авторов Конституционного акта Союзного государства; генеральный конструктор Российской единой биржевой системы, одобренной экс-президентом РФ В. Путиным; помощник депутата Госдумы от «Единой России» В. Рязанского. Серьезно изучает христианское богословие, экономическую и историческую литературу. Хобби — вождение автомобиля. Кредо: «Через невозможное — вперед!».

**Как вы связываете качество питания и здоровье населения с социально-экономическим развитием страны?**

Социально-экономическая стабильность в любой стране во многом определяется уровнем и качеством жизни населения, степенью удовлетворения потребностей человека в пище, жилье, отдыхе, комфортных условиях среды обитания, здоровье. Качество питания, его структура и сбалансированность непосредственно влияют на здоровье людей и представляют собой синтетический индикатор качества жизни. Всемирная организация здравоохранения полагает, что здоровье означает не только физическое, но и психическое, духовное и социальное состояние человека, в нем отражена диалектика предметно-вещественного, функционального и его системно-социального качества. Состояние здоровья населения — весьма точный индикатор социально-экономического развития страны в целом. Более того, я считаю, что качество питания человека напрямую связано с патриотизмом. Патриотизм в душе воспитывается с детства. Немаловажным является то, что с малых лет ребенок чувствует себя сытым, одетым, окруженным теплом и душевной лаской. Это создает ощущение уюта, счастья и покоя и сохраняется в душе на всю жизнь. Поэтому обеспечение полноценным питанием всех без исключения детей, не достигших 18-летнего возраста, не просто формальная забота или обязанность государства, это еще и элемент воспитания патриотизма в гражданах России.

**Какова ситуация с качеством жизни в России?**

В России в последние 20 лет постоянно фиксируют отрицательные значения по таким важнейшим показателям качества жизни, как уровень рождаемости, продолжительность жизни. По данным ВОЗ, по средней продолжительности жизни Россия занимает 115 место в мире (58, 6 года). В связи с этими проблемами качество жизни в нашей стране заслуживает специального внимания, поскольку связано и с интенсивным снижением численности детей в общей массе населения. Больные матери рожают больных детей, бедные семьи продляют бедность. Все взаимосвязано. Сейчас 10% беременных страдают анемией, недостатком красных кровяных телец. Главная причина — плохое питание. Население нашей страны каждый год уменьшается на 1 млн человек.

**Что, на ваш взгляд, привело к подобной ситуации?**

С 1992 в России отмечается резкое падение сельскохозяйственного производства в результате значительного сокращения посевных площадей, поголовья скота, ликвидации многих рабочих мест, разрушения материально-технической базы аграрного сектора. Из сельскохозяйственного оборота выпало 27 млн га пашни. В итоге среднесуточный рацион питания одного человека сократился на 1 тыс. калорий — до 2200 калорий, т.е. в среднем до уровня питания одного жителя Африки, тогда, как в Западной Европе этот показатель составляет 3500, в США — 3600 калорий. По международной квалификации ФАО, питание на уровне 2150 калорий характеризуется как условия постоянного недоедания.

В свое время в СССР были разработаны и использовались нормы потребления основных продуктов питания на душу населения. Эти нормы не обеспечиваются. Не обеспечиваются и «Нормы физиологических потребностей в энергии и веществах для различных групп населения РФ», утвержденные Роспотребнадзором в 2008. За годы реформ годовое душевое потребление основных продуктов питания в нашей стране резко сократилось. Все это не могло не отразиться на воспроизводстве населения. Исследования свидетельствуют о том, что роль недостаточного и несбалансированного питания может быть сопоставима с ролью генетических факторов и активных химических или инфекционных воздействий в развитии населения. К тому же питание в значительной мере обеспечивается импортом, а импортное продовольствие нередко имеет низкое качество.

Кроме того, продовольственная безопасность такого государства, как Россия, определяется и продовольственной безопасностью в ее регионах, каждый из которых должен добиваться максимального удовлетворения потребности населения в продуктах питания за счет собственного производства, за счет повышения эффективности функционирования регионального АПК. Однако налицо определенная недооценка роли АПК в экономике страны, в системе ее продовольственной и экономической безопасности, хотя сельскохозяйственную отрасль можно считать базовой отраслью нашей экономики. Так, удельный вес продукции АПК в ВВП снизился более чем в три раза и составляет примерно 5%. Тогда как в странах с аналогичным переходным типом экономики этот показатель достигает 24–26%. При этом доля государственных расходов в этих же странах — 12–14% по отношению к доле сельскохозяйственной продукции в ВВП.

**Как данную проблему Вы предлагаете решить государству?**

Только создав систему продовольственной безопасности России, страна встанет на путь благоденствия и политико-экономического развития. Это в полной мере определяет Доктрина продовольственной безопасности РФ (утверждена Указом Президента РФ от 30.01.2010 № 120). В качестве реализации Доктрины мной предлагается создание, функционирование и развитие четырех конгломератов. Первый — социальное питание и продовольствие (по данным специалистов, в этом нуждается 32–38 млн граждан России). Второй — производство продукции агропромышленного и рыбохозяйственного комплекса, не относящегося к первому конгломерату. Третий — проблемы производственных отношений сельскохозяйственных и рыбохозяйственных товаропроизводителей с организациями естественных монополий, торговли, обеспечивающих отраслей, развитие инфраструктуры села, обеспечения и закрепле-

**Россия способна в течение пяти лет полностью обеспечить себя продовольствием.**

ния кадров в сельской местности. Четвертый — увеличение экспорта российского продовольствия в объеме не менее 30% от произведенного при одновременной рационализации структуры внешней торговли продовольствием с целью оптимального согласования интересов отечественных товаропроизводителей и принятых в мировой практике мер по защите аграрного сектора страны.

**Какие условия, на ваш взгляд, необходимы для создания, функционирования и развития этих конгломератов?**

Перечисленные конгломераты представляют собой единую систему, поэтому любое изменение соотношений в их развитии нарушает равновесие экономики, и при решении конкретных задач продовольственной самообеспеченности необходимо сводить к минимуму отрицательное влияние любых изменений в состояниях отмеченных конгломератов, обеспечивать гармоничное их сочетание.

При решении комплекса задач конгломератов потребуются принятие мер государственного протекционизма при одновременном установлении оптимальных закупочных цен как готового питания и продовольствия, так и сельскохозяйственной и рыбохозяйственной продукции для их производства.

Осуществление государством системных мероприятий позволит значительно минимизировать цены на продовольствие на внутреннем рынке, делая их стабильными на протяженном отрезке времени (не менее 5 лет), резко снизит инфляцию и улучшит качество жизни населения России.

Эти обстоятельства, очевидно, повлекут за собой снижение банковских кредитных ставок, переход к кредитованию, включая ипотечное, по ставкам не более 4–5% годовых, что позволит развивать на селе расширенное производство с/х продукции, строительство, в том числе жилищное, закрепляя, таким образом, сельхозпроизводителей на земле, создавая династийные частные производства, мелкие, средние и крупные. Такой результат позволит пройти точку невозврата к убогой и зависимой политике от поставок продовольствия извне!

Для оптимального продовольственного обеспечения требуется: во-первых, эффективная внешнеэкономическая политика и экономически обоснованный таможенно-тарифный механизм. Во-вторых, оптимизация государственного регулирования цен. В-третьих, учет состояния спроса и его прогнозирование как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В-четвертых, обеспечение необходимого уровня конкурентоспособности отечественных продовольственных товаров. В-пятых, эффективная политика поставщиков, посредников, оптовых продовольственных рынков, включая развитие бирж сельхозтоваров и продовольствия. В-шестых, ведение производства в отраслях растениеводства и животноводства, пищевой и перерабатывающей промышленности на промышленной основе с использованием последних достижений науки, техники и новых технологий.

**При выполнении всех этих условий к какому результату может прийти Россия?**

Таким образом Россия, обладающая 9% мировых запасов пшеницы, 20% запасов пресной воды и производящая 9% мине-

ральных удобрений, должна сыграть решающую роль в преодолении мирового продовольственного кризиса на основе укрепления отечественного сельскохозяйственного и рыбного производства и принятия участия в программах с другими странами.

Россия способна в течение пяти лет полностью обеспечить себя продовольствием и довести экспорт продукции сельского хозяйства и рыбопроизводства до 30% от производимого в России, всерьез и надолго заняв значимую нишу на мировом рынке продовольствия. Решение вопросов продовольственной безопасности однозначно приведет к экономически независимому, устойчивому развитию России.



**Лев Михайлович, в заключение хотелось бы вернуться к деятельности вашей компании и вашей уникальной продукции. Какие новинки вы в ближайшее время планируете вывести на рынок?**

По аналогии с «Анамарией» для девочек-подростков мы разработали «Львишку» для мальчиков. Ежедневный прием, в качестве дополнительного питания одной-двух порций молочного напитка «Львишка» способствует коррекции рационов питания мальчиков по белку, витаминно-минеральному комплексу, что необходимо в период их интенсивного роста и нейроэндокринной перестройки, для завершения формирования скелета и скелетно-мышечного аппарата, профилактики нарушений обмена веществ и алиментарнозависимых состояний, улучшения способности к обучению.

Мы вывели на рынок биопродукт «Натурпайя». Он изготовлен по древнему рецепту монахов монастыря «Лотос» в Гаити. Это органическое фруктовое пюре из плодов папайи, созревшей на дереве. Натуральный продукт «Натурпайя» — идеальное средство для сохранения здорового пищеварения, нормализации раздраженного, ослабленного или нарушенного пищеварения, избавления от ощущения тяжести в желудке после обильной еды, облегчения симптомов изжоги, проблем пищеварения, вызванных путешествиями. Пюре «Натурпайя» богато витаминами и минеральными веществами и является эффективным долгосрочным решением для сохранения здоровой пищеварительной системы и ее регуляции.

Помимо вывода на рынок новой продукции мы планируем открывать экобиомагазины продуктов питания и сопутствующих товаров для детей и родителей. Отличительная особенность наших магазинов в том, что там обязательно будут присутствовать врачи-консультанты, которые дадут квалифицированный совет и помогут выбрать продукцию, соответствующую состоянию здоровья ребенка, беременной или кормящей женщины. Пускай мама после нас найдет нужный ей товар на полке другого магазина, но она будет знать, почему ей его порекомендовали. В этих магазинах мы представим целую серию натуральных продуктов, которых еще нет в РФ. Первый магазин мы откроем в сентябре 2011, в дальнейшем планируем открыть целую сеть подобных магазинов не только в Москве, но и в регионах.

Корреспондент: Кристина Бесчаснова





Российская неделя здравоохранения



# ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

## 5-9 декабря 2011

Центральный выставочный комплекс  
«Экспоцентр»,  
Москва, Россия

[www.zdravo-expo.ru](http://www.zdravo-expo.ru) [www.zdravo-expo.ru](http://www.zdravo-expo.ru) [www.zdravo-expo.ru](http://www.zdravo-expo.ru) [www.zdravo-expo.ru](http://www.zdravo-expo.ru) [www.zdravo-expo.ru](http://www.zdravo-expo.ru)

Организатор:



При поддержке:

- Министерства здравоохранения и социального развития РФ
- Министерства промышленности и торговли РФ
- Российской академии медицинских наук
- Общественной палаты РФ

Выставка проводится под патронатом:

- Торгово-промышленной палаты РФ
- Правительства Москвы

# АГРОФИРМА КОРМА И СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИЯ

В последнее время правительство России уделяет большое внимание развитию агропромышленного комплекса. Реализация приоритетного нацпроекта «Развитие АПК», который плавно перерос в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельхозпродукции, сырья и продовольствия, стала эффективным шагом на пути создания новой аграрной политики нашей страны. Основная цель программы — обеспечение условий, облегчающих и стимулирующих подъем агропромышленного сектора экономики. Оказать существенную помощь российским предприятиям, занимающимся разведением скота и птицы, — такую непростую задачу поставила перед собой ООО «Агрофирма корма и сельхозпродукция», начавшая свою деятельность на российском рынке в 1995 г.



Генеральный директор — Валентина Александровна Полещук. Родилась в Астрахани. Окончила Астраханский политехнический университет по специальности «экономист». Долгое время работала в системе Министерства обороны России. Целеустремленный руководитель, стремится воплотить мечту в реальность. Любит рыбалку и путешествия.

**Валентина Александровна, основная сфера деятельности вашей компании «Агрофирма корма и сельхозпродукция» — поставка продуктов для агропромышленного комплекса. Сложно работать в этой нише?**

Работать в этом секторе экономики непросто, и это осознают на всех уровнях государственной власти. Но работу тысячной армии сельских тружеников могут свести на «нет» неблагоприятные природные условия, и с этим фактом тоже приходится считаться. Поэтому, чтобы работать хорошо, надо прикладывать много усилий. В нашей команде единомышленников работают целеустремленные и даже амби-

циозные люди, что, безусловно, помогает продвигать нашу продукцию на российском рынке.

#### **В каких направлениях работаете?**

В компании развивается несколько направлений деятельности. Мы производим и поставляем корма, которые успешно используются в животноводческих хозяйствах и на птицефабриках, — комбикорма, жмых, отруби, патоку, шрот, жом, мел, а также семена кормовых культур, сбор которых производится в экологически чистых регионах России: в Краснодарском крае, Саратовской области, Верхне-Волжском регионе, Новосибирске, Татарстане.

Отечественный рынок АПК хорошо знает нашу компанию как надежного партнера и поставщика фуражного зерна — пшеницы, ячменя, овса, продуктов переработки семян подсолнечника — масла фуражного, шрота и подсолнечного жмыха, продуктов переработки семян сои — шрота, жмыха соевого. На собственном элеваторе, расположенном в Кировской области, происходит первичная переработка и последующая заготовка зерновых. На нашем комбикормовом заводе производится окончательная переработ-

ка комбикормов. Более того, по желанию клиента мы можем изготовить комбикорм по индивидуальному рецепту заказчика. Заготовленный фураж хранится на наших складских терминалах.

Одно из направлений, которым в последнее время активно занимается наша компания, — разработка и внедрение новых комбикормов, необходимых для кормления молодняка.

#### **Можно об этом продукте подробнее?**

В начале своей деятельности мы занимались экспортными поставками заменителя цельного молока (ЗЦМ) на российский рынок. Однако этот продукт не совсем удовлетворял наших клиентов. К сожалению, импортный продукт в реальности не соответствовал заявленным компонентам соевого, и при его замесе появлялись комковатые образования. Мы приняли решение о создании отечественного аналога и поставили перед собой цель — подобрать наилучшую рецептуру ЗЦМ, для чего были проведены серьезные лабораторные исследования, химические анализы, а также многочисленные эксперименты, проводимые в фермерских хозяйствах. На про-





тяжении долгого времени мы проверяли, как усваивается наш продукт молодняком, какой они дают привес и т. д.

Над разработкой этого проекта мы работали два года, и в начале 2009 запустили первую линию по производству нового продукта, получившего название «Лактевит». Надо сказать, что на сегодняшний день новый ЗЦМ «Лактевит» является лучшим предложением российскому рынку для вскармливания телят. В нем учтены все составляющие — удачная пропорция растительных компонентов, сбалансированная энергетическая ценность продукта и витаминный комплекс, необходимый для молодого организма теленка. Этот продукт значительно превосходит импортные аналоги по своим качественным характеристикам.

### Что же качественно отличает вашу продукцию?

«Лактевит» практически вдвое дешевле молока. Его использование приносит значительный экономический эффект агрокомплексам и животноводческим хозяйствам, занимающимся выращиванием телят. Являясь прекрасным заменителем натурального коровьего молока, «Лакте-



**ЕГОР ЮРЬЕВИЧ ГОНЧАРЕНКО,**  
заместитель директора

вит» хорошо усваивается молодым организмом теленка и может применяться с двухнедельного возраста, в результате чего наблюдается активная прибавка в весе молодняка. В его состав входят высококачественные молочные продукты, льняное семя, специальный витаминно-минеральный комплекс, а также белковые и жировые растительные добавки, органические кислоты, которые необходимы для создания нормальной микрофлоры пищеварительного тракта у телят. В состав также входят пробиотик, натуральные ароматизаторы и вкусовые добавки, которые улучшают качественные характеристики кормосмеси. Отсутствие

антибиотиков и генетически измененных организмов качественно отличает наш продукт от импортных аналогов. Практика показывает, что «Лактевит» — инновационный продукт, уверенно занимающий лидирующие позиции на рынке кормов для молодняка крупного рогатого скота.

### Вы сказали, что занимаетесь производством комбикормов по индивидуальным рецептам.

Основная задача любого сельхозпроизводителя, занимающегося выращиванием скота и птицы, — приобретение качественных кормов. Мы разработали предложение для своих клиентов и по их желанию можем производить корма с разным процентом жирности, различным составом белковых добавок и т. д. Конечно, это несколько усложняет процесс производства, ведь гораздо проще запустить конвейер и производить серийную продукцию. Но в данном случае мы идем навстречу сельхозпроизводителю и производим корма по индивидуальным рецептам. Таким образом, мы стремимся удовлетворить требования даже небольших фермерских хозяйств, что сегодня вряд ли кто готов делать на российском рынке. Это еще одна отличительная особенность нашей компании, которая в прошлом году отпраздновала свой 15-летний юбилей.

### И это подтверждает ваше устойчивое положение на российском рынке производителей АПК, что довольно сложно в современных условиях развития отечественного рынка. Расскажите о ваших новых разработках.

Вы правы, Россия — далеко не аграрная страна, и наше правительство принимает достаточно много усилий, чтобы оживить этот сектор экономики. Сегодня мы тоже работаем в направлении развития новых продуктов, которые станут хорошим импортозамещающим предложением российскому рынку. Один из наших новых проектов — создание заменителя обезжиренного молока (ЗОМ), предназначенного для выкармливания поросят. Надо сказать, что аналогичные продукты, конечно, есть, но новый продукт компании «Агрофирма корма и сельхозпродукция» имеет свои особенности. Наше «ноу-хау» — введение в состав ЗОМА льняного жмыха. Сегодня рецептура этого продукта проходит апробацию, и мы надеемся, что уже в следующем году он будет выведен на отечественный рынок.

Компания «Агрофирма корма и сельхозпродукция» постоянно развивается. На протяжении многих лет мы активно сотрудничаем с Тимирязевской академией, проводим совместные исследования, консультируемся со специалистами и учены-



**ДМИТРИЙ ИГОРЕВИЧ ТИХОНЧУК,**  
заместитель директора

ми. Сегодня специалисты нашей компании работают над расширением ассортиментной линейки ЗЦМ, и уже в ближайшее время мы сможем поставлять нашим потребителям продукт с различным процентным содержанием жира: 12, 14, 16, 20%. Именно такие продукты необходимы фермерским хозяйствам, поскольку в разном возрасте телятам нужен ЗЦМ с разным содержанием жира и витаминных добавок. Более того, в отличие от импортных аналогов, в состав нашего продукта не входят антибиотики. Это исключительно натуральный и сбалансированный продукт.

### Сегодня весь цивилизованный мир обеспокоен проблемой генномодифицированных продуктов. Соответственно, натуральные продукты с каждым годом становятся более востребованными.

Абсолютно верно, и эта проблема затрагивает и животноводство. От того, чем будет питаться молодняк крупного рогатого скота, зависит в дальнейшем качество мяса. Именно поэтому мы уделяем столько внимания натуральности наших продуктов — производству комбикормов для отечественного животноводства и птицеводства. Выпуск сбалансированного натурального продукта — этот тренд, который для нас реализуется не на словах, а на деле. Воплощение этой идеи в жизнь — кредо компании «Агрофирма корма и сельхозпродукция».

Корреспондент: Елена Марголина



# АЙСБИТ

Вы хотите порадовать своих домочадцев чем-нибудь вкусненьким, но у вас так мало свободного времени для приготовления кулинарных изысков? «Решение есть!», — рассказывает генеральный директор компании ЗАО «АЙСБИТ» Игорь Владимирович Поликашин. — Проблему решит продукция ТМ «4 СЕЗОНА», которая уже успела полюбить наш потребитель. Вкусно, быстро, удобно, разнообразно и к тому же — полезно! И все это — «4 СЕЗОНА».

**Игорь Владимирович, продукцию «4 СЕЗОНА» можно найти на прилавке любого магазина, что свидетельствует о безусловном лидерстве вашей торговой марки.**

Торговая марка «4СЕЗОНА» принадлежит компании «АЙСБИТ» и является ведущей маркой на рынке замороженных овощей, овощных смесей и готовых блюд, которая, в свою очередь, является крупнейшим дистрибьютором на рынке продуктов глубокой заморозки. В нашем ассортименте более 15 ведущих российских и зарубежных торговых марок замороженной продукции.

Вы правы, наша ТМ «4 СЕЗОНА» известна во всех регионах России: знание бренда у потребителей достигло 70%, доля рынка — более 28%. И это, действительно, определенное достижение, которое стало возможным благодаря четко отлаженной работе ГК «БИТ». Это вертикально интегрированный холдинг, бизнес-процессы которого охватывают все сферы, связанные с основной товарной категорией: собственное выращивание овощей, первичная переработка, заморозка, фасовка, логистика и дистрибуция, т.е. предприятие полного цикла. 75% продукции производится из отечественного сырья, выращенного на собственных посевных площадях Краснодарского Края. К продуктам предъявляются высокие требования по качеству. Наши производственные комплексы, расположенные в Одинцово МО и республике Адыгея, оснащены самым современным европейским оборудованием.

**Как достигается сохранность «живых» витаминов продукта?**



Борьба за сохранность витаминов в конечном продукте начинается с грядки, откуда овощи и фрукты в кратчайшие сроки поступают на производство, где проходят полный технологический процесс: очищаются, моются, нарезаются, бланшируются, а затем замораживаются методом «шоковой» заморозки при температуре  $-40^{\circ}\text{C}$ . Готовая продукция отправляется на склад глубокой заморозки.

Сегодня общая мощность наших производственных предприятий составляет около 150 т в сутки, и в следующем сезоне она будет увеличена на 30%. Хранение сырья и готовой продукции осуществляется при температуре  $-18^{\circ}\text{C}$  на собственных складских терминалах, производственная мощность которых превышает 60 тыс. т. Доставка продукции заказчику осуществляется собственным специализированным автотранспортом, способным поддерживать необходимую для хранения и перевозки температуру  $-18^{\circ}\text{C}$ . Сегодня наш автопарк насчитывает 250 автомобилей марки «Мерседес» от 1 до 20 т.

**Сколько позиций насчитывает ваша ассортиментная линейка?**

На сегодняшний момент мы вывели на рынок более 80 позиций ассортимента замороженных овощей, овощных смесей, грибов, ягод, фруктов и уникальную линейку готовых блюд. Мы готовы удовлетворить практически все вкусовые пристрастия наших потребителей на всей территории РФ. Каждый сезон мы представляем новинки, и нынешний год не станет исключением. Надеюсь, гурманов порадует новая линейка готовых блюд, основной темой которой



станет сочетание овощей, свинины и разнообразных соусов.

Конкурентоспособность и уникальность ТМ «4 СЕЗОНА» заключается в высочайшем качестве продукции и широкой представленности ассортимента. Наша продукция отвечает всем потребностям взыскательных покупателей. Потребители по достоинству ценят разнообразие и удобство порционных продуктов, а также возможности их быстрого приготовления.

**Все говорит о масштабности ваших планов!**

Пальму первенства надо не только завоевать, но и удержать. Да, планы масштабные. Сегодня мы прорабатываем проект по организации второго агрохозяйства, которое будет располагаться в Централь-



ном регионе. Намерены построить третий завод по переработке сырья и производству готовой продукции мощностью 30–50 тыс. т в Липецкой области. В дополнение к четырём действующим распределительным центрам будут открыты еще три — в Нижнем Новгороде, на Урале и в Сибири.

Также в ближайшие три года Группа Компаний «БИТ» намеревается вывести свое производство на следующий технологический уровень. Будут проведены работы по дальнейшей автоматизации производственных процессов с внедрением современных технологий, обеспечивающих высокое качество и безопасность конечного продукта. Для всех потребителей ТМ «4 СЕЗОНА» мы гарантируем сейчас и в будущем самое лучшее качество продукции.

Корреспондент: Елена Марголина

# АЛЬВЕРА



Компания «АЛЬВЕРА» основана в 2005 и начинала свою деятельность с выпуска двух видов какао. Сегодня в ассортименте компании 28 позиций: натуральный какао-порошок, растворимый натуральный цикорий, цикорий с экстрактами, кофейные напитки из злаков и чай. На выставке «ПРОДЭКСПО-2010» цикорий натуральный ТМ «АЛЬВЕРА» был удостоен звания «Лучший продукт года» и награжден золотой медалью. В 2011 на IV Международном фестивале чая и кофе в Санкт-Петербурге цикорий натуральный ТМ «АЛЬВЕРА» также был награжден золотой медалью за высокое качество, а новинка «ИнCoffee» получила статус «Инновационный продукт». О деятельности компании и продукции рассказывает генеральный директор Павел Юрьевич Полутов.



Генеральный директор — Павел Юрьевич Полутов. Родился в 1976. Окончил Московский экономико-финансовый институт по специальности «Финансы и кредит». После окончания вуза работал в производственной компании, сначала менеджером по продажам, затем — руководителем отдела продаж. В 2005 основал компанию «АЛЬВЕРА».

## Павел Юрьевич, расскажите подробнее о вашей новинке «ИнCoffee».

Мы искали продукт, аналогов которому не было бы на российском рынке. И в мае 2011 представили потребителю новинку — «ИнCoffee», состоящую из 100%-ного натурального экстракта цикория и 100%-ного натурального экстракта инжира.

«ИнCoffee» — инновационный, не имеющий аналогов в России инжирный напиток, хотя аналогичный продукт давно пользуется огромной популярностью в Японии, США, Канаде и т.д. Основное его достоинство — высококачественное, натуральное, экологически чистое сырье и современные технологии переработки, позволяющие добиться уникального, ни с чем не сравнимого вкуса и аромата.

Инжир — диетический и лечебный продукт. Высокая питательная ценность инжира и его полезные свойства прида-

ют этому плоду особый статус и значение в рационе здорового образа жизни. Инжир не содержит жиров, солей и холестерина и очень богат клетчаткой. Кроме того, инжир по сравнению со всеми остальными фруктами содержит самое большое количество витаминов и минералов.

В ближайшее время мы представим на рынок еще одну новинку — агломерированный цикорий под торговой маркой «Цикорник GOLD» с пятью новыми вкусами. Данный продукт производится по специальной технологии, позволяющей сохранять еще больше полезных веществ. Экстракт корня цикория, который больше всего ценят за высокое содержание в нем высокомолекулярного полисахарида, а именно инулин, способствует снижению уровня сахара в крови, улучшает обмен веществ и нормализует работу органов пищеварения, а все эти его свойства в комплексе играют положительную роль в профилактике и лечении диабета.

## Какие еще продукты представлены в ассортименте вашей компании?

Цикорий растворимый, который изготовлен из 100%-го натурального цикория. Он не содержит генетически модифицированных компонентов и посторонних добавок. Подходит для диабетического питания. Цикорий — натуральный природный продукт, целебные свойства которого сделали его самым популярным в мире заменителем кофе. У цикория собственный оригинальный вкус и аромат.

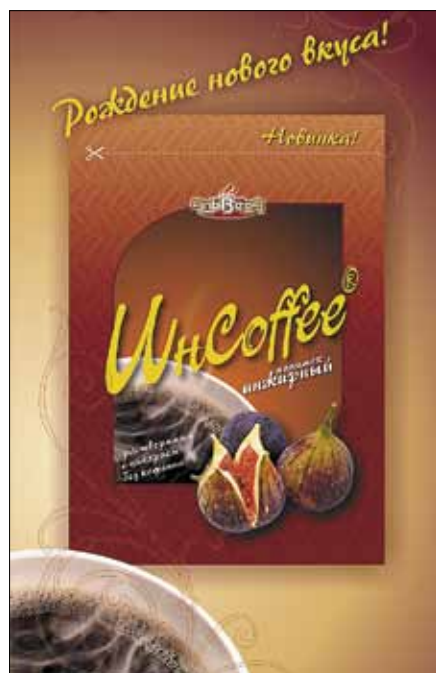
Наша компания постоянно ведет работу по расширению ассортимента выпускаемой продукции. В 2010 мы разнообразили линейку выпускаемой продукции. К основному ассортименту добавился цикорий с экстрактами шиповника, женьшеня, черники, зверобоя, боярышника и цикория со вкусом карамели и лесного ореха.

Также мы предлагаем натуральный какао-порошок, планируем расширить эту линейку растворимым какао.

Помимо этого в нашем ассортименте присутствуют кофейные напитки «Добрость», «Два колоска» и «Кофейный», все эти напитки в своем составе содержат злаковые культуры, обладающие питательной ценностью.

Но мы не останавливаемся на этом, а планируем и дальше искать и выводить на рынок новые и полезные продукты.

Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова





# АКМАЛЬКО–ПИЩЕМАШ

Сегодня на российском рынке практически нет компаний, которые бы самостоятельно, в рамках одной структуры, могли спроектировать, построить, оснастить собственным оборудованием и запустить в эксплуатацию пищевое производство. На счету Производственного объединения «Акмалько» ряд подобных проектов. ПО «Акмалько» было основано в 1995 и начинало свою деятельность с поставки оборудования для кондитерской, консервной и пивобезалкогольной промышленности. Сегодня ПО «Акмалько» — холдинг, в состав которого входят: машиностроительный завод «Акмалько-Пищемаш», «Пищекомбинат «Акмалько», производящий соусы, кетчупы, горчицы; лизинговый центр пищевых технологий «Акмалько инвест»; компания «Акмалько трейдинг», занимающаяся внешнеэкономической деятельностью; компания «СВАП», специализирующаяся на проектировании и строительстве промышленных производств и инвестиционная компания «АКМА», занимающаяся инвестициями в недвижимость и новые виды деятельности (например, строительство делового центра «Северная звезда»). О деятельности «Акмалько-Пищемаш» рассказывает генеральный директор Алексей Александрович Бахарев.



**Генеральный директор — Алексей Александрович Бахарев. Родился в 1968. Окончил торгово-экономический факультет Ташкентского института народного хозяйства по специальности «Управление материальными ресурсами и организация оптовой торговли средствами производства». В 1995 совместно с партнерами основал и возглавил ПО «Акмалько». В работе помогают самодисциплина, профессионализм, целеустремленность, командный дух. Жизненное кредо: «Стремиться быть первым и лучшим». Хобби: дзюдо, футбол, дайвинг, яхтинг.**

**Алексей Александрович, как удалось дорасти до крупного машиностроительного завода с собственным конструкторским бюро и производственными площадями?**

Во-первых, у нас всегда была хорошо развита сервисная база. Когда мы занимались поставкой оборудования, то столкнулись с тем, что оперативно поставить ту или иную деталь или запасную часть из Европы достаточно сложно. Гораздо быстрее ее изготовить самостоятельно. Тогда мы стали на базе сервисной службы организовывать мастерские. Впоследствии это вылилось в собственное производство оборудования.

Во-вторых, начало нашей деятельности совпало с непростой экономической ситуацией в стране, когда многие отраслевые НИИ прекращали свое существование. Практически при каждом НИИ были специализированные машиностроительные заводы с собственными кон-

структорскими бюро. Например, при НИИ кондитерской промышленности был завод опытных конструкций и т. д. В такой ситуации НИИ уже не могли должным образом содержать свои заводы и КБ. Поэтому мы стали приобретать эти заводы и КБ и приглашать их сотрудников на работу в нашу компанию. Таким образом, мы укомплектовали штат ведущими специалистами машиностроительных заводов и КБ при НИИ кондитерской промышленности, НИИ пивобезалкогольной промышленности, НИИ консервной промышленности и НИИ масложировой промышленности. И по сей день многие из них работают у нас в качестве консультантов.

**Какие услуги и оборудование на сегодняшний день предлагает «Акмалько-Пищемаш»?**

Сегодня «Акмалько-Пищемаш» — одна из ведущих компаний на российском рынке по разработке и производству высокотехнологичного оборудования

для пищевой промышленности. Компания оказывает полный цикл производственных услуг — инжиниринг, проектирование, изготовление, пуско-наладочные работы, обучение персонала и сервисное обслуживание оборудования. Одно из важнейших направлений деятельности «Акмалько-Пищемаш» — разработка и вывод на рынок новых технологий. Например, мы разработали технологию поточного производства зефира или изготовили универсальный автоматический комплекс для одновременной отливки корпусов шоколадных изделий с начинкой по технологии «One shot» (одна отсадка). Данный комплекс разработан для отливки шоколада, шоколадных изделий с начинкой и без начинки или двух разных видов начинок одновременно.

Что касается пищевой промышленности, то у нас представлены три основных направления деятельности: линии по производству кондитерских изделий — печенье, мармелада, конфет, зефира, тортов; автоматизированные линии и отдельные машины по приготовлению, розливу и упаковке алкогольных и безалкогольных напитков, в том числе минеральных и газированных, и линии для производства



пастообразных продуктов — кетчупа, соуса, майонеза, горчицы.

Для кондитерской промышленности наша компания в основном занимается автоматизацией процессов. До недавнего времени около 70% продукции в России производилось вручную или на примитивном полуавтоматическом оборудовании. Сейчас предприятия стараются переходить на современное автоматизированное оборудование, которое позволяет выпускать более качественную и дешевую по себестоимости продукцию. Кроме автоматизации процессов мы изготавливаем оборудование для производства более сложных по форме и содержанию продуктов. В производстве оборудования мы используем комплектующие ведущих мировых производителей — «FESTO», «OMRON», «ABB», «MITSUBISHI», «CAMOZZI».

### С какими специфическими трудностями вам приходится сталкиваться?

Основная проблема — в психологии российских заказчиков. Пытаясь сэкономить деньги, они, например, автоматизируют не все производство, а отдельные элементы линии или машины. В итоге вся линия не работает. И деньги, которые пытались сэкономить, оказываются вообще похороненными. Мы предлагаем заказчикам полностью взять на себя решение этой проблемы. И хотя стоимость в этом случае будет немного выше, но, во-первых, клиент экономит время и, во-вторых, как ни парадоксально, деньги. С учетом того, что заказчик сэкономил время, он выходит на рынок со своим продуктом гораздо раньше, чем конкуренты, и гораздо раньше начинает его продавать, соответственно, раньше зарабатывать деньги. Многие заказчики вообще просят взять их на промышленный аутсорсинг. Они готовы платить деньги за эту услугу, лишь бы их линии не ломались, потому что понимают, что в случае простоя оборудования они потеряют гораздо больше денег, чем сэкономят на аутсорсинге. Конечно, на каждом предприятии есть свои механики, но очень часто их квалификации, а, возможно, и мотивации не хватает, чтобы содержать оборудование в рабочем состоянии.

### В чем преимущество работы вашей компании перед аналогичными?

Мы постоянно совершенствуемся в производстве оборудо-



сти поучаствовать самостоятельно в выставке, мы предлагаем место на нашем стенде или помощь в презентации их продукции. Например, на выставке «Продэкспо-2011» мы проводили презентацию для всех сетевых магазинов и в рамках этого мероприятия рассказывали о новой продукции наших заказчиков — «Новлянский крахмалопаточный завод» и «Волжский кондитер». Тем самым мы помогаем нашим клиентам быстрее вернуть вложенные деньги.

### Расскажите о реализованных проектах.

Одним из самых успешных реализованных проектов по выводу на рынок продуктов питания является наша собственная продукция под торговыми марками «АКМАЛЬКО» и «Сделано с любовью».

Нашими постоянными заказчиками являются более 300 предприятий пищевой промышленности России, стран СНГ и ЕС. Услугами «Акмалько» пользуются такие ведущие предприятия, как «Объединенные кондитеры», КФ «Нева», «Кондитерский концерн «Бабаевский», «Красный Октябрь», КФ «Покровский», «Сладкий орешек», «Брестхлебпром», «Минскхлебпром», «Эльбрус» и многие другие.

Сейчас в работе у нас такие объекты, как КФ «Масконт», «Мелисса», «Владимирский хлеб», КФ «Сокол», «Ратибор», «Контин-рус», «Бармастер», Петербургский виншампанкомбинат, «Акроспищепром», «Волжский кондитер» и т.д.

Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова



# АРОМАТЫ ЛЕТА



Щедрая земля одаривает человечество своими замечательными плодами только в определенный сезон, как правило, в конце лета — начале осени. Но питаться не только вкусной, но и полезной пищей хочется круглый год. Наши заботливые бабушки знали и умело использовали огромное количество замечательных рецептов продуктовых заготовок, передавали их своим внукам и правнукам, учили незамысловатой житейской мудрости сохранения полезных витаминов в продуктах питания. И хотя основная часть населения перебралась в города, здоровое питание остается их главной жизненной установкой. Но как среди разнообразия красивых баночек с цветными наклейками, сделать правильный выбор? Как выбрать действительно вкусную и полезную еду? На помощь нашим покупателям пришла в 2005 компания «Ароматы лета».



**КОНСТАНТИН НИКОЛАЕВИЧ ЗИМИН,**  
генеральный директор

**Константин Николаевич, почему выбрали такое удивительное название компании?**

Основателем нашей компании стала Галина Ивановна Поскребышева — член Московской ассоциации кулинаров, академик Международной академии авторов научных открытий и изобретений, которая сформировала основную концепцию нашей деятельности — изготовление продуктов питания по технологиям, включающим использование каких-либо ароматизаторов, красителей и консервантов. Эту идею мы поддерживаем и сегодня и пытаемся сохранить в продуктах все полезные вещества и витамины, заложенные в них матушкой-природой. Мы хотим, чтобы в доме наших покупателей в любое время года разносился настоящий аромат лета с его незабываемой солнечной и радостной энергией, полной жизни и здоровья. Одним словом, продукция компании «Ароматы лета» — исключительно натуральные продукты, которые смело можно отнести к здоровому питанию.

**Значит, сегодня можно производить консервацию продуктов в промышленных масштабах без использования консервантов?**

Верно. Но когда работаешь с натуральными продуктами и при этом стремишься сохранить в них все витамины, сделать действительно хороший продукт достаточно сложно. Поясню, ты всегда находишься в зоне риска. Во-первых, потому что продукт натуральный, во-вторых, в отличие от домашних заготовок промышленное производство предполагает большие объемы и точно выверенную технологию стерилизации. Поэтому мы применяем технологию, которая позволяет максимально сохранить витаминный комплекс натурального продукта.

**Вы владеете секретом кулинарного искусства?**

Когда производитель при изготовлении консервации работает с добавлением химических компонентов, которые «выравнивают» технологический процесс, надо понимать, что с такой работой легко справится даже робот, который правильно развесит необходимое количество различных ингредиентов, произведет замес и своевременно установит температурный режим.

Мы пошли более сложным путем и при консервации используем достаточно сложный технологический процесс, который вырабатывался путем поисков и находок на протяжении долгого времени. Мы изучали старинные рецептуры, проводили дегустации, лабораторные и химические анализы, проверяли готовую продукцию на наличие микрорезлементов. Особая сложность работы с натуральным продуктом заключается в том, что каждая новая партия имеет свои отличия и особенности, которые надо учитывать. Здесь необходим опыт технолога, его профессионализм и умение. Наши технологи — настоящие профессионалы, от мастерства которых зависит вкус и качество готового продукта.

**Вы выбрали не самый простой путь. Уверены в своих силах?**

Вы правы, в этой нише работать достаточно сложно. Трудно конкурировать с зарубежными производителями, которых на российском рынке представлено достаточно много. Иногда просто непонятно, чем аргументированы административные решения, пропускающие на полки наших магазинов продукцию низкого качества. Ученые-генетики давно обновили положение, что человек должен питаться теми продуктами, которые произрастают в его регионе, географическом поясе. Тем не менее отечественной продукции высокого качества пока еще мало, и это понятно, ведь зачастую такое производство невыгодно по экономическим соображениям. Но, как бы это пафосно ни звучало (!), мы стремимся убедить покупателя, что можно и в родном отечестве производить натуральные продукты, которые не только вкусны, но и полезны. Радует тот факт, что наши покупатели по достоинству оценили вкусовые качества нашей продукции. Сегодня «Ароматы лета» можно найти в магазинах «Глобус Гурме», «Азбука вкуса», «Бахетле», «Алые паруса», «Стокманн», «Зеленый перекресток», «Spag» и др., стремящихся предоставить своим покупателям самые качественные продукты питания, которые в полной мере можно отнести к категории премиум-класса. Вместе с тем у нас работает и обратная связь, и сети иногда просят поставить новые натуральные продуктовые линейки. И это тоже интересно, ведь в таком случае мы погружаемся в поиск незаслуженно забытых рецептур, начинается настоящий творческий кулинарный и технологический процесс, и в результате появляется новинка! Думаю, уже осенью этого года москвичи познакомятся с нашим новым вареньем из сосновых шишек. Да, да, этот рецепт знали все наши бабушки и по весне гоняли своих внуков на сбор молодых зеленых шишек, из которых готовили ароматное

варенье — настоящий клад витаминов!

Кулинарные и вкусовые качества нашей продукции оценили шеф-повара таких известных ресторанов, как «Галерея», «ЦДЛ», «Обломов», «Холидей», с которыми мы давно и плотно сотрудничаем. А уж эти профессионалы своего дела прекрасно разбираются в ценности и натуральности продукта, тонкостях вкусовой гаммы.

**Какие яства «Ароматы лета» могут порадовать вашего потребителя?**

Практически весь ассортимент продукции нашей компании — авторские рецепты. Сегодня в линейке наших предложений около 100 наименований различной продукции: ягодные и овощные соусы, закуски (хрен), варенье, свежие ягоды протертые с сахаром («живой» продукт без термообработки), соленые и маринованные грибы, плодоовощные соленья (капуста, огурцы), маринады, целебные растительные масла (амарантовое, горчиное), мед. В каждой группе по 10–12 наименований продукции. Мы сотрудничаем с фермерскими хозяйствами и семейными подрядами, которые качают мед, собирают ягоды и грибы, орехи и травы в экологически чистых регионах России: во Владимирской и Костромской областях, Карелии, Забайкалье, Алтайском Крае.

Сегодня мы запускаем новую серию фермерской продукции под торговой маркой «Сельский продукт», куда войдут натуральные молоко, масло, творог, кефир, сливки. После прохождения щадящей пастеризации при соблюдении всех необходимых санитарных требований натуральная (!) молочная продукция, произведенная из коровьего молока, поступит на прилавки магазинов. Конечно, мы снова попадаем в зону риска, ведь такая продукция имеет сложную цепочку производства (вечерняя дойка — ночная пастеризация — утренняя доставка) и не-большой срок

годности, но в таком случае городские жители смогут насладиться действительно полезными натуральными молочными продуктами, и, надеюсь, с этой сверхсложной задачей мы успешно справимся.

Мы начали новый проект совместно с Агентством экономического развития провинции Риоха (Испания) по продвижению их фермерских продуктов на российский рынок, к числу которых относятся масла, бальзамический уксус, которые на протяжении трех веков производились в этих фермерских хозяйствах. В настоящее время Риоха — единственная провинция в Испании, чья продукция по достоинству относится к статусу D.O. C. (Denominacion de Origen Calificada), высшей категории по классификации, принятой в Испании. Буквально это означает «Заслуженное наименование по происхождению». Сегодня мы также поставляем натуральные фермерские бочковые оливки из Греции и остаемся верны своей концепции — поставлять на российский рынок только лучшие натуральные продукты.

ООО «Ароматы лета» стремится порадовать покупателей натуральной и здоровой пищей, и сегодня к их услугам открыт Интернет-магазин ([www.aromat-leta.ru](http://www.aromat-leta.ru)), с помощью которого можно сформировать корзину продуктов, которую мы бесплатно доставляем москвичам.

**Меня откровенно радует тот факт, что продукцию компании «Ароматы лета» оценили не только наши соотечественники.**

Наша компания впервые представляла Россию на главной мировой выставке

фермерского хозяйства «Салоне Вкуса» (Salon del Gusto) в итальянском городе Турине, которую раз в два года проводит движение Slowfood. Причем ЗАО «Ароматы лета» была единственной российской компанией, выставляющей свою продукцию на столь престижном салоне, куда съезжается более 6 тыс. производителей натуральных продуктов питания со всего мира. Уже само участие в столь грандиозном мероприятии — большая честь для участников биеннале. Это масштабная площадка по обмену профессиональным опытом. Нам хотелось показать, что отечественная кулинарная культура бережно сохраняет традиции национальной кухни и мы умеем производить натуральные качественные продукты. На «Салон Вкуса» мы привезли свои эксклюзивные соусы («Луковый на меду», «Клюквенный острый») и варенья («Зеленые томаты с грецкими орехами», «Вишня с миндалем», «Тыква с апельсином»), приготовленные по рецептуре Г.И. Поскрёбышевой и отличающиеся большой гаммой вкусов, а также черную костромскую соль, амарантовое и горчиное масла. Они стали настоящей экзотикой для кулинаров и гурманов многих стран. Реакция на нашу продукцию превзошла все ожидания — от «вкусного»

удивления до профессионального интереса шеф-поваров, коммерсантов и гастрономических критиков.

«Добавь жизнь в еду!» — такой девиз сопровождает все наши кулинарные творения, стремление обогатить меню наших покупателей вкусной и здоровой пищей. Работа компании направлена на защиту местной гастрономической культуры, и нам есть чем гордиться.

**Корреспондент:  
Елена Марголина**



# БОГЕРХОФ

На сегодняшний день в России нет ни одного пивного комплекса, похожего на те, которые сейчас очень популярны в Европе, особенно в Германии и Чехии. Такие комплексы, как правило, включают в себя небольшой завод по производству пива, пивные ванны, ресторан, отель и магазин. Но в 2007 Алексей Иванович Богер — соучредитель и основатель компании «Байрос», занимающейся поставками элитных и редких сортов пива из Европы, вместе с партнерами начали строительство подобного комплекса в Анапе. 11 июня 2011 состоялась церемония открытия первой очереди комплекса — пивзавода «БогерХоф», который стал первым пивзаводом города Анапы.

**Алексей Иванович, с какими трудностями вам пришлось столкнуться при строительстве комплекса?**

В 2007 совместно с партнерами мы задумали строительство пивного комплекса «БогерХоф». Этот проект был поддержан администрацией Краснодарского края. После того, как стало известно, что Сочи будет принимать Олимпийские игры в 2014, мы подписали меморандум с администрацией Краснодарского края о строительстве комплекса. Администрация оказала нам серьезную поддержку, выделив участок земли размером 1 га под строительство комплекса. Это хорошая помощь, потому что цены на землю в Краснодарском крае после того, как стало известно, что Олимпиада пройдет в Сочи, сильно выросли, и сотка земли стала стоить приблизительно так же, как на Рублевке. Когда получили землю, сразу же приступили к строительству. Но кризис, который начался в 2008, не позволил нам взять кредит на достройку. К этому времени на собственные средства мы уже построили фундамент и завезли оборудование. Без кредита работа встала, а проект все равно требовал подпитки: необходимы были средства на охрану строительной площадки, зарплату, налоги и т.д. Начались финансовые проблемы и в моем основном бизнесе — компании «Байрос»: подскочил курс доллара и евро, а весь товар у нас был в евро, кроме этого появилось много неплательщиков. В итоге



Алексей Иванович Богер с главой Анапы Татьяной Ивановной Евсиковой на открытии пивзавода «БогерХоф»

мне пришлось продать контрольный пакет акций компании «Байрос», чтобы достроить хотя бы первую очередь завода в Анапе. И 11 июня 2011 была запущена первая очередь завода по производству пива.

**Когда будет запущен весь комплекс в целом?**

Чтобы запустить весь комплекс, необходимо дополнительное финансирование. Поэтому, пользуясь вашим журналом, хочу предложить потенциальным инвесторам поучаствовать в этом проекте. Мы заинтересованы в инвестициях в размере 300 млн. рублей сроком на 7 лет. На сегодняшний момент запущена первая очередь завода по производству пива. Кроме того, получена разрешительная документация на достройку всего комплекса и проведены все необходимые коммуникации. При получении инвестиций в 2011 мы планируем запустить комплекс уже в середине 2013.

**Какой объем продукции на сегодняшний день выпускает ваш завод и куда вы ее поставляете?**

В июне завод выпустил около 200 т пива, к концу года мы должны выйти

на плановые цифры — 400 т пива в месяц, через год на полную мощность завода — 4,5 млн т пива в год. Но данный объем для Анапы слишком велик, поэтому мы поставляем свою продукцию по всему Краснодарскому краю, сейчас ведем переговоры с другими регионами ЮФО — Волгоградской, Астраханской, Ростовской областями. Думаю, что к началу 2012 мы подключим Москву, Санкт-Петербург, Екатеринбург и другие крупные города.

**Под какими брендами вы выпускаете вашу продукцию?**

Я запатентовал общий бренд «БогерХоф», но мы будем выводить на рынок несколько подбрендов. Сейчас начали осваивать эконом-сегмент — это пиво «DAS Bier» двух сортов: «Эдель пилс» и «Келлербир хель». «Эдель пилс» — светлое ячменное пиво, полученное путем брожения при низких температурах, с использованием традиционных ароматных сортов хмеля. Обладает очень тонким, чистым, благородным хмелевым ароматом и насыщенным золотистым цветом. «Келлербир хель» — светлое ароматное ячменное пиво, обладающее высокими вкусовыми качествами, с использованием

Соучредитель и инициатор проекта — Алексей Иванович Богер. Родился 26.03.1961 в Казахстане. Окончил Московский институт электронной техники. Работал на «Уралвагонзаводе», начинал простым мастером, последняя должность — начальник цеха. Затем переехал в Москву и занялся коммерческой деятельностью. В 2000 основал компанию «Байрос», в 2007 — «Богерхаус». Женат, сын работает на пивоварне «Богерхаус», дочь учится в школе.



популярных элитных тонкоароматных сортов хмеля с высоким содержанием ароматических составляющих, а также горьких сортов хмеля, богатых разнообразием и высоким содержанием эфирных масел. «DAS Bier» выпускается в стеклянных бутылках по 0,5 л и ПЭТ 1,5 л бутылках, а также в кегах по 30 и 50 л.

Сейчас мы получаем документы на производство пива для более широкого круга потребителей — «Курортное Анапское». Предложение выпускать пиво под таким названием было высказано главой Анапы Татьяной Ивановной Евсиковой на открытии первой очереди завода.

В ближайшее время мы также будем выводить на рынок пиво сегмента super premium «БогерХоф» с очень неординарной этикеткой и темой: пиво для праздника, отдыха, пиво морское и т. д.

**По какой технологии вы варите ваше пиво и какое используете для этого оборудование?**

Мы изготавливаем пиво по классической немецкой технологии и не ускоряем никакие этапы производства. Наш цикл производства пива — от начала варки до его выхода — 28 дней. Крупные производители не могут позволить себе такого долгого процесса, потому что в этом случае необходимо иметь большой парк емкостей.

Рецептуру пива разрабатывал мой друг и партнер Уве Метцлер. Он владеет пивоварней «Дингслебнер» в Германии

как, по их мнению, такого пива произвести в России не могут.

Что касается оборудования, то варочное отделение выполнено по принципу четырех посудной технологии, а брожение и дображивание пива происходит в цилиндрических танках с автоматическим контролем температуры. Все емкостное оборудование изготовлено из высококачественного нержавеющей листа на российском заводе при непосредственном контроле германской фирмы «Brauservis Metzler GmbH». Все ингредиенты для варки пива — солод, хмель, и что важно, дрожжи, поставляются из Германии.

**Какие еще объекты будут входить в состав пивного комплекса «БогерХоф»?**

Пивные ванны. Это новая процедура, которую придумали в чешском городке Chodova Plana. Именно здесь, в Западной Богемии, чешские пивовары открыли первый в мире пивной СПА-салон. Изобретателем такой необычной процедуры стал доктор Роман Вокаты, который заявил, что пивные ванны способствуют оздоровлению кожи и оказывают положительный эффект при лечении таких заболеваний, как экзема и псориаз. Пивные ванны укрепляют иммунитет, стимулируют систему кровообращения, улучшают обмен веществ, регенеративно и освежающе действуют на клетки кожи. Благодаря богатству питательных веществ, содержащихся в пивных дрож-



после чего клиента закутывают в простыню и укладывают в постель. После горячей ванны поры на коже расширяются, что способствует лучшему проникновению питательных веществ, оставшихся после процедуры.

Помимо пивных ванн мы планируем предлагать и другие спа процедуры, массаж, ароматерапию.

Другой объект, который будет в нашем комплексе, — двухэтажный ресторан. На первом этаже расположится бар, где предложат пиво и закуска к нему. Средний чек предполагается достаточно низким. На втором этаже будет располагаться ресторан.

Также в нашем комплексе будет трехзвездочный отель на 36 номеров. В основном в нем будут останавливаться переночевать люди, приезжающие посетить пивные ванны, а также командированные люди, которых в последние годы становится все больше.

Планируем еще открыть магазин, где будет представлен широкий ассортимент пива и элитных продуктов. В Анапе уже сформировался слой людей, которые могут позволить себе посещать продуктовые магазины типа «Азбука вкуса», но сейчас пока эта ниша свободна.

Еще в нашем комплексе будут офисные помещения, а также помещения для проведения выездных семинаров и конференций, что очень актуально в последнее время.

**Как вы планируете продвигать ваш комплекс?**

Когда запустится весь комплекс, то один объект будет поддерживать другой — пивные ванны будут рекламировать наше пиво, пиво будет привлекать людей в ресторан, потому что оно живое и варится непосредственно на месте и т. д. Кроме этого мы планируем запустить экскурсионные программы по нашему комплексу, которые будут популяризировать наше пиво и новую процедуру — пивные ванны.

**Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова**

**Мы заинтересованы в инвестициях в размере 300 млн рублей сроком на 7 лет для завершения строительства всего пивного комплекса.**

и поставляет пиво для компании «Байрос». Помимо разработки рецептуры под руководством Уве Метцлера проходил шеф-монтаж и отладка технологии. Сейчас все процессы на нашей пивоварне контролируются в режиме on-line через модемы на пивоварне «Дингслебнер» семьей Метцлера. А наши технологи проходят стажировку в Германии на заводе «Дингслебнер», где познают секреты пивоварения.

Поэтому качество нашего пива очень высокое, а вкус напоминает вкус пива, производимого в Германии. И даже немцы, отдыхающие в Анапе, высказали предположение, что мы не производим пиво здесь, а везем его из Германии, так

как, кожа моментально получает дозу витаминов группы В, протеина и сахаридов. Кроме того, пивные ванны — отличный способ улучшения самочувствия, фантастическая форма релакса и борьбы со стрессом. Для пивной ванны используется несколько литров специально подготовленного пива, которое вливается в минеральную воду с добавлением сушеных и растертых лечебных трав. Температура этой смеси должна быть 34 °С. Можно также добавить в смесь для купания культуру свежих пивных дрожжей или отвар хмеля. Одновременно с прохождением процедуры клиентам предлагается отведать кружку нашего пива. Процедура принятия пивной ванны длится около 30–40 минут,

# ВИНОТЕКА



*В центре Москвы в Большом Саввинском переулке, в доме №4 под изысканной вывеской расположилась самая настоящая винотека. Винотека — это не просто место, где собраны коллекционные вина. Здесь происходит знакомство с культурой вина, здесь можно узнать что-то новое и приобрести редчайшие вина. Местные жители, сотрудники бизнес-центра, расположенного в переулке, хорошо знают этот небольшой уютный шоу-рум и рекомендуют своим друзьям и знакомым. Владелица этого шоу-рума — компания «Винотека».*



«Винотека» известна на рынке элитного алкоголя с 2001. Компания поставляет вина и крепкие напитки super premium-класса (в т. ч. классифицированные как Гран Крю). Основные клиенты — это элитные рестораны и лучшие винные бутики Москвы, оптовые компании, региональные дистрибьюторы, корпоративные клиенты и частные коллекционеры. В 2007 руководство «Винотеки» приняло решение развить розничное направление и оборудовать помещение под выставочный зал — «шоу-рум». Об этом нам рассказывает руководитель отдела розницы Татьяна Булах.

## **Почему вы решили открыть шоу-рум?**

Очень часто к нам напрямую обращаются покупатели, которые хотят приехать и посмотреть вина, проконсультироваться лично. А так как мы оптовая компания, то приезжать, собственно говоря, некуда — у нас только офис и оборудованный склад. В такой атмосфере сложно принимать гостей и знакомить их с миром вина. Поэтому мы оборудовали отдельное небольшое помещение под выставочный зал. И выбор свой остановили именно на формате шоу-рума, а не бутика.

Шоу-рум — это атмосфера приватности, где вы будете как в гостях и вам всегда обеспечен индивидуальный подход. Место где происходит непосредственный контакт покупателя с вином.

Хотя наша коллекция насчитывает более 1000 наименований вин, у нас много позиций с ограниченным объемом партии или просто редкие, штучные вина, которые иногда невозможно где-то распространить. Это еще одна из причин, почему мы открыли шоу-рум, где можно позна-

комиться с такой продукцией. В нашем зале представлен богатый выбор лучших вин самых престижных производителей Европы и Нового Света, а собственный портфель компании представлен эксклюзивными швейцарскими винами «Domaine du Daley», лучшими производителями Калифорнии: Paul Hobbs, Peter Michael, Ehlers и PAX, шампанским домом «Bruno Paillard», семейными домами коньяка «Pierre Croizet» и арманьяков «Chateau du Prada» и «Marquise de Livry», а также старейшими хересами «Bodegas Tradicion».

Покупатель, который к нам приходит, обычно просит подобрать ему хорошее вино, например, для ужина или корпоративных праздников, или что-нибудь редкое в подарок. Но что бы он ни выбрал сам или с помощью специалиста, любой напиток в нашей коллекции будет достойным выбором. Потому что даже среди множества недорогих позиций мы проводим тщательный отбор и предлагаем только лучшее вино в этой категории.

У нас не так много недорогих вин, но мы знаем о них все и можем с полной уверенностью рекомендовать их. Поэтому, придя в наш шоу-рум, покупатель не растеряется в выборе.

## **По каким критериям вы выбираете вина для своей коллекции?**

Все вина в нашей коллекции — это только вина всемирно известных производителей, высоко оцененные самими известными мировыми экспертами и изданиями. Например, Роберт Паркер на сегодняшний день — самый влиятельный винный критик в мире, по версии ведущих западных изданий. Паркер разработал 100-балльную систему оценки качества вина, которая признана наиболее объективной. Вина, оцененные Паркером ниже 90 баллов, мы не приобретаем. Также принимаем во внимание и год выпуска вина — миллезим. Если год был неудачным, неурожайным, это, безусловно, отразится на качестве вина. Поэтому, со-

бирая коллекцию, мы берем вина только самых удачных миллезимов.

Еще один критерий отбора — регион, где вино было произведено. Мы работаем только с регионами, являющимися родиной вин класса Grand Cru. В этом отношении Бургундия — очень непростой регион. Там много производителей вина самого разного уровня. Для нашей коллекции мы отбираем только лучших производителей лучших виноградников этого региона, которые все делают и контролируют сами, с кооперативами мы не работаем. Также при выборе вин нам важна оценка наших собственных экспертов, это признанные специалисты в своей области.

Мы сотрудничаем с различными винными экспертами в Европе, которые очень нам помогают. Около шести европейских компаний, с которыми мы работаем напрямую, — наши постоянные поставщики вин класса Grand Cru. «Винотека» работает только с проверенными компаниями,

которые могут гарантировать происхождение и подлинность вина — это крайне важно при составлении коллекции редких вин и коньяков.

**С какими новинками вам хотелось бы познакомить своих клиентов?**

Недавно мы открыли для себя шампанское — «Bruno Paillard» (Бруно Пайярд). Мы захотели пополнить свою коллекцию шампанских вин, найти что-то недоступное российскому потребителю, но достойную альтернативу широко известным брендам, которые употребляют на большинстве вечеринок или VIP-мероприятиях. Мы нашли просто потрясающее шампанское, которое не представлено на российском рынке, но хорошо известно в Европе. Важно отметить, что одна из позиций этого Дома входит в рейтинг лучших кюве в мире — Bruno Paillard N.P.U. — «Nec Plus Ultra» 1995.

Дом «Bruno Paillard» — самый молодой и один из самых маленьких домов Шампа-



**ТАТЬЯНА ВАЛЕРЬЕВНА БУЛАХ,**  
руководитель отдела розницы

ни. Проблема всех популярных шампанских вин — колоссальный объем выпуска, и это напрямую сказывается на качестве продукции. Производство шампанского «Bruno Paillard» контролируется лично виноделом, так как объем выпускаемой продукции значительно меньше.

Сегодня с шампанским «Bruno Paillard» можно познакомиться только в нашем шоу-руме или встретить в винной карте нескольких известных ресторанов Москвы, с которыми мы работаем.

**При открытии выставочного зала вы пересматривали ценовую политику розничных продаж?**

Несмотря на то, что мы прежде всего оптовая компания, у нас есть свои постоянные частные клиенты, как разбирающиеся в вине, так и просто любители. Для них мы предлагаем особые условия. Наш покупатель знает, что за ту цену, за которую он приобретает вино у нас, он никогда не купит вино такого же класса в бутике. У нас также сохранилась и бесплатная доставка по Москве и Московской области независимо от количества и стоимости заказанной продукции. При всем этом вовсе не нужно вступать в клуб и платить взносы за членство, как это предлагают некоторые компании, чтобы получить доступ к хорошему вину.

Мы ждем наших постоянных покупателей и просто любителей хорошего вина в нашем шоу-руме, где мы с удовольствием поможем подобрать вино, которое может стать достойным подарком или приятным дополнением к праздничному столу!

**Корреспондент:**  
Кристина Бесчаснова



"ОАО "Гипропищепром-2"

# ГИПРОПИЩЕПРОМ-2



Работа проектировщика начинается с белого листа, проходит через ум и фантазию человека. Инженерная мысль двигает прогресс, превращает пустыню в города, возводит новые современные промышленные комплексы. «Проектировщик — это не рутинная, а исключительно творческая профессия», — считает генеральный директор ОАО «Гипропищепром-2» Борис Александрович Семёнов.



Генеральный директор — Борис Александрович Семёнов. Родился в 1948 в Москве. Окончил ВЗИПП. В 1973 пришел в «Гипропищепром-2» на должность инженера. Возглавляет компанию с 2008. Убежден, что настоящим проектировщиком может быть исключительно творческий человек.

ОАО «Гипропищепром-2» создано на базе государственного головного проектного института, который в течение 60 лет продолжает разработку проектной документации для пивоваренной, солодовенной, безалкогольной, спиртовой, ликеро-водочной, винодельческой, крахмалопаточной, табачной и других отраслей пищевой промышленности. Фирма занимается строительным и технологическим проектированием промышленных зданий и реконструкцией существующих производств, а также выступает в роли генерального проектировщика.

По проектам института построены крупнейшие в стране предприятия: пивзаводы в г. Клин, «ПАТРА» в Екатеринбурге, пивзавод «Балтика» в Санкт-Петербурге, Московский пивобезалкогольный комбинат «Очаково», «Московский межреспубликанский винзавод», «Московский комбинат шампанских вин», комплексы предприятий, в т. ч. ликеро-водочные за-

воды в Черноголовке (Моск. обл.), «Топаз» (Моск. обл.), осуществлена реконструкция табачных фабрик «БАТ-Ява» и «Лиггетт-Дукат-Табакко» и др. Нами разработаны проекты крупных заводов по производству пивоваренного солода на импортном оборудовании в Ефремове, Туле, Санкт-Петербурге, в Орловской, Московской и Воронежской областях; заводы по производству и розливу безалкогольных напитков и питьевой воды.

Новое направление деятельности — проектирование предприятий крахмалопаточного производства. В этом году мы ведем крупный проект для предприятия «Ибрёдкарахмалопатока», выступая в качестве генпроектировщика. На основании согласованного проекта уже строится первая очередь производства.

В последнее время мы активно сотрудничаем с иностранными заказчиками, которые строят новые промышленные комплексы в России. Для них мы проводим адаптацию проекта на соответствие российским стандартам.

### Поделитесь опытом, какой мощности предприятия пивной отрасли дают наибольшую рентабельность?

На мой взгляд, наиболее верно поступают руководители, отдающие предпочтение предприятиям средней мощности. В нашей практике было немало мини-заводов, на которых, к примеру, себестоимость пива получалась неоправданно высокой, а вкус не очень выраженным. На крупных пивоваренных предприятиях, где ведется компьютерное управление технологическим процессом, любой сбой производства приводит к большим убыткам. На предприятиях средней мощности на улучшение вкуса



продукта может повлиять технолог, т.е. возможен более индивидуальный подход к качеству продукта.

### Появились ли новые тенденции в проектировании предприятий пищевой промышленности?

Современные комплексы отличает не только уникальное технологическое оборудование, но и сам облик предприятий. Они стали более просторными, светлыми, красивыми.

Мы работаем с разными клиентами. Российский заказчик ищет возможные пути удешевления проекта, зачастую пренебрегая установленными нормативами, что недопустимо. Иностранцы предпочитают относиться к исполнению проекта более требовательно, настаивая на точности выполнения всех заявленных в проекте согласований. Это говорит об ответственном отношении к безопасности производства.

### С какими трудностями сталкиваетесь?

Я бы не сказал, что это трудности, скорее, несоответствие. Недавно все проектные организации стали членами СРО. Но в нем нет разъяснений, кто какие виды работ может осуществлять. Получается, что проектировщик атомной электростанции может спроектировать цех по розливу вино-водочных изделий?! При проектировании объектов различного назначения надо знать и учитывать конкретные технологические требования, специфику и нюансы.

За прошедшие 60 лет ОАО «Гипропищепром-2» накопило огромный опыт. Специалистами нашей компании спроектировано около 1000 предприятий пивоваренной, безалкогольной, вино-водочной, спиртовой и табачной промышленности, которые сегодня активно работают не только в России, но и за рубежом (Болгария, Иран, Монголия, Алжир, Франция). И, думаю, в этом направлении нам нет равных.

Корреспондент:  
Елена Марголина

# ИП ГРЕШНОВ А.В. «ЩЕЛКОВСКИЙ ХОЛОДИЛЬНЫЙ ТЕРМИНАЛ»



Управляющий директор — Елена Григорьевна Шелобаева. Родилась в Черноголовке. Окончила экономический факультет МГМИ. Возглавляет компанию с 2003 г. Жизненный принцип: «Работа должна доставлять удовольствие». Любит театр, хорошую литературу, путешествия. Хобби — рыбалка.

Привычная необходимость советских времен «съездить в Москву за продуктами» уже канула в Лету. Сегодня полки любого регионального магазина готовы доверху заполнить потребительскую корзину покупателя. Обязанности доставки продуктов питания в различные регионы страны взяли на себя оптовые компании, одна из которых — ИП Грешнов А.В. «Щелковский холодильный терминал», работающая на российском рынке уже 13 лет.

Оптовая компания ИП Грешнов А.В. была образована в 1998 для обеспечения продуктами питания региональных продуктовых магазинов. «Зона нашего охвата — северо-восток Подмосковья, — рассказывает управляющий директор компании Елена Григорьевна Шелобаева. — Основной род деятельности — доставка продуктов питания нашим партнерам, базирующихся в городах ближайшего к нам Подмосковья: Королев, Мытищи, Ивантеевка, Пушкино, Фрязино, Щелково, Софрино, Сергиев Посад, Черноголовка, Ногинск, Электросталь, Монино, Купавна, Лосинопетровск, Балашиха. В списке наших клиентов есть и региональные клиенты из отдаленных районов: Архангельска, Норильска, Чукотки, Омска, Ямала, Воркуты, Челябинска и Петропавловска, для которых мы осуществляем отгрузки контейнерами. Всего насчитывается порядка 650 клиентов.

## Продукцию каких производителей консолидируете на своих складских терминалах?

Немаловажным фактором подбора продукции ассортимента остается соотношение «цена-качество». Мы являемся официальными дистрибьюторами таких известных торговых марок, как «Мириталь», «Золотой петушок», «Сытоедов», «МЛМ», «Часар», «Янус», «Лютик», «Скатерть-самобранка», «Капитан морей», «Аквамарин», «Сто пудов» и др. В настоящее время наш ассортимент насчитывает 3 500 позиций! В нашем продуктовом портфеле представлены как бюджетные позиции, так и продукция премиум-класса. Таким образом, мы можем практически полностью обеспечить продуктами питания любую торговую точку.

Всего в нашем ведении 9 разнотемпературных складов, предназначенных для складирования разных групп това-

ров. В одних поддерживается среднетемпературный режим, обеспечивающий длительное хранение сыров, яиц, майонезной группы, сливочного масла, в других размещены морозильные камеры для хранения замороженных мяса, рыбы, морепродуктов, полуфабрикатов, на сухих складах — консервация и бакалейная группа.

## Елена Григорьевна, как строится работа с поставщиками?

Складские и офисные помещения расположены на одной территории в г. Щелково, в 14 км от МКАД. Место выбрано не случайно: МКАД, Щелковское, Ярославское и Горьковское шоссе, в ста метрах от базы — ж/д станция. Территориально удобно и для всей логистической цепочки. Поставщик привез товар на склад — мы его развезли по торговым точкам Подмосковья — товар встал на полки. Цель достигнута при минимальных логистических затратах поставщика.

Являясь связующим звеном между производителями и продуктовой розницей, мы наладили канал двухсторонней связи. Общение с клиентами позволяет выявить, насколько предложенный производителем продукт удовлетворяет потребительскому спросу. Думаю, информация от конечного потребителя необходима производителям для формирования ассортиментной матрицы с учетом пожелания рынка.

## Почему, на ваш взгляд, компаниям удобно работать с оптовиками?

Здесь есть ряд преимуществ. Во-первых, ценообразование — получая товар от производителя крупным оптом, мы получаем хорошую скидку и наше ценовое предложение становится более выгодным, чем при закупке небольших партий напрямую. Во-вторых, нашим клиентам удобно работать с компанией, предлагающей

широкий ассортимент продукции. Ведь в таком случае они могут в одном месте сформировать полный заказ необходимых продуктов, а не «бегать» по производителям. Это значительно экономит дорогое время, сокращает расходы на логистику, упрощает документооборот. В-третьих, клиент может запросить интересующий его товар, не заявленный в нашем основном прайсе. В этом плане мы очень мобильная компания и свою работу строим по принципу индивидуального подхода к клиенту. Одним словом, плюсы очевидны.

## Что, на ваш взгляд, мешает развитию бизнеса в России?

Отечественный бизнес уже в достаточной степени сформировался, окреп и стал самодостаточным. Однако очевидно, что совершенствование законодательства будет способствовать дальнейшему стабильному развитию российской экономики.

## Расскажите о планах развития.

Планируем расширять зону своего влияния: север и юго-восток Московской области.

В ближайших планах расширение ассортимента за счет введения новых товарных групп.

Корреспондент:  
Елена Марголина

# КОН

*В этом году компании «КОН» исполняется 20 лет. На протяжении всего этого времени предприятие разрабатывает и производит мясо- и рыбоперерабатывающее оборудование. За эти годы было выпущено более 5000 термокамер.*

«Мы начинали свою деятельность с выпуска коптилен «УТК», «КОН-5» и «КОН-10», — рассказывает генеральный директор Александр Олегович Елисеев. — В начале 1990-х был взрыв предпринимательства, и мы выпускали до 400 единиц оборудования в год. В результате именно на базе этих небольших печей и вырос ныне всем известный бренд «КОН». Западные компании, поняв, что с нами конкурировать в этом виде продукции не получается, стали поставлять установки для крупных производств. Мы наладили выпуск подобного оборудования лишь в 2000. Но поскольку наша компания достаточно поздно занялась этим направлением, мы уступили рынок чешским, польским и немецким производителям. Плюс у нас возникла такая проблема, как менталитет нашего потребителя.



**АЛЕКСАНДР ОЛЕГОВИЧ ЕЛИСЕЕВ,**  
генеральный директор

**Поясните...**

Проблема российского потребителя в том, что он всегда считал и считает, что все зарубежное — самое лучшее. Расскажу показательный случай. В 2009 наша компания на Таганском мясоперерабатывающем заводе восстанавливала немецкое оборудование 1995 года выпуска. После восстановления мы поставили его на другое предприятие. Это-то и удивительно — наши предприниматели верят, что мы собственными силами можем сделать из старого зарубежного оборудова-

ния практически новое, но они не верят, что мы можем сделать хорошие отечественные термокамеры. Я воспринимаю это как изъян менталитета. Продукция «КОН» ничем не отличается от западной. Недавно наша фирма монтировала немецкие термокамеры на одном заводе, и мы видели, какие в нем есть огрехи. Производители из Германии, успешно используя имидж раскрученных брендов своих автомобилей, без труда продают российским мясоперерабатывающим заводам свое оборудование.

**Как боретесь с российским менталитетом?**

Если до 1998 мы пытались подчеркнуть, что «КОН» — российская фирма, которая создает свою продукцию в кооперации с предприятиями военно-промышленного комплекса, то после 2000 это стало несущественным фактором при продаже. В результате наша компания попробовала «раствориться» в массе немецких, американских, испанских брендов, которые мы начали поставлять в Россию. Мы занялись монтажом этой техники, и заказчики стали думать, что оборудование «КОН» сделано по лицензии некоего западного производителя. К сожалению, пришлось прибегнуть к такому маркетинговому ходу в борьбе с менталитетом. А те же немецкие коллеги-конкуренты не раз говорили мне, что пока русские не будут ездить на своих машинах и пользоваться своей техникой, они будут нищими.

**Какое оборудование на сегодняшний день вы предлагаете на рынок?**

Оптимальным вариантом для оснащения небольших цехов и предприятий питания являются копильни «КОН-5», предназначенные для холодного и горячего копчения, запекания и варки мясных и рыбных продуктов, птицы, овощей, сыров.

Для средних производств мы предлагаем как аналогичную печь с большей загрузкой «КОН-10», так и уже более сложную установку — «КОН-102». «КОН-102» имеет следующие эксплуатационные свойства: управление программируемым контроллером позволяет полностью задать цикл и уменьшить потери при тепловой обработке. Исполнение термокамеры может быть с электро- или паровым на-



гревом. Дымогенератор выполнен с турбонаддувом, что позволяет менять насыщенность дыма.

Для крупных заводов мы наладили производство еще более совершенных и мощных термокамер «КОН-104» и «КОН-106».

**С помощью своей продукции вы предлагаете развивать мелкое и среднее производство в регионах...**

В любом регионе России есть небольшие сборочные производства, которые загружены не на полную мощность или, более того, простаивают. Есть мелкие фермеры, владельцы небольших рыболовных хозяйств и т.д., которые поставляют свою продукцию приезжим перекупщикам практически за бесценок. И везде есть бизнесмены, которые хотят выгодно вложить свои деньги. Наша компания готова оказать практическую помощь руководителям местных заводов наладить производство оборудования для переработки мяса, рыбы, птицы, молока и т.п. по чертежам и технологиям фирмы «КОН». Местные производители могут в кратчайшие сроки освоить выпуск данных изделий и реализовывать оборудование своим же фермерам, предпринимателям и всем, кто готов заняться переработкой натуральной продукции «не отходя от родного дома». Органы местного самоуправления, в свою очередь, могли бы оказать помощь малому и среднему бизнесу в предоставлении материальной поддержки или финансовой гарантии в рамках региональных программ. Со своей стороны «КОН» готов на условиях партнерства, франшизы и т.п. передать соответствующую проектную документацию на производимое оборудование, гарантировать поставку комплектующих, обучение и шеф-монтаж процесса сборки, комплексное обслуживание проекта.

**Корреспондент:**  
Кристина Бесчаснова

5-8  
ДЕКАБРЯ

Москва  
ЦВК «Экспоцентр»

18-я  
Международная  
специализированная  
выставка

РОССИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ  
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ



ufi  
Approved  
Event

# аптека

МОСКВА

2011

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ФОРУМ

## ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

- лекарственные средства
- изделия медицинского назначения
- гомеопатия
- фитотерапия
- лечебная косметика
- фармацевтические субстанции и сырье
- диагностические тест-системы, химические реактивы, лабораторная диагностика
- оборудование для контрольно-аналитических лабораторий, фармацевтических предприятий и аптек
- биологически активные и пищевые добавки, натурпродукты
- детское питание, товары для детей и новорожденных
- минеральные воды: лечебные, столовые
- медицинская техника
- медицинская одежда и обувь, лечебный трикотаж, ортопедические изделия
- мебель для аптек
- фармацевтическая и медицинская упаковка
- информационные технологии в фармацевтике и медицине
- услуги для фармбизнеса
- ветеринария
- стоматология

info@aptekaexpo.ru  
www.aptekaexpo.ru

ОРГАНИЗАТОР:

МОСКВА, РОССИЯ

ЕВРОЭКСПО



VIENNA, AUSTRIA

EUROEXPO

Exhibitions and Congress Development GmbH

СООРГАНИЗАТОР ФОРУМА:



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ИНФОРМАЦИОННЫЙ СПОНСОР:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ  
ИНФОРМАЦИОННО-  
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР:



ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПОНСОРЫ:



# ЛЕКОМ-СЕРВИС



Стихийно образованные рынки и лоточная торговля не только портят облик города, но и наносят непоправимый ущерб экологии. Причем бороться с грязью, оставленной нерадивыми торгашами, практически бесполезно — горы мусора растут как на дрожжах.

Сегодня разве что ленивый не говорит о цивилизованных формах торговли. Но как привить продавцам культуру торговли? Как изменить негативную тенденцию?



Генеральный директор — Алексей Александрович Алтабаев. Родился в Москве. Руководит компанией с момента ее образования. Хобби: рыбалка, путешествия.

«Мы предлагаем простой и весьма эффективный способ цивилизованной торговли», — рассказывает генеральный директор ООО «Леком-сервис» Алексей Александрович Алтабаев. Велосипеда мы не изобретали, однако считаем, что торговля «с колес», т.е. с подвижных фургонов, павильонов, киосков или прицепов, — универсальное решение этого сложного вопроса. Судите сами, утром приехал такой магазин на колесах с полной выкладкой свежих продуктов питания на место своего назначения — ярмарку выходного дня, рынок или закрепленное за ним постоянное место торговли, поработал в течение дня, а вечером уехал. Никакой грязи, никакого мусора — удобно, чисто, аккуратно.

## Расскажите, пожалуйста, подробнее о направлениях вашей деятельности

Компания ООО «Леком-сервис», образованная в 2007, занимается разработкой, производством и монтажом новых видов оборудования, которое устанавливается в таких мини-магазинах. По жела-

нию клиента мы можем оснастить и оборудовать любой понравившийся клиенту прицеп, который производят наши партнеры — компании «Пинко-авто» (Н. Новгород), «Купава», «Тоннар».

Сегодня линейка наших предложений насчитывает 12–15 различных комплектов и вариантов, в которых используются современные системы охлаждения, учитываются конструктивные особенности фургона и требования клиента. Специалисты «Леком-сервис» профессионально устанавливают универсальное оборудование, которое с успехом может применяться для плодово-ягодной, овощной, рыбной, мясной и молочной продукции, а также промышленных и хозяйственных товаров.

В оснащенных тепловым или холодильным оборудованием с установкой дополнительных систем вентиляции и /или кондиционирования, фургонах поддерживаются комфортные условия для работы в любое время года: и зимой, и летом.

## Что отличает вашу продукцию от импортных аналогов?

Сегодня принято считать, что все лучшее делается за границей. Но продукция наших зарубежных коллег не учитывает традиционных российских особенностей — дорог. Во время переезда установленное оборудование начинает «болтаться», что связано с отсутствием жесткого крепления. Для нас эта проблема очевидна, поэтому мы уделяем большое внимание разработке жестких крепежных узлов, таким образом, все установленное внутреннее оборудование обеспечено жесткой привязкой.

Как любой уважающий себя производитель, мы производим продукцию достойного качества, и этот критерий находится у нас на первом месте.

## Похоже, выездная торговля может стать лучшим решением для организации цивилизованной формы торговли.

Это очевидно. Однако, к сожалению, администрация городов и регионов принимает не всегда дальновидные решения по поводу грамотной организации тор-

говли. Посмотрим на ситуацию с другой стороны. К чему приведет запрет на ведение торговли в павильонах? Вернемся к лоткам и раздвижным столикам? Торговлю запретить нельзя, поэтому все решения должны быть четко выверенными и осмысленными. И как доставить продукцию в удаленные регионы, где нет традиционных «Пятерочек» и «Перекрестков», а поселковый магазинчик, в котором продается только соль и сушки, всегда закрыт на учет? Имеем ли мы право заставлять наших бабушек «тряхнуть стариной» и отправиться за продуктами в Москву? Вывод: павильонная торговля удобна и для крупных мегаполисов, и для небольших городов и поселков.

## Над какими проектами работаете сегодня?

Одна из наших разработок — производство нового вида охлаждаемого оборудования для термобудок, обеспечивающих перевозки больших объемов продукции. Другое предложение — фургон на пневмоподвеске, который после приезда на место может «опуститься» на более низкий уровень, что удобно для покупателя.

Еще один новый проект — разработка переносного холодильного оборудования, которое представляет особый интерес для дачников, рыболовов и путешественников. Предполагается, что такой холодильник будет сохранять режим от +10 до –18 °С.

Сейчас появились павильоны, которые разработала «Москомархитектура», и для которых мы также разрабатываем новое оборудование.

Павильоны, оборудованные ООО «Леком-сервис», работают во всех регионах России — в Москве, Мурманске, Архангельске. Мы продолжаем свое развитие, видим, что наша продукция не только востребована рынком, но и может оказать существенную помощь при организации современной и цивилизованной торговли. Мы не боремся за качество. — Мы его делаем.

Корреспондент:  
Елена Марголина





## ПРОДАЖА УСТАНОВКА ОБСЛУЖИВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ АВТОРЕФРИЖЕРАТОРОВ



### ПРОИЗВОДСТВО ТОРГОВЫХ ПРИЦЕПОВ, МОБИЛЬНЫХ МАГАЗИНОВ, АВТОМАГАЗИНОВ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Производственное предприятие **Trading-Trailers** (Трейддинг-Трейлерс) осуществляет производство и продажу торговых прицепов, мобильных магазинов, автомагазинов, дополнительного оборудования.

Мы можем предложить Вам различные комплектации прицепов, фургонов и киосков в зависимости от потребностей Вашего бизнеса и Ваших требований.

Осуществляем доставку во все регионы России и ближнего зарубежья!

Многолетний опыт позволяет предприятию занимать лидирующие позиции по продажам торговых прицепов и автомагазинов.

Ассортимент компании удовлетворит потребности самых взыскательных покупателей. Вы можете приобрести не только стандартные модели, но и сделать эксклюзивный заказ. Вся

продукция адаптирована к российским перепадам температур, что позволяет применять нашу продукцию на всей территории Российской Федерации.

Специалисты компании четко отслеживают тенденции рынка: тщательный анализ, прогнозирование и маркетинговые исследования позволяют быть одним из лидеров на рынке торговых прицепов и автомагазинов.

Постоянными клиентами Компании являются крупнейшие сети быстрого питания, предприятия торговли и общественного питания.

Компания Trading Trailers это новый взгляд и инновационные решения по работе со своими клиентами. Компания придерживается высоких стандартов в работе и постоянно улучшает качество обслуживания своих клиентов.



# НОЙМО СНГ



Продукты питания должны быть качественными, и эта аксиома не подлежит обсуждению. Но сложнейшая технология изготовления продуктовой линейки бессильна, если она не поддерживается оборудованием, отвечающим всем необходимым пищевым стандартам. ООО «Ноймо СНГ» является дочерним предприятием завода-изготовителя «Арматуренверк Хотенслебен» (AWH) ГмбХ (Германия) и принадлежит к частной группе «НОЙМО-Эренберг», и объединяет несколько производственных и торговых предприятий, дочерних компаний.

Основные направления деятельности холдингового объединения — производство компонентов из нержавеющей стали для пищевой индустрии, фармацевтики и микроэлектроники.

## Антонина Романовна, в каких направлениях развивается «АВН»?

Сегодня «АВН» входит в первую тройку европейских лидеров по производству комплектующих для пищевой отрасли. Для примера скажу, что если после приобретения завода группой «Ноймо» в 1995 г. оборот фирмы составлял 6 млн евро в год, то уже в 2010 — 58 млн евро. Предприятие открыло свои представительства в Польше, России, в 2010 — в Австрии, в этом году — во Франции. Все это говорит о расширении географии своего присутствия на мировом рынке.

Целью «Ноймо СНГ», пришедшей на российский рынок в 2006 г., стала реализация продукции компании «АВН» на территории России и стран СНГ. Сегодня мы позиционируем себя как «склад на выезде» и представляем интересы ма-

теринской компании как в вопросах стратегического развития, так и при формировании цен, выдерживая четкую политику в плане товароприобретения, поставок и реализации. Мы строго ориентированы на конечного клиента — пищевые компании, а также машиностроительные предприятия, производящие оборудование для этой отрасли, проектные и монтажные организации. Практически весь путь, через который «проходит» продукт во время его производства, может быть оснащен нашими изделиями.

## Какую номенклатуру изделий предлагаете?

Хочу отметить, что компанию «АВН», которая расположена на территории бывшей ГДР, связывает давнее сотрудничество с Советским Союзом. В плановом порядке на пищевые предприятия СССР поставлялись комплектующие вплоть до 1992 года, соответственно бренд хорошо узнаваем на этом рынке. Сегодня предприятие продолжает набирать обороты и растет быстрыми темпами, что говорит о востребованности производимой им продукции.

Изделия «АВН» представляют особый интерес для технологической линии, по которой движется жидкий или вязкообразный продукт. В настоящее время мы предлагаем трубы, профили, комплектующие для трубообвязки — соединения (резьбовые, фланцевые, зажимные), отводы, тройники, запорные клапаны, приводы, хомуты, смотровые стекла, фильтры и др.

Наряду с производством 35 тыс. различных стандартных комплектующих, по чертежам клиента изготавливаются и специальные изделия, например, рас-

пределительные панели, корпуса воздушных фильтров или предварительно смонтированные на заводе узлы трубопроводов. Особый интерес представляют усовершенствованные трубчатые фильтры с щелевой трубой, расширенный ассортимент принадлежностей для дисковых клапанов, обратные клапаны, специальная техника для очистки трубопроводов.

Необходимый запас продукции всегда имеется в наличии на нашем складе, расположенном в г. Апрелевке Московской области. Важно подчеркнуть, что все изделия выполнены из высококачественной нержавеющей стали марок 1.4301 или 1.4404 (стандарты DIN, SMS, ISO), разрешенных для монтажа технологических трубопроводов в молочной, пивоваренной и других отраслях пищевой и фармацевтической промышленности.

Продукция, выполненная из стали марки 1.4404, является более коррозионностойкой и применяется, как правило, на участках СІР, где используются агрессивные среды, необходимые для промывки трубопроводов.

Самый важный момент — строгое соблюдение стандартов производства изделий из металла. Когда мы потребляем пищевые продукты, мы свято верим в то, что производитель выдерживает все необходимые стандарты качества. Производство молочной продукции, виноводочных изделий и других продуктов питания требует, чтобы оборудование, на котором оно производится, тоже соответствовало пищевым стандартам. Наши трубы и комплектующие производятся на заводах группы «Ноймо» согласно европейским пищевым стандартам DIN 11850, 11852 и др.



**Вы так настойчиво акцентируете внимание на применяемом стандарте изготовления пищевого оборудования.**

Надо понимать, что когда мы говорим о пищевой промышленности, то в данном случае речь идет о микробиологии. Например, даже небольшой сварной шов может существенно повлиять на качество продукта, если он выполнен неправильно, ведь именно в таких местах начинаются нежелательные, а порой вредные процессы окисления и брожения. В промышленных масштабах это может обернуться непоправимой ошибкой. Если четко соблюдать правила и использовать только разрешенные к применению комплектующие, — проблем можно избежать.

**На каких предприятиях установлены ваши изделия?**

Сегодня пищевая отрасль накопила значительный опыт грамотного производства, и надеемся, что немаловажная

приятной пищевой индустрии оснащены импортным оборудованием. Наши зарубежные коллеги вместе с разработанными проектами несут свои зарубежные стандарты, и, соответственно, продукция «AWH NEUMO» как нельзя лучше подходит к действующим производственным линиям.

**Насколько мне известно, вы поддерживаете еще одно направление поставок технологических изделий для пищевой промышленности.**

В настоящее время активно развивается новое направление — изготовление моечной техники, которое успешно используется для чистки пищевого оборудования любой емкости. Так, гигиена чрезвычайно важна в пивоваренной промышленности и в производстве напитков, где с применением систем безразборной мойки (CIP) достигается высокий уровень чистоты. Вода как моеющее средство на протяжении последних нескольких лет становится все дороже и дороже, и сегодня особым интересом пользуются решения, позволяющие добиться хорошей эффективности мойки при сокращении расхода воды.

В этом отношении выделяются щелевая моечная головка TANKO-S с набегающим потоком и устройство мойки направленной струей TANKO-JM. В этих установках фактор «ударного воздействия» (физическая эффективность мойки) имеет гораздо большее значение. Следствием этого является сокращенное время безразборной мойки при малом общем расходе воды. Эти показатели экономии нередко превышают 50% по сравнению с применением фиксированной моечной головки.

**Похоже, ООО «Ноймо СНГ» не отстает от своего прародителя и тоже набирает обороты.**

Компания «Ноймо СНГ», являясь 100%-ной дочерней компанией группы «Ноймо-Эренберг» и основанной



*Генеральный директор — Антонина Романовна Рыбицкая. Окончила Московский институт прикладной биотехнологии. Второе образование по маркетингу получила в Германии. В компании работает со дня основания. Свободное владеет немецким и английским языками. Свободное время посвящает семье и друзьям, любит путешествовать.*

предприятием-производителем «AWH», не заявляет, а действительно поставляет продукцию признанного немецкого качества, произведенную непосредственно в Германии, т. е. мы осуществляем прямые поставки от производителя. Мне хотелось бы подчеркнуть, что оборудование для любой отрасли, произведенное в Германии, — это гарантия безупречного качества!

Сегодня «AWH» продолжает свое уверенное развитие: модернизирует производство, разрабатывает новые виды изделий, совершенствует основные виды продукции. Нам откровенно приятно быть представителем такой серьезной компании, чья продукция занимает одну из ведущих позиций на рынке Европы.

В прошлом году мы открыли свой филиал в Краснодаре, в этом году планируем открыть еще один филиал в одном из российских регионов. Одним словом, мы продолжаем свое развитие.

**Корреспондент:  
Елена Марголина**



заслуга в этом — трубы и комплектующие «NEUMO-AWH».

Непревзойденное качество наших изделий подтверждается сотрудничеством с ведущими мировыми производителями пищевой промышленности. В качестве делового партнера нас выбрали «Вимм Билль Данн», «Тетра Пак», «ГЕА Тухенхаген», «Эрманн», «Марс» и другие. Надо сказать, что заслуга этих компаний состоит еще и в том, что они привнесли свой ценный опыт в современное проектирование, изготовление и эксплуатацию пищевого оборудования.

**Насколько комплектующие «AWH» адаптированы к российскому оборудованию?**

Ни для кого не секрет, что в России большинство крупных современных пред-



# РТТО

Мы встречались с Алексеем Владимировичем Колчиным — генеральным директором компании «РТТО» (торговая марка свежемороженых продуктов «СИ-НА») осенью 2008, когда грянул кризис. Несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране и в мире, Алексей Владимирович продолжал строить планы и думать не только о том, как сохранить компанию, но и как двигаться вперед. Активная позиция руководителя позволила фирме не только удержаться на плаву, но и вывести свой бренд «СИ-НА» в четверку лидеров свежемороженой продукции эконом-класса. А планы о налаживании собственного производства в России обретут реальность в 2012.

**Алексей Владимирович, какие изменения произошли в компании и какую продукцию вы предлагаете на сегодняшний день?**

Мы полностью изменили дизайн упаковки. У большинства производителей свежемороженой продукции упаковка светло-зеленых или желтых тонов. Мы выбрали белый цвет, теперь наша упаковка выгодно выделяется на полке с аналогичной продукцией.

В новой яркой упаковке под собственной торговой маркой «СИ-НА» мы предлагаем две линейки продукции — быстрозамороженные овощи, ягоды, грибы и быстрозамороженные морепродукты. В ассортименте первой линейки у нас представлено шесть наименований продукции: цветная капуста, брокколи, шампиньоны, опята, фасоль и клубника. В сентябре 2011 мы выведем на рынок линейку быстрозамороженных овощных смесей — смесь с брокколи, овощная смесь «Кантри», смесь картофеля с грибами, овощная смесь «Лечо».

Что касается линейки морепродуктов, то к креветкам и морскому коктейлю, мы добавили вяленую рыбную соломку к пиву. На сегодняшний день у нас представлено 10 видов соломки — сом, щука, камбала, вобла, судак, семга, окунь, лещ, треска, сазан. Пакет нашей соломки весит 40 г, масса аналогичного продукта других производителей обычно составляет 18 или 28 г. Для сетей мы предлагаем соломку по цене 25 рублей, и это цена за 40 г, другие компании по такой цене продают пакет весом 18 г. Нам удалось снизить цену за счет того, что наша компания напрямую работает с производителем.

В ближайшем будущем планируем расширить линейку морепродуктов такими продуктами, как креветками, гребешками, кальмарами, осьминогами.

**Несмотря на то, что по стоимости вашу продукцию можно отнести к эконом-классу, качество на все 100% соответствует премиум-классу. Как вы сами позиционируете свою продукцию?**



Низкая цена, хорошее качество и большой вес упаковки. У большинства других производителей, даже тех, кто относится себя к премиум-классу, вес упаковки составляет 300 или 400 г, у нас — 500 г, а стоит дешевле. Более того, китайские поставщики сырья размораживали и взвешивали нашу клубнику из упаковки. Оказалось, что ее чистый вес составляет 525 г, а брокколи — 514, это даже больше, чем указано на этикетке!

Что касается качества продукции, то одна продуктовая сеть, в которую мы поставляем свой товар, проводила исследование и подтвердила, что, например, в упаковке свежемороженой брокколи одного известного производителя премиум-класса большое количество обломков от соцветий, у нас же все соцветия практически одного размера и количество такого «мусора» сведено к минимуму.

Высокое качество продукции можно отметить и у второй нашей линейки — быстрозамороженные морепродукты. Недавно в силу вступил закон о том, что глазировка рыбы и морепродуктов должна



составлять не более 5–7%. До принятия этого закона у некоторых производителей защитная глазурь на продукции составляла 40–50%! У нас — всего 7%. Наша упаковка креветок весит 500 г, если смыть глазурь, то ее вес будет составлять 480 г, а не 200 г как у многих производителей. Наша креветка имеет размер 70 мм на 90 мм, это хорошая крупная креветка, а не «семечки», облитые глазурью. Креветки мы получаем из Дании, они глазируются на корабле сразу после отлова.

При высоком качестве продукции и большом весе упаковки нам удается держать цену ниже, чем у конкурентов. Это происходит благодаря тому, что таможенное оформление, транспортировку, страхование мы выполняем сами. Даже доставку по продуктовым сетям мы осуществляем на собственном транспор-

Недавно наша компания поменяла одного китайского поставщика на другого. Нас не устраивало качество сырья — мы заказывали категорию «А», а получали категорию «Б». Сейчас качество сырья превосходное. Вообще, китайское сырье по качеству не уступает европейскому. Хотя большинство российских компаний предпочитают закупать и фасовать сырье в Европе, но при этом стоимость продукции значительно возрастает.

На самом деле многие европейские производители закупают сырье в Китае, а фасуют на родине. Ни для кого не секрет, что, во-первых, в Европе был неурожай. Во-вторых, такая маленькая страна, как Польша, не может вырастить такое количество продукции. Да, я согласен, у них растут селекционные виды горошка и моркови, которые не растут в России.



*Генеральный директор — Алексей Владимирович Колчин. Родился 3.05.1974 в Москве. Окончил Московский государственный технологический университет «СТАНКИН» по специальности «Экономист широкого профиля». В 2007 Алексею Владимировичу присвоено почетное звание «Топ-менеджер РФ 2007», а компании «РТТО» присужден статус «Лидер российской экономики». В 2011 Алексей Владимирович был представлен к награде «Герой труда России».*

*Считает, что в работе ему прежде всего помогают выдержка и спокойствие. Использует демократичный стиль руководства. Хобби — коллекционирование моделей конструкторов техники времен Второй мировой войны.*

те. Наша компания пробовала работать на аутсорсинге, но начались перебои в поставках, появились штрафы от магазинов за недопоставки, поэтому с декабря 2010 мы начали готовить свою платформу: перешли на склад категории А, закупили семь грузовых автомобилей, оборудованных рефрижераторами и т. д.

**Откуда берете сырье?**

Цветную капусту, фасоль, клубнику и брокколи мы поставляем из Китая. Шампиньоны, опята, креветки, морской коктейль закупаем в России.

Но брокколи или цветной капусты у них просто не может столько вырасти, сколько закупают российские компании.

Что касается российских производителей овощей и ягод, то они не могут регулярно поставлять качественную продукцию, этот рынок у нас пока находится в зачаточном состоянии.

**Куда вы поставляете вашу продукцию?**

Мы работаем с такими сетями супермаркетов, как «Билла», «Магнолия», «Ситистор» (бывший «Рамстор»),

«Спар». В сети мы отгружаем порядка 70–80 т продукции в месяц. Сейчас мы планируем увеличить количество сетей, куда будем поставлять свою продукцию. Наша компания начинает сотрудничество с торговой-закупочной системой ТЗС, которая включает в себя 32 региональные сети.

Кроме того, мы планируем поставлять наши быстрозамороженные овощи и морепродукты в рестораны.

**Корреспондент:**  
**Кристина Бесчаснова**



# РЫБСПЕЦПРОДУКТ

Что является неотъемлемым атрибутом праздничного стола? «Наличие бутербродов с красной икрой!», — скажут многие и будут правы. Но как среди огромного многообразия производителей этого уникального продукта сделать правильный выбор?



## РЫБСПЕЦПРОДУКТ



Директор по продажам — Наталья Александровна Ветчинова. Родилась в 1987. Окончила Государственный Университет Управления.

огромный завод, объем производства которого ежегодно увеличивается. Предприятие оснащено импортным оборудованием немецких производителей, большое количество морозильных камер позволяет хранить необходимый запас сырья. Выпускаемая нами продукция проходит все необходимые лабораторные исследования.

Основная часть продукции фасуется в жестяную литографированную банку, дизайн которой был специально разработан для нашего продукта. Особенностью упаковки также является специальный вкладыш, который есть только на нашей продукции, что является отличительной чертой.

### Вы являетесь обладателями секретной технологии?

Абсолютно верно. ООО «Рыбспецпродукт» специализируется на производстве красной икры, изготовленной из замороженного ястыка. При изготовлении этого ценного продукта мы используем определенную секретную технологию, которую мы отработывали на протяжении многих лет, благодаря чему икра сохраняет свои вкусовые качества и остается полезным продуктом. Это наше «ноу-хау». Технологи-

гией изготовления нашей икры интересуются и партнеры, и конкуренты, поэтому раскрывать этот секрет я не буду.

### Трудно конкурировать на этом рынке?

Мы производим икру из первоклассного ястыка, и в этом сегменте не так много серьезных производителей. Мы жестко соблюдаем все условия производства и хранения своей продукции, и у нас не бывает рекламаций. Нашу продукцию хорошо знают и любят по всей стране, ее можно найти в крупных торговых сетях.

Два года подряд (2009, 2010 гг.) на выставке «World Food» наша продукция была удостоена золотых медалей. И я уверена, что на этих достижениях мы не остановимся. И если вы не любите икру, то значит вы просто не пробовали икру «Рыбспецпродукта»!

Корреспондент:  
Елена Марголина

«Икру, которую производит ООО «Рыбспецпродукт», всегда отличает отменное качество», — рассказывает директор по продажам Наталья Александровна Ветчинова. Наша компания образовалась 15 лет назад. Московское представительство мы открыли три года назад, оно имеет собственные складские терминалы, оснащенные специальными холодильниками, осуществляет логистические доставки.

### Расскажите, пожалуйста, о вашем производстве.

Мы предлагаем икру таких лососевых рыб, как кета, нерка, горбуша. Наши покупатели хорошо знают продукцию ООО «Рыбспецпродукт» по таким брендам, как «Лососевая зернистая ИКРА премиум», икра лососевая «Золото Камчатки», лососевая «Элитная икра».

Наше основное производство находится в Петропавловске-Камчатском. Это



# СИМ-САЙЛ

Сергей Арамович Барсегян начинал свой бизнес с изготовления садовой тележки. Опыт производства подобного оборудования у него уже был. Работая на заводе «Серп и Молот», он разработал и изготовил множество разнообразных тележек для внутренних нужд завода. Уже через полгода работы фирмы «Сим-Сайл» появились первые крупные заказы на производство тележек для пищевой промышленности. Среди заказчиков — такие компании, как «Золоторожский хлеб», «У Пальча», «Торговый дизайн», «Слойки» и многие другие. А через некоторое время качественная и недорогая продукция «Сим-Сайл» стала поставляться практически по всей России: от Мурманска до Чукотки и Сахалина и от Архангельска до Ростова-на-Дону. Продукцию «Сим-Сайл» закупают предприятия стран ближнего зарубежья, Евросоюза, США, Египта.

**Сергей Арамович, какое оборудование на сегодняшний день разрабатывает и изготавливает ваша компания?**

Мы разрабатываем и производим стандартное и нестандартное оборудование практически для всех отраслей пищевого производства. В основном это тележки для заморозки полуфабрикатов и ротационных пекарских печей, сервировочные тележки, колбасные рамы евростандарта для термодымовых камер. Назначение каждого вида тележек одно — перевозить продукцию, но под каждую продукцию должны быть изготовлены определенные приспособления. Например, тележки для заморозки полуфабрикатов и ротационных пекарских печей изготавливаются таким образом, чтобы в них можно было вставить противень, а в тележки для колбасной продукции — так называемые колбасные палочки и противни.

У нас отработана технология производства тележек практически для всех ротационных печей, выпускаемых как в нашей стране, так и за рубежом: в Германии, Франции, Швеции, Италии, Дании, ЮАР и др. Также наша компания

осуществляет сервисное обслуживание оборудования.

**В чем преимущество вашего оборудования перед аналогами?**

Практически все тележки мы изготавливаем из пищевой нержавеющей или углеродистой стали толщиной 1,5 мм. Западные производители используют металл толщиной 1,2 мм. Мы применяем сплошную, а не точечную сварку, что значительно сказывается на сроках службы оборудования. Показательно, что когда мы проводили ремонт тележек, находившихся у одного из наших заказчиков в эксплуатации восемь лет, нам пришлось всего лишь заменить износившиеся колеса, но ни одна конструктивная деталь не пострадала.

Кроме того, заказывая тележки за рубежом, клиенту придется подождать свой заказ несколько недель, мы в состоянии изготовить 10–15 тележек за один день.

**Какое еще оборудование, кроме тележек, разрабатывает и производит ваша компания?**



Директор — Сергей Арамович Барсегян. Родился в 1949. Окончил Московский металлургический техникум, потом институт. Свою трудовую деятельность начал в 1970 на Московском металлургическом заводе «Серп и Молот». В 1996 основал компанию «Сим-Сайл», параллельно работает заместителем начальника цеха на заводе «Серп и Молот». Уверен, что из любой сложной ситуации можно найти простой выход, если все проанализировать и подойти к ней нестандартно.

Помимо этого в нашем ассортименте есть оборудование для химчисток и прачечных. На сегодняшний день мы единственная компания, которая делает специальные пятновыводные столы. В зависимости от размера такой стол стоит от 25 до 45 тыс. рублей. Западные аналоги — в 2–2,5 раза дороже. Если стол предназначен для прачечной, то врезаем мойку. Каждый стол индивидуален, все зависит от размеров и функциональных особенностей, необходимых заказчику. Например, недавно мы изготовили для прачечной стол в форме буквы «Г».

Мы также изготавливали стеллажные тележки, тележки для перевозки поддонов, лестницы для бассейнов, аппараты для стока воды, которые используются в саунах и бассейнах, тележки для перевозки катеров.

**Что в планах?**

Сейчас мы занимаемся поиском нового помещения для нашего производства. Планируем наладить еще одно направление деятельности — производство запчастей к пекарским печам, миксерам и т.д.

Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова



# ГК CDC

## (ЦЕНТР КОРПОРАТИВНЫХ РАЗРАБОТОК)



*Эффективный инструмент повышения производительности труда и создания современной инфраструктуры для компаний сегмента FMCG.*

Начав свою деятельность в 1996 с дистрибуции и продажи карманных компьютеров, сегодня Группа компаний CDC (Центр корпоративных разработок) является ведущим разработчиком программного обеспечения для мобильных систем автоматизации предприятий. Компания успешно развивает и внедряет решения на базе собственной платформы «Оптимум» для мобильных сотрудников предприятий различных рыночных сегментов, в том числе и пищевой промышленности. Среди клиентов CDC, работающих в этой сфере, — Nestle, Mars, Холдинг «Объединенные кондитеры», «Майский чай», «Риттер-Спорт», ГК «Мегаполис», ГК СНС, ТД «Айсберри» и многие другие. Ежедневно технологии CDC используют более чем 350 тыс. сотрудников примерно в 3 тыс. компаниях. Это объясняется тем, что решения CDC обеспечивают качественное повышение управляемости организации, контроля сотрудников, работающих вне офиса, увеличение производительности труда на 30–500% (!), оперативное получение данных для принятия необходимых управленческих решений на всех уровнях, доступ руководства к разнообразным срезам информации о деятельности выездного персонала. Статистика применения мобильных решений на платформе «Оптимум» демонстрирует быстрый возврат инвестиций — от 100 до 300% вложенных средств возвращается уже после 4–8 недель эксплуатации системы мобильной торговли. В большом количестве проектов инвестиции оправдывают себя еще до окончания внедрения АСУМТ «ОПТИМУМ». О деятельности CDC и реализованных проектах в сегменте FMCG рассказывает президент Хусейн Аз-зари.

### **Расскажите о последних изменениях, произошедших в вашей компании.**

Весной 2011 мы закончили портацию основного функционала мобильной части «Оптимум» для работы под управлением OS Android 2.6 и выше. Соответственно, основной мобильный функционал нашей системы работает под Windows Mobile 6.x, Windows CE, Windows XP/Vista, iOS и Android. В серверной части мы продолжаем развивать Web-технологии. В ка-

честве баз данных серверной части это прежде всего MS SQL и Oracle. Мы используем самые современные методы программирования, что вместе с нашим уникальным опытом в области мобильных систем позволяет очень быстро реализовать практически любую крупномасштабную схему и архитектуру решения. Мы предполагаем, что со второй половины 2011 более 70% новых внедрений «Оптимум» будет производиться с использованием OS Android.

### **Почему возникла необходимость перехода на платформу Android?**

Рынок корпоративных внедрений в течение последних 10 лет в среднем поделен между Palm OS и Windows Mobile. Причем Palm OS с 2005 достаточно быстро уступил место Windows Mobile и другим менее крупным игрокам. Был период, когда доля внедрений на WM достигала 99%. До недавнего времени Windows Mobile являлась единственной относительно открытой платформой для мобильных устройств с качественной поддержкой разработчиков от корпорации Microsoft. Однако за последний год рынок мобильных платформ претерпел значительные изменения. Сектор корпоративных внедрений столкнулся с рядом проблем: количество актуальных смартфонов на базе Windows Mobile 6. X сократилось до минимума, в то время как широкое внедрение мобильной платформы Microsoft нового поколения — Windows Phone 7, — особенно для российского корпоративного рынка, нереально по целому ряду причин. Главная из них — программное обеспечение, написанное ранее для Windows Mobile 6. X необходимо перерабатывать почти полностью. Кроме того, первая версия Windows Phone 7 имеет ряд серьезных ограничений для разработки и эксплуатации профессиональных корпоративных приложений, что является ключевой блокировкой. Существует провал и с модельным рядом устройств, и с ценовой политикой: устройств на Windows Phone пока мало, они достаточно дорогие. К сожалению, наш давний партнер, корпорация Microsoft, потеряла большую часть корпоративного рынка в России. Есть надежда, что в следующих версиях платформы бу-

дут учтены реалии жизни, но время идет, и Microsoft придется догонять уже новых лидеров.

Таким образом, перед нами остро встал вопрос о выборе еще одной ключевой мобильной платформы. Группа компаний CDC первой среди разработчиков решений для автоматизации предприятий с использованием мобильных платформ стала портировать свое решение на Android.

### **По каким причинам была выбрана именно эта платформа?**

Во-первых, динамика роста присутствия на рынке в целом, во-вторых, распространенность и наличие широкого (и непрерывно обновляющегося) портфолио Android-устройств разных производителей, включая смартфоны и планшеты низкого ценового сегмента. Для сравнения: в 2011 на рынке присутствует не более полудюжины актуальных смартфонов на базе Windows Mobile, а новые модели на этой платформе в 2011 вообще не анонсируются. Планшетов на Windows Mobile мы не видим, хотя устройства этого класса играют все большую роль на корпоративном рынке — они снабжены дисплеями с диагональю от 7 дюймов и больше, что весьма важно для мобильных сотрудников. В то же время в начале 2011 мы можем выбирать из десятков мобильных устройств на платформе Android практически от всех ведущих производителей как телефонов, так и планшетов.

В настоящее время наша компания рассматривает различные варианты Android-устройств, которые будут предлагаться партнерам ГК CDC в рамках проводимых внедрений. Ведутся переговоры о поставках смартфонов и планшетных компьютеров с Acer, HTC, Samsung, также рассматривается вопрос использования брендированных планшетов российского оператора «Мобильные ТелеСистемы» (МТС). Стоимость внедрения технологической платформы «Оптимум» на базе Android в пересчете на одного мобильного сотрудника не повысится и составит те же 450–500 долларов, в которые сейчас обходится одно внедрение на базе Windows Mobile. Сохранение ценового уровня стало возможным благодаря на-



личию на рынке десятков моделей смартфонов и планшетов под управлением Android. В том числе моделей бюджетного уровня, стоимость которых не превышает 10 тысяч рублей.

## **Какие другие варианты вы можете предложить вашим клиентам помимо Android-версии «Оптимум»?**

Промышленные защищенные устройства на платформе Windows Mobile. Производители защищенных устройств, безусловным лидером среди которых является компания Motorola, объявили, что будут продолжать выпускать еще несколько лет устройства на последних версиях Windows Mobile. В основном защищенные устройства применяются в энергетике и нефтегазовой отрасли. В секторе FMCG такие устройства пользуются меньшим спросом, но, тем не менее, многие компании принимают решение о покупке именно этих терминалов.

## **Кто из ваших заказчиков уже переходит на платформу Android?**

Из крупных компаний, уже принявших решение, — ГК «Мегаполис», эксклюзивный дистрибьютор Philip Morris, JTI и других производителей на территории России. ГК «Мегаполис» — это не только крупнейшая дистрибьюторская структура в СНГ, но, по нашему мнению, одна из самых передовых и технологичных российских компаний в секторе FMCG. Мы ждем инициативы по данному вопросу от группы компаний СНС — это весь сбыт продукции British American Tobacco на территории РФ.

## **Какие проекты Группа компаний CDC выполняла для предприятий пищевой промышленности?**

Для АПХ «Мираторг» — ведущего оператора на рынке мяса и полуфабрикатов России — мы внедрили программно-аппаратные комплексы «Оптимум» АСУМТ и ГИС. По отзывам специалистов предприятия, после внедрения системы «Оптимум» время обработки поступивших заказов оператором уменьшилось в 30 раз — с 15 минут до 30 секунд, а само количество операторов сократилось на 25%. Система позволила также добиться значительного снижения транспортных расходов и существенно сократить время на составление маршрутов торговых представителей (с 1,5–2 часов до нескольких минут).

Для «ФТД Царицыно» — одного из крупнейших предприятий мясоперерабатывающего комплекса — наша компания внедряла «Оптимум» АСУМТ. По словам сотрудников компании, внедрение данной системы позволило повысить эффективность работы торговых представителей (уменьшилось время обслуживания торго-

вых точек, увеличилось количество и улучшилось качество собираемой ими информации). Наше решение ускорило процессы формирования документов в учетной системе компании (документооборот между торговыми представителями и учетной системой проходит в on-line режиме); минимизировало человеческий фактор ошибок (исключены ошибки операторов принимающих заказы по телефону); предоставило торговым представителям актуальную информацию по клиентам.

В компании «Нидан-Соки» — крупнейший производитель соковой продукции в России — мы внедряли технологию репликации данных и модуль аналитики «Оптимум» Olap. Был создан территориально-распределительный проект дистрибуции, начав с московского отдела продаж и дистрибьютора в Москве. Каждые 2–3 часа компания получает через Интернет исчерпывающие данные для анализа продаж. Используя данные, получаемые из БД «Оптимум» и Olap, информационные системы и генераторы отчетов, компания формирует подробнейшие отчеты в самых разных разрезах, разрабатывает стратегические планы продаж и развития бизнеса и т. д.

А вот как оценила выгоды работы с нашей системой «Оптимум» компания «Лебедянский»: «Для торгового представителя коммуникатор стал незаменимым инструментом в работе, избавив его от кипы бумаг, которую раньше постоянно приходилось носить с собой. Теперь торговый представитель в любой момент осведомлен об остатках товара на складе, знает, какой заказ и когда должен быть выполнен. Освободив значительную часть времени, которое он раньше проводил за бумажной работой, торговый представитель может уделять больше внимания мерчендайзингу, презентациям в торговых точках, то есть более качественно и результативно выполнять свою работу. Координаторы получили возможность в реальном времени делать отчет по работе торгового представителя «в полях». Качественно улучшился анализ продаж, принципиально расширились возможности сравнения деятельности компании по регионам. Возможность передачи заказов прямо «из полей» позволила сократить время их обработки, что очень важно для коммерческой службы и сервис-службы компании при работе с большим количеством заявок. В результате мы на 2 часа продлили время приема заказов, подлежащих исполнению в течение 24 часов. Ранее это время занимала обработка. Кроме того, этот проект создал фундамент для дальнейшего развития работы нашей компании с торговыми точками — с помощью системы «Оптимум» можно собирать и анализировать



**Президент — Хусейн Аз-зари. Родился 30.10.1969 в Москве. Окончил факультет автоматизации и механизации строительства Московского строительного института, Академию экономики и права по специальности «Хозяйственное право» и Московский институт управления коммунальным хозяйством по специальности «Менеджмент». Занимал должность коммерческого директора НПО «ВАМ», руководил направлением информационных технологий в ГК «Интерстатус». С 1996 года занимается мобильными технологиями.**

информацию по остаткам товара в точках, наличию товаров и об акциях конкурентов. На коммуникаторах с установленной на них системой «Оптимум» только в московском филиале «Лебедянский» успешно работают уже более 95 сотрудников, не считая другие регионы.

## **Какие самые последние новости в вашей работе?**

Мы являемся давним партнером SAP в области мобильных решений. Могу многое рассказать о нашем уникальном успешном опыте по интеграции АСУМТ «ОПТИМУМ» с различными решениями и блоками из линейки SAP ERP и с SAP CRM. Теперь рынок имеет возможность использовать наши мобильные решения и на базе SAP SUP. То есть де факто мы портируем наш опыт на саповские технологии. В результате любой наш, прежде всего крупный клиент или потенциальный крупный клиент теперь имеет возможность выбрать у нас минимум между двумя вариантами мобильных платформ при очень близкой функциональности самих решений. Для крупных компаний это очень значимое преимущество.

**Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова**

*Появление новых продуктов питания, особенно кондитерских изделий, вызывает повышенный интерес покупателя. Ну как тут отказать себе в удовольствии?! Новая форма, необычная начинка, шоколадная глазурь — производители готовы снова и снова удивлять нас своими вкусными изделиями. Но все это требует наличия специального, а порой и нестандартного оборудования. Эти вопросы поможет разрешить ООО «СВ».*

Компания «СВ» была создана в 2007 группой специалистов, проработавших в области пищевого машиностроения не один десяток лет. Основная специализация — проектирование, производство, последующее технологическое сопровождение и сервисное обслуживание оборудования для пищевой промышленности и смежных отраслей: кондитерское (отсадочные, глазировочные, экструзионно-формовочные машины); оборудование для молочной промышленности; линии розлива; оборудование для переработки мяса и рыбы.

**Сергей Михайлович, что отличает ваше оборудование?**

ООО «СВ» (SV) специализируется на изготовлении стандартного и оригинального оборудования для предприятий пищевой индустрии и по желанию заказчика может спроектировать, оснастить и запустить целую линию по производству того или иного кондитерского изделия, мороженых изделий и др.

Мы идем от потребностей заказчика и можем спроектировать любое оборудование с заданной производственной мощностью. И это наше конкурентное преимущество. Зарубежные производители предпочитают выпускать оборудование для конкретного продукта. Мы предлага-

ем эксклюзивное оборудование, на котором можно производить несколько видов продукции.

Все оборудование проходит обязательное тестирование и сертификацию. Состоит из разрешенных к применению в пищевой промышленности материалов (нержавеющей стали и пластмасс) и импортных комплектующих японских, немецких и итальянских производителей.

Немаловажную роль мы уделяем сервисному обслуживанию. Стараемся в кратчайшие сроки оказать техническую и технологическую помощь в процессе эксплуатации оборудования, как во время гарантийного обслуживания, так и после его окончания. Проводим он-лайн консультации по телефону.

Внимательное отношение к требованиям заказчика, индивидуальный подход к клиенту — гарантия долгосрочных отношений.

**Какие планы на будущее?**

Сегодня мы предлагаем достойное оборудование не только для кондитерской продукции, но и для перерабатывающих предприятий мясной индустрии, ориентированное, к примеру, на производство тефтелей. В разработке находится оборудование для производства батончиков типа «Киндер».

В принципе, профессионализм и квалификация наших сотрудников позволяет разработать и произвести любое оборудование для пищевой промышленности с учетом всех требований и пожеланий заказчика.



**Директор — Сергей Михайлович Власенко. Родился в 1961 в г. Острогожск Воронежской области. Окончил «Калининский политехнический институт».**

**Какие интересные или сложные проекты осуществляли?**

Каждый проект интересен по-своему. Один из них — производство и введение в строй линии по начинке вафельных трубочек, который был выполнен для ООО «Айсберг Люкс» (Яхрома). Для «Кировского булочно-кондитерского комбината» мы запустили линию по производству пряников. Многофункциональная машина по производству пряников и конфет начала свою работу в Казахстане; на хлебокомбинате в Жуковском — машина по отсадке пряников и декорирующая машина. Заработали линии по отсадке печенья в С.-Петербурге, Махачкале, Армавире.

**Сегодня рынок пищевого оборудования изобилует импортными предложениями. Трудно конкурировать с такими серьезными оппонентами?**

Пока нам это удается. Наше оборудование обладает рядом преимуществ: оно не уступает западным аналогам по своим качественным характеристикам и на 20–30% дешевле. И главное, заявленная производительность оборудования торговой марки «SV» всегда соответствует действительности. Наши заказчики убедились в качестве оборудования и сервисного обслуживания компании «СВ», поэтому снова и снова обращаются к нам. Практика показывает, что свою репутацию на рынке производителей нестандартного, а порой и эксклюзивного оборудования мы уже завоевали.



**Корреспондент:  
Елена Марголина**

# КОМПАНИЯ СТП



ООО «Компания СТП» (СТП), созданная в 2007 г., специализируется на разработке проектной документации, поставке и монтаже технологического оборудования, проведении пуско-наладочных работ на предприятиях пищевой промышленности, занимающихся виноделием, производством пива, водки, коньяка, минеральной воды, дрожжевым производством и пр.

## Какова потребность российского пищевого сектора в введении в строй новых предприятий этого сегмента?

Ситуация неоднозначная. Если говорить о предприятиях вино-водочной и коньячной группы, то два года назад они «попали» под «Росалкогольрегулирование». На первый взгляд этот орган был сформирован для наведения порядка в отрасли, но на деле это оказалось переделом рынка. Поэтому многие предприятия не работают и, естественно, не развиваются. Если рассматривать производство безалкогольной продукции (вода, пиво, квас), то можно констатировать некое оживление отрасли. Ежегодно примерно на 10% растет и производство шампанского. Думаю, на повышение спроса на эти напитки влияют высокие летние температуры, что ведет к необходимости расширения действующих производств и строительства новых заводов. Это интересный и рентабельный бизнес.

## Александр Иванович, расскажите о ваших проектах.

В нашей команде работают опытные и молодые специалисты, усилиями которых выполнено много сложных и интересных проектов. Среди них: заводы шампанских вин ЗАО «БОСКА\_РУС» (Уфа), ЗАО «ВИ-ЛАШ» (Санкт-Петербург), завод игристых вин «Вилаж» (Волхов, Ленинградской обл.), ООО «Вимм Билль Данн» (Москва), ОАО «Ибретькрахмалпатока» (Рязанская обл.), ООО «Голицинское» (Пензенская обл.), ПК «НИАГАРА» (Челябинск) и др.

Мы можем делать проекты «под ключ», начиная от переработки сырья и заканчивая розливом и упаковкой готового про-

дукта. Каждый новый проект — индивидуален. В нем учитываются особенности производственного процесса, планировка зданий, источники водо- и энергоснабжения предприятия, наличие очистных сооружений и др. Квалификация наших специалистов позволяет решать вопросы выбора основного и вспомогательного технологического оборудования, рассматривая предприятие как единую производственную систему с внедрением энергосберегающих технологий, технологий по сокращению потерь продукта и переработке отходов основного производства.

## Оборудование каких производителей вы рекомендуете?

ООО «Компания СТП» плотно сотрудничает со своими итальянскими партнерами: IFIND, AVE, RC GROUP, Cogil, G. P., чье оборудование отличается высоким качеством и надежностью. По своим качественным характеристикам оно не уступает оборудованию немецких производителей, при этом ≈ в 1,5 раза дешевле. Мы предлагаем оборудование для заводов первичного и вторичного виноделия, перегонные аппараты для получения винных спиртов, оборудование для тепловой рекуперации, десульфитации виноградного сока, азотогенераторы и т.п.

Как правило, производственная линия требует установки нестандартного емкостного оборудования, специальных резервуаров (для плодов, ягод, трав, сиропов), которые мы проектируем и изготавливаем из импортных комплектующих собственными силами.

## Значит, каждый раз приходится изобретать что-то новое.

Работая с разными предприятиями, мы накапливаем и обобщаем богатый опыт переработки сырья наших соотечественников и зарубежных коллег. В 2010 г. мы получили патент на изобретение «Способ переработки винограда и линия для его осуществления». Новизна предложения в следующем: виноградный сок содержит 20% сахара. 55% виноградного сахара путем спиртового брожения переходит в алкоголь, а 45% в виде углекислого газа и ароматических веществ выбрасывается в атмосферу (!) Мы предлагаем



Генеральный директор — Александр Иванович Иванов. Родился в 1954 в Смоленской области. Окончил МИФИ, аспирантуру МИФИ, Московский экономический институт «МЭИ». С 1995 г. работает в сфере пищевой индустрии. Увлекается рыбалкой, фотографией, любит путешествовать.

вторично использовать улетучивающиеся компоненты: возвращаем в вино ароматику, а очищенный углекислый газ снова используем в технологическом процессе. В результате увеличивается выход готового продукта, вина приобретают более насыщенный и глубокий вкус, что повышает их качество.

Сегодня мы также предлагаем технологии, позволяющие прессовать отходы, появляющиеся при переработке винодельческих и масляничных культур в брикеты, которые можно использовать в качестве топлива.

ООО «Компания СТП» занимается разработкой и внедрением новых энергосберегающих технологий, представляющих интерес при модернизации действующих и строительстве новых предприятий.

Комплексный подход в решении задач клиента выделяет ООО «Компания СТП» среди прочих и является нашей отличительной особенностью. Девиз компании: «Наши возможности — ваш успех».

Корреспондент: Елена Марголина



# ТАННЕТА

ООО «Таннета» — крупнейший дистрибьютор на рынке минеральных вод и напитков, более 15 лет успешно занимает лидирующие позиции в данном сегменте рынка Москвы и Московской области. «Нашей компании принадлежит порядка 65–70% рынка минеральной и питьевой воды», — рассказывает генеральный директор «Таннета» Аслан Нургалиевич Нагоев. В течение многих лет компания зарекомендовала себя как надежный и стабильный партнер, в портфеле которого дистрибьюторские контракты практически со всеми ведущими производителями минеральных вод и напитков: «Эльбрус», «Ессентуки», «Новотерская целебная», «Архыз», «Эдельвейс», «Нарзан», «Малышка», «Dr. Pepper», «Donat» и др.



Генеральный директор — Аслан Нургалиевич Нагоев. Родился в 1976. Окончил Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова по специальности «Менеджер банковской системы». После окончания вуза работал в системе Сбербанка России: прошел путь от контролера до старшего ревизора Северо-Кавказского банка Сбербанка России. В 2007 был приглашен в компанию «Таннета» на должность финансового контролера, вскоре стал финансовым директором, а в 2008 возглавил предприятие.

**Аслан Нургалиевич, на каких позициях вы хотели бы остановиться подробнее?**

В начале 2010 на российский рынок была выведена минеральная вода «Эльбрус», которая сразу же завоевала доверие и любовь потребителей. И это не удивительно! Вода «Эльбрус» добывается в экологически чистом регионе Приэльбрусья. Талая вода Эльбруса, проходя через естественный фильтр вулканических пород, приобретает кристальную чистоту, сохраняя при этом все свои целебные свойства и уникальную мягкость. А высокие технологии розлива воды, которые

применяются в компании-производителе, позволяют сохранять оригинальный микрокомпонентный состав природных вод.

Помимо минеральной воды под брендом «Эльбрус» выпускаются лимонады, отличительной особенностью которых является то, что в их состав входят только натуральные цитрусовые или травяные настои, а также другие полезные для здоровья ингредиенты.

Хотелось бы отметить питьевую воду для детей «Малышка». Это кальцийсодержащая негазированная питьевая вода по физиологической полноценности соответствующая высшей категории качества.

**Благодаря чему компании «Таннета» удалось занять такую большую долю рынка?**

Нам удалось собрать команду высококвалифицированных и ответственных специалистов, и это касается всех уровней работы компании. Например, у нас прекрасный отдел маркетинга, благодаря которому компания не раз выводила на рынок новые бренды, успешно их продвигала, разработав удачную маркетинговую программу. Что касается отдела по работе с ключевой розницей, то у нас опытные супервайзеры, грамотные торговые представители и квалифицированные мерчендайзеры, которые умеют обеспечить выгодное расположение продукции на магазинных полках и отслеживают постоянное наличие товарного ассортимента в каждой торговой точке. Нам удалось создать команду, которая

думает и действует в одном направлении, совместно делает общее дело и борется за одну идею — обеспечить потребителя качественной продукцией по доступным ценам.

Немаловажную роль в завоевании рынка в нашем сегменте играет логистика. Мы развиваемся в этом направлении и стараемся, чтобы продукция в срок поступала на прилавки магазинов, а удобное расположение головного офиса и склада способствуют этому.

**Каким образом вы принимаете решение, будете ли сотрудничать с данным производителем воды или нет?**

Когда производители предлагают нам сотрудничество и проводят презентации по своей продукции, мы обращаем внимание не только на картинки и качество презентации. Это не самое важное. Мы дегустируем представленную продукцию, исследуем качество воды в лабораторных условиях, отправляем образцы на пробу нашим контрагентам. Продукт оцениваем по другим немаловажным критериям: дизайн этикетки и форма бутылки, грамотность предлагаемых маркетинговых программ по продвижению продукта. Помимо анализа воды в лаборатории мы доверяем и собственным вкусовым ощущениям. Но самое главное — это качество воды. Я и учредитель компании «Таннета» родом с Кавказа. На Кавказе очень вкусная вода, можно даже сказать, что мы избалованы в этом смысле, мы выросли на вкусной и качественной воде, поэтому можем с легкостью определить, хорошая вода или нет, достаточно ли в ней газа и т.д.

**Что в планах?**

Прежде всего мы хотим укрепить и сохранить наши позиции на рынке. Но и, конечно же, не останавливаться на достигнутом, а постоянно развиваться, чтобы достигать еще более стабильных результатов на нестабильном рынке!



Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова

# ПАКВЕРК



«Торговый дом «Пакверк» занимается производством и реализацией термоусадочного оборудования с 2001 года. Компания начала свою деятельность с разработки и запуска в серийное производство оборудования для групповой и штучной упаковки в термоусадочную пленку пищевой и химической продукции. В настоящее время оборудование «Пакверк» эксплуатируется практически во всех отраслях промышленности на территории России и за рубежом. Ассортимент компании насчитывает более 200 моделей и модификаций термоусадочного оборудования. О деятельности компании рассказывает заместитель генерального директора Анна Борисовна Лапшина.

**Какую продукцию можно упаковывать с помощью вашего оборудования? Насколько экономически целесообразно применять термоусадочные пленки вместо альтернативных материалов?**

Перечень продукции, которую можно упаковывать с помощью нашего оборудования, невероятно широк. Продукты питания, бытовая химия и техника, строительные материалы, мебель, одежда, полиграфическая продукция, сейфы — и это далеко неполный перечень того, для чего мы разрабатываем и производим упаковочные линии.

Опыт показал, что использование для упаковки продукции полимерных термоусадочных пленок в дополнение к отличной защите продукции дает значительный экономический эффект. Стоимость термоусадочных пленок в расчете на единицу упаковки в 3–10 раз меньше, чем стоимость альтернативных упаковочных материалов — гофрокартона, пластика, дерева, металла.



**Вы предлагаете заказчикам только собственное оборудование?**

Задача нашей компании заключается не только в производстве, тиражировании и продаже оборудования. Нам важно предложить клиенту единственно верное и необходимое для него упаковочное решение. Поэтому мы стремимся расширять ассортимент компании таким оборудованием, которое бы отличалось новыми техническими решениями и было уникальным для российского рынка. Мы являемся эксклюзивными представителями газового термоусадочного оборудования компании Ripack Sefmat (Франция). Это оборудова-

ние необходимо для упаковки крупногабаритных изделий сложной формы (станков, катеров, мотоциклов), а также для консервации строительных конструкций и т. д.

В мае этого года мы представили на российском рынке первые в мире эргономичные системы ErgoPack (Германия) для обвязки и скрепления грузов на паллетах стреппинг лентой. Секрет успеха обвязочных систем состоит в запатентованном механизме «Цепная стрела». Этот механизм автоматически протягивает обвязочную ленту под паллетой и возвращает ее оператору сверху.

**Расскажите о других направлениях деятельности «ТД «Пакверк».**

Когда клиент покупает оборудование, ему также нужна полиэтиленовая термоусадочная пленка. Заказчику было бы удобнее покупать все в одном месте. Поэтому в 2007 мы наладили производство пленки, в дальнейшем это направление вылилось в самостоятельный бизнес — компанию «КОРПАК». Дочернее предприятие «КОРПАК» — специализируется на производстве полиэтиленовой термоусадочной пленки, цветной термоусадочной пленки, флексографической печати на рулонных полимерных материалах.

**В чем отличительные особенности работы «ТД «Пакверк» перед аналогичными компаниями?**

«Пакверк» является единственным в стране производителем термоусадочного оборудования, разрабатывающим машины практически для всех отраслей промышленности. Будто спичечный коробок или трехметровый профиль — все это упаковывается с помощью нашего оборудования.

Мы очень трепетно относимся к качеству производимого оборудования. Все отзывы, пожелания и нарекания клиента сразу же доводятся до конструкторского отдела и производства. Мы оперативно реагируем на неполадки в работе машин. У нас есть мобильная служба сервисных инженеров, которые выезжают к заказчику в любую точку России. Вообще, работа нашей сервисной службы одна из наиболее эффективных в данном сегменте. На скла-



**Заместитель генерального директора — Анна Борисовна Лапшина. Родилась 29.04.1974 в Жуковском. Окончила Московский государственный открытый педагогический университет по специальности «Психология», а также получила дополнительное образование по управлению персоналом при Высшей школе экономики. Работала начальником отдела персонала в компаниях «НТВ+» и «Capital Group». С 2009 — заместитель генерального директора в «ТД «Пакверк». В работе помогают оптимизм, ответственность, умение создать психологический климат в коллективе. Хобби — путешествия, фитнес.**

де у нас всегда присутствуют все запчасти, необходимые для ремонта техники. Кроме того, мы предоставляем двухлетнюю гарантию, что на рынке оборудования большая редкость. Также наша сервисная служба оказывает полный комплекс услуг по ремонту, модернизации, регулярному техническому обслуживанию, поставке запасных частей не только для термоусадочного оборудования «Пакверк», но и других для отечественных и иностранных производителей упаковочного оборудования.

**Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова**

# ХОЛТЕК



Сегодня «ХОЛТЕК» — одна из крупнейших компаний на российском рынке по поставке, инжинирингу и производству систем холодоснабжения. «ХОЛТЕК» занимается проектированием промышленных систем холодоснабжения, вентиляции и кондиционирования любой сложности, подбором и поставкой оборудования, монтажом, авторским надзором, пуско-наладочными работами, сервисным обслуживанием, гарантийными, текущими и капитальными работами по ремонту холодильного оборудования, вентиляции и систем кондиционирования. «ХОЛТЕК» работает с предприятиями пищевой, металлургической, химической, нефтехимической промышленности на всей территории РФ и в странах ближнего зарубежья. О деятельности предприятия рассказывает генеральный директор Александр Васильевич Миронов.

## Александр Васильевич, как все начиналось?

Компания «ХОЛТЕК» основана в 2008, но ее история началась еще в 1994 с компании «Остров», которая в то время занималась дистрибьюцией компонентов холодильных систем. Впоследствии было сделано несколько принципиальных шагов, которые повлияли на то, что мы имеем сейчас. Первый шаг был сделан в 1998, когда мы начали изготавливать собственную продукцию. Если до этого мы привозили холодильные агрегаты из Европы, то в 1998 начали закупать компрессоры и комплектующие и на собственном производстве собирать компрессорные и ресиверные агрегаты, а через некоторое время — и многокомпрессорные агрегаты.

Следующий этап развития был сделан в 1999, когда нашу компанию пригласили в очень крупный проект — восстановление системы хладоснабжения атомной станции «Бушер» (Иран). С этого момента в компании «Остров» началось развиваться то направление, которое позже превратилось в компанию «ХОЛТЕК». Участие в этом проекте позволило создать команду профессионалов, освоить новую для нас технику, что и привело к новым методам работы. Накопленный опыт и знания позволили нам в последующие годы реализовывать в области промышленного холода более 50 проектов в атом-

ной, химической и металлургической промышленности.

Наконец, в 2008 появилась новое имя на рынке холода — компания «ХОЛТЕК».

## В чем отличие работы компании «ХОЛТЕК» от аналогичных?

Во-первых, основной инженерный состав «ХОЛТЕК» — выходцы из космической отрасли и бывшие сотрудники крупных машиностроительных предприятий России. Основной упор в инжиниринге мы делаем на соответствие поставляемого оборудования и наших проектов нормативной документации, правилам безопасности и федеральным законам, которые приняты сейчас в России. Особенно это важно, когда мы разрабатываем проекты для предприятий химической, нефтехимической, металлургической и других отраслей промышленности, которые представляют определенную опасность для окружающей среды. Все последние наши проекты разработаны в соответствии с Постановлением Правительства РФ №87 (от 16.02.2008).

Во-вторых, ни с одним производителем оборудования мы не имеем эксклюзивных отношений и считаем это своим конкурентным преимуществом. Это дает нам свободу в выборе комплектующих. Под каждый проект мы подбираем только те комплектующие, которые, по нашему мнению, в наиболее полной степени соответствуют исходно-техническим требованиям заказчика. Мы не ограничены одной линейкой продукции, как это происходит с нашими основными конкурентами по «тяжелому холоду» — западными фирмами, которые одновременно являются и представителями заводоизготовителей компрессорных агрегатов. У нас нет таких ограничений, поэтому мы можем купить комплектующие любой фирмы. Например, по теплообменному оборудованию мы сотрудничаем с восемью компаниями, по компрессорному оборудованию — с пятью, такими как «BITZER», «MYCOM», «HOWDEN», у нас есть опыт работы с компанией «Grasso» и «YORK».



Мы также поставляем в Россию трубохолодильные машины фирм «TRANE» и «YORK». В целом у нас налажены контакты с большинством крупнейших производителей холодильной техники Европы.

Третья наша особенность: «ХОЛТЕК» — одна из немногих компаний в России, которая имеет сильную проектно-конструкторскую службу. Любой проект мы делаем самостоятельно, нам не нужно брать на субподряд проектные институты. Штат ПКС комплектовался выходцами из космической отрасли и ведущих машиностроительных предприятий Москвы и Московской области. Преимущество собственной ПКС в том, что в этом случае не получается игра в испорченный телефон, т. е. наши специалисты сами участвуют в переговорах с заказчиком, они получают те исходные данные, которые необходимы им для проектирования. Есть прямой контакт между теми, кто проектирует, и теми — для кого проектируют, только в этом случае не происходит потери информации, а на выходе заказчик получает то, что он хотел.

**С какими сегментами пищевой промышленности работает компания «ХОЛТЕК»? Расскажите о некоторых реализованных проектах для этой отрасли.**

Мы работаем с предприятиями мясной, птицеперерабатывающей, молочной, пивной промышленности. Наиболее круп-



ные объекты связаны с птицепереработкой. Основной тренд современного отечественного птицеводства — укрупнение производственных мощностей. От стандартных «региональных» птицефабрик на 3–5 тыс. голов производители уходят на мощности 9–12 тыс. голов. Подобное изменение структуры производства с существенно возрастающей в технологической цепочке ролью охлаждения и заморозки требует применения мощных систем холодоснабжения. Стандартным решением для птицеперерабатывающего комплекса мощностью от 9 тыс. голов является мощный холодильно-компрессорный цех на аммиаке. Значимым проектом компании «Холтек», выполненным «под ключ», стал проект федерального значения, построенный в республике Татарстан, — птицеперерабатывающий комплекс «Челны — Бройлер». Стоит отметить, что по техническому заданию мощность предприятия составляла 9 тыс. голов/час при весе тушки 1,5 кг. Через полгода эксплуатации реальный вес тушки достиг 1,8 кг. Система холодоснабжения этот рост перенесла без сбоев.

Среди других объектов птицеперерабатывающей промышленности — ЗАО «Ставропольский Бройлер», а также ЗАО «Курский Агрохолдинг» и ООО «Новоездоцкая», входящие в ЗАО «Белая Птица», «Линдовская птицефабрика», «Павловская птицефабрика», (Нижегородская область), ООО «Дантон-Птицепром», «Ассортимент», птицефабрика «Смена» (Московская область).

**Какие проекты вы выполняли для мясной промышленности?**

«ХОЛТЕК» оснащает холодом предприятия по переработке мяса с 1997, реализовав за это время более ста проектов холодоснабжения. У нас есть ряд масштабных решений по созданию комплексного холодоснабжения всего предприятия от холодильно-компрессорного цеха до охлаждения технологических помещений, линий охлаждения и заморозки полутуш, оснащения технологических линий для сыровяления сырокопченых колбас, заморозки полуфабрикатов в скороморозильных туннелях и холодильных камерах.

Мы провели комплексную замену холодильного оборудования, с проведением всех этапов работ проектирования, поставки оборудования, монтажа и пусконаладки на таких предприятиях, как мясокомбинат «Павловская слобода» компании «Велком», МК «Дымов», Саранский и Атяшевский мясокомбинаты входящие в группу компаний «Талина», МК «Клинский», «Ильингорский», входящие в группу компаний «Продо», Череповецкий мясокомбинат, Москворецкий МПЗ, входящий в холдинг «Рублевские колбасы».

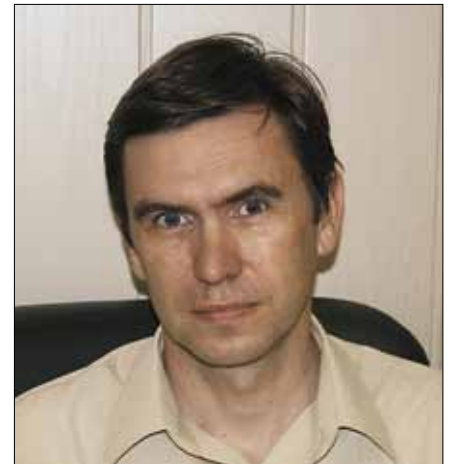
**Что можете предложить для предприятий по производству пива, безалкогольных напитков и молокоперерабатывающей отрасли?**

Первые проекты нашей компании для индустрии напитков — реконструкция систем холодоснабжения нескольких московских и региональных пивобезалкогольных комбинатов: Клинский филиал «ИнБев», Абаканский пивзавод «АЯН», пять заводов МПБК «Очаково», завод напитков «Тонус» в Екатеринбурге, Владимирская пивоварня. Выполняя эти проекты, мы приобретаем серьезные знания специфики технологий отрасли, без которых наше дальнейшее развитие было бы невозможным. Позже на российский рынок вышли мировые производители, мощности которых требовали создания больших производственных площадок. Для этого им были необходимы квалифицированные и компетентные партнеры. Стоит отметить, что это один из самых «холодоемких» сегментов пищевой отрасли, где любой проект требует построения разветвленной двухконтурной системы холодоснабжения многих потребителей. Причем потребители холода есть на всех технологических участках производства. Мы выполняли проекты для девяти заводов (всего 12 в России) компании «Кока-Кола», пивоваренных заводов «ИнБев» и т.д.

В области переработки молока компания «ХОЛТЕК» реализовала масштабные проекты для предприятий, входящих в группы «Вимм Билль Данн», «Юнимилк», и целого ряда региональных молокозаводов.

В сегодняшней экономической ситуации стоит обратить внимание на особенности технологических циклов переработки молока: ассортимент выпускаемой продукции часто сильно варьируется в рамках одной технологической линии, производственный процесс может идти с существенными технологическими «пиками» и «провалами». Здесь становится важной адаптация системы холодоснабжения предприятия к подобным условиям, ее энергоэффективность в различных технологических режимах. Используя накопленный нами опыт, мы создаем системы холодоснабжения, позволяющие получить существенный энергосберегающий эффект даже в самых сложных технологических условиях. В качестве примера могу отметить решения, выполненные на фреоновом и аммиачном оборудовании и уже успешно работающие на Кингисеппском и Гатчинском (АО «Галлактика») молокозаводах.

Кроме этого у нас было достаточно много проектов для фабрик по производству мороженого. Среди наших заказчиков — «АльтерВест», «САМ-ПО» (Самара)



**Генеральный директор — Александр Васильевич Миронов. Родился в 1966. Окончил факультет «Энергомашиностроения» МГТУ им. Н.Э. Баумана по специальности «Системы жизнеобеспечения пилотируемых аппаратов». С 1990 по 1995 работал инженером, затем ведущим инженером в РКК «Энергия». С 1995 с начала в компании «Остров», потом «ХОЛТЕК» прошел путь от ведущего инженера до коммерческого директора. В 2010 возглавил «ХОЛТЕК». В работе помогают целеустремленность и коммуникабельность, любит решать технические задачи. Хобби: история авиации, стендовый моделизм, фотография. Отдыхом считает переключение с одного вида деятельности на другой.**

и т.д. Компания «САМ-ПО» была первым покупателем нашей новой продукции — аммиачных агрегатов на базе открытых компрессоров «BITZER».

**Есть ли в планах развивать какие-либо новые направления деятельности?**

Направление, которое мы сейчас развиваем и в котором у нас уже есть определенные успехи, — это охлаждаемые склады. Это направление включает не только поставку и инжиниринг систем холодоснабжения для складов, но и поставку панелей, металлоконструкций, т.е. всего того, что необходимо для изготовления складского помещения. Среди объектов — складские комплексы «Паркет», «Эвика», «Маркет торп», логистический центр Корпорации «ЛаВина» и т.д. Но компания «ХОЛТЕК» не намерена останавливаться на этом, поэтому мы всегда в поисках новых возможностей, сегментов рынка и поставщиков!

**Корреспондент: Кристина Бесчаснова**



# SCHRÖTER TECHNOLOGIE GMBH & CO. KG

Компания «Schröter Technologie GmbH & Co. KG» основана в 1949 Эрихом Шрётером в маленьком городке Боргхольцхаузен на востоке Вестфалии. Фирма начинала свою деятельность с производства систем вентиляции, отопления и моечного оборудования. Продукция фирмы пользовалась популярностью среди окрестных мясоперерабатывающих предприятий. Производство стремительно развивалось, и в середине 1960-х гг. компания начала поставлять оборудование на экспорт. Сегодня «Schröter» — ведущее предприятие на рынке термического оборудования для мясо- и рыбоперерабатывающей промышленности. Компания «Schröter» отличается многогранностью и широтой производимого оборудования, примером тому могут являться камеры пастеризации, специальные камеры сушки и автоматические системы управления, а также системы очистки отработанного воздуха.

На данный момент «Schröter» успешно работает с заказчиками в 40 странах мира, в 2001 было открыто представительство в Москве. О его деятельности и компании «Schröter» рассказывает руководитель московского представительства Татьяна Михайловна Сидорова.



Руководитель представительства — Татьяна Михайловна Сидорова. Родилась в 1958 в Москве. Окончила Московский электротехнический институт связи. В 1981-1995 работала в ГСПИ, в 1997-1999 руководила представительством немецкой фирмы Mauer. С 2001 года руководитель представительства Schröter Technologie GmbH & Co. KG. Увлекается собаками и охотой. Кредо: «Быстрее! Выше! Лучше!».



## Татьяна Михайловна, в чем отличительная особенность оборудования «Schröter»?

Мы производим камеры горячего копчения и варочные камеры, а также системы варочных котлов индивидуально для каждого заказчика. Как на одну, так и на пятьдесят тележек, как в туннельном, так и в стандартном исполнении, с подвесным путем или для стандартной тележки. В любом случае оборудование оптимально интегрируется в имеющееся производство заказчика.

Климатические коптильные камеры, камеры сушки, камеры созревания и системы дефростации могут быть выполнены в соответствии с индивидуальными требованиями заказчика и оптимально спроектированы под имеющееся помещение.

Все камеры горячего копчения «Schröter» полностью сварные. Такое оборудование можно поставлять из Германии целым блоком. Но если камера рассчитана на четыре тележки или более, то оборудование поставляется отдельными модулями. В этом случае оборудование сначала скручивается на болтах, а потом проваривается, что делают немногие производители.

В качестве изолятора «Schröter» применяет минеральную вату. Это более дорогой материал, чем, например, полиуретан, но зато более долговечный. Минеральная вата не разлагается под воздействием влаги и высоких температур.

«Schröter» предлагает четыре различных системы получения дыма: дымогенератор тлеющего типа для опилок или щепы, пародымогенераторы, дымогенераторы фрикционного типа и оборудование для жидкого дыма.

Оборудование «Schröter» может быть оснащено системой термического дожигания, это способствует уменьшению выбросов дыма в атмосферу.

Заказчики, использующие оборудование «Schröter», могут в любое время проверить качество производимого продукта. Доступ к обзору актуальных параметров камер возможен благода-

ря подключению к системе регистрации и визуального наблюдения. Для конкретного оборудования истинные и заданные величины параметров могут быть представлены в виде графиков. Система позволяет использовать центральное администрирование программ для различных продуктов и дает возможность обзора шагов программ в обратном отсчете за многие месяцы, используя такие критерии поиска, как загрузка, продукт, номер камеры или дата.

## Кто применяет оборудование «Schröter» в России?

Компания «Schröter» производит оборудование для крупных промышленных предприятий. Сегодня наше оборудование можно увидеть от Крайнего Севера (Норильский мясокомбинат и Архангельский траловый флот) до южных регионов: Волгоградский мясокомбинат и мясокомбинат «Олимпия» в Ставропольском крае. Особенно хотелось бы отметить Краснодарский край, где очень часто проходят монтажи нашего оборудования (Краснодарский, Выселковский, Динской, Сочинский, Курганинский мясокомбинаты).

Корреспондент:  
Кристина Бесчаснова



# СПИСОК УЧАСТНИКОВ

## **АГРОФИРМА КОРМА И СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИЯ ООО..... 14**

**Адрес:** 141500 МО, г. Солнечногорск,  
ул. Красноармейская, д. 8  
125212 Москва, а /я 34  
**Тел.:** 543-92-70, 543-92-71  
**E-mail:** agro@agrofirma.ru  
**http://www.agrofirma.ru**

## **АЙСБИТ ЗАО ..... 16**

**Адрес:** 143009, М. О., г. Одинцово,  
ул. Западная, д. 22  
**Тел.:** (495) 232-02-88, 232-66-45,  
факс: 956-16-07  
**E-mail:** zakaz@icebit.ru. secretary@icebit.ru  
**www.4sezona.ru**

## **АЛЬВЕРА ООО ..... 17**

**Адрес:** 125284, Москва, Беговая Аллея, 3  
**Тел.:** 495-980-17-87  
**E-mail:** 9801787@mail.ru  
**http://www.alvera.su**

## **АКМАЛЬКО-ПИЩЕМАШ ООО..... 18**

**Адрес:** 127644, Россия, Москва,  
ул. Лобненская 21, стр. 2, оф. 303.  
**Тел.:** 933-0773  
**E-mail:** marketing@akmalko.ru  
**http://www.akmalko.com**

## **АРОМАТЫ ЛЕТА ЗАО..... 20**

**Адрес:** 111394, Москва, ул. Полимерная,  
д. 8 стр. 3  
**Тел.:** 987-46 45, 778-3727  
**E-mail:** aromatleta@inbox.ru  
**http://www.aromat-leta.ru**

## **БогерХоф ООО..... 22**

**Адрес:** 353440, Краснодарский край, Анапа,  
ул. Омелькова, д. 36  
**Тел.:** (86133) 2-1168, (86133) 2-7502  
**E-mail:** bogerhaus@mail.ru, info@bogershof.ru  
**http://www.bogershof.ru**

## **ВИНОТЕКА ООО ..... 24**

**Адрес:** Москва, Большой Саввинский пер., д. 4  
**Тел.:** 981-1555  
**E-mail:** info@vinoteca.ru  
**http://www.vinoteca.ru**

## **ГИПРОПИЩЕПРОМ-2 ОАО..... 26**

**Адрес:** 105043, Москва, ул. Первомайская, д. 58Б  
**Тел.:** (499) 165-59-12, (499) 165-60-60  
**E-mail:** gipro2@gpp2.ru  
**http://www.gpp2.ru**

## **ИП Грешнов А. В. «Щелковский Холодильный терминал» ..... 27**

**Адрес:** 141100, г. Щелково, ул. Вокзальная, д. 1А  
**Тел.:** 788-86-80, (901) 526-05-82,  
(496) 562-11-57  
**E-mail:** greshnov@post.ru  
**http://www.greshnov.ru**

## **Калининградский рыбоконсервный комбинат ООО..... 1**

**Основной офис:** 236023 г. Калининград,  
ул. Солдатская, д. 7  
**Тел.:** 8 (4012) 99-22-91 8 (4012) 21-92-38  
**E-mail:** sales@krk.ru  
**http://www.krk.ru**  
**Представительство:** 143350, г. Москва,  
пос. Толстопальцево, ул. Советская, д. 1, база  
«Гагаринское»  
**Тел.:** 736-70-62 (63, 64, 65)  
**E-mail:** info@krk-centr.ru

## **Компания Специальные Технологии Плюс (STP) ООО..... 41**

**Адрес:** 115088, Москва, ул. 1-я Дубровская,  
д. 13А, стр. 2, оф. 516  
**Тел.:** 640-14-17 640-14-18  
**E-mail:** info@stp-plus.ru  
**http://www.stp-plus.ru**

## **КОН ООО ..... 28**

**Адрес:** 125284, Москва, Беговая ул., д. 26  
**Тел.:** 287-9597, 287-9598, 945-1598  
**E-mail:** kon@eliseev.ru  
**http://www.eliseev.ru**

## **КРОМЭКСПО-Н ООО..... 6**

**Адрес:** 119071, Москва, ул. Орджоникидзе,  
д. 10, оф. 401  
**Тел.:** 954-00-81  
**E-mail:** info@kromexpo.ru  
**http://www.kromexpo.ru**

Продолжение на стр. 48 ⇨

**ЛекоМ-сервис ООО .....30**

**Адрес:** 121351, Москва, ул. Кунцевская, д. 10/8  
**Тел.:** 502-23-60  
**E-mail:** main@lecom-s.ru  
**http://www.lecom-service.ru**

**МОСКВА ЗЛАТОГЛАВАЯ РОАО .....10**

**Адрес:** 105082, Москва, Переведеновский пер., д. 17  
**Тел.:** 626-8941, 626-8943  
**E-mail:** detpit@m-zl.ru, rdcp@garnet.ru  
**http://www.m-zl.ru**

**НОЙМО СНГ (NEUMO) ООО .....32**

**Адрес:** 142784, МО, Ленинский р-н,  
д. Румянцево, Бизнес центр «Румянцево»,  
стр. 1, подъезд 5, оф. 604 б  
**Тел.:** 223-23-52  
**E-mail:** info@neumo.ru  
**http://www.neumo.ru**

**ПРОДКОНТРАКТ Группа компаний ЗАО .....2**

**Адрес:** 117303, Москва, ул. Малая Юшуньская,  
д. 1, корп. 1, Деловой центр «Берлин»  
**Тел.:** 319-81-40, 319-81-41, 727-27-91  
**E-mail:** pki@pkfood.ru  
**http://www.pkfood.ru**

**РОССИЙСКОЕ ТОВАРНО-ТРАНСПОРТНОЕ  
ОБЪЕДИНЕНИЕ ООО .....34**

**Адрес:** 117556, Москва, Варшавское  
шоссе, д. 71, корп. 3  
**Тел.:** 617-0683, 617-0698  
**E-mail:** info@si-na.ru  
**http://www.si-na.ru**

**РЫБСПЕЦПРОДУКТ ООО .....36**

**Адрес:** 125412, Москва, Коровинское шоссе, д. 35  
**Тел.:** 798-80-44, 724-69-65  
**E-mail:** lkorka63@gmail.com rsp-ikra@mail.ru

**СИМ-САЙЛ ЗАО .....37**

**Адрес:** 109033, Москва, Золоторожский вал, д. 11  
**Тел.:** 362-6892, 8-916-696-71-92  
**http://www.simsayl.ru**

**СВ ООО .....40**

**Адрес:** 141100 МО, г. Щелково,  
ул. Мелиораторов, д. 1А, стр. 3  
**Тел.:** 657-92-64  
**E-mail:** info@svcraft.ru  
**http://www.svcraft.ru**

**СДС (ЦЕНТР КОРПОРАТИВНЫХ  
РАЗРАБОТОК) ГРУППА КОМПАНИЙ .....38**

**Адрес:** 111141, Москва, Кусковская ул.,  
д. 20А, корп. В, оф. В601  
**Тел.:** 956-1325  
**E-mail:** mail@cdc.ru  
**http://www.cdc.ru**

**ТАННЕТА ООО .....42**

**Адрес:** 115280, Москва,  
Автозаводская ул., д. 26  
**Тел.:** 933-0393 (многоканальный)  
**E-mail:** info@tanneta.ru  
**http://www.tanneta.ru**

**ТОРГОВЫЙ ДОМ ПАКВЕРК ООО .....43**

**Адрес:** 117342, Москва, Введенского ул., д. 8  
117420, а /я 9  
**Тел.:** 995-8207  
**E-mail:** info@pakwerk.ru  
**http://www.pakwerk.ru**

**ХОЛТЕК ООО .....44**

**Адрес:** 141011, Московская область,  
г. Мытищи, ул. Коммунистическая, д. 23  
**Тел.:** 600-3020, 600-3010  
**E-mail:** info@holtec.ru  
**http://www.holtec.ru**

**Schröter Technologie GmbH&Co. KG .....46**

**Представительство:** 111394, Москва,  
Перовская ул., д. 61/2  
**Тел.:** 797-8944, 720-8523  
**E-mail:** ts@schroeter-technologie.ru  
**http://www.schroeter-technologie.ru**

**Информационно-аналитический журнал**

**БИЗНЕС  
СТОЛИЦЫ** ГИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

**Учредитель и издатель —**  
ООО «Издательский дом «Бизнес столицы».  
101000, г. Москва, ул. Покровка,  
д. 14/2, стр. 1

Издание зарегистрировано в Центральном тер-  
риториальном управлении Министерства РФ  
по делам печати, телерадиовещания и средств  
массовых коммуникаций. Свидетельство о ре-  
гистрации средства массовой информации  
ПИ №ФС77-45444.

Издание отпечатано в ООО «Немецкая типогра-  
фия печати».  
127254, Москва, ул. Добролюбова, д. 2, стр. 1  
Тираж 5000 экз. Цена свободная.

При перепечатке материалов ссылка на журнал  
«Издательский дом «Бизнес столицы» обяза-  
тельна.

Редакция не несет ответственности за точность  
информации, предоставленной участниками  
журнала.

**e-mail:** bizstol@mail.ru

**По вопросам размещения информации и рекла-  
мы в журнале «Бизнес столицы» обращаться  
по телефону: 943-21-41, 971-92-05**

16-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ  
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ  
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»



АГРОПРОДМАШ

UFI  
Approved  
Event



ТПП РФ



# АГРО ПРОД МАШ

10-14  
ОКТАБРЯ 2011

[www.agroprod mash-expo.ru](http://www.agroprod mash-expo.ru)

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»  
Москва, Россия

**ИНВЕСТИЦИИ  
В БУДУЩЕЕ**

Организатор:


 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

Организатор:  
ЗАО «Экспоцентр»  
При содействии:  
Министерства  
сельского хозяйства РФ  
Под патронатом:  
ТПП РФ  
Правительства Москвы

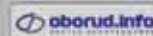
Генеральный  
информационный  
спонсор:

**ПРОИДУСТРИЯ**

Информационный  
спонсор:

 **МИНИСТЕРСТВО  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Официальная  
интернет-поддержка:

 **obonud.info**



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

**“Компания СТП”**

**ТЕХНОЛОГИИ, ЕМКОСТИ И ОБОРУДОВАНИЕ  
ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА КВАСА, ПИВА,  
БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ,  
ВИНА, ВОДКИ И КОНЬЯКА**



**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ**

**НАШИ ВОЗМОЖНОСТИ – ВАШ УСПЕХ!**

Россия, 115088 г. Москва, 1-ая Дубровская ул., д. 13А стр2, оф 516  
тел./факс: 8(495)640-17-17, (495)640-14-18  
e-mail: [info@stp-plus.ru](mailto:info@stp-plus.ru) сайт: [www.stp-plus.ru](http://www.stp-plus.ru)