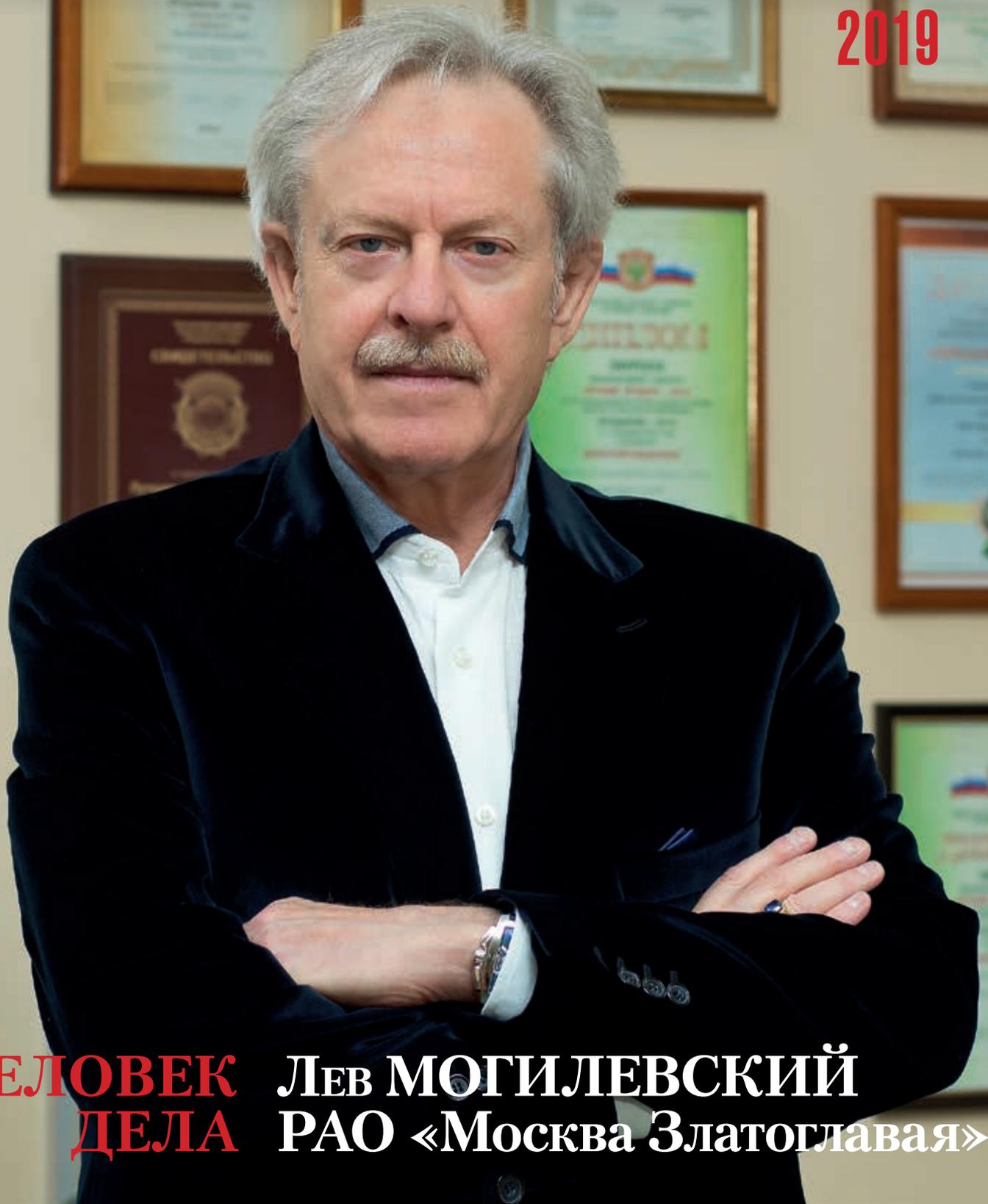


# БИЗНЕС СТОЛИЦЫ

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ  
И ОБОРУДОВАНИЕ

2019



**ЧЕЛОВЕК  
ДЕЛА**

**ЛЕВ МОГИЛЕВСКИЙ**  
**РАО «Москва Златоглавая»**

**ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ\***



# **ПРОД ЭКСПО**

**10–14  
февраля 2020**

**27-я международная  
выставка продуктов  
питания, напитков  
и сырья для их  
производства**

Организатор:



При поддержке Министерства  
сельского хозяйства РФ

Под патронатом ТПП РФ

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

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

**Проверенные рецепты  
для успешного бизнеса**

\* Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее о рейтинге – [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru).



18+

Реклама



БЕЗ ГРАНИЦ PIR EXPO.

# PIR EXPO. БЕЗ ГРАНИЦ

PIR  
БЕЗ  
PIR  
БЕЗ  
PIR  
БЕЗ

**PIR** EXPO  
RESTAURANT

стираем границы  
форматов

**PIR** EXPO  
HOTEL

открываем границы  
возможностей

**PIR** EXPO  
COFFEE

нарушаем границы  
привычного

**PIR** EXPO  
EGANGHISE

расширяем границы  
присутствия





#### 4 РАО «МОСКВА ЗЛАТОГЛАВАЯ»

**Лев Могилевский, генеральный директор**

«Необходимо организовать четко функционирующую цепочку от производителя до потребителя социального питания. При этом любые контрактные закупки в соответствии с № 44-ФЗ в части социального питания должны быть прекращены».



#### 8 ООО «НААРИЯЛ»

**Михаил Адамский, генеральный директор**

«Когда в Москву приезжала делегация чиновников из Дели, они продегустировали наши кокосовые чипсы и были чрезвычайно удивлены: «Мы — из «кокосовой» страны, но никогда ничего подобного не пробовали!» Сейчас индийские партнеры просят перенести наши технологии изготовления чипсов в Индию».



#### 12 ООО «ПРАЙМ-КРАФТ»

**Андрей Барзуков, директор по развитию**

«Новой разработкой является не только само печенье, но и протеиновая глазурь, присутствующая в одном из его видов. Это не уникальная, но достаточно редкая вещь. В ней меньше жира и больше белка, чем в обычной глазури. Понятно, что совсем без жира глазурь быть не может, но в нашей глазури содержание белка доведено до 20%. Для того, чтобы добиться такого содержания белка, мы достаточно долго отработывали технологию с привлечением партнерских организаций. В итоге получили высокопротеиновую глазурь с очень хорошим вкусом».



#### 16 «ЮЖ»

**Василий Журбин, генеральный директор**

«По итогам прошлого года мы вошли в топ-3 брендов по объемам продаж замороженных ягод в России».



#### 20 ООО «АРТА-КОНСАЛТ»

**Ольга Минарик, генеральный директор**

«Когда заказчик хочет создать свое производство, перед ним неизбежно встает множество вопросов: какой ассортимент продукции выпускать, какие технологию и оборудование использовать, у какого поставщика его заказывать, как его установить? «АРТА-КОНСАЛТ» охватывает все эти сферы, предлагая комплексные решения от идеи до готового продукта».



#### 24 ООО «ДИПИПРОМ»

**Александр Раскин, генеральный директор**

«Сегодня мы производим широкий ассортимент инструмента — пилы, ножи, оборудование для разделки мяса и рыбы с пневматическим приводом. По качеству эта продукция не уступает европейским аналогам, а у некоторых позиций оно даже выше, поскольку мы производим ее с учетом особенностей российского рынка».



## 28 ООО «КОМПАНИЯ «АВИС»

**Ильяс Газетдинов, директор**

«Что касается молочных машин, то здесь нашим важным преимуществом является высокий уровень чистоты розлива. Это дает возможность производителям устанавливать большие сроки реализации продукции. Даже линии базовой комплектации нашей компании позволяют разливать молоко со сроком хранения от десяти суток. Несколько лет назад мы начали разработку машин высокой гигиены, обеспечивающих максимальный срок хранения молока — 21 день. Сейчас готовим линию сверхчистого розлива к серийному выпуску. Подобных решений в России практически нет».



## 30 ООО «КОРОЛЕВСКАЯ ВОДА»

**Владимир Царев, директор по качеству**

«Были случаи, когда наши клиенты по каким-то причинам выбирали другого поставщика. Но потом возвращались к нам и спрашивали, что мы такое добавляем в воду, что после нее любая другая кажется невкусной. Вот в том-то и дело, что не добавляем абсолютно ничего».



## 40 ЗАО НП НЧ КБК ИМ. С. П. ТИТОВА

**Евгений Залогин, заместитель генерального директора-коммерческий директор**

«По итогам исследования, проведенного компанией Andritz, наш комбинат вошел в тройку мировых лидеров по механической прочности своей продукции — картона для плоских слоев гофрокартона (лайнера) и бумаги для гофрирования (флютинга), которые выпускаются из макулатуры».



## 42 NOMAD

**Александр Вовний, создатель ТМ NOMAD**

«Мы единственные на российском рынке изготавливаем цукаты без варки по собственной технологии, которую я оттачивал два с половиной года. Этот продукт сохраняет все полезные свойства сырого продукта, являясь сладким лакомством, которое можно употреблять каждый день».



## 46 ООО «ПИЩЕПРОМ ИНЖИНИРИНГ»

**Андрей Гаврилов, генеральный директор**

«Мы не только разрабатываем и производим оборудование по индивидуальным заказам, но еще и проектируем предприятия, а также осуществляем технологический консалтинг».



## 48 ООО «РИЖСКИЙ ХЛЕБ»

**Сергей Сиренко, соучредитель**

«Залогом уникальности наших продуктов служит в первую очередь то, что готовятся они на закваске, рецепт которой держится в секрете. В процессе брожения образуются вещества, придающие хлебобулочным изделиям особенные вкусоароматические свойства — повторить их не сможет ни одна искусственная добавка».

# МОСКВА ЗЛАТОГЛАВАЯ



МОСКВА ЗЛАТОГЛАВАЯ

## НА ПОВЕСТКЕ ДНЯ — СОЗДАНИЕ В СТРАНЕ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПИТАНИЯ

Российское акционерное общество «Москва Златоглавая» — успешное предприятие, качество продукции которого давно и по достоинству оценили потребители. Основатель и бессменный генеральный директор компании Лев Михайлович Могилевский известен не только как руководитель успешного, стабильного бизнеса. Много времени и сил он посвящает решению масштабных вопросов, связанных с проблемами оздоровления нации, принимает самое активное участие в законотворческой деятельности в качестве Председателя экспертного совета по социальному развитию Комитета по социальной политике Федерального Собрания Российской Федерации. Поэтому в интервью речь пойдет не только о новых интересных продуктах компании, но и о проблемах, которые волнуют Льва Михайловича и касаются всех россиян.



### Генеральный директор — Лев Михайлович Могилевский.

Родился в 1947 г. 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 РАО «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. Является Председателем Экспертного совета по социальному развитию Комитета по социальной политике Совета Федерации ФС РФ.

конкретных социальных задач. И о путях решения этих проблем. Сегодня я, к величайшему моему сожалению, вынужден констатировать: ничего не изменилось. Как говорится, воз и ныне там, где был и двадцать лет назад.

Поэтому мне просто придется повторять многое из того, о чем я говорил в прошлом интервью вашему журналу.

Вопрос о необходимости принятия Федерального закона «О социальном питании» стоит на повестке дня уже достаточно давно. В свое время разработка законопроекта была инициирована группой экспертов, в которую входил и я. Проект закона был разработан, прошел обсуждение в рамках Экспертного совета по социальному развитию Комитета по социальной политике Совета Федерации.

### Давайте все же сначала определимся с термином: что такое социальное питание?

Моя принципиальная позиция по данному вопросу такова. Когда мы говорим о законе «О социальном питании», мы имеем в виду питание, которое осуществляется за счет бюджетных ассигнований. Это питание для кормящих матерей, для детей в детских садах и школах, для больных в стационарах, для малоимущих, для представителей силовых структур...

### Это — миллионы россиян...

Конечно. Точными статистическими данными я не располагаю, но думаю, что их — порядка 50 млн. Вполне логично утверждать, что необходима четкая, подкрепленная законодательно система социального питания, которая, с одной стороны, стимулировала бы отечественную пищевую промышленность к производству такого питания, а с другой — позволяла бы с максимальной эффективностью использовать отпущенные бюджетные средства.

### Лев Михайлович, круг ваших рабочих интересов далеко выходит за рамки вопросов управления собственным бизнесом...

Да, я совмещаю руководство компанией с работой в качестве Председателя экспертного совета по социальному развитию Комитета по социальной политике Совета Федерации.

Компания производит не только детское питание. Речь идет о широком ассортименте продукции, в том числе о питании для беременных, кормящих матерей. В Экспертном совете мы занимаемся разработкой и экспертизой уже подготовленных законодательных актов или законодательных инициатив. Рассматриваем и проводим экспертизу поправок и дополнений в действующее законодательство. В центре нашего внимания — вопросы, связанные с работой пищевой промышленности России.

Конечный потребитель продукции пищевой промышленности — люди. Поэтому задачи отрасли, ее проблемы напрямую связаны с социальной тематикой.

Два года назад мы с вами беседовали о некоторых проблемах отрасли, тесно связанных с необходимостью решения

**Но такой системы сегодня нет?**

Совершенно верно. Я неоднократно говорил о ее необходимости, выступая перед депутатами Государственной Думы и прошлого, и ныне действующего созыва. И, как мне казалось, находил и понимание, и поддержку. К сожалению, только на словах.

Подготовленный нами законопроект в 2016–2017 гг. рассматривался, дорабатывался в Комитете по социальной политике Совета Федерации. Затем в Комитете по аграрной политике вдруг возник еще один законопроект, который касался исключительно детского питания. Сейчас он находится в Государственной Думе.

Я не вижу в этом особого смысла, так как проблема может быть решена только системно. И нет нужды сегодня изобретать велосипед: ответы почти на все вопросы уже даны в разработанном нами законопроекте «О социальном питании».

**«Почти» — значит, все же спорные моменты остаются?**

Да, и основной касается всем хорошо известного №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Не буду говорить о самом законе, тем более что сказано о нем уже предостаточно. Но совершенно уверен: данный закон категорически нельзя применять при осуществлении государственных закупок социального питания. Вопрос цены поставки не может быть главенствующим при решении столь деликатного, социально значимого вопроса. Деликатный он еще и потому, что есть целая категория людей, которые в силу тех или иных причин не в состоянии принять решение — что им есть. Это люди, которые не могут самостоятельно купить необходимое им питание. А также те, которым данное питание не может быть заменено каким-то другим. Речь идет о маленьких детях, малоимущих, престарелых людях. Следовательно, на тех, кто обязан им это питание предоставить, лежит особая ответственность.

**Речь идет об органах государственной власти, соответствующих госструктурах?**

Не только. Прежде всего, это производители питания, которые должны обеспечить продукцию необходимого качества и определенного состава. Это структуры, которые осуществляют закупку данных продуктов. Это врачи, которые должны давать рекомендации, исходя из биологических потребностей конкретных людей — младенцев, стариков, даже солдат срочной службы, которые также не сами определяют свой рацион питания.

Повторюсь: необходимо системно решить этот вопрос, организовать четко функционирующую цепочку от производителя до потребителя социального питания. При этом любые контрактные закупки в соответствии с №44-ФЗ в части социального питания должны быть прекращены.

**А как должна быть сформирована новая система, по вашему мнению?**

Если мы говорим только о детском питании, то сейчас все дети прикреплены к поликлиникам. Там родителям должна выдаваться социальная карточка, на которую переводятся средства, все данные заносятся в информационную систему. Эти средства могут быть использованы только целевым образом: для покупок рекомендованных врачом продуктов питания. Списки этих продуктов имеются в магазинах и аптеках. Для этого в уполномоченных банках открываются счета



*Научно-промышленное и торгово-инвестиционное российское акционерное общество «Москва Златоглавая» образовано в 1996 г. в соответствии с распоряжением Президента РФ и занимается разработкой, производством и поставками продуктов детского и специального питания, а также питания для беременных и кормящих женщин.*

*РАО «Москва Златоглавая» имеет огромный опыт в организации производства и выполнении обязательств по поставкам своих продуктов в различные регионы России и за рубежом и имеет награды «За вклад в развитие пищевой промышленности России», «За деловую репутацию» и много других.*

*Компанией была разработана и выпущена серия специализированного питания для беременных женщин и кормящих матерей — «Аннамария», помогающего женщине подготовиться к беременности, укрепить здоровье матери и ребенка, восстановить организм после родов, а также повысить биологическую ценность женского молока и продлить период грудного вскармливания.*

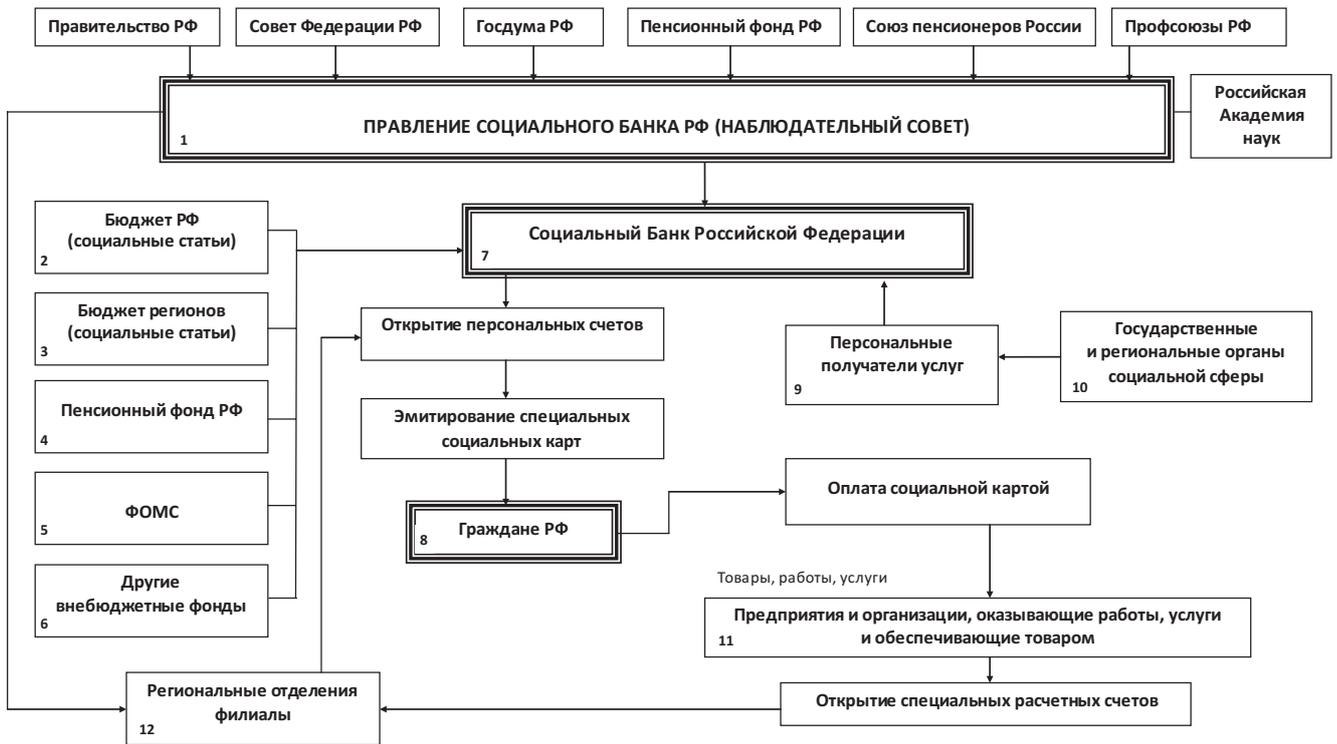
*В настоящее время компания продвигает на российский рынок новые серии продуктов под торговыми марками «Львишка», «Натурпайя» и «Натурпайя-С»*

*С целью поддержания стабильного высокого качества продуктов они производятся по российским регламентам на европейских (Бельгия, Франция, Словакия, Сербия, Австрия и др.) предприятиях, обеспечивающих жесткий контроль качества на всех этапах производства.*

*Продукты проходят клинические испытания и апробации во многих детских и специальных учреждениях (в том числе на базе Центра акушерства, гинекологии и перинатологии им. В. И. Кулакова и Научного центра здоровых детей РАМН) и получили высокие оценки специалистов, а также отмечены наградами на многих престижных российских и международных выставках.*



## ГОСУДАРСТВЕННАЯ УНИВЕРСАЛЬНАЯ СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ГРАЖДАН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (ГУССОГ РФ)



АВТОР:  
**МОГИЛЕВСКИЙ Л.М.**  
Профессор, д-р техн. наук

Предпосылки создания

Конституция Российской Федерации  
Закон «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» (от 28.12.2003 №442-ФЗ)

для данных категорий покупателей. На эти счета поступают бюджетные средства. Очень простая, прозрачная схема.

Собственно, сейчас ряд социальных программ у нас реализуется по схожей схеме. Например, использование материнского капитала, организация санаторного лечения.

Но есть необходимость в создании государственной универсальной системы социального обслуживания граждан. Я уверен, что существует необходимость в создании специализированной структуры — Социального банка Российской Федерации. Государству не с кем конкурировать в сфере реализации социальных прав населения. Все средства, выделяемые из бюджета на социальные программы, не должны быть рассредоточены по разным банковским структурам. Почему? Во-первых, расходование средств одним банком легче контролировать. Во-вторых, Социальный банк будет работать только в одном направлении, связанном с решением социальных вопросов, обеспечением социальных гарантий. Что также хорошо. Собственно вся структура, все ее внутренние связи уже разработаны, ее создание вполне реально.

### Но если говорить о социальном питании, то не менее важный вопрос — как заинтересовать производителей в производстве такой продукции?

Сегодня каждый производитель выпускает продукцию, исходя из собственных задач и возможностей, себестоимость у всех разная.

Конечно, социальное питание — продукты, обладающие особыми свойствами, требования к их качеству также, как правило, повышены. Кроме того, конечная цена продукции должна быть строго фиксированной. Конечно, производите-

лям, переработчикам должно быть выгодно работать в этом направлении. Государство, учитывая важность поставленной задачи, вполне может предоставить им определенные преференции, например, налоговые. Кроме того, у такой продукции — гарантированный сбыт. Есть еще один важный нюанс. Производитель, поставив оговоренные объемы в рамках госзаказа, получит право пускать эту продукцию и в свободную продажу, уже по рыночным ценам. Учитывая ее повышенное качество, она будет иметь спрос.

Да, создать такую систему не просто. Но вполне возможно, тем более что это должно быть интересно производителям, государству, банкам и, конечно, самим потребителям.

Но пока особых поводов для оптимизма я, к сожалению, не вижу. Частично эта система внедряется. Уже в течение нескольких лет предпринимаются попытки внедрить ее для малоимущих слоев населения. Удачными их назвать нельзя.

Впервые разработанная мной система обсуждалась более десяти лет назад в Госдуме РФ двух созывов и была поддержана депутатами, разработку я передал в Минсельхозпрод еще в 2009 г. Но каких-то конкретных ощутимых результатов до сих пор нет.

### Какими еще проблемами вы занимаетесь в Экспертном совете?

Направлений несколько, далеко не все они напрямую связаны с вопросами пищевой промышленности. Например, меня очень интересует все, что связано с активным долголетием. Определенные реальные результаты наша работа приносит. Например, еще несколько лет назад в системе здравоохранения Москвы этим направлением системно не занимались.

Даже должности главного геронтолога и главного гериатра в этой системе не были предусмотрены.

Сейчас в столице создан серьезный геронтологический центр. То есть можно говорить об определенных положительных сдвигах. Во всяком случае, руководители и российской, и столичной медицины стали уделять этой проблеме больше внимания во многом благодаря нашим рекомендациям.

**Есть мнение, что зарубежные санкции пошли на пользу нашему АПК. Во всяком случае, объемы производства многих видов сельхозпродукции заметно выросли. На ваш взгляд, поводы для оптимизма здесь имеются?**

Об определенных положительных сдвигах, конечно, можно говорить. Поэтому руководители, в том числе довольно высокого уровня, все чаще высказываются в том смысле, что мы в состоянии накормить не только страну, но и весь мир. На мой взгляд, пока это — только красивые слова. Не стоит впадать в эйфорию от первых успехов. Прежде всего потому, что у нас по-прежнему отсутствует внятная, на срок не менее 10–15 лет, государственная политика развития всего продовольственного комплекса России как единого целого. Нужны четкие сроки достижения конкретных показателей во всех подотраслях этого комплекса. Необходимо в течение года устранить, в том числе и законодательно, все причины, мешающие развитию, стимулировать закрепление труженика на земле, создать современные региональные и межрегиональные оптовые рынки сельхозпродукции и готовой пищевой продукции.

Что касается российской пищевой промышленности, то ее потенциал огромен, но забюрократченность очень сильно сдерживает развитие, и посему за последние 10–15 лет она если и меняется к лучшему, то очень медленно. Проблемы остаются.

**И это, вероятно, отражается и на работе вашей компании?**

В определенной мере — конечно. Но мы продолжаем работать, производим, прежде всего, детское питание, причем ассортимент продукции постоянно расширяется. В частности, мы освоили производство специального питания для подростков. Этим в России да и в мире до нас никто не занимался. Для мальчиков питание выпускается под брендом «Львишка», для девочек — «Аннамария». Речь идет именно о дополнительном питании на молочной основе, а не о пищевых добавках, напитках или витаминных комплексах.

Осваиваем еще одно совершенно новое направление. Совместно с Центром геронтологии разрабатываем питание для пожилых людей. Такого у нас никогда не было. Уже проходят сертификацию сразу несколько новых продуктов питания именно

для этой категории, а также для больных диабетом. Еще раз подчеркну: речь идет именно о продуктах питания, а не о добавках.

Не скрою, с введением санкций у нас возникли определенные проблемы. Потому что мы производим продукцию по нашим рецептурам, технологиям и регламентам за рубежом. Из-за введения санкций сначала возникла неразбериха, потом разобрались, что детское питание под них не подпадает, но на какое-то время нам пришлось останавливать производство, потом проводить повторную сертификацию продукции. Были установлены единые таможенные правила, которые также добавили нам хлопот.

В частности, несколько лет назад очень высокую оценку и у медиков, и у потребителей получили уникальные продукты питания «Натурпайя», которые мы производим совместно с нашими австрийскими партнерами. Надо отметить, что данный продукт уже хорошо известен во многих странах. С 2004 г. под названием Caricol он поставляется в США, Великобританию, Германию, Испанию Италию, Францию и многие другие страны. Продукт был награжден золотой медалью «Продэкспо — 2014».

Однако санкционная неразбериха привела к прекращению поставок. К счастью, это были временные трудности. Сейчас «Натурпайя» вновь поставляется нами в Россию.

**Чем интересен этот продукт?**

Это продукт питания органического происхождения, нормализующий работу пищеварительной системы человека. «Натурпайя» — органическое пюре из мякоти плодов папайи, приготовленное по уникальному запатентованному рецепту. Причем в основе этого рецепта и технологий производства лежит многовековой опыт монахов Буддийского монастыря Лотос (Гавайи) по укреплению здоровья человека.

Употребление данного продукта позволяет поддерживать нормальное пищеварение, избавляет от запоров и диареи, способствует снятию синдрома раздраженного кишечника и избавляет от ощущения тяжести после еды, изжоги.

Собственно, речь следует вести не об одном, а о двух продуктах. Второй — «Натурпайя — G» защищает слизистую оболочку желудка, позволяет снять боли при гастрите.

Причем речь идет не о БАДах, не о лекарствах — а именно о продуктах питания, способствующих оздоровлению организма.



Уверен, что в ближайшее время нам удастся порадовать российских потребителей новыми полезными для здоровья продуктами. Мы прекрасно понимаем: наша продукция нужна россиянам, в конечном итоге она работает на укрепление их здоровья, а значит, и здоровья нации в целом.

Компания продолжает успешно работать, развиваться. Запас прочности, накопленный за долгие годы, высокая репутация позволяют нам успешно преодолевать трудности.

# НААРИЯЛ

## КОКОСОВЫЙ ОРЕХ КАК ИСХОДНЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ ИННОВАЦИЙ

Компания ООО «НААРИЯЛ» в течение ряда лет успешно работает на рынке, специализируясь на поставках кокосового масла, кокосовых чипсов, кокосового субстрата и других продуктов на основе кокосового ореха и его кожуры! Среди клиентов компании — кондитеры, производители косметики, владельцы сельскохозяйственных предприятий. Продукция пользуется все большим спросом в розничной торговле. Наш собеседник — генеральный директор ООО «НААРИЯЛ» Михаил Адамский.



NAARIYAL



Генеральный директор — Михаил Адамский

**Как сам кокосовый орех, так и продукты, изготовленные на его основе, пока еще можно назвать новинками на российском рынке. Почему вы выбрали именно такое, на первый взгляд, довольно рискованное направление бизнеса?**

Действительно, мы работаем исключительно с кокосами. NAARIYAL — это профильный бренд. Само слово переводится с хинди, как «кокос».

Конечно, на принятие решения повлияло то, что сам я родился в Сибири, но вырос в Индии, где и прожил почти до своего 20-летия. Понятно, что о кокосах узнал много интересного. Когда в России стал заниматься бизнесом, то случайно услышал, что кокосы, особенно кокосовое масло, начинают пользоваться у нас в стране спросом. Решение родилось практически спонтанно и было вполне логичным, как мне кажется. Тем более, что в Индии осталось немало друзей, которые помогли организовать там производство кокосового масла. Эту продукцию созданная нами компания импортировала в Россию. Старт был взят в 2016 г. Уже через год-полтора мы

создали свой розничный бренд, под которым кокосовое масло сегодня поставляется на рынок. В прошлом году мы открыли собственное производство уже в России. И ассортимент постоянно расширяется. У нас сегодня, например, есть продукт, который можно с полным правом назвать инновационным. Это очищенный от скорлупы кокосовый орех.

**То есть вы освободили потребителя от решения непростой задачи: как очистить кокосовый орех?**

Совершенно верно. Задача эта на самом деле не из легких. Для людей, не обладающих нужным опытом, данный процесс создает массу неудобств, является даже травмоопасным. Именно подобные трудности многих заставляют отказываться от покупки.

Кроме того, есть еще один важный момент. Покупая неочищенный орех в супермаркете, вы, по сути, приобретаетекота в мешке. Нет никакой гарантии, что орех не испорчен, потому как хранился слишком долго или в неблагоприятных условиях. Нередко именно так и бывает. С очищенным орехом аналогичных проблем быть не может — его качество очевидно. Мы анонсировали вывод этого продукта на рынок на «Продэкспо», и сегодня интерес к нему у крупных торговых сетей немалый.

**До вас никто в России очищенные кокосовые орехи в торговлю не поставлял?**

Не только в России. Насколько мне известно, такого и в мировой практике не было. Сейчас нашим новым продуктом, который с полным правом можно назвать инновационным, уже заинтересовались и наши европейские партнеры.

**Сам процесс очистки орехов происходит уже в России?**

Конечно. Наше производство находится в подмосковных Мытищах. Там же мы делаем и кокосовые чипсы.

И этот продукт, на мой взгляд, можно считать инновационным. Когда в Москву приехала делегация чиновников из Дели, они продегустировали наши чипсы и были чрезвычайно удивлены: «Мы — из «кокосовой» страны, но никогда ничего подобного не пробовали!» В общем, им очень понра-



вилось. Сейчас индийские партнеры просят перенести наши технологии изготовления чипсов в Индию. И в Европе их также оценили по достоинству, хотя нечто подобное на европейский рынок поступает из Таиланда и Шри-Ланки.

**То есть ваши чипсы — более качественные?**

Да, судя по отзывам европейских специалистов. Мы-то, кстати, сами в этом совершенно уверены. При производстве чипсов применяем сразу несколько собственных ноу-хау, которые позволяют добиваться отличных результатов. То есть зарубежный опыт мы изучили досконально, но нашли свои пути повышения качества продукции.

**Эти чипсы в России уже можно приобрести?**

Пока далеко не везде. Мы только заходим с этим продуктом в крупные торговые сети, но вот в большинстве российских кинотеатров их уже можно купить.

Расходятся они очень хорошо. Сейчас мы решаем задачу увеличения объемов их производства. Хотя, если говорить об объемах, то они будут расти и за счет расширения ассортимента. Причем во многом за счет совершенно новых, еще не появившихся на рынке продуктов.



**Снова инновации?**

Конечно! Это же так интересно: делать то, что никто до тебя не делал, выявлять новые возможности вроде бы хорошо изученного исходного продукта — кокоса, приятно удивлять и радовать потребителей, а конкурентов — просто удивлять.

Но это — ближайшее будущее. Главная тема текущего года все-таки очищенные орехи. Мы будем это направление развивать. Оно тесно связано с нашим производством. Кстати, оборудование для очистки орехов — российское. Это наши собственные разработки, не имеющие мировых аналогов.

**Если говорить об объемах производства, какая продукция сегодня является основной?**

Все-таки чипсы. Что касается кокосового масла, то оно у нас позиционируется как продукт премиум-класса. Мы планируем



расфасовывать их в более экономичную тару, чтобы повысить заинтересованность торговых сетей.

**Чем это масло отличается, например, от подсолнечного, кукурузного, оливкового?**

Нужно сразу отметить, что кокосовое — намного полезнее. Оно вообще не выделяет каких-либо канцерогенов даже при нагревании до очень высоких температур. В интернете сейчас доступны результаты научных исследований, подтверждающие многочисленные полезные свойства кокосового масла.

**Картошка, поджаренная на кокосовом масле... Звучит довольно экзотично.**

Кокосовое масло мы также предлагаем рафинированное, которое не имеет запаха и вкуса, как раз для жарки! Убедился на собственном опыте. У себя в семье все на кокосовом готовлю. Рекомендую попробовать. Тем более, что речь идет о продукте, полностью соответствующем основным принципам здорового питания, а следовательно, и здорового образа жизни.

**А насколько оно доступно в плане цены?**

Конечно, кокосовое масло дороже подсолнечного, сопоставимо по цене с оливковым. Поэтому сейчас мы собираемся пересмотреть свою политику в части упаковки продукции. Как я уже говорил, будем расфасовывать масло в емкости меньшей вместимости, саму упаковку сделаем скромнее. Именно для того, чтобы кокосовое масло высокого качества стало более доступным для потребителя. Планируем организовать линию розлива на производстве в Мытищах. Это позволит снизить себестоимость конечного продукта.

Естественно, без потери его качества, обеспечение которого всегда было и остается нашей основной целью.

**А что можно сказать об использовании кокосового масла в косметических целях?**

Оно применяется достаточно широко при изготовлении различных кремов для лица и тела, средств для ухода за волосами. Это обусловлено в первую очередь высоким содержанием в масле различных аминокислот.



## То есть потребителями здесь являются компании, производящие различную косметику?

Да, причем среди них немало всемирно известных компаний, имеющих свое производство в России, которые оценили по достоинству и качество нашей продукции, и ценовую политику. Мы делаем очень небольшие наценки, так как нацелены на долгосрочное сотрудничество с партнерами.

## Можно предположить, что рост объемов продаж все же сдерживается за счет того, что кокосовое масло для широкого потребителя пока еще достаточно экзотический, непривычный, во всяком случае, продукт. Говорить о каких-то традициях его использования не приходится.

Да, конечно. Здесь — вопрос времени, которое работает на нас. Но мы со своей стороны тоже не сидим сложа руки, предпринимаем усилия для популяризации нашей продукции. Сейчас разрабатываем новый сайт, зайдя на который с помощью QR-кода, размещенного на упаковке, любой потребитель может познакомиться с наиболее удачными рецептами приготовления блюд с кокосами, с использованием кокосового масла или способами его применения в косметических целях.

Думаю, пройдет не так много времени, и круг потребителей нашей продукции значительно расширится. Сегодня проблема распространения кокосовых чипсов прежде всего в том, что многие просто не знают о существовании такого продукта.

Очень надеюсь, что появление в продаже очищенных кокосовых орехов также поможет продвижению нашей продукции. Оценив сам кокос, люди, наверное, заинтересуются и продукцией, изготовленной на его основе. Кокосовый орех уже не будет восприниматься как экзотика.

## У нас пока привыкли разве что к кокосовой стружке, которой щедро посыпают всевозможные торты и пирожные...

Да, но это — высушенная стружка. А из ореха можно делать свежую стружку. По сравнению с сушеной это — небо и земля. Я думаю, у нас такую стружку также со временем оценят. Ее выпуск — в наших планах.

Мы стараемся использовать кокосовый орех в различных сферах. Изготавливаем и реализуем, в частности, кокосовые маты, которые применяются для формирования почвы в теплицах.

## Уровень конкуренции в данном сегменте рынка, наверное, постепенно растет?

Да, появляются компании, работающие в этом направлении. В частности, поставляющие на рынок кокосовое масло. Но я считаю, что если говорить о конкурентной борьбе, то мы имеем целый ряд существенных преимуществ.

Во-первых, мы — российские производители, наше производство — здесь. Как следствие — у нас всегда свежая продукция. Во-вторых, мы используем самые лучшие технологии. Поэтому качество нашей продукции — всегда на очень высоком уровне, что не раз подтверждалось нашими зарубежными партнерами. Их оценку можно считать объективной.

Кроме того, наши козыри — оптимальная ценовая политика, уже сложившаяся репутация надежного поставщика качественной продукции. Все это в совокупности позволяет нам сегодня представлять свою продукцию не только на российском рынке. Уверен, что бренд NAARIYAL в скором времени будет узнаваем и в странах Евросоюза.

## Какие еще новинки в плане расширения ассортимента можно ожидать в ближайшее время?

Я вас, наверное, удивлю, но следующая новинка — сгущенное кокосовое молоко. Сгущенку в России любят, теперь можно будет оценить и кокосовую. Это — вкусно. Мы планируем выпускать ее и в розничной упаковке, и в специальной расфасовке для кофеен, системы HoReCa. Кофе и чай со сгущенным кокосовым молоком, надеюсь, оценят многие. Сейчас одна из компаний ужеставляет кокосовую сгущенку в сети, но использует при ее изготовлении множество всевозможных добавок. У нас же будет полностью натуральный продукт.

Думаю, что мы на этом не остановимся. Кокос как исходный продукт предоставляет массу возможностей. Мы стремимся полностью их использовать.



21–24.10.2019

В рамках проекта «Наука-Технологии-Инновации Экспо»  
международная политехническая выставка

# ТЕХНОФОРУМ



МИНПРОМТОРГ  
РОССИИ



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

Организаторы:

**60** ЭКСПОЦЕНТР **20** СТАНКОИНСТРУМЕНТ

При поддержке  
Министерства промышленности  
и торговли РФ

Под патронатом ТПП РФ

«Оборудование  
и технологии  
обработки  
конструкционных  
материалов»

Реклама 12+



Россия, Москва,  
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»



# ПРАЙМ-КРАФТ

## ПЕЧЕНЬЕ ДЛЯ СПОРТСМЕНОВ

Несмотря на то, что рынок спортивного питания в России начал складываться не так давно, целый ряд российских производителей этого вида продукции успешно развивают свой бизнес, год за годом отвоевывая все большую долю рынка у зарубежных компаний. Но для того, чтобы оставаться в числе лидеров, им приходится не только тщательно следить за качеством продукции и совершенствовать технологии производства, но и постоянно расширять и обновлять свой ассортимент. Недавно петербургская компания «Прайм-Крафт», выпускающая спортивное питание под маркой PrimeKraft, предложила своим покупателям инновационный продукт — протеиновое печенье. Теперь и у спортсменов появилась возможность попить чай со «своими печеньками». Об истории успеха «Прайм-Крафт» в целом и новом продукте в частности мы беседуем с одним из основателей компании, ее директором по развитию Андреем Барзуковым.



Директор по развитию — Андрей Барзуков

**Андрей, расскажите, пожалуйста, как возникла идея создания компании по производству спортивного питания, и что легло в основу бизнес-модели.**

Компания «Прайм-Крафт» была основана в 2015 г. До этого мы занимались пищевыми ингредиентами. А сама идея начать производство спортивного питания возникла естественным образом. Так как мы являлись сторонниками здорового образа жизни, решили запустить такой проект. К тому же у нас многое для этого уже было. Были собственные IT-компания и рекламное агентство. Мы сами разрабатывали фирменный стиль новой марки, используя при этом айтрекинг-технологии (Eyetracking — технология распознавания и отслеживания движения глаз покупателя. — Прим. ред.), создавая дизайн упаковки таким образом, чтобы человек обращал внимание на товар, находящийся на полке в магазине. В нашей команде были технологи с более чем 20-летним опытом работы в области разработки продуктов питания, что позволило нам

создать одни из лучших рецептов на рынке и выпустить продукты с отличными вкусовыми качествами. Важное значение с самого начала уделялось и формату упаковки. Например, если говорить про сывороточные протеины, то у прочих производителей это просто двухкилограммовые пакеты, а у нас — порционные пакетики протеинов разных вкусов, которые удобно брать с собой на тренировки или в дорогу. Еще одним важным фактором, облегчившим старт проекта, были сложившиеся отношения с европейскими поставщиками, благодаря которым мы имели возможность получать качественное сырье по конкурентным ценам.

### Все сырье завозите из Европы?

Да, в отличие от многих других российских компаний мы не закупает сырье в Китае, работаем напрямую с заводами-производителями сыворотки и прочего сырья в Европе. Это — Германия, Швейцария, Нидерланды и Дания. Также на нашем предприятии внедрена система европейского контроля качества, имеются европейские сертификаты соответствия ISO 22 000 и FSSC 22 000. Входной контроль сырья, так же как и контроль качества готовой продукции, осуществляется в нашей собственной научно-исследовательской лаборатории, в том числе с помощью хромато-масс-спектрометра. Белки проверяются на аминокислотный состав, а также все сырье — на влажность и уровень pH. Вся наша продукция соответствует техническим регламентам Евразийского союза, а внедренная система ХАССП является одним из важных конкурентных преимуществ компании наряду с сильной технологической базой, выстроенной системой прямых поставок от поставщиков, фирменным стилем и прекрасными вкусовыми качествами продукции.

**Главный секрет успеха — команда профессионалов, заинтересованных в максимальном удовлетворении потребностей клиентов.**

### Какое оборудование используется на производстве? За счет чего вы добиваетесь эффективности?

Мы с самого начала планировали создать высокотехнологичное европейское производство, и нам это удалось. Практически все оборудование у нас немецкое. Но главный секрет успеха — команда профессионалов, заинтересованных в максимальном удовлетворении потребностей клиентов и сплоченно работающих над решением этой задачи. Благодаря такому подходу клиенты получают отличный продукт, а партнеры — отличный сервис и бесперебойные поставки.

### Позволяет ли вам этот набор преимуществ успешно конкурировать не только с российскими, но и с зарубежными производителями спортивного питания?

С зарубежными мы успешно конкурируем, конечно, прежде всего за счет более низкой цены. Нам не нужно, в отличие от импортеров, осуществлять таможенные платежи, в России дешевле логистика. Конкурируем также и за счет наличия в нашем ассортименте уникальной продукции.

### Речь идет о новом протеиновом печенье линейки PRIMEBAR?

Да, такой продукт позволяет конкурировать и с зарубежными, и с российскими производителями, потому что при его изготовлении применена особая технология. Уникальностью этого продукта заключается, во-первых, в необычно высоком содержании белка — 23 г на одно печенье массой 55 г, то есть больше 40% протеина. Исключительным является и весь подбор ингредиентов этого печенья: без муки и глютена, без трансжиров, без добавленного сахара. Входящая в состав уникальная низкокалорийная (1 кал/г) пребиотическая клетчатка полидекстроза позволяет снизить калорийность продукта. Вместо пальмового масла мы используем масло какао, которое, хоть и дороже, и сложнее в плане технологического использования, дает возможность создать действительно уникальный продукт. Но при всем удорожании цена нашего продукта ниже зарубежных аналогов, которые, кстати, делаются на пальмовом масле.

### Новой разработкой является не только само печенье, но и протеиновая глазурь, присутствующая в одном из его видов.

### У вас на упаковке написана фраза «Разработано учеными». Можете рассказать, как строится сам процесс разработки новых продуктов?

Сначала маркетологи анализируют рынок, причем рынок не российский, а мировой, так как мы должны быть конкурентоспособными в глобальном масштабе. Выводы маркетологов с заключениями о необходимости выпуска той или иной новой продукции передаются технологом, которые в научно-исследовательской лаборатории совместно с нутрициологами пытаются создать продукт, максимально приближенный к техническому заданию. Затем проводятся оценка полученных образцов продукции, дегустация, доработка. И так — несколько итераций. Дегустация проходит как внутри нашей компании, так и в независимых фокус-группах. Она всегда анонимная, и никто из участников дегустации не знает предпочтений других участников. Также мы получаем обратную связь от так называемых лидеров мнений, от блогеров. В частности, с печеньем было именно так: мы разослали образцы, получили обратную связь и на ее основе вносили изменения. На это ушло около двух месяцев.

### О каких еще новейших разработках вы могли бы рассказать нашим читателям?

Самая последняя наша разработка — это именно протеиновое печенье PRIMEBAR, которое выпускается в четырех вкусах: кофе-шоколад, клюква и злаки, кокос в йогуртовой протеиновой глазури и двойной шоколад. Новой разработкой является не только само печенье, но и протеиновая глазурь, присутствующая в одном из его видов. Это не уникальная, но достаточно редкая вещь. В ней меньше жира и больше белка, чем в обычной глазури. Понятно, что совсем без жира



глазурь быть не может, но в нашей глазури содержание белка доведено до 20%. Для того, чтобы добиться такого содержания белка, мы достаточно долго отработывали технологию с привлечением партнерских организаций. В итоге получили высокопротеиновую глазурь с очень хорошим вкусом.

## Вся продукция выпускается на вашем собственном производстве? По каким каналам она распространяется?

Да, вся конечная продукция производится на нашем производстве. Прежде всего она продается в интернет-магазинах: OZON.ru, ОНЛАЙН ТРЕЙД.РУ, Wildberries, «Беру», «Юлмарт», в нашем собственном интернет-магазине primekraft.ru. Работаем мы и с некоторыми сетевыми супермаркетами, такими как оптоclub «РЯДЫ», с сетями Spar и «Молния» на Урале и в Сибири, с петербургской сетью магазинов спортивного питания FitnessBar.ru и с другими, более мелкими. При этом функция дистрибуции полностью сосредоточена в руках компании, понятие дилерской дистрибуции отсутствует. Мы сами производим и сами продаем. И такая схема, в которой исключено промежуточное звено между производителем и покупателем, выгодна и тем, и другим.

## Прямые продажи — это элемент стратегии компании?

Мы считаем, что три главные составляющие успеха — это наличие сильного бренда, умение продавать и владение уникальными технологиями производства. И мы вкладываем силы и деньги в эти три направления. Мы умеем продавать, совершенствуем наши технологии продаж, продвигаем бренд и предлагаем инновационные продукты.

## Но ведь помимо новых разработок есть и базовые линейки продукции, которые составляют основу ассортимента компании?

Да, прежде всего это протеиновые коктейли, аминокислоты, протеиновые батончики, гейнеры, жиросжигатели. Всего в нашем ассортименте около 70 позиций.

## Три главные составляющие успеха — это наличие сильного бренда, умение продавать и владение уникальными технологиями производства.

## На кого рассчитана продукция компании?

Продукция рассчитана не только на спортсменов, но и на всех людей, которые ведут активный образ жизни, занимаются спортом и фитнесом. Это могут быть люди любых возрастных категорий. В связи с изменившейся структурой питания многие сейчас испытывают дефицит белка, и наши продукты могут его восполнить при минимальной калорийности.

## Нужна ли консультация врача-диетолога или другого специалиста, прежде чем начать употреблять вашу продукцию?

Всегда желательно перед тем как менять структуру своего питания проконсультироваться с врачом-диетологом, сдать анализы и получить заключение специалиста. Но как таковая наша продукция не требует назначения от специалиста, так как она изготавливается на основе обычного сывороточного белка, который есть в молоке, или на основе казеинового белка, который тоже присутствует в молоке. Это не лекарственные средства, не стероиды. По сути дела, это обычный белок, который мы получаем из пищи. Тот же самый, просто он в наших продуктах присутствует в концентрированной форме.

## Продукция рассчитана не только на спортсменов, но и на всех людей, которые ведут активный образ жизни, занимаются спортом и фитнесом.

## Какой сервис вы предлагаете покупателям вашей продукции? Могут ли они, прежде чем сделать заказ в интернет-магазине, получить консультацию вашего специалиста?

Во-первых, что касается сервиса, мы предлагаем быструю доставку. У нас есть склады в Санкт-Петербурге и Москве — городах, откуда поступает большинство заказов. Более того, мы выступаем настоящими экспертами в области фитнеса и спортивной диетологии, в нашей команде работают профессиональные нутрициологи, титулованные спортсмены и фитнес-тренеры. На сайте primekraft.ru всегда можно в режиме онлайн получить консультацию по любому вопросу, имеющему отношение к спортивному питанию. Мы также доступны в любое время на наших официальных страницах в соцсетях и рады помогать нашим клиентам и направлять их.

## Каковы ваши планы дальнейшего развития?

Сейчас мы активно разрабатываем линейку здорового питания под лейблом зеленого носорога. Уже в сентябре планируется выпуск таких эффективных добавок, как коэнзим Q10, глюкозамин, хондроитин, MSM, коллаген, — серия продуктов, необходимых в обычной жизнедеятельности. В линейке также будут присутствовать продукты, помогающие снижать и удерживать вес, регулировать обмен веществ. Формат препаратов различен в зависимости от усвояемости и удобства применения: капсулы, порошки, шипучие таблетки. Плюс ко всему мы разрабатываем специальную линию продукции для вегетарианцев, расширяем линейку вкусов для того, чтобы у покупателей была возможность большего выбора, выпускаем новые протеиновые батончики с большим содержанием протеина на полидекстрозе, расширяем ассортимент используемых белков — скоро выйдет яичный протеин. Так что планы развития ассортимента обширны.



# MosBuild

Самая крупная в России  
выставка строительных  
и отделочных материалов

31 марта – 3 апреля 2020  
Россия, Москва, Крокус Экспо

Получите подробную информацию на сайте:

[mosbuild.com](http://mosbuild.com)

**77 338**

посетителей из  
82 регионов России

**1 200**

участников  
из 40 стран

 **MosBuild**

Организатор:



ЮЖ



**ВАСИЛИЙ ЖУРБИН, ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «ЮЖ»:  
«Мы занимаем лидирующие позиции благодаря  
высокому качеству, гибкой ценовой политике  
и широкому ассортименту».**

Компания с коротким, но звучным названием «ЮЖ» появилась в России более десяти лет назад. За это время из небольшого семейного дела она превратилась в масштабный бизнес, который поставляет крупнейшим ретейлерам, известным ресторанам и производителям продуктов питания замороженные ягоды, овощи и грибы из семи стран мира. Значительный опыт работы и доскональное знание своего дела позволили «ЮЖ» три года назад успешно запустить собственный бренд «И зимой, и летом». Безупречное качество в привлекательной упаковке уже успели оценить покупатели известных продуктовых сетей.



**Генеральный директор — Василий Журбин.**

Родился в 1982 г. в Москве. В 2004 г. окончил Российскую экономическую академию им. Г.В. Плеханова. В 2007 г. защитил кандидатскую и получил степень кандидата экономических наук.

**Василий, давайте вернемся в 2007 г. Тогда еще сложно было предсказать, что в России приживется мода на здоровое, но в то же время быстрое питание. Почему вы выбрали именно это направление?**

Нашим первым клиентом была сеть ресторанов «Елки-палки». Они готовили в день по три тонны морса, что занимало очень много времени и сил. Тогда руководство решило упростить процесс и найти поставщика пюре из замороженных ягод, которое перед подачей на стол будет достаточно развести в воде. При этом напиток должен сохранять все полезные и вкусовые свойства. Совместно с нашим технологом нам удалось разработать продукт соответствующего качества по разумной цене. Таким образом мы смогли занять свою нишу.

**Тогда вы поняли, что это перспективное направление?**

Постепенно у нас стали появляться новые клиенты в российских регионах. До 2008 г. мы развивали направление дикороса (клюква, черника, брусника) и работали только на внутреннем рынке. В 2009 г. пришло понимание, что пора расширять ассортимент, и тогда мы вышли на европейские рынки. В итоге к 2013 г. мы сформировали пул стран, с которыми до сих пор работаем на постоянной основе. В него входят





## По итогам прошлого года мы вошли в топ-3 брендов по объемам продаж замороженных ягод в России.

Сербия, Китай, Египет, Россия, Узбекистан, Молдавия, Индия, Вьетнам, Чили, Македония.

### Расскажите, как вы выбираете поставщиков.

Во-первых, прежде чем заключить договор, я лично посещаю все производства. Например, в Китай я регулярно летаю на протяжении почти трех лет, чтобы найти лучшее. Во-вторых, мы проверяем наличие всех сертификатов, подтверждающих качество. В-третьих, важным фактором является экологическая чистота региона, где растут ягоды, фрукты и овощи. В России лесные ягоды и грибы мы закупаем у производителей из тех мест, где нет крупных промышленных производств. Это Вологодская, Костромская, Псковская, Архангельская, Мурманская области, Республика Коми и Алтайский край.

### Когда договор о поставках уже заключен, как вы осуществляете контроль качества?

У нас есть директор по качеству, который проверяет каждую поставку товара. Он контролирует соблюдение правил хранения и температурного режима, оценивает органолептические свойства продукта (внешний вид, запах, вкус), а также проводит анализ на отсутствие опасных микроорганизмов. Только после этого товар упаковывается и попадает на полки магазинов.

### Вы работаете на собственных производственных мощностях?

О создании своей производственной площадки мы задумались в 2014 г. Тогда же я нашел подходящий участок земли в городе Электроугли Московской

области. В 2016 г. мы создали проект будущего производства фасовки и упаковки, получили разрешение на строительство, а в мае 2018 г. состоялся запуск линии.

### Раньше вы поставляли продукцию в Россию и выпускали ее под марками крупных федеральных сетей. Теперь в магазинах представлен ваш собственный бренд. Когда и как вы решили его создать?

Вы правы, мы развиваем бизнес в двух направлениях. Первое — это сфера СТМ (упаковка замороженных ягод, овощей, фруктов и грибов под известными торговыми марками ретейлеров), HoReCa (поставка продукции ресторанам), а также поставка сырья пищевым производствам. Второе направление — развитие собственного бренда «И зимой, и летом». Мы поняли, что нашего опыта и практики достаточно для того,



Продукцию «И зимой, и летом» можно купить в

- ✓ «Дикси»
- ✓ «Ашан»
- ✓ Selgros
- ✓ «Карусель»
- ✓ «Виктория»

**Ключевые этапы развития компании:**

2007 г. — создание компании «ЮЖ».

2009–2013 гг. — формирование пула стран-поставщиков сырья.

2016 г. — создание собственного бренда «И зимой, и летом».

2018 г. — запуск собственного производства по фасовке и упаковке замороженных овощей, ягод, грибов и фруктов.



чтобы предложить покупателям нечто новое. Семь месяцев у нас ушло на разработку дизайна и изучение рынка, в итоге в 2016 г. мы смогли успешно запуститься. Сегодня к конечному потребителю продукция «И зимой, и летом» попадает через розничные торговые сети «Дикси», «Ашан», Selgros, «Карусель», «Виктория», и мы намерены расширять этот список.

**Что именно вы производите?**

Линейка продукции «И зимой, и летом» включает в себя овощи (цветная и брюссельская капуста, брокколи, стручковая фасоль, горошек, шпинат), ягоды (вишня, клубника, черника, клюква, черная смородина, брусника, облепиха), грибы, а также популярные овощные и ягодные смеси.

Каждый из этих продуктов упаковывается в яркий, привлекающий внимание пакет весом 300 или 400 г.

**В сфере производства замороженных овощей и ягод сложилась серьезная конкуренция. Что вам позволяет ее выигрывать?**

Думаю, что высокое качество товаров, большой ассортимент, постоянное присутствие всей заявленной продукции

**В 2016 г. мы создали проект будущего производства фасовки и упаковки, получили разрешение на строительство, а в мае 2018 г. состоялся запуск линии.**



на складе, круглосуточная работа логистического центра, быстрая доставка (как мелкооптовых партий, так и контейнеров), конкурентные цены, гибкая система скидок, а также честность, порядочность и открытость.

Кроме того, мы вышли на рынок с интересным дизайном упаковок. В совокупности все эти факторы выгодно выделили нашу продукцию на полках магазинов. Сегодня сети заинтересованы в производителях, которые предлагают нечто новое, что будет привлекать покупателей.

**Что вы считаете самым большим достижением компании?**

Главным достижением я считаю создание команды единомышленников, благодаря которой компания «ЮЖ» вошла в число ведущих российских игроков отечественного рынка замороженных овощей, фруктов и ягод. Могу похвастаться тем, что у нас очень дружный коллектив и мы никогда не знали проблемы текучки кадров.

**Поделитесь дальнейшими планами развития бренда «И зимой, и летом».**

По итогам прошлого года мы вошли в топ-3 брендов по объемам продаж замороженных ягод в России. Будем добиваться лидерства по другим группам товаров, расширять ассортимент и наращивать объемы производства.





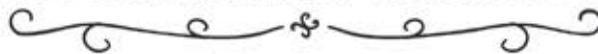
# Витолинка

— бережем качество —

*green olives*



## ОТБОРНЫЕ ОЛИВКИ



### ИЗ САМОГО СЕРДЦА ГРЕЦИИ



Ищите  
в магазинах  
на полках  
холодильника

ООО «Витолинка» 127576, г. Москва, ул. Илимская,  
д. 5 корп. 2. Тел. +7 (499) 550-51-52, sales@vitolinka.ru

На правах рекламы

# АРТА-КОНСАЛТ

## КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ПОЛУФАБРИКАТОВ

Специализация компании «АРТА-КОНСАЛТ» — создание производств пищевых полуфабрикатов под ключ. О том, возможно ли выпускать полуфабрикаты, сопоставимые по качеству с домашней едой, и как уследить за вкусами российского потребителя, чтобы завоевать свою нишу на меняющемся рынке, рассказывает генеральный директор Ольга Минарик.



АРТА-КОНСАЛТ



**Генеральный директор —  
Ольга Минарик.**

Образование: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова и Copenhagen Business School, Дания.

### Ольга, что повлияло на выбор специализации компании?

«АРТА-КОНСАЛТ» основана в 2013 г. Команда на тот момент была небольшая, но профессиональная. Специалисты долгое время работали в сфере организации мясных производств и кулинарной продукции.

У нас родилась идея создания компании с целью консалтинга для производств, выпускающих полуфабрикаты высокой степени готовности. Таких, которые перед употреблением достаточно лишь разогреть.

Спрос на них начался в Англии и Франции — странах, являющихся законодателями пищевой моды. В России же очень долгое время основным «готовым мясным полуфабрикатом», который покупатели могли найти на полках магазинов, были колбасные изделия. Но со временем менялись и вкусы потребителей, и темп жизни, потребовалось разнообразие питания при минимальных временных затратах на приготовление пищи.

Тренд быстро подхватили крупные производители — «Фуд Завод», «АБИ

продукт», «Мираторг», ГК «Черкизово», ГК «Продо», «Сибирский Гурман», «Дамате», с которыми мы сотрудничаем.

### Что является главным профилем вашей работы?

Основная наша цель — не только консалтинг для предприятий пищевой промышленности, но и предоставление всех необходимых технологий и оборудования. Многие компании аналогичного профиля готовят проект, основываясь лишь на техзадании, мы же всегда идем «от продукта», выясняем, что заказчик хочет в итоге получить.

### Большинство ваших клиентов делают ставку именно на полуфабрикаты высокой степени готовности?

Сегодня активно развивается такой тренд, как индустриальная кулинария: готовая еда в замороженном виде и в охлажденном с хорошими сроками хранения по микроволновой технологии и технологии SousVide, а также «еда на ходу». Все это и есть полуфабрикаты высокой степени готовности. Поэтому неудивительно, что предприятия развиваются в этом популярном направлении.

Люди в мегаполисах хотя бы поесть быстро и вкусно, при этом стандартной «уличной еды» им уже не хочется. А мы

не только полезным, но также вкусным и доступным. На рынке сегодня присутствует целая линейка здоровых продуктов в сушеном виде: белковые мясные снеки, а также полезные чипсы из груш, яблок, свеклы, тыквы и др., которые производят несколько крупных заводов.

### Как строится ваша технологическая цепочка?

Мы вместе с клиентом определяем будущий ассортимент продукции, строим модель производства, исходя из имеющихся у него ресурсов, подбираем соответствующую технологию и оборудование. Если это не одна позиция, а целый ассортимент, выпуск которого возможен на большом заводе, то мы готовим концептуальный технологический проект, где учитываем каждую деталь: зону подготовки сырья, зону основного производства, вплоть до складского хранения. Также наши партнеры могут в лаборатории за рубежом отработать и изготовить образцы будущей продукции для финального выбора подходящего оборудования.

Важно отметить, что производственные цепочки выстроены так, что продукт производится практически полностью автоматически, это позволяет добиться его единого высокого качества.

## Основная наша цель — не только консалтинг для предприятий пищевой промышленности, но и предоставление всех необходимых технологий и оборудования.

как раз ориентированы на продукцию, которая является компромиссом между домашней едой и фастфудом. И обычно главная цель наших заказчиков — добиться производства большого объема продуктов, по вкусу и качеству сравнимых с домашней едой.

Также большой популярностью сейчас пользуется снековая продукция. Люди интересуются темой здорового питания, но при этом хотят, чтобы оно было

### Как я понимаю, для производства большого ассортимента необходимо достаточно сложное оборудование. «АРТА-КОНСАЛТ» поставляет его из-за рубежа?

К сожалению, многое высокотехнологичное оборудование пока просто не производят в России. Среди иностранных партнеров наш ключевой поставщик — японская компания RHEON. Мы сотрудничаем уже много

лет и поставляем на российский рынок уникальное высокоточное оборудование для производства продуктов с начинками практически для любого производства, от мясного до кондитерского. Также наш давний партнер — английская компания Deighton, специализирующаяся на линиях по формованию, панировке и обжарке продуктов. Мы выбрали целый пул надежных поставщиков для решения любой задачи при производстве полуфабрикатов высокой степени готовности. Это поставщики и промышленных сковород WOK, и высокоэффективных котлов, и тоннельных печей и т.д.

## Насколько важно использовать именно инновационное оборудование?

Правильный выбор технологического оборудования очень важен, чтобы получить продукт, который понравится потребителю. Поэтому на проектируемых нами производствах мы внедряем очень широкий спектр техники.

К примеру, сейчас мы совместно с бельгийским производителем оборудования хотим опробовать систему

инфракрасного приготовления, где продукт готовится без добавления масла, в отличие от фритюра. Преимуществ несколько: во-первых, это технология приготовления туннельно-конвейерного типа, когда продукт поступает на ленту сырым, а выходит уже готовым; во-вторых, значительно сокращается время обработки продукта. Если готовить полуфабрикаты традиционным способом, то сначала требуется длительное время нагревать оборудование до необходимой температуры. А в инфракрасном туннеле нагрев происходит буквально за несколько секунд. В-третьих, это машина модульного типа и при увеличении производительности можно просто докупать необходимые модули.

## То есть ваше конкурентное преимущество — в использовании высоких технологий и в понимании того, что потребует клиенту?

Именно. Когда заказчик хочет создать свое производство, перед ним неизбежно встает множество вопросов: какой ассортимент продукции выпускать, какие технологию и оборудование

## Обычно главная цель наших заказчиков — добиться производства большого объема продуктов, по вкусу и качеству сравнимых с домашней едой.

использовать, у какого поставщика его заказывать, как его установить? Не все могут компетентно на них ответить. Скажем, те, кто занимаются пищевым оборудованием, могут консультировать только в рамках своего бизнеса. Поставщики сырья — в рамках своего. «АРТА-КОНСАЛТ» охватывает все эти сферы, предлагая комплексные решения от идеи до готового продукта. Разумеется, исходя из реальных возможностей заказчика. В пищевой индустрии сегодня не так много консалтинговых компаний, достаточно опытных, чтобы вывести на рынок готовый продукт. А мы с этой задачей отлично справляемся, что подтверждают наши партнеры, продукцию которых можно купить по всей России.

## ТЕХНОЛОГИИ

- sous-vide
- микроволны
- традиционные



## ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИАЛЬНОЙ КУХНЕ



## КОНСАЛТИНГ

- идея-концепт
- оборудование
- технология-продукт



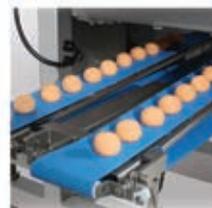
## АРТА-КОНСАЛТ

*Полуфабрикаты от А до Я*

www.arta-consult.ru  
info@arta-consult.ru  
+7(903)624-89-48

## ОБОРУДОВАНИЕ

- формование
- термическая обработка
- дозация и упаковка



Уважаемые партнеры!

Приглашаем Вас посетить экспозицию нашей компании на специализированной международной выставке оборудования, технологий, сырья и ингредиентов для пищевой промышленности АГРОПРОДМШ 2019, которая пройдет в ЦВК ЭКСПОЦЕНТР на Красной Пресне с 7 по 11 октября 2019г. Павильон 2, зал 2, стенд 22С50

АГРОСИЗ®

агросиз

## ФАРТУК НА ВЫРОСТ

В последнее время на российском рынке быстро набирают популярность водонепроницаемые фартуки из полиуретановых пленок. Об особенностях нового продукта мы поговорили с одним из основателей торговой марки «АГРОСИЗ®», генеральным директором ООО «КЕРМЕЛЬ АРАМИД СОЛЮШЭНЗ» Сергеем Скоковым.

## Сергей, как возникла идея начать производство фартуков?

В каталоге одного из поставщиков наткнулись на полимерную пленку с интересными характеристиками. Оказалось, что этот материал специально разработан для водонепроницаемых фартуков, используемых для защиты работников мясоперерабатывающих и пищевых производств в Западной Европе. Мы решили производить из этой пленки фартуки для российского рынка. Продукт показался нам перспективным.

## В России уже были конкуренты, что вы им противопоставили?

Нашими первыми конкурентами стали французские и немецкие фартуки, которые уже поставлялись в РФ. Это сразу мотивировало держать высокую планку качества и предопределило сегмент рынка, в котором мы закрепились. Сегодня фартуки «АГРОСИЗ®» сложно назвать аналогом чего-либо, это высокотехнологичный продукт, изготавливаемый по ГОСТ 12.4.029–76 в трех различных размерах и трех ростах. С учетом пяти цветов только стандартная номенклатура поставки составляет 45 наименований. Серийно такого не делает больше никто в мире.

## Что осязаемого дает потребителю ГОСТ?

Многие фартуки на рынке по ширине не дотягивают даже до минимального размера, предусмотренного ГОСТ 12.4.029–76, а позиционируются как стандартные. Например, довольно часто фартуки кроются из пленки шириной всего 90 см, в то время как минимальная ширина маленького фартука по ГОСТ составляет 91 см, среднего — 97 см, а большого — 103 см. В результате надлежащая защита боковых частей тела работающего уже не обеспечивается. Обратившись к стандарту, таких сюрпризов наверняка удастся избежать.

## Много споров вызывает длина фартуков, какой она должна быть?

ГОСТ 12.4.029–76 стандартизирует максимальную длину передника 115 см.

Технически не сложно изготовить фартук любой длины, как делают многие зарубежные производители. Открытым остается вопрос, как будет развиваться ситуация, если пользователь случайно наступит на передник нестандартной длины, скажем, 130 см, и получит травму в результате падения.

## От чего, кроме воды, жиров и масел, защищают полиуретановые фартуки?

Полиуретановые пленки умеренно устойчивы к 20% растворам распространенных, в том числе сильных, кислот и щелочей, спиртам, альдегидам, ароматическим углеводородам, распространенным детергентам.

## Что еще важно знать при выборе фартука?

Своеобразный стандарт толщины пленки полиуретановых фартуков для тяжелых режимов работы составляет 300 мкм. Линейку фартуков этой толщины можно найти у всех премиальных производителей. Они наиболее прочные и долговечные, разработаны специально для промышленного применения. Эти фартуки хорошо держат форму, удобную для сушки и мойки, а также используются совместно с кольчужными фартуками. Стоит обратить внимание и на цветовую палитру фартуков, которая дает гибкий инструмент управления производством. Благодаря различным цветам фартуков можно разделять персонал по типу производства, цехам, сменам и т. д. Для этой цели мы предлагаем пять стандартных цветов, соответствующих ХАССП.

## Как ваша номенклатура влияет на подход к производству?

Чтобы успешно конкурировать с европейскими производителями, одного только хорошего материала мало. Пришлось с нуля разработать собственную технологию производства с использованием высокоточного оборудования от мировых лидеров. Видимая простота фартука обманчива и не нужно забывать, что этот материал не сшивается и не кро-

ится традиционно, как текстиль. В нашем изделии восемь основных деталей, поэтому очень важно обеспечить точность, скорость обработки и сборки, повторяемость изделий.

## Кто основные потребители вашей продукции?

Это десятки различных типов производств в пищевой, мясной, молочной, рыбной промышленности и сельском хозяйстве. Основу наших заказчиков составляют небольшие и средние эффективные предприятия, которые уже оценили качество наших фартуков и преимущества работы напрямую с производителем.

## Значит ли это, что с лидерами рынка вы пока не работаете?

Этим занимаются наши дилеры, поскольку работа с крупными компаниями подчас чрезмерно зарегулирована и часто так бывает, что участвовать в закупочных процедурах с одним продуктом просто нецелесообразно по экономическим причинам.

## География присутствия?

Мы поставляем фартуки почти во все регионы России, страны СНГ и ЕАЭС, и, к счастью, логистика не стала камнем преткновения для развития бизнеса, как это часто случается. Было принято правильное решение самостоятельно организовывать отправку товара на терминал транспортной компании, что в условиях московских пробок и высокой стоимости транспортных услуг служит своеобразным бонусом для покупателя.



# ВОРОНЕЖБЕЛПРОМ

## БИТВА ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК: ПОБЕДЯТ ЛИ ВОДРОСЛИ ХИМИЮ?

Производители мясной и молочной продукции, кондитеры и поставщики спортпита вместо химических ингредиентов выбирают натуральные добавки. Директор компании «ВоронежБелПром» Евгений Федотов рассказывает, удастся ли российским производителям закрепиться в этой нише и почему выгодно сотрудничать с малыми предприятиями.

### Евгений, с чего начинался ваш бизнес?

В этой сфере я работаю более 19 лет. До 2010 г., когда был основан «ВоронежБелПром», я работал в компании, которая была дилером западных производителей пищевых добавок. Тогда же я увидел свободную нишу продуктов. Со стороны клиентов был особый спрос на молочно-белковые смеси и каррагинан — природную добавку из красных морских водорослей. При этом на российском рынке эти продукты мало кто предлагал в должном объеме. Я решил восполнить нехватку, создав собственное дело.

### Изначально вы делали ставку только на эти добавки или рассчитывали быстро расширить ассортимент?

Сначала мы продавали в основном молочно-белковые смеси и каррагинан. Но затем расширили линейку товаров и сейчас работаем сразу по нескольким направлениям: поставляем сухое молоко, яичный и горчичный порошки, соли-плавители, кондитерское сырье, специи и даже пробиотики для кормов. Есть тройка добавок, выпускающихся исключительно

одним из самых востребованных наших товаров.

### Насколько я понимаю, широкий ассортимент требует наличия собственных лабораторий либо партнерства с научно-исследовательскими производствами?

Да, на базе «ВоронежБелПром» действует своя лаборатория, но мы также сотрудничаем с небольшими заводами, где размещаем заказы на те или иные пищевые добавки, если не изготавливаем их самостоятельно. Здесь мы следуем общему тренду натуральности в пищевой индустрии. Во всем мире самые ходовые позиции — это красители и ароматизаторы. Но если раньше рынок заполняла «химия», то сейчас производители продуктов делают ставку на более натуральные компоненты — пектины, каррагинан, агар-агар, который тоже производят из водорослей. Спрос на эти добавки продолжает расти. Скажем, при производстве плавленых сыров каррагинану вообще едва ли можно найти замену.



**Мы предлагаем большой выбор пищевых добавок, которые используются везде — и в колбасном производстве, и в рыбной промышленности, и в кондитерском деле, и в индустрии спортивного питания.**

**Нам не приходится долго искать нужные ингредиенты, так как даже редкие продукты на складах найдутся всегда.**

но под нашей маркой. Что любопытно, в одно время «ВоронежБелПром» начал производить совершенно иной товар — щепу для копчения, и на нее оказался неожиданно большой спрос. Дело в том, что используемые нами породы, скажем, бук, незаменимы, поскольку не выделяют вредные смолы, и потому только они разрешены к использованию на крупных предприятиях. Сегодня щепы остается

### Большинство ингредиентов для таких добавок не производятся в России. Как удается решать вопрос с их поставками?

Действительно, главная проблема — это сырье. Многих растений, из которых делаются натуральные добавки, на территории России просто нет. И раньше все ингредиенты для добавок, что наша компания не производила сама, мы

# ВБП



должны были ввозить из Китая и Чехии. В последние годы подход изменился — мы наладили сотрудничество с дилерами, они предлагают хорошую цену на сырье, и конечные условия поставок остаются почти такими же, как если бы мы заказывали его из-за границы. Оптимизация логистики дает нам возможность без проблем поставлять продукцию по всей России. В основном мы работаем с небольшими предприятиями и средним производством.

### Почему именно с небольшими? Ведь большой клиент — это большие заказы и, как следствие, возможность расширить бизнес?

Практика показывает, что крупные клиенты — это не только большие возможности, но и большие риски. В случае масштабных заказов приходится брать кредитные средства, спешно заполнять склады, а если клиент по каким-то причинам уходит, то сразу образуется застой товара, что может привести к убыткам. Но, в принципе, мы готовы сотрудничать с любыми покупателями и можем позволить себе рост объемов производства до 20–30% ежегодно.

### Именно широкий ассортимент и гибкость поставок позволяет чувствовать себя уверенно на рынке?

Мы предлагаем большой выбор пищевых добавок, которые используются везде — и в колбасном производстве, и в рыбной промышленности, и в кондитерском деле, и в индустрии спортивного питания. Нам не приходится долго искать нужные ингредиенты, так как даже редкие продукты на складах найдутся всегда. Это конкурентное преимущество «ВоронежБелПром» — многие компании стараются преуспеть только в одном сегменте, скажем, поставляя добавки для кондитерской или мясной промышленности. И уход с рынка двух-трех клиентов может очень чувствительно ударить по их бизнесу. У нас таких проблем не наблюдается, все стабильно.

# ДИПИПРОМ

## ПОЛНЫЙ ЦИКЛ ПРОИЗВОДСТВА ПО РАЗУМНОЙ ЦЕНЕ



Оборудование российского производителя «ДиПиПром» известно не только в России, но и в странах Таможенного союза и СНГ. С самого начала своей деятельности (2006 г.) компания делает ставку на его уникальность и качество, а также придерживается справедливой цены, благодаря чему среди ее постоянных заказчиков не только такие крупные производители, как Останкинский мясоперерабатывающий комбинат, «Группа «Черкизово», завод «Ремит», «Данон Россия», но и небольшие производства и фермерские хозяйства.



**Генеральный директор — Александр Раскин** (второй справа).

Родился 16 февраля 1978 г. в Москве. Окончил МГОУ по специальности «микроэлектроника». Опыт работы в пищевой индустрии — 19 лет. Хобби: рыбалка, футбол, кулинария, растениеводство.

хотят сэкономить и при этом получить качественное, функциональное оборудование. Для предприятий это очень выгодно, особенно для небольших, но среди заказчиков есть и такие гиганты, как Останкинский мясоперерабатывающий комбинат, Черкизовская аграрная группа.

### Как вы охарактеризуете ситуацию на рынке в этом году?

Производство открывается все меньше, конкуренция между поставщиками оборудования возросла. На волне санкций на рынок вышло много новых игроков, но сейчас ситуация стабилизировалась. Предприятия развиваются, выводят на рынок новые продукты.

Мы работаем не только с российскими компаниями, но и активно увеличиваем долю экспортных поставок в страны Таможенного союза, СНГ (Казахстан, Азербайджан, Киргизстан), Грузию.

### Что помогает выдерживать конкуренцию?

Мы стараемся быть уникальными в своем сегменте. Оборудование, которое мы производим, в России не производит больше никто: пилы для разделки мяса, пневматический инструмент для мяса и рыбы, различный инструмент из нержавеющей стали. Есть в нашем арсенале и такие эксклюзивные предложения, как передвижной комплекс для убоя КРС, линии ДПП для изготовления котлет и тефтелей и др. Кроме того, мы прорабатываем всю связанную с поставкой логистику, обеспечиваем бесперебойное гарантийное и сервисное обслуживание.

### Отразилось ли на ваших ценах повышение НДС?

Нет. Мы не поднимаем цены уже несколько лет, а стоимость некоторых позиций даже уменьшаем: нам интересно увеличивать оборот, загрузить производство на полную мощность. Как и прежде, мы на 100% выполняем свои обязательства, не используем серых схем для «оптимизации» налоговых платежей, работаем прозрачно и честно.

### Александр, какие направления вы сегодня развиваете особенно активно?

Производство оборудования и инструмента для мясопереработки и переработки молока, пивоваренного и консервного оборудования. Фермеры и мясоперерабатывающие предприятия могут заказать у нас стационарные, модульные и передвижные цеха под ключ — для убоя, первичной переработки скота и переработки мяса, позволяющие получить готовую к реализации или дальнейшей переработке продукцию.

Также мы оказываем услуги по созданию недорогих молочных цехов под ключ (как модульных, так и стационарных), укомплектованных линейкой оборудования для первичной переработки молока (от 500 до 20 тыс. л в сутки) и выпуска готовой продукции. К решению задач мы подходим комплексно, предлагая услуги по проектированию объекта, оснащению оборудованием и обучению персонала работе на нем.

Помимо этого, мы производим оборудование для рыбной, хлебопекарной и кондитерской промышленности. В сегменте HoReCa и ритейле востребованы наши инструменты для разделки мяса (ручные и электрические пилы, ножи, мясорубки и др.), холодильное и нестандартное технологическое оборудование, недорогие высококачественные коп-

тильные камеры производительностью от 10 кг до нескольких тонн в день.

### У вас три производственных площадки — в Александрове, Москве и открытая в 2017 г. площадка в Великом Новгороде. В прошлом году вы говорили, что планируете расширить ассортимент оборудования, выпускаемого на ней.

Сегодня в Великом Новгороде мы производим широкий ассортимент инструмента — пилы, ножи, оборудование для разделки мяса и рыбы с пневматическим приводом, позволяющее повысить производительность цехов. По качеству эта продукция не уступает европейским аналогам, а у некоторых позиций оно даже выше, поскольку мы производим ее с учетом особенностей российского рынка. Импортные аналоги стоят на порядок дороже, при этом функционал имеют такой же или даже меньший.

Также на это площадке мы занимаемся диагностикой б/у оборудования, которое заказываем из Европы для восстановления и последующей продажи.

### Это новое направление вашей деятельности?

Мы занимаемся восстановлением европейского б/у оборудования с 2018 г. Оно пользуется спросом — в условиях нынешней ситуации на рынке многие



# Настоящие мясные консервы

от ООО «Консервов»



Предлагаем кусковые мясные стерилизованные консервы ТМ «Первая ферма», изготавливаемые из свежей охлажденной говядины и свинины, а также мясо кур с добавлением только натуральных ингредиентов: лука, лаврового листа, специй по ГОСТ 32125-2013.

Говядина тушёная в/с, 1 сорт

Свинина тушёная в/с, 1 сорт

Вторые блюда с говядиной в ассортименте

Мясо кур в желе в жестяных банках объемом 325 г, 338 г, 525 г с крышкой-ключом.

Жесткий контроль качества на каждом этапе производства

Мелкий и крупный опт по самым доступным ценам

Доставка продукции в удобной для покупателя упаковке

## В НАШИХ БАНКАХ - ДЕЙСТВИТЕЛЬНО МЯСО

Производство:

Всеволожский р-н, Ленинградская обл, пос. Пробы.

Тел./факс: (812) 716-09-26

info@konservov.ru / www.konservov.ru / консервов.рф

## ИНГЛИЯ

## КАЧЕСТВЕННОЕ СЫРЬЕ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ



Компания «Инглия», дистрибьютор пищевых ингредиентов, вышла на рынок в 2014 г. и за небольшой период времени смогла зарекомендовать себя надежным поставщиком высококачественного сырья по конкурентоспособным ценам. Она успешно ведет свой бизнес не только в России, но и в странах ближнего зарубежья. О продукции, деятельности и планах компании рассказывает ее основатель и генеральный директор Дмитрий Денисов.



#### Генеральный директор — Дмитрий Денисов.

Родился в 1985 г. в г. Зеленодольске (Республика Татарстан). В 1991 г. переехал с родителями в Самарскую область. Там окончил школу и поступил в Самарский международный аэрокосмический лицей. После учебы проходил службу в рядах Вооруженных сил Российской Федерации. Высшее образование получил в Национальном открытом институте России. С 2009 г. живет в Санкт-Петербурге. Женат, имеет троих детей.

#### Дмитрий, компания «Инглия» уже пять лет успешно работает в сфере поставок сырья предприятиям пищевой промышленности. А как пришла идея начать собственное дело?

Мысль заняться предпринимательством пришла с опытом, накопленным мной за несколько лет работы на рынке поставок пищевых ингредиентов. В какой-то момент я осознал, что смогу гораздо эффективнее решать привычные задачи, если все рычаги управления бизнес-процессами сосредоточатся в моих руках. Так, в сентябре 2014 г. была создана компания «Инглия». И дело сразу пошло на лад — ведь кроме немалого багажа знаний, четкого представления о направлении движения и обширных клиентских связей у меня еще было огромное желание непременно добиться успеха.

#### У вашей фирмы необычное название — что оно означает?

Инглия — это старославянский символ, обозначающий первичный божественный огонь, сотворивший Вселенную. Я интересуюсь старославянской историей, наследием наших предков. Поэтому в выборе названия сомнений не было. Это символично.

#### Как изменился ассортимент продукции компании с начала ее деятельности?

Поначалу список наших предложений был не очень большим. Мы занимались в основном поставками кокосового масла. Затем к нему добавились пальмовое масло, лауриновый заменитель какао-масла и сливочное масло. И сейчас в ассортименте товаров ООО «Инглия» около 50 позиций. Помимо масложировой продукции в него входят агар-агар (растительный заменитель желатина), какао-порошок, лауриновые и нелауриновые глазури, кондитерские начинки, гели и посыпки, сахарные помадки, мастики, а также белый, молочный и темный шоколад.

#### В числе поставляемых вашей компанией продуктов — пальмовое масло, о вреде которого так много разговоров...

Давайте начнем с того, что пальмовое масло не запрещено ни в одной стране мира и повсеместно используется в молочной, кондитерской и хлебобулочной промышленности. Оно, конечно,



не является диетической едой, и в нем много насыщенных жиров, но гораздо меньше, чем, например, в сливочном масле. Поэтому главное — соблюдать меру. Ведь, убрав пальмовое масло, вы не сделаете продукты более полезными, особенно если их употреблять в пищу в неограниченном количестве.

Существует, конечно, проблема, связанная с подделкой молочных товаров. Так, некоторые предприятия, занимающиеся изготовлением сыра, масла и творога, выдают свою продукцию за натуральную, не афишируя, что в ее состав входит растительное сырье. Но это уже на совести таких производителей.

#### Кто ваши покупатели?

Мы поставляем сырье крупным, средним и небольшим пищевым производствам. Основными же потребителями нашей продукции являются предприятия кондитерской промышленности и фабрики, выпускающие мороженое.

#### Пальмовое масло не запрещено ни в одной стране мира и повсеместно используется в молочной, кондитерской и хлебобулочной промышленности.



### Для производства каких кондитерских товаров используется ваше сырье?

Поставляемые нами ингредиенты применяются в производстве широкого спектра пищевых продуктов. Например, кремовые начинки используются в качестве наполнителей шоколадных батончиков, конфет, вафель, эклеров, капкейков и тортов. Глазуриями покрывают мармелад, суфле, зефир, сухофрукты и различные мучные изделия. Из них также изготавливают полые фигурки и кондитерские плитки. А с помощью мастику украшают пирожные и другие кондитерские изделия.

### Насколько широка география вашей деятельности?

В настоящее время наибольшее число поставок приходится на Москву и Подмоскovie, Пензенскую, Самарскую, Нижегородскую и Белгородскую области. Но, разумеется, география деятельности ООО «Инглия» не ограничивается только этими территориями, и работа ведется со всеми регионами России. Недавно, например, нашим клиентом стала компания из Новосибирска. Кроме того, мы работаем с Беларуссией и Казахстаном.

### Вы сами доставляете товар заказчикам?

Все зависит от желания клиента. Если он предпочитает забирать заказ самостоятельно, ему предоставляется возможность самовывоза. А тем, кто не хочет взваливать на свои плечи заботы о транспортировке купленного сырья, наша компания оказывает услуги по организации его доставки. Мы сотрудничаем с рядом проверенных логистических фирм, которые оперативно и без проблем привезут товар в любую точку России.

### За счет чего вам удается уверенно чувствовать себя на рынке?



### Поставляемые нами ингредиенты применяются в производстве широкого спектра пищевых продуктов.

Численность организаций, действующих на рынке пищевых ингредиентов, довольно велика, поскольку категория предлагаемой ими продукции пользуется большим спросом. Но, несмотря на серьезную конкуренцию, ООО «Инглия» ведет довольно успешный бизнес. В первую очередь это объясняется тем, что наша компания практикует индивидуальный подход к клиенту. Мы учитываем задачи, цели, особенности сферы деятельности, ресурсы и возможности наших заказчиков и подстраиваемся под каждого из них. В общем, стараемся все делать так, чтобы с нами было удобно работать.

### Какие еще сильные стороны есть у вашей компании?

Во-первых, поставляемая нами продукция отличается высоким качеством и имеет все необходимые сертификаты. Во-вторых, наши товары продаются по конкурентоспособным ценам. В-третьих, мы стараемся работать так, чтобы не подводить заказчиков, например, осуществляем отгрузки в выходные дни. Кроме того, у нас есть служба технологической поддержки, специалисты



которой всегда готовы оказать клиентам квалифицированную помощь в вопросах, связанных с использованием полученного от компании «Инглия» сырья.

### Расскажите подробнее о ценовой политике ООО «Инглия».

Мы стремимся формировать цены так, чтобы они были чуть ниже, чем у ближайших конкурентов. Добиваться этого удается разными способами, но только не в ущерб качеству предлагаемых ингредиентов. Например, одним из основных наших поставщиков является производитель шоколадных масс и глазури «Белгостар», который находится в особой экономической зоне. И благодаря тому, что резиденты ОЭЗ имеют налоговые и таможенные преференции, его изделия стоят меньше аналогичных, но изготовленных на обычной территории РФ. А если говорить о масложировой продукции, то она — биржевой товар, который наша компания старается приобретать в момент его наименьшей стоимости.

### В чем вы видите развитие вашего бизнеса?

Развитие компании я вижу в расширении ассортимента, увеличении числа клиентов, выходе на новые рынки сбыта и стремлении к открытию собственного производства — думаю, что когда-нибудь мы сможем воплотить эту идею в жизнь.

## КОМПАНИЯ «АВИС»



### РОЗЛИВ ВЫСОКОЙ ЧИСТОТЫ

Начав свою деятельность как небольшое производство полуавтоматов для выдува ПЭТ-тары, за 20 с лишним лет «Компания «Авис» превратилась в крупный машиностроительный завод, выпускающий широкий спектр разливного и упаковочного оборудования. За это время было реализовано более 5500 проектов на территории России и в странах СНГ. Многие из них, воспринимавшиеся вначале как разовые нестандартные решения, затем выросли в серийные направления, определяющие конкурентные преимущества компании. О том, что помогло предприятию стать ведущим отечественным производителем комплексных линий розлива, мы беседуем с одним из основателей «Компании «Авис», ее директором Ильясом Газетдиновым.



**Директор —  
Ильяс Газетдинов**

#### Какова история предприятия?

Компания создана в 1997 г. Основатели были выходцами с машиностроительных предприятий г. Ижевска и к тому моменту уже обладали серьезным производственным опытом. Начиналось все с небольшого производства. Сегодня завод занимает территорию 12 тыс. м<sup>2</sup>, а в ассортименте его продукции насчитывается более 100 серийных единиц оборудования. На площади 2500 м<sup>2</sup> располагаются четыре механических участка, сборочный цех, помещение для наладки и проверки готового оборудования, два склада запчастей и офисные помещения. В 2014 г. был построен новый корпус для реализации инновационных проектов. Завод представляет собой предприятие полного цикла, то есть объединяет все этапы производства от конструкторских разработок и металлообработки до запуска готовых изделий на площадках заказчиков.

#### Кто является вашими основными клиентами?

У нас очень широкий спектр клиентов — от небольших компаний, которые

только начинают свою деятельность, до крупных заводов. Мы специализируемся на производстве оборудования для розлива в ПЭТ-бутылки, но есть решения и для розлива жидкостей в стекло и в ПНД-тару.

#### С какими видами продуктов вы работаете?

Начинали исключительно с линий для розлива воды, затем в ассортименте появилось оборудование для пенных напитков, таких как квас и пиво, для технических жидкостей. Сейчас работаем с самыми разными продуктами. В 2009 г. мы стали производить машины для розлива молока в ПЭТ-бутылки, и сегодня это флагманское направление компании. Несмотря на то, что в молочном сегменте среди российских поставщиков оборудования существует достаточно жесткая конкуренция, нам удается оставаться лидерами — объемы наших поставок составляют несколько десятков комплексных (от производства ПЭТ-бутылок до групповой упаковки на выходе) линий в год.

#### Какие существуют ограничения по мощности линий?

В целом мы изготавливаем оборудование производительностью от 500 до 6 тыс. бутылок в час. Производителям молочной продукции мы предлагаем широкий ассортимент машин для розлива в ПЭТ-бутылки мощностью 650, 1500, 3 тыс. и 6 тыс. бутылок в час. Это связано с тем, что клиенты очень разные: и небольшие фермерские хозяйства, и крупные комплексные молокоперерабатывающие предприятия. К примеру, сейчас мы готовим оборудование для «УВА-Молоко» — компании, которая входит в пятерку лидеров по переработке молочной продукции в России.

#### Почему эти предприятия заказывают оборудование именно у вас?

Что касается молочных машин, то здесь нашим важным преимуществом яв-

ляется высокий уровень чистоты розлива. Это дает возможность производителям устанавливать большие сроки реализации продукции. Даже линии базовой комплектации нашей компании позволяют разливать молоко со сроком хранения от десяти суток. Несколько лет назад мы начали разработку машин высокой гигиены, обеспечивающих максимальный срок хранения молока — 21 день. Сейчас готовим линию сверхчистого розлива к серийному выпуску. Подобных решений в России практически нет.

#### Что вы считаете главными конкурентными преимуществами вашей продукции?

Важнейшими преимуществами нашего оборудования являются компактные размеры, очень высокая степень автоматизации процессов, минимальные затраты на внедрение новых видов продукции на действующих линиях — оборудование изначально создано таким образом, чтобы была возможность дополнять ассортимент без закупки нового оборудования, то есть без серьезных капитальных вложений. Но главная особенность, которая нас выгодно выделяет среди российских конкурентов, — наша клиентоориентированность.

#### В чем это выражается?

В основе любого нашего технического решения лежит запрос клиента, сформулированные им задачи, которые он хочет решить с помощью наших машин. Наша цель заключается не в том, чтобы продать стандартное оборудование по максимальной цене, а в том, чтобы решить задачу, поставленную заказчиком, с минимальными затратами. И главный критерий качества работы коллектива (менеджеров, конструкторов, всей производственной команды) — это удовлетворенность клиента. Прежде всего это выражается в максимальной технической проработке на каждом этапе проектирования и производства

оборудования. Мы считаем, что такой клиентоориентированный подход оправдан и с точки зрения бизнеса: в нашем пуле заказов около трети составляют повторные заказы.

## Как строится работа с предприятиями, где уже установлено ваше оборудование?

Сервисная служба — отдельное и наиболее важное подразделение в структуре нашей компании. Прежде чем отправиться к клиенту, оборудование проходит тщательную проверку на нашей производственной площадке. Оно выстраивается в комплексную линию в цехе наладки и испытывается в рабочем режиме в течение двух недель и только при условии успешного прохождения контроля отгружается заказчику. В процессе работы наша сервисная служба на постоянной основе осуществляет мониторинг оборудования, оказывает консультационную помощь как по телефону, интернету, так и с выездами на предприятия. Если есть необходимость, мы можем на месте провести диагностику, дать рекомендацию по формированию склада запасных частей. У нас есть клиенты, которые заказывают услугу диагностики и технического обслуживания на регулярной основе, в начале каждого сезона. Мы отслеживаем работу произведенного нами оборудования даже в том случае, если предприятие заказчика закрывается, а оборудование переходит новому хозяину.

## Помимо серийной продукции, были примеры разработки нестандартных решений?

По индивидуальным заказам мы, конечно, тоже работаем. Были случаи, когда подобные разработки потом вырастали до серийных образцов. В частности, в свое время один клиент у нас заказал линию



## Что в планах развития?

Я думаю, что молочное направление в ближайшие несколько лет будет оставаться для компании флагманским. Нам нужно наращивать линейку оборудования, так как наши клиенты растут, и мы должны предлагать им машины все большей производительности. Еще один ключевой показатель качества, который мы постоянно стремимся наращивать, — надежность наших машин. Ну и, конечно, работаем над снижением себестоимости. Любое оборудование — это достаточно серьезные затраты для предприятий, поэтому мы стараемся оставаться на доступном уровне цены не в ущерб качеству или надежности, а это требует постоянных доработок оборудования.

Еще одно направление, помимо молока, которое мы сейчас начинаем активно прорабатывать, это розлив воды в бутылки емкостью 19 л (так называемый офисный формат). Уже есть работающие образцы по выдуву 19-литровой бутылки, сейчас готовим к запуску серийное оборудование по розливу, которое будет полностью соответствовать западным стандартам, но при этом стоить почти в три раза дешевле европейских и американских аналогов. Дело в том, что этот вид продукции открывает для нас новую нишу на рынке, потому что чаще всего компании, которые разливают воду в мелкую розничную тару и в бутылки емкостью 19 л, — это разные компании. И мы уже подготовили для них комплексное решение.

В заключение хотел бы выразить благодарность всем сотрудникам, чей профессионализм и интеллектуальный потенциал является залогом успеха компании, а также нашим клиентам и людям, ради которых мы работаем и благодаря которым наше оборудование становится все лучше, надежнее и качественнее.

по розливу сгущенного молока, а сегодня это наше серийное направление, и многие заводы, которые разливают сгущенное молоко в ПЭТ-бутылки, работают именно на нашем оборудовании. Хотя на момент разработки мы были уверены, что это разовый заказ. Похожий пример — уксус. Тоже вырос до серийного направления.

Но все же мы предпочитаем работать с серийными решениями, так как в этом случае абсолютно уверены в качестве нашей продукции и знаем, что клиент останется доволен. Серийное оборудование удобно для клиента еще и тем, что он всегда может обратиться к нам с просьбой о модернизации оборудования, поставке запчастей и расходных материалов. В случае серийных машин это сделать гораздо проще. Хотя весь тот же самый сервис мы оказываем и тем нашим клиентам, оборудование для которых делалось по индивидуальным заказам.

## ПРЕИМУЩЕСТВА ПЭТ-БУТЫЛКИ:

- **удобство в эксплуатации** (соответствие потребностям покупателя);
- **100-процентная сохранность молока** (до 20 дней со дня упаковки);
- **вариантность форм и расцветок** (в том числе полная прозрачность);
- **малый вес** (в 10–15 раз легче стеклянной тары аналогичного объема);
- **идеальна для транспортировки на дальние расстояния** (снижение логистических издержек, отсутствие потерь в случае тряски или опрокидывания тары);
- **безопасность и экологичность** (возможность вторичной переработки);
- **конкурентная стоимость**





## КОРОЛЕВСКАЯ ВОДА

### СЛАГАЕМЫЕ КАЧЕСТВА

«Королевская вода» — одна из крупнейших российских компаний на рынке бутилированной воды. Продукция «Королевской воды» занимает значительную долю объема отечественного рынка. Вкусовые качества этой природной воды отмечены российскими и международными специалистами питания и курортологии как уникальные. За 25 лет работы компания завоевала репутацию надежного поставщика высококачественной продукции. На вопросы нашего корреспондента отвечает директор по качеству ООО «Королевская вода», доктор физико-математических наук, профессор Владимир Царев.

**Владимир, наверное, первый вопрос, который волнует потенциальных клиентов компании, — откуда, собственно, поступает вода, которую вы поставляете потребителю?**

В нашем распоряжении — пять артезианских скважин глубиной свыше 200 м. Они расположены в деревне Ложки Солнечногорского района Московской области. Экологическая чистота источника воды Касимовского водного горизонта обеспечивается тремя важными факторами. Во-первых, в районе добычи отсутствуют промышленные предприятия. Во-вторых, водный горизонт надежно защищен от проникновения поверхностных загрязнений 145-метровой песчано-глинистой толщей пород. Кроме того, основная область питания горизонта расположена значительно севернее Москвы, далеко за пределами расположения промышленных производств. Поэтому риск каких-то загрязнений, антропогенного воздействия исключен полностью.

**Вероятно, высокое качество поставляемой компанией воды обеспечивается не только исходным материалом, но и правильной его обработкой. Какие изменения**

**претерпевает полученная из скважин вода, прежде чем она будет расфасована?**

Наша вода относится к гидрокарбонатным магниево-кальциевым водам. По своему составу сходна с полезной для человека минеральной столовой водой.

Вода, поступающая из скважин, практически не претерпевает изменений, мы всего лишь очищаем природную воду от лишних примесей.

В процессе производства мы не используем абсолютно никаких добавок. Занимаемся только очисткой и убираем из воды определенные элементы, которые содержатся в ней в избыточном количестве — например, железо.

Были случаи, когда наши клиенты по каким-то причинам выбирали другого поставщика. Но потом возвращались к нам и спрашивали, что мы такое добавляем в воду, что после нее любая другая кажется невкусной. Вот в том-то и дело, что не добавляем абсолютно ничего.

Чем вообще хороша природная вода? Своим естественным составом. Искусственные соли, если их добавить в воду, как это делают некоторые производители, с большим трудом усваиваются организмом, в отличие от природных соединений.

Очистка воды производится 3-точной многоступенчатой системой на высокотехнологичном оборудовании. Поэтому употреблять ее предпочтительнее, чем простую родниковую воду.

Отмечу также, что фабрика оснащена современным американским (Universal Aqua Technologies Inc.) и итальянским (Ave Industries S.p.A. и ALKAM s.r.l.) оборудованием, отвеча-



**Директор по качеству, доктор физико-математических наук, профессор — Владимир Царев**

ющим всем требованиям санитарно-гигиенических норм и правил.

Производство питьевой воды осуществляется в автоматизированном цеху со специальной воздушной атмосферой, системой нагнетающей вентиляции в сочетании с бактерицидными фильтрами и лампами.

**Практика показывает, что как бы ни были совершенны применяемые технологии, всегда существует риск вмешательства пресловутого «человеческого фактора».**

Конечно. Но наше производство уникально своим кадровым составом, ведь подавляющее большинство работников — местные жители, многие работают со дня основания компании. Для людей это предприятие стало уже родным. Свои обязанности они знают досконально и выполняют их чрезвычайно добросовестно.

Кроме того, мы застрахованы от любых случайностей совершенной многосту-



пенчатой системой контроля. Ежедневно в сертифицированной лаборатории, оснащенной современным оборудованием в соответствии с требованиями ХАСПП, производится контроль за соответствием выпускаемой продукции физико-химическим, микробиологическим, паразитологическим показателям, требованиям санитарных правил и норм (СанПиН). Все анализы еженедельно дублируются в лабораториях Роспотребнадзора Московской области и Москвы.

**Если говорить о качестве в целом, то помимо самой поставляемой продукции уместно говорить и о качестве сервиса...**

Несомненно. Сразу скажу, что известное выражение «клиент всегда прав» отвечает основополагающему принципу нашей работы. Конечно, клиенты бывают разные, они, как и все люди, могут ошибаться, но, тем не менее, мы этого принципа придерживаемся неукоснительно. Уже много лет назад выстроена и надежно функционирует целая система обслуживания, направленная на то, чтобы полностью удовлетворять запросы клиентов.

ООО «Королевская вода» использует крупный парк автомобилей, украшенных бортовой символикой фирмы, круглосуточно доставляющих воду. Водители и экспедиторы в фирменной униформе ежедневно обслуживают тысячи клиентов.

Мы выполняем бесплатную доставку заказа на следующий день после звонка клиента. Причем работаем и в выходные, и в праздничные дни.

Сервисный отдел компании состоит из штата опытных операторов, диспетчеров и менеджеров, которые принимают заказы и оформляют документы к доставкам.

Специалисты по транспортной логистике планируют маршруты водителей, что позволяет выполнять доставки по Москве и области всегда точно в срок.

Добавлю, что наша компания осуществляет профилактическое обслуживание кулеров с выездом к клиенту.

**Еще один актуальный для потребителей вопрос — качество и разнообразие тары, в которой поставляется вода.**

Мы используем бутылки собственного производства только из поликарбоната, разработанного специально для пищевой промышленности, а также одноразовую ПЭТ-тару из материалов крупнейших российских производителей. Такая тара экологически безопасна, прозрачна, легка и удобна для переноски.



**Мы предлагаем большой ассортимент продукции: вода в 19-литровых баллонах, фторированная вода, вода в ПЭТ-бутылках объемом 1,5 л, 0,5 л, 0,33 л, вода в канистрах с краником объемом 10 и 18,5 л и высококачественная артезианская вода в стеклянных бутылках «Мия».**

Перед заполнением водой бутылки подвергаются интенсивной мойке щелочным моющим средством, пригодным для использования в пищевой промышленности, дезинфицируются перексидом водорода и ополаскиваются продуктовой озонированной водой. Лабораторией контролируется остаточное количество моющих средств в бутылки для недопущения их попадания в готовую продукцию.

Наполнение бутылей производится в закрытой камере со стерильным воздухом. Для закупоривания используются только одноразовые стерильные крышки.

За годы работы мы определили необходимый набор тары для розлива, учитывающий все потребности клиентов. Мы предлагаем большой ассортимент продукции: вода в 19-литровых баллонах, фторированная вода, вода в ПЭТ-бутылках объемом 1,5 л, 0,5 л, 0,33 л, вода в канистрах с краником объемом 10 и 18,5 л и высококачественная артезианская вода в стеклянных бутылках «Мия» 0,33 и 0,75 л.

**Как вы могли бы охарактеризовать уровень конкуренции на рынке поставок воды в столичном регионе?**

Как чрезвычайно серьезный. Выбор у потенциального клиента — огромный. Но мы себя в этой конкурентной борьбе чувствуем весьма уверенно. Да, многие конкуренты предлагают свою продукцию по более низким ценам. Хотя нуж-

но отметить, что у нас действует очень гибкая и эффективная система скидок для постоянных клиентов. Но наш главный и очень действенный козырь — качество продукции и сервиса. И клиенты оценивают это качество по достоинству. Отсюда — устойчивая репутация надежной компании, завоеванная нами за долгие годы работы. И этой репутацией мы очень дорожим.

**Вы ведете свой бизнес только в Москве и Московской области?**

На сегодняшний день география нашего присутствия на рынке растет с геометрической прогрессией, и мы с гордостью можем сказать, что поставляем наш товар не только в Москву и Московскую область, но и в Санкт-Петербург, Ярославль, Тверь, Нижний Новгород, Брянск, Рязань и другие города России.

Мы с амбициями смотрим вперед, активно участвуем на выставках и переговорах по экспорту нашей продукции и всегда готовы обсудить условия сотрудничества не только на территории Российской Федерации, но и за ее пределами.

**Что бы вы пожелали нашим читателям?**

Выбирайте проверенных поставщиков и партнеров, ведь качественный товар — это залог нашего здоровья, тем более в вопросе, касающемся питьевой воды.

# КОМПАНИЯ ЗЕЛЕНЫЙ ГОРОД

## ПРОИЗВОДСТВО ФРУКТОВЫХ НАПОЛНИТЕЛЕЙ С АКЦЕНТОМ НА КАЧЕСТВО

«Компания Зеленый город» — как раз тот случай, когда отечественный товар не уступает зарубежному аналогу по качеству и цене. Созданное в 1999 г. производство фруктово-ягодных наполнителей выросло в одного из крупнейших поставщиков для более чем 250 предприятий пищевой промышленности. В прошлом году компания отметила 20-летний юбилей. Историей ее успеха делится генеральный директор Олег Блинов.



**ЗЕЛЕНЫЙ ГОРОД**

### Олег, почему 20 лет назад вы выбрали именно этот сегмент бизнеса?

Производство фруктового наполнителя на тот момент было актуально для нашей страны. Подобный продукт поставляли на российские предприятия только иностранные фирмы. Наша компания одна из первых начала заниматься импортозамещением в этой области.

У ее истоков стояли три человека: я, выполняющий функции директора, менеджера по продажам и технолога, секретарь и бухгалтер. Сегодня предприятие насчитывает порядка сотни сотрудников, трудящихся в различных департаментах: производственном, логистическом, юридическом, кадровом, департаменте продаж, качества и других. И надо признать, что высокий уровень предприятия — это результат слаженной работы всего коллектива и высокий профессионализм руководителей департаментов.

Особый период в работе компании — создание собственных производственных площадей. Сегодня площадь комплекса составляет 4300 м<sup>2</sup> и включает в себя производственные цеха с современным оборудованием, лаборатории, в том числе микробиологическую, складские, холодильные и морозильные помещения. На данный момент происходит установка

европейского асептического комплекса. И уже к концу этого года планируется запуск полностью автоматизированной линии по производству продукта по асептической технологии.

### Расскажите об ассортименте.

Мы производим не конечный продукт, а ингредиент. В ассортименте ягодные, фруктовые, овощные, грибные, сливочные наполнители, наполнители со злаками и мюсли, гели, сиропы. Кроме этого мы предлагаем сиропы и топпинги для ресторанов, кафе и баров. Наша продукция не попадает на прилавок, а поставляется на предприятия, где становится компонентом конечного продукта.

### Какие это предприятия?

Среди наших клиентов более 250 предприятий пищевой промышленности: молочные, хлебобулочные, кондитерские, сыродельные, группа HoReCa.

У нас нет дилерской сети, потому как пищевой продукт требует повышенной безопасности, и мы сами несем ответственность за его качество перед нашими потребителями. При распространении продукции через дилерскую сеть эта ответственность теряется. Мы делаем акцент на качество и безопасность производимой продукции.



### Генеральный директор — Олег Блинов.

Родился 30 апреля 1962 г. в Кстово Горьковской области в семье военного. Окончил радиофакультет, получил высшее техническое образование. Десять лет проработал на нижегородском предприятии техническим разработчиком больших интегральных схем. В 1998 г. основал «Компанию Зеленый город». Жизненное кредо: «Никогда не бери чужого».

ров — поставщиков сырья. И конечно, заинтересованы в работе с новыми поставщиками сырья высокого качества.

Приобретаем свежие (не мороженые) ягоды, фрукты, овощи. Использование сублимированного продукта — не наш подход и не тот высокий уровень, о котором мы заявляем. Стоит отметить, что на предприятии внедрена и эффективно функционирует система качества и безопасности пищевой продукции, основанная на принципах международных стандартов.

### В чем уникальность вашей компании?

Прежде всего это качественный продукт, который позволяет присутствовать на рынке. И, во-вторых, комфорт, который мы создаем во взаимодействии с нашим потребителем. Лояльное, внимательное, доброжелательное отношение к клиенту, оперативное решение его задач. Наверное, все так говорят, но наша компания одна из тех, для кого это действительно не пустые слова.



Слева направо — Валентина Сулоева (главный технолог), Олег Блинов (генеральный директор), Ирина Каталевская (заместитель генерального директора), Елена Гуреева (руководитель отдела качества), Наталья Ершова (начальник производства), Сергей Иода (инженер по оборудованию)

### С какими поставщиками работаете?

Работаем как с российскими, так и с иностранными поставщиками сырья. Один из главных принципов отбора — качество. Объемы закупок масштабные, поэтому предложений поступает достаточно. Ежегодно мы формируем рейтинг надежности партне-

## МАПП



## ЕВРОПЕЙСКОЕ КАЧЕСТВО ОТ РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ

Российские производители не всегда довольны пищевым оборудованием из Европы. Директор компании МАПП Денис Залозний рассказывает о том, с чем это связано и как правильно применять европейские стандарты на российском производстве.

### Денис, расскажите о ваших первых шагах в сфере оборудования для пищевой промышленности?

Началось все в 2001 г. с сотрудничества с компанией «Балтимор», которая запустила линию производства кабачковой икры и овощных закусок. Я занимался модернизацией оборудования, которое «Балтимор» приобретала за рубежом. Возможности заграничных машин не всегда соответствовали задачам компании, хотя бы потому, что российские овощи нередко сильно отличаются от импортных аналогов. В понимании итальянцев кабачки — это такие небольшие патиссоны, тыква для них должна быть не крупнее футбольного мяча. А мы знаем, какого огромного размера у нас бывают овощи на грядках. И вот с 2001 по 2005 гг. я приобрел навыки в сфере модернизации западного оборудования, а в 2007 г. открыл ИП, так как понимал — российским производителям необходимо более доступное по цене и подходящее в плане решаемых задач оборудование.

### Получается, зарубежные агрегаты, несмотря на технологичность, не всегда лучший вариант для российских компаний?

В начале—середине 2000-х на рынке присутствовали только импортные ма-

шины, преимущественно итальянские и немецкие. Они продавались по баснословным ценам и не всегда поставлялись быстро. А преимуществом МАПП стали, во-первых, оперативность, во-вторых, удобство монтажа — мы можем подобрать оборудование, исходя из размеров цеха, а в-третьих — доступная цена.

Разница в стоимости многих аппаратов — трехкратная. При этом их функциональность на проверку оказывается не ниже европейской, поскольку я очень четко понимаю, для чего делается каждый образец и где он будет использоваться. Благодаря этому, со временем МАПП освоил весь Южно-Федеральный округ, центральные регионы — Воронеж, Тулу, Калугу, Пермь и некоторые машины через компании посредников добрались до стран ближнего зарубежья. И могу сказать, что за все время работы у нас не было ни одного недовольного клиента.

### Вы обсуждаете нюансы будущей производственной линии с каждым заказчиком?

Да, как я говорю, «мы можем собрать все — от кастрюли до самолета». Заказчик хочет изготовить столик из нержавеющей стали — пожалуйста. Хочет машину для шлифовки арбузов «как в Италии» — и это сделаем. Если есть примерная схема, на МАПП можно собрать почти любую, даже технически сложную машину, но сейчас спрос в основном на простые — транспортеры, мойки, элеваторы, теплообменники. К тому же мы можем сразу определить, какое оборудование потребуется на том или ином производстве — одна машина или целая линия. Заказчик говорит, что хочет делать консервы — скажем, капусту с рисом. А мы предлагаем решение, какой набор оборудования оптимально разместить на производстве.

### А как насчет доверия к отечественному производителю? Клиентов устраивает качество оборудования?

Действительно, есть клиенты, которые принципиально не хотят брать оборудование российского поставщика — не верят, что оно может быть сделано достойно. Но они же очень удивляются,



узнав, что предложенные им образцы техники, оказывается, не зарубежные, а сделаны в МАПП.

Раньше у отечественного производителя были проблемы с внешним видом оборудования. Но это направление активно развивается. Скажем, мы в 2018 г. расширили производство, построили новый цех, где появился лакокрасочный участок, позволяющий совершенствовать внешний вид продукции. Сегодня мы много работаем и над качеством, и над эстетикой. Результат налицо: компании-посредники, для которых мы изготавливали машины, поставляют их в страны ближнего зарубежья — Узбекистан, Армению и Белоруссию. Так что агрегаты МАПП востребованы не только на российских предприятиях, но и за границей.

### А как удается делить рынок с главным конкурентом — европейским поставщиком?

Сейчас мы активно сотрудничаем с итальянской компанией Воета. Они поставляют хорошее, высокотехнологичное оборудование, но вот сопутствующее компоненты линии — транспортеры, емкости, мойки — почти всегда приходится адаптировать под нужды заказчика. И как раз это делаем мы, помогаем иностранным компаниям адаптироваться к российским требованиям, избегать ошибок. Особенно это касается китайских поставщиков. А заказчик видит, что производство сдано в срок, без проблем. И уже иностранцы рекламируют нас своим клиентам. И сейчас мы хотим сделать так, чтобы зарубежные компании, поставляя высокотехнологичное оборудование, сразу, на первоначальном этапе, использовали наши машины.



## МАГNUM



### ИНДИЙСКИЕ ПРОДУКТЫ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА

Компания «Магнум» — эксклюзивный дистрибьютор высококачественных индийских продуктовых товаров самых разных категорий. Все они производятся и фасуются в Индии и потому являются настоящими «представителями» этой страны. Генеральный директор — Джаин Нирадж. Окончил в 1992 г. Грузинский технический институт по специальности «инженер системотехники», получив степень магистра. В 2003 г. окончил Академию народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации по специальности «финансовый менеджер». Более 30 лет проживает в России.

#### Нирадж, какие именно товары вы привозите из Индии в Россию?

Основная специализация компании «Магнум» — оптовая поставка риса басмати брендов «Дунар» и «Банно», а также чая марки «Махараджа». Еще наш продуктовый портфель включает в себя крайне редкие в России фруктовые консервы — ягода личи и пюре из манго Альфонсо, традиционные восточные сладости в сиропе и молочные напитки с разнообразными вкусами. А в самое ближайшее время мы предложим российским потребителям соль из пустыни Тар — все эти товары тоже выпускаются и фасуются в Индии.

#### За счет чего «Магнум» выдерживает конкуренцию со множеством поставщиков чая и риса?

Конкурентные преимущества компании базируются на высоком качестве товаров и их уникальности — мы поставляем продукты, которых нет в ассортименте многих других фирм. При этом наши партнеры имеют самый высокий рейтинг не только в Индии, но и на Западе.

Например, индийский чай ценится во всем мире. Но не все потребители знают, что чай, произрастающий в северной части страны, намного качественнее, полезнее и вкуснее чая, выращенного на юге. Наша компания предлагает чайные листья, собранные с высокогорных плантаций севера Индии (Дарджилинг Тиста, Дум Дума и т.д.) Поставляемый нами в Россию чай преимущественно плантационный (не купажированный), что свидетельствует о его высоких вкусовых качествах.

#### А в чем уникальность предлагаемого вами риса?

«Магнум» предлагает российскому потребителю рис сорта басмати, который составляет основную долю рациона индийских граждан. Настоящий басмати, обладающий неповторимыми вкусоароматическими характеристиками, растет только в Индии, откуда мы его и привозим.

Компания «Дунар» занимает на мировой арене лидирующие позиции в нише своего товара. Рис басмати этой марки имеет двухлетнюю выдержку (чем она дольше, тем ценнее конечный продукт) и отличается непревзойденным вкусом. А бренд «Банно» прекрасно зарекомендовал себя как на родной земле, так и в России. Выдержка этого риса составляет 1 год.

#### Расскажите о других продуктах, входящих в программу поставок компании «Магнум».

Консервированные личи и пюре из манго сорта Альфонсо — готовые к употреблению сладкие продукты, которые можно использовать в кулинарии, например, при приготовлении десертов, соусов для фруктовых салатов и т.д. Традиционные индийские сладости торговой марки Vikano, впервые появившиеся в России в августе 2019 г., выпускаются одним из топовых индийских брендов и не имеют аналогов на нашем рынке. Поэтому мы уверены — заявленный продукт будет интересен нашему потребителю. Что касается соли (мы привезем ее в ближайшее время), то это уникальный товар, который востребован уже заочно.

Она добывается в богатой минералами пустыне Тар и является экологически чистым продуктом, поскольку не обрабатывается химикатами.

#### Где можно купить товары вашей фирмы?

«Прощупывать» рынок мы начинали с профильных аюрведических магазинов, для которых наш товар был и остается актуальным. Компания поэтапно расширялась и со временем вышла на массовый рынок. Сегодня продукты от «Магнум» представлены в ряде федеральных, региональных и локальных торговых сетей — «Ашан», «Перекресток», «Спар», «Азбука Вкуса», «Твой Дом», «Командор», «Европа», «Глобус Гурмэ», «Бахетле», маркетплейс «Озон», «Утконос» и др. Также наши продукты можно попробовать в ресторанах, кафе и других точках общественного питания, так как мы осуществляем поставки для сегмента HoReCa. Помимо этого, товар присутствует на рынках Белоруссии и Казахстана.

#### Что, помимо качества и уникальности ваших товаров, способствовало успеху вашего бизнеса?

Один из факторов успеха компании «Магнум» — слаженная и профессиональная команда, чувствующая тонкости потребительского спроса. Мы все глубже и глубже изучаем рынок партнеров в Индии, выискивая новые интересные товары для российских граждан. Ну и, конечно, бесперебойность поставок — это один из важнейших показателей стабильности на высококонкурентном рынке.

#### Что в планах?

Компании «Магнум» в этом году исполнилось 15 лет, за которые она достигла больших успехов. При этом мы продолжаем вкладывать все возможные ресурсы в развитие, расширяем ассортимент и рынок сбыта. И как только будет налажена поставка индийской соли, наша команда возьмется за новый проект, который, я уверен, станет столь же успешным, как и все предыдущие.



# МАКОМ РУС

Мы делаем  
мир вкуснее!

# MacomRUS

Компания «Маком РУС» 15 лет поставляет из США на российский рынок высококачественные натуральные вкусоароматические ингредиенты для пищевой промышленности от ведущих мировых производителей:

✓ Butter Buds — натуральные концентраты вкуса со вкусом сливочного масла, молока, сливок и сыров;

✓ Blue Mountain Flavors — натуральные термостабильные ароматизаторы гастрономического профиля;

✓ International Bakers Services — термостабильные ароматизаторы;

✓ Virginia Dare — натуральные экстракты и ароматизаторы.

Спектр применения этих ингредиентов очень широк. Представленные ассортиментные линейки натуральных пищевых ароматизаторов позволяют получить нужный результат практически в любой отрасли пищевой промышленности. Предлагаемая нами продукция

прошла испытание временем и потребителями и отлично зарекомендовала себя на российском рынке.

В нашей компании работают профессиональные технологи, имеющие большой практический опыт в создании вкусовых решений в различных отраслях пищевой промышленности. Обширные теоретические знания и постоянная практика по проведению лабораторных экспериментов и промышленных выработок позволяют минимизировать временные и ресурсные затраты на поиск удачного вкусового решения.

Разработанные вкусовые решения мы демонстрируем на готовых продуктах. Это позволяет увидеть всю яркую палитру вкусов и оценить результат применения наших ингредиентов.

ООО «Маком РУС» осуществляет продажу пищевых ароматизаторов оптом и мелким оптом. Мы помогаем подбирать вкусоароматические комби-

нации как подразделениям R&D крупных транснациональных корпораций, так и небольшим производственным предприятиям. Приоритетом для нас является быстрое нахождение эффективного решения конкретных задач, стоящих перед нашими клиентами.

С ними мы поддерживаем тесный контакт. Наши специалисты всегда охотно выезжают к клиенту для проведения выработок продукции в производственных условиях. Мы даем рекомендации по использованию наших ароматизаторов в различных видах готовой продукции, публикуем тематические статьи в отраслевых изданиях, участвуем в выставках и конференциях.

Всегда рады постоянным и новым клиентам, с удовольствием возьмемся за решение новых интересных и сложных задач.

Мы делаем мир вкуснее!

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ В РОССИИ И СТРАНАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

# MacomRUS

Мы делаем мир вкуснее!

+7 495 989 52 20 [INFO@MACOMRUS.RU](mailto:INFO@MACOMRUS.RU)

[WWW.MACOMRUS.RU](http://WWW.MACOMRUS.RU)



НАТУРАЛЬНЫЕ КОНЦЕНТРАТЫ ВКУСА  
МАСЛА, МОЛОКА, СЛИВОК, СЫРА



НАТУРАЛЬНЫЕ ЭКСТРАКТЫ  
И АРОМАТИЗАТОРЫ



НАТУРАЛЬНЫЕ ТЕРМОСТАБИЛЬНЫЕ  
АРОМАТИЗАТОРЫ



ТЕРМОСТАБИЛЬНЫЕ  
АРОМАТИЗАТОРЫ

# MINEBEA INTEC

**Minebea**  
**intec**  
The true measure

## ESSENTUS: ДОСТУПНЫЙ ЧЕКВЕЙЕР ДЛЯ РЕШЕНИЯ САМЫХ РАЗНЫХ ЗАДАЧ

Minebea Intec, поставщик инновационных весоизмерительных и инспекционных технологий на мировом рынке, представляет Essentus — новую линейку решений для динамического взвешивания продуктов с широким набором дополнительных функций, обеспечивающих возможности адаптации к конкретным вариантам применения.

Создателями Essentus было принято решение представить линейку поточных чеквейеров в двух вариантах исполнения: экономичный, Essentus efficiency, предлагающий пользователю базовый набор функций, и производительный, Essentus performance, с расширенной функциональностью. Устройства обоих классов можно заказать в модификациях, подходящих для работы с продукцией разных весовых категорий: чеквейеры типа «L» предназначены для взвешивания легких предметов массой до 6 кг, а вариант «H» можно использовать для обработки тяжелых товаров массой до 60 кг. При этом пользователям всех моделей в равной мере будут доступны такие преимущества, как высокая точность взвешивания, надежность конструкции, простые и понятные принципы эксплуатации, а также технологии с использованием тензометрических датчиков последнего поколения. Параметры конвейерных лент подбираются по желанию заказчика: длина может варьироваться от 300 до 2100 мм, а ширина — от 50 до 900 мм, что позволяет приспособить любой чеквейер для решения широкого круга задач.

### **Essentus efficiency: простой, надежный, универсальный**

Устройства категории Essentus efficiency создавались для выполнения основных весоизмерительных задач, стоящих перед системами весового контроля. Проверенные конвейерные технологии — это гарантия надежности всех

решений, которые предлагает Minebea Intec. Хорошо заметный светодиодный поточный сигнализатор, доступный в системах расширенной комплектации, прост в эксплуатации и отображает показания системы весового контроля по трем категориям: недовес, нормальный вес и перевес — в дополнение к соответствующей индикации на дисплее. Помимо контрольного взвешивания отдельных единиц продукции, весы также можно использовать для проверки полноты заполнения тары в конце производственной линии. Устройство управления оснащено ЖК-дисплеем и может хранить информацию о 100 и более наименований продукции; по требованию его можно установить отдельно от весоизмерительного устройства. Результаты измерения веса отдельных единиц товара передаются через интерфейс RS 232. Кроме того, доступны интерфейсы типа RS 422, RS 485, Profibus-DP и ProfiNET.

### **Essentus performance: расширенная функциональность, расширенные возможности подключения**

Системы Essentus performance по базовой функциональности аналогичны решениям Essentus efficiency, но выгодно отличаются от них благодаря наличию дополнительных возможностей, которые отсутствуют в базовом варианте. Например, их можно использовать для управления работой фасовочных систем, расположенных выше по потоку. Кроме того, даже в стандартной моди-

фикации данная модель обеспечивает наличие разнообразных статистических данных в объемах, достаточных для контроля производственного процесса и оценки результатов при решении большинства задач. Подробные аналитические выкладки наглядно отображаются на цветном графическом ЖК-дисплее. Функция автоматической регулировки скорости позволяет встраивать весы в действующие производственные линии. Управление системой не представляет трудностей: в режиме обучения любой сотрудник, даже без предварительной подготовки, может с легкостью создавать новые наименования продукции и вникать в рабочий процесс благодаря пошаговым инструкциям.

В среднесрочной перспективе все модели чеквейеров Essentus будут также предложены в модификациях, соответствующих требованиям Директивы 2004/22/ЕС «Об измерительных приборах» — это позволит в очередной раз значительно увеличить количество возможных вариантов применения.

Чеквейер Essentus efficiency в модификации «H» для тяжелых товаров массой до 60 кг: надежное и доступное по цене весоизмерительное решение, подходящее для решения простых базовых задач

Чеквейер Essentus performance в модификации «L» для легких товаров массой до 6 кг: расширенный набор функций, обеспечивающий удовлетворение индивидуальных требований и повышенное удобство в эксплуатации



Чеквейер  
Essentus efficiency  
в модификации «H»



Чеквейер  
Essentus performance  
в модификации «L»



# НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ

## КАК ПО МАСЛУ: ВЫГОДА И ПОЛЬЗА ВЫСОКООЛЕИНОВЫХ СОРТОВ

Мировой рынок масел стремительно меняется в пользу экологичности. Совладелец компании «Натуральные продукты» Алексей Подобедов рассказывает, как данное направление развивается в России и почему делать ставку на научный подход — экономически выгодно.

### Ваша компания — один из лидеров в своем сегменте, с чего вы начинали?

В 90-х здесь, в Краснодарском крае, было несколько заводов. Мы занимались обработкой масличных культур — рапса, сои, подсолнечника. Но за 20 лет рынок заняли крупные российские и зарубежные игроки, заработки небольших производителей упали в разы, многие обанкротились. Нужно было придумать какую-то особенную стратегию. В тот момент мы и решили производить масло премиум-класса. Соевый бизнес мы развивали параллельно — после кризиса 2008 г. и подорожания доллара наша компания стала главным поставщиком соевой муки для фабрик «Рот Фронт», «Красный Октябрь», «Бабаевская».

### Для этого потребовалась какая-то специальная подготовка производства?

Мы обратились к ученым из петербургского НИИ жиров и краснодарского ВНИИМК, занимавшихся созданием различных сортов и гибридов масличных культур. Специалисты ВНИИМК (г. Краснодар) в 1970 г. создали высокоолеиновые гибриды, но они сегодня всеми забыты, наше предприятие использует для переработки только высокоолеиновые гибриды — это и является нашим преимуществом.

К выбору поставщиков мы относимся не менее тщательно. «Натуральные

продукты» сотрудничают только с теми аграрными хозяйствами, где развита высокая культура земледелия, где исправная техника. Мы даем им надбавку в 10–15% от стоимости обычных семян, и они специально для нас засеивают поля высокоолеиновыми сортами подсолнечника, из которого и делают наше масло.

### А в чем, собственно, преимущество высокоолеиновых сортов перед обычными?

В состав подсолнечного масла входят две основные кислоты: омега-6 и омега-9, она же олеиновая. Ее ценность — в пользе для организма: она стимулирует обмен веществ, улучшает работу кишечника, защищает от атеросклероза и в избытке содержит витамин Е — природный антиоксидант. И если в обычном рафинированном масле содержится примерно 40% олеиновой кислоты, то в маслах «Натуральных продуктов» их не менее 85%. Но достичь этого можно только при холодном отжиме, без использования специальной температурной и химической обработки.

Высокоолеиновое масло сохраняет полезные свойства не только в салате, но и на сковороде — жарить на нем без образования канцерогенов можно несколько часов, а на обычном рафинированном не более 20 минут. Причем питательная ценность нашего масла ничуть не меньше, чем у оливкового, хотя оливковое обходится рядовому потребителю в два раза дороже.

### Тяжело ли было завоевать свое место на рынке, особенно в первые годы?

Мы решили продавать продукта меньше, но лучшего качества. Лично встречались с каждым потенциальным



Директор, совладелец — Алексей Подобедов

покупателем, с каждым дистрибьютором. Детально объясняли, в чем конкурентное преимущество «Натуральных продуктов» и в чем польза наших масел. По-другому это и не работает.

Такой подход оправдал себя. За семь лет нашими покупателями стали множество компаний в 60 регионах. Это и небольшие региональные торговые сети вроде краснодарского «Табриса», и крупные ритейлы — «Пятерочка», «Магнит», «Лента» и METRO.

Причем на российском рынке «Натуральные продукты» занимают уникальную нишу. Мы являемся фактически единственными поставщиками высокоолеиновых масел, хотя это основное направление для Европы и Америки. Скажем, во Франции 80% посевов занимают именно такие сорта, в США — более 50%. Там покупатели чаще берут купажи — смеси из обычного и высокоолеинового или льняного масла. Думаю, в ближайшие десять лет обыкновенные линолевые сорта подсолнечника будут постепенно уходить с рынка.

### На фоне таких перемен как вы планируете расширять свой бизнес?

Скажем так, до 2018 г. у нас не было других товаров, кроме подсолнечника холодного отжима. А сейчас мы производим масло из льна, зародыша кукурузы и на основе этих масел выпускаем купаж под ТМ «Гурман». У нас нет такой задачи — сделать 15 разных сортов. Вместо этого мы планируем в будущем брать традиционные русские культуры, к примеру горчицу, коноплю, таким образом расширить линейку товаров и завоевать новых покупателей.





# МЯСНОЙ ДОМ КАРЕЛИЯ

## КОЛБАСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ КАРЕЛИИ — РЕКОМЕНДУЕМ ПОПРОБОВАТЬ

ООО «Мясной дом Карелия» — стабильная, динамично развивающаяся компания, занимающаяся производством колбасных изделий и мясных деликатесов с 1997 г.

Ассортиментная линейка предприятия включает в себя более 40 наименований продукции собственного производства: колбасы, сардельки, сосиски, мясные деликатесы, куриные и свиные копчености, ветчины и многое другое. При их изготовлении и внедрении новых видов изделий здесь всегда стремятся максимально учитывать пожелания покупателей. Качество продукции обеспечивается оснащенностью предприятия современным оборудованием, применением новейших технологий мясопереработки.

Компания является постоянным участником международных выставок продуктов питания World Food и «Продэкспо». Об основных принципах работы и планах дальнейшего развития рассказывает генеральный директор ООО «Мясной дом Карелия» Олег Кравченко.

**Олег, уже сам факт того, что компания существует и успешно работает свыше 20 лет, говорит о многом. Во всяком случае, о надежности, большом запасе прочности, стабильном спросе на продукцию.**

Да, в Республике Карелия мы давно зарекомендовали себя как предприятие, выпускающее качественную, вкусную продукцию. Однако компания существует уже третий десяток лет, и все экономические проблемы и страны в целом, и отрасли, кризисные периоды мы переживали наравне со всеми. Были, конечно, очень непростые времена. Когда-то в республике насчитывалось порядка 15 предприятий, подобных нашему. Сегодня кроме нас работают всего две компании, выпускающие продукцию схожего ассортимента.

Я возглавляю компанию уже шестой год, пришел сюда как раз в очень сложный период. Экспансия в регион федеральных торговых сетей, значительное сокращение количества небольших предприятий розничной торговли, ряд других факторов поставили предприятие в очень непростое положение.

Честно говоря, ситуация сложилась такая, что мы стояли перед дилеммой:

закрывать предприятие или все же как-то попытаться его сохранить, продолжить бороться с неблагоприятными обстоятельствами.

### Что послужило основным аргументом для сохранения производства?

Наверное, мнение самого трудового коллектива. Многие люди на предприятии со дня его основания, отдали его развитию годы жизни, и потом с рабочими местами в республике ситуация непростая, найти достойную работу большинству наших сотрудников было бы нелегко. В общем, я принял решение сохранить компанию.

Со временем удалось найти инвесторов, пришлось внести и свои собственные средства, чтобы расплатиться с долгами компании. И начать работу практически с нуля уже под новым названием — «Мясной дом Карелия». Было это пять с половиной лет назад.

### Можно сказать, что тогда произошло второе рождение предприятия.

Да, это действительно так. Мы пересмотрели свою политику взаимоотношений с предприятиями торговли.

Расширение влияния федеральных и региональных торговых сетей — свершившийся факт. Сегодня они контролируют порядка 80% продовольственного рынка республики. Значит, нужно налаживать с ними отношения, учиться взаимодействовать, учитывать их потребности при формировании ассортимента выпускаемой продукции.



Генеральный директор — Олег Кравченко

### Это удалось?

Да, сейчас мы поставляем свою продукцию в магазины всех крупных федеральных торговых сетей. Начали с «Ленты», затем наладили контакты с «Интерторгом», «Пятерочкой», «Дикси», «Магнитом»...

### Речь идет о сетевых торговых точках, расположенных исключительно на территории Республики Карелия?

Да. И в этом — проблема. Потому что нам очень хотелось бы представить свою продукцию в других регионах. Причем во всем ее многообразии. Ассортимент колбасных изделий, востребованный сетями, все же достаточно узок. Мы поставляем туда продукцию семи-восьми позиций. А вот те виды колбас, мясных деликатесов, которые, можно сказать, являются нашей гордостью, отличаются высочайшим качеством, оригинальной рецептурой, сети игнорируют.



Конечно, и эти изделия находят спрос. Многие жители нашей республики уже не первый год покупают такую продукцию, она пользуется успехом. Но республиканский рынок все же ограничен по объемам.

Сегодня мы думаем о том, как выйти со своей фирменной высококачественной продукцией на рынки других регионов.

## О реальных перспективах уже можно говорить?

Это — решаемый вопрос. Во всяком случае, во время выставок, в которых мы постоянно участвуем, интерес к нашей продукции со стороны представителей локальных региональных сетей очень большой. И качество нашей продукции всегда оценивается высоко. Например, на последней выставке «Продэкспо» мы получили две серебряные и одну бронзовую медали именно за высокое качество.

Сейчас необходимо решить вопрос логистики. Доставлять нашу продукцию из Петрозаводска, например, в какую-либо из областей центра России — накладно. Пока нам удалось организовать склад в Мурманске, поставлять продукцию туда. Но планы — гораздо масштабнее. Именно поэтому сейчас мы взяли в аренду складские помещения в Москве. В порядке эксперимента поставляли свои колбасы и деликатесы в небольшой московский магазин, специализирующийся на продукции карельских предприятий. Спрос был очень хороший, он превзошел наши ожидания. Что стало еще одним подтверждением того, что мы — на правильном пути.

## Склад в Москве — своего рода плацдарм для расширения рынка сбыта?

Именно так. В этом году, если говорить о локальных сетях, мы уже опоздали с заключением договоров, но в следующем, надеюсь, будем этот плацдарм использовать активно, сейчас продолжаем поиск контрагентов. Мы верим, что наши планы реализуются. С учетом перспектив развития даже закупили новое современное оборудование. Причем российских



производителей. Оно нас вполне устраивает. Сегодня наши производственные мощности загружены примерно на 40%, поэтому проблем с увеличением объемов производства не будет.

## Выход на рынки, уже освоенные другими производителями подобной продукции, — это всегда риск. Вы готовы к конкурентной борьбе?

Да, мы уверены в своих силах. Мы — небольшое предприятие, работаем практически без склада, вся произведенная продукция сразу же направляется потребителю. Колбасы, мясные деликатесы поступают на прилавки свежими. Мы используем продукцию только проверенных поставщиков, натуральные ингредиенты, не покупаем замороженное сырье.

Во главу угла у нас всегда ставилось качество. Существует немало технологических решений, которые, не нарушая требований к безопасности выпускаемой продукции, позволяют снижать ее себестоимость. Другое дело, что на вкусовых качествах конечного продукта такие технологии тоже сказываются. Причем не лучшим образом. Этот путь — не для нас.

Вся поставляемая продукция имеет необходимые сертификаты и декларации о соответствии. За высокие потребительские свойства продукции предприятие награждено медалями «За качество».

В июне прошлого года «Мясной дом Карелия» получил разрешение на применение знака соответствия системы добровольной сертификации «Сделано в Карелии».

Мы всегда очень внимательно прислушиваемся к пожеланиям покупателей. Отслеживаем объемы продаж по каждой позиции. Практически ежемесячно вносятся изменения в ассортимент выпускаемой продукции. Отсеиваются те позиции, которые не пользуются большим спросом. Взамен появляются новинки.

## Их авторы — собственные, штатные технологи?

Да, но мы не стесняемся привлекать и специалистов со стороны, приглашаем профессионалов из Москвы, Санкт-



Петербургу. То есть здесь, в регионе, стараемся в этом плане не отставать от столичных требований.

## Но многих потребителей сегодня интересуют не столько новинки, сколько колбасные изделия, близкие по вкусу и качеству к той продукции, которая выпускалась еще во время существования СССР. И их, наверное, можно понять.

Мы, кстати, тоже прекрасно их понимаем. У нас в каждом направлении есть несколько видов изделий, которые изготавливаются в строгом соответствии с требованиями советских ГОСТов. В то же время один из фирменных видов нашей продукции — ветчина «Онежская» выпускается по ТУ, хотя изготавливается по ГОСТу. Просто потому, что не было в советское время ветчины с таким названием. То же самое можно сказать про колбасу «Петрозаводская».

Петрозаводск — небольшой город. Здесь все на виду. Наш слоган: «Изготовлено своими для своих» — это отражение основного принципа работы компании. Мы гордимся качеством выпускаемой продукции. И надеемся, что оценить его по достоинству скоро смогут и жители других регионов нашей страны.

# НАБЕРЕЖНОЧЕЛНИНСКИЙ КАРТОННО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ ИМ. С. П. ТИТОВА



## ЛИДЕР ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНОЙ ОТРАСЛИ

Народное предприятие Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат им. С. П. Титова входит в десятку крупнейших предприятий целлюлозно-бумажной промышленности России. На его долю приходится 7% рынка всей гофропродукции, которая выпускается в нашей стране. Признанный лидер отрасли по внедрению инновационных технологий и оборудования, комбинат первым в России освоил выпуск семислойного гофрокартона и нанес офсетную печать на микрогофрокартон профиля F, а также стал пионером в изготовлении из гофрокартона популярных сегодня лотков и поддонов самосборной конструкции. О том, чем сегодня живет предприятие, читайте в интервью с заместителем генерального директора-коммерческим директором Евгением Залогиним.



### Заместитель генерального директора-коммерческий директор — Евгений Залогин.

Родился в Рыбинске в 1968 г. Имеет высшее образование. На комбинате с 1993 г. Прошел трудовой путь от слесаря-ремонтника до заместителя генерального директора. В последней должности с 2015 г. Женат, имеет дочь. Хобби: строительство собственного дома.

### Евгений, у комбината непростая история. Расскажите об этом поподробнее.

Днем рождения предприятия считается 15 июня 1981 г. Именно в этот день приступила к работе дирекция строящегося комбината, идея создания которого принадлежит Георгию Орлову, председателю Государственного комитета Совета министров СССР по лесной, целлюлозно-бумажной, деревообрабатывающей промышленности и лесному хозяйству. Инициатива была поддержана председателем Совета министров СССР Алексеем Косыгиным.

Однако после ухода Косыгина на заслуженный отдых проект строительства был отвергнут его преемником. Георгий Орлов в поисках источника финансирования получил банковский кредит. Чтобы построить и заставить заработать комбинат, а затем расплатиться с кредитом, был приглашен опытный специалист целлюлозно-бумажной промышленности Сергей Титов, чье имя и носит предприятие. Строительство шло нестабильно. Это было трудное время для работников комбината, многие уходили. Остались лишь самые преданные общему делу — возведению одного из лучших на сегодняшний день комбинатов в отрасли.

### Каковы основные направления деятельности предприятия?

Комбинат выпускает продукцию по трем направлениям: бумажные санитарно-гигиенические изделия (туалетная бумага, в том числе для диспенсеров, бумажные полотенца), упаковка из гофрокартона, потребительская упаковка (из кашированного картона с профилем

Е/В и из мелованного/немелованного картона хром-эрзац).

В состав предприятия входят три фабрики: картонная, бумажная и фабрика по производству гофротары. На первой выпускается картон для плоских слоев гофрированного картона плотностью от 125 до 250 г/м<sup>2</sup> с беленым и небеленым целлюлозным покровным слоем, а также макулатурный картон с естественным цветом волокна и бумага для гофрирования плотностью от 80 до 250 г/м<sup>2</sup> с естественным цветом волокна. Комбинат ежегодно производит более 10 тыс. т картона с белым покровным слоем для собственного полиграфического производства, более 109 тыс. т картона для плоских слоев гофрированного картона и около 69 тыс. т бумаги для гофрирования.

На бумажной фабрике изготавливается туалетная бумага без гильзы, на гильзе однослойная и двухслойная, бумажные полотенца. Кроме этого в ассортименте комбината туалетная бумага для диспенсеров и индустриальные полотенца. Данные позиции предназначены прежде всего для общественных мест:





торговых центров, кафе, ресторанов, аэропортов.

И, наконец, фабрика по производству гофротары — современное, полностью автоматизированное производство. Перенастройка с одного на другой формат осуществляется в считанные секунды. Нарезанные по размеру листы и заготовки с гофроагрегатов фирмы BHS поступают на автоматические печатно-высекальные линии фирм Bobst, Mitsubishi, Martin, Rapidbox. На фабрике по производству гофротары их 14, что позволяет одновременно выпускать несколько модификаций гофротары различных размеров и конструктивной сложности.

### **Значит, на комбинате есть и полиграфическое оборудование?**

Да, полиграфическое производство обеспечивает отдельное подразделение. Листовая печатная машина позволяет наносить полноцветную офсетную печать и водно-дисперсионный лак. Кроме этого установлены кашировальная машина, два высекальных прессы, работающих в автоматическом режиме, оборудование для заклейки окошек пленкой, фальцевально-склеивающая машина.

### **Какую упаковочную продукцию вы выпускаете для пищевой отрасли?**

В пищевой отрасли, наверное, нет таких сегментов, которые бы мы не охватывали в плане производства упаковки. Овощные лотки, тара под арбузы, упаковка для кондитерской продукции — далеко не весь перечень ассортимента.

Реализацией продукции занимаются дилеры. Наши официальные представители — компании «Пакмил», «Пакпрестус», «Челнинский картон». Они реализуют продукцию комбината по ведущим транснациональным корпорациям, которые базируются на территории России. По некоторым позициям мы довольно плотно работаем также с Казахстаном.

### **Можете ли вы под запросы клиента разработать оригинальную упаковку?**

Конечно. Такие запросы поступают ежедневно. Например, часто присылают образцы своей тары и просят помочь ее оптимизировать. В Центре технической подготовки производства разрабатываются конструкция, дизайн, нормативно-техническая документация для будущей упаковки, ротационные и плоские станциформы, печатные формы. Специалисты комбината подбирают и создают оптимальную конструкцию упаковки, предоставляют ее плоттерный образец для проверки внутренних размеров и функциональности. Центр оснащен современным оборудованием и технологиями, позволяющими удовлетворить потребности клиентов качественно и в кратчайшие сроки.

### **В чем преимущество вашей продукции перед аналогами?**

Основное конкурентное преимущество продукции — ее высокое качество. Наш товар знают и ценят на рынке. Ежегодно на модернизацию и покупку нового оборудования комбинат направляет 60% чистой прибыли. Это не только позволяет увеличивать количество выпускаемой продукции, но и делает ее еще более качественной. Мы эффективно сотрудничаем с такими ведущими мировыми производителями оборудования, как BHS (Германия), Bobst (Швейцария), Voith (Германия), Andritz (Австрия), Mitsubishi (Япония), GL&V (Швеция), Metso/Valmet (Финляндия/Швеция), Emmeri group (Италия), Minda (Германия), Fabio Perini (Италия) и другими.

По итогам исследования, проведенного компанией Andritz, наш комбинат вошел в тройку мировых лидеров по механической прочности своей продукции — картона для плоских слоев гофрокартона (лайнера) и бумаги

для гофрирования (флютинга), которые выпускаются из макулатуры.

### **Планируете ли вы открывать новые производственные площади?**

Как раз в данный момент этим активно занимаемся. Мы выбрали идеальный с логистической точки зрения город Московской области — Клин. Через него проходят две связывающие Санкт-Петербург и Москву трассы. Необходимость в постройке новых производственных площадей в Центральном регионе обусловлена большими транспортными расходами. Именно этот регион является основным потребителем картонно-бумажной продукции. На сегодняшний день завершаются пусконаладочные работы по первой очереди.

Кроме того, в ближайшее время мы планируем запуск линии Jumbo фирмы Engico для изготовления крупногабаритной гофротары в Набережных Челнах. Для такой линии на территории фабрики по производству гофротары построили отдельное здание. Нужно отметить, что в СНГ это самая большая линия, и комбинат является лидером в секторе крупногабаритной тары.



# NOMAD

## ЛУЧШЕЕ ОТ ПРИРОДЫ В ИЗВЕЧНОМ ПУТЕШЕСТВИИ ПО ЖИЗНИ



«Все мы — путешественники по жизни, во времени и в пространстве и в это путешествие стараемся брать лишь самое лучшее», — говорит создатель бренда NOMAD (греч. «кочевник») Александр Вовний. Во время кругосветного путешествия на велосипеде, которое длилось 15 лет, он посетил 60 стран, наблюдал жизнь людей и знакомился с их опытом. По словам Александра, NOMAD был создан как продолжение этого большого путешествия, во время которого и сформировалась базовая концепция и философия будущего производства.



Создатель бренда NOMAD — Александр Вовний

### Александр, что лежит в основе философии бренда?

Задача NOMAD — изготовление честных натуральных продуктов по бескомпромиссной рецептуре, позволяющей получить отличный вкус без использования разного рода «улучшителей». Буквально из рук в руки мы передаем людям лучшее от природы, являясь своего рода проводниками.

### В какой продукции вы воплотили эту идею?

Мы производим варенье из майских одуванчиков, джем из цветов иван-чая, варенье и джем из зеленых сосновых шишек, натуральные мармелады и цукаты без варки — из черноплодной рябины, клюквы, ревеня, тыквы, вяленые томаты, кофейный напиток из корней одуванчика, а также иван-чай — черный, зеленый и СТС.

В основе рецептур — мои собственные разработки, некоторые из них сейчас находятся в процессе патентования. Конечно, у рецептуры есть отправные точки, подчас с тысячелетней историей, но каждый продукт создается практически заново и строго в соответствии

с нашей концепцией — честно. Я несу личную ответственность за каждую выпускаемую единицу.

### Что представляет собой «честная» переработка сырья, и каковы свойства продуктов, изготовленных из него?

Например, для приготовления варенья из одуванчиков мы используем лишь ту влагу, которая есть в самих цветах, и не варим его. Получается томленный продукт, по сути — жидкий экстракт цветов одуванчика. Варенье отлично подходит тем, кто стремится поддерживать тонус своего организма, оно обладает желчегонными свойствами и может быть использовано в качестве вкуснейшего гипоаллергенного заменителя меда.

Мы единственные на российском рынке изготавливаем цукаты без варки по собственной технологии, которую я оттачивал два с половиной года. Цукаты без варки — наш конек. Этот продукт сохраняет все полезные свойства сырого продукта, являясь сладким лакомством, которое можно употреблять каждый день.

Вяленые томаты на рынке не редкость, но наши отличаются тем, что мы завяливаем их очень быстро и «нежно», используя чайные сушильные машины, благодаря чему они сохраняют структуру, яркий вкус и не требуют добавления специй.

Джем из цветов иван-чая мы производим с добавлением натуральных

пектинов. Это желеобразное лакомство помогает поддерживать хорошее настроение, силы, обладает обволакивающим свойством, способствует выведению солей тяжелых металлов и в целом укрепляет и оздоравливает организм.

В промышленных масштабах производим мы и такой необычный продукт, как кофейный напиток из корней дикорастущего одуванчика. Он обладает очень сильным желчегонным и общеоздоравливающим свойствами.

А вот вареньем из сосновых шишек уже никого не удивить. Но мы решили пойти дальше и, насколько я знаю, в 2018 г. были единственными в России, кто изготавливал из полноценных целиковых шишек джем и даже крем.

### В вашем ассортименте есть и иван-чай — наверное, в его поставках конкурентов у вас немало?

Действительно, производство иван-чая — достаточно избитая, но, тем не менее, перспективная тема. Мы подошли к ней очень серьезно, и в России на 2019-й г. по убранству пока нет продукта лучшего качества. Мы единственные производим промышленный зеленый иван-чай по технологии зеленого чая. Это важный момент, т.к. иван-чая с названием «зеленый» на рынке очень много, но он по сути таковым не является.

Наш черный листовый иван-чай по качеству уникален — благодаря некоторым технологическим приемам, кото-



рые являются предметом патентования. В дальнейшем мы планируем делиться разработками путем лицензирования, формируя стандарты производства качественного иван-чая и разрабатывая торговые сорта, которые можно будет поставлять и за границу.

## А как обстоят дела с сырьевой и производственной базами?

Черноплодную рябину закупаем в Центральной России, клюкву садовую под Костромой и в Белоруссии, крыжовник в Центральной России и на Урале, одуванчики собираем в Сысертском районе Свердловской области. Всех поставщиков я знаю в лицо, со всеми стараюсь наладить долгосрочные взаимоотношения. А еще мы финансируем фермерское хозяйство, где для нас выращивают ревеня. Естественно, все сырье имеет сертификаты качества.

В 2019 г. я купил землю, новое оборудование и, надеюсь, в конце осени мы переедем в новое помещение, которое позволит резко увеличить объемы производства. Если сегодня мы производим порядка 5 т цукатов в месяц и 6 т джемов и варенья, то после модернизации эти цифры вырастут до 15 т и 18 т.

## И все-таки курс на натуральность сегодня держат многие компании. В чем ваши преимущества?

В нашем креативном подходе к формулам. Стараемся делать то, чего не делает никто, либо делает, но в очень малых количествах. Большинство наших продуктов уникальны, «неудобны» для производства, поэтому в своей нише мы чувствуем себя достаточно уверенно. Производить аналогичный продукт крупным производствам неинтересно, тяжело. А малые неспособны составить нам конкуренцию на данный момент — им придется несколько лет нас «догонять».

## В какой ценовой категории находится ваша продукция и на какой рынок сбыта вы делаете ставку?

Использование собственных рецептур, а также ручного труда в производстве позволяет нам предлагать продукты в сегменте премиум-класса. Наши розничные покупатели — люди 35–65 лет, имеющие стабильный источник дохода и способные оценить оформление, нюансы и состав продукции NOMAD.

Но сегодня упор мы делаем на реализацию через дилеров. Сотрудничество с ними дает нам возможность сосредоточиться на производстве. Кстати, уже третий год мы продаем не ТМ NOMAD, а то, что она делает: сырье, которое могут реализовывать под своей торговой маркой другие компании — например, те, что состоялись на рынке и хотели бы удивить потребителей чем-то новым. Продукт на вес продаем по среднерыночной стоимости.

Сегмент HoReCa тоже интересен для реализации. Но чтобы выйти на него, нам необходимы «проводники» — люди, которые отлично знают этот рынок и умеют правильно позиционировать ингредиенты.

Главную ставку я делаю на сотрудничество с предприятиями, использующими наши цукаты, варенье, джемы в качестве ингредиентов для изготовления своей продукции. С точки зрения увеличения оборотов и уверенного ощущения себя на рынке это единственно правильный вариант. Я крайне заинтересован в том, чтобы наша компания развивалась как производитель сырья и в итоге стала федеральным поставщиком. Сегодня это задача номер один!

## Может ли ваша продукция быть интересна за рубежом?

Выход на западноевропейский рынок — вторая наша задача. Я родился в Прибалтике, долгое время жил там и очень неплохо знаю реалии Запада. У нас есть позиции, которые будут там интересны — например, одуванчиковый мед, джем и варенье из шишек, да тот же иван-чай при правильном позиционировании будет очень востребован. Сейчас мы делаем



первые шаги, чтобы представить эту продукцию на западном рынке.

## Кстати, как сказались «честный» подход к производству на сроке хранения вашей продукции?

Настоящему номаду нужно всегда иметь под рукой качественный продукт, который будет хорошо сохраняться в путешествии по жизни. Наши мармеладки хранятся не менее полугода, остальная продукция — от года и более. Кстати, это делает ее очень подходящей для людей, работающих в экстремальных условиях: полярников, военных, тех, кто уходит в далекие экспедиции. Наши цукаты для них — идеальная подпитка, содержащая витамины, микро- и макроэлементы и, конечно же, энергию природы, передаваемую нами из рук в руки.



## ОЗЁРЫ

## ХРУСТЯЩИЙ КАРТОФЕЛЬ

Специальные сорта картофеля для производства чипсов в подмосковном хозяйстве АО «Озёры» выращивали давно, но в 2014 г. пришла идея развивать направление переработки и создать конечный продукт под собственной маркой. Для этого в лаборатории селекции хозяйства были выведены особые сорта картофеля «Барин» и «Рубиру», соответствующие всем необходимым требованиям. Сегодня производство чипсов марки «Барин» осуществляется на двух линиях, и весь объем успешно реализуется. Более того, хозяйство планирует расширение производственных мощностей. О перспективах направления мы беседуем с заместителем генерального директора по развитию АО «Озёры» Иваном Тихоновым.

#### Как возникла идея производить чипсы под собственной маркой?

Чипсовый картофель мы выращиваем давно. Изначально работали по контрактам с крупными переработчиками картофеля, поставляли им картофель и сейчас являемся поставщиками для крупных перерабатывающих предприятий. Картофель — главная культура хозяйства «Озёры», и основной упор мы делаем на чипсовые сорта. Созданию собственного производства чипсов предшествовала одна история. В 2011 г. в партии семенного картофеля, выращенного из импортного материала, обнаружили скрытую форму бактерий. У нас были серьезные неприятности, в хозяйстве прошли массовые проверки. Главный вывод, который мы сделали из этой истории, — нельзя полагаться на чужие семена. Тогда мы создали собственную лабораторию, в которой выводились сорта, устойчивые к вирусу Y и пригодные для переработки. Это был первый и самый главный шаг. Получив собственные семена, мы стали независимы от сторонних поставщиков и гарантированно обеспечены недорогим и качественным сырьем. Тогда генеральный директор хозяйства Сергей Прямов и предложил начать самим производить чипсы. Было закуплено оборудование, и производство началось.

#### Как вам удается конкурировать на таком сложном рынке, как рынок чипсов?

Конечно, мы не можем и не пытаемся конкурировать с крупными производителями, которые проводят масштабные рекламные кампании. Если вкладывать большие деньги в рекламу, это отразится на себестоимости, а мы стараемся делать бюджетный продукт. Розничная цена упаковки наших чипсов массой 40 г сопоставима с ценой половины буханки хлеба. Наше главное преимущество в том, что мы держим в своих руках весь цикл производства: сами осуществляем и производство посадочного материала, и выращивание, и хранение, и обработку картофеля. Мы не зависим от импортных поставок и колебаний закупочных цен, четко понимаем себестоимость нашего продукта и сами тщательно отслеживаем качество продукта абсолютно на всех этапах — от семенного материала до готовой продукции в упаковке.

#### Какие свойства делают ваш продукт уникальным?

Наша продукция отличается натуральным составом, в ней нет никаких добавок, вызывающих привыкание. К тому же мы преднамеренно не делаем




большие упаковки, а предлагаем покупателям оптимальный баланс между энергетической ценностью продукта, углеводами, которые получает человек, и объемом пачки. А что касается узнаваемости марки, то мы считаем, что в каждом регионе должны быть свои марки. Когда потребитель знает, что это натуральный продукт, произведенный в его регионе, когда он может в любой момент приехать и увидеть, как выращивается этот картофель, к бренду складывается особое отношение.

#### Как строится система реализации?

Осуществляем развитие дистрибьюторской сети. Попасть на полки крупных гипермаркетов торговых сетей для нас, конечно, очень сложно, так как эти сети принадлежат в основном зарубежным компаниям, и у них нет заинтересованности в российском продукте. Поэтому на сегодняшний день чипсы «Барин» проще найти за пределами столицы. За два года мы увеличили свои продажи в плане экспорта. Сейчас поставляем наш продукт в Казахстан, Белоруссию, Молдову.

#### Какие планы по развитию ассортимента?

Сейчас мы ведем работы по расширению производства. Закуплено новое оборудование. Будет расширена линейка продукции за счет введения в ассортимент цветных чипсов из натурального картофеля без каких-либо красителей. Для этого мы работаем над выведением новых чипсовых сортов красного и фиолетового картофеля. Планируется также производство тонкой снековой соломки из натурального картофеля. Надеемся, что появление цветных чипсов повысит интерес к нашей марке, и тогда мы уже сможем создавать дистрибьюторскую сеть в регионах.



# ПК «МАРИОН»



**Марион Групп**

ПИЩЕВОЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

## ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ: КАЧЕСТВО ГАРАНТИРОВАНО

Компания «Марион» занимается производством, поставкой и монтажом пищевого оборудования для малых и средних предприятий. За годы работы коллективом накоплен богатый опыт в осуществлении различных проектов для пищевой промышленности. Каждый реализованный компанией проект является индивидуальным. Специалисты предприятия проектируют и изготавливают стандартные виды пищевого технологического оборудования, а также делают его на заказ по чертежам заказчика.

Наш собеседник — генеральный директор ООО «ПК «Марион» Вячеслав Холин.

### Каковы основные этапы развития вашей компании?

В 2001 г. мы начали поставки технологического оборудования — насосного, емкостного, трубопроводного — для предприятий пищевой промышленности, а также для производителей красок, моющих средств. Работали со многими крупными российскими компаниями. Постепенно расширяли спектр предоставляемых услуг: освоили монтаж данного оборудования, настройку электрики, автоматики.

К 2010 г. пришло понимание, что мы в состоянии освоить собственное производство: потребности, специфику предприятий пищевой отрасли за первое десятилетие работы изучили достаточно хорошо.

### Какие предприятия являются потребителями вашей продукции сегодня?

Среди клиентов компании, например, немало производителей всевозможных кондитерских изделий, овощной, мясной продукции. Но сегодня главные покупатели нашего оборудования — предприятия малого и среднего бизнеса, фермеры. Причем многие из них нуждаются в нестандартном оборудовании, учитывающем индивидуальные условия производства.

Наибольшим спросом пользуются как раз машины для производства молочной продукции: сметаны, творога, сыра и т.д. В последнее время особенно возрос интерес к сыроделию. Мы изготавливаем практически все необходимое оборудование для подобного рода производств, исключая фасовочное.

В штате компании — конструкторы, технологи, а также представители рабочих

специальностей — слесари, сварщики, токари. Костяк коллектива сложился уже давно, и речь здесь идет о специалистах очень высокого уровня. При этом работа ведется на самом современном оборудовании.

### Как вы можете оценить уровень конкуренции в вашем сегменте рынка?

Конкуренция достаточно жесткая. На рынке представлено немало оборудования зарубежных производителей, но оно, как правило, просто не по карману предприятиям малого и среднего бизнеса. Что касается российских предприятий, то среди них есть наши прямые конкуренты, работающие в том же ценовом сегменте. Поэтому на первый план выходит, конечно, качество продукции. За годы работы нам удалось завоевать репутацию поставщика надежного, качественного и в то же время сравнительно недорогого оборудования. Безусловно, этот имидж работает на нас, и мы им очень дорожим.

Надо сказать, что в основе конструкций поставляемого и нами, и другими российскими компаниями пищевого оборудования — техника, разработанная советскими конструкторами и технологами, но, естественно, значительно модернизированная. От того, насколько значимыми, удачными были внесенные усовершенствования, зависит многое. И здесь наши технологи и конструкторы оказываются на высоте. Потому, в частности, что хорошо изучили запросы потребителей, стараются максимально учитывать их в работе.

Кроме того, мы реализуем комплексный подход при взаимоотношениях с клиентами. Мы не только производим и поставляем оборудование, но и проводим пусконаладочные работы, передаем нашим заказчикам необходимые технологии пищевого производства, позволяющие наиболее эффективно использовать технику. Мы также всегда готовы провести аудит на предмет соблю-



дения предприятием технологий выпуска продукции. Компания осуществляет техническое сопровождение не только в течение гарантийного срока, но и после его окончания.

### Существуют какие-то факторы, негативно влияющие на развитие компании?

Да, конечно. Эти факторы — следствие сегодняшних проблем наших потенциальных заказчиков. Знаю не понаслышке: открыть свое дело, связанное с производством молочной, кондитерской, овощной, мясной продукции, сегодня непросто. Но трудности с кредитованием, недостаток оборотных средств для многих оказывается непреодолимым барьером. Нередко даже при удачном старте возникают проблемы с реализацией продукции: далеко не всем, например, удается найти общий язык с торговыми сетями.

Все взаимосвязано. Трудности наших клиентов сдерживают и наш рост: тормозят процессы модернизации производства, увеличения его объемов.

### Тем не менее география поставок вашей продукции расширяется?

Да. В основном наши клиенты — малые и средние предприятия северо-запада России. Но есть заказы и из Центрального федерального округа, из Иркутской области, Бурятии. .. Уверен, что скоро качество поставляемого нами оборудования оценят по достоинству и предприниматели других регионов страны.



# ПИЩЕПРОМ ИНЖИНИРИНГ

**ПИЩЕПРОМ**  
**Инжиниринг**

<http://www.fieng.ru>

## КОМПАНИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО УРОВНЯ

В середине 1990-х гг. на российский рынок пищевой промышленности пришли западные компании со своим оборудованием и технологиями, практически вытеснив отечественного производителя. Сейчас во многом благодаря политике импортозамещения отрасль постепенно восстанавливается, появляются новые компании. А подниматься и организовывать эффективное производство по европейским стандартам им помогают специалисты, которые в свое время приобрели бесценный опыт, сотрудничая с зарубежными партнерами. Один из таких специалистов — Андрей Гаврилов, основатель и директор петербургской компании «ПИЩЕПРОМ Инжиниринг», осуществляющей деятельность в области технологического проектирования предприятий, монтажа инженерных систем, производства и запуска в эксплуатацию оборудования для объектов пищевой промышленности и агропромышленного комплекса.



### Генеральный директор — Андрей Гаврилов.

Родился в 1969 г. В 1988 г. окончил Азовский политехнический техникум по специальности «электронные системы автоматизации». В 1994 г. окончил Санкт-Петербургскую государственную академию аэрокосмического приборостроения по специальности «робототехнические системы и комплексы», а в 2007 г. — Санкт-Петербургский государственный университет по специальности «экономика и управление предприятием». Преподаватель Русской школы управления (Санкт-Петербург).

к использованию оборудования. Тогда у меня и возникла идея создания собственной компании, которая помогала бы российским предприятиям пищевой промышленности, как существующим, так и создаваемым с нуля, организовать производство по европейскому образцу.

И мы, понимая особенности технологии изготовления продукта, обработки сырья, даже добавляем некоторые новшества, потому что у европейцев тоже есть недоработки, которые мы в процессе конструирования устраним.

### То есть в основе всех технологических решений вашей компании лежит европейский опыт?

Да, опыт, приобретенный во время совместной работы с западными партнерами, во время выездов в Европу на предприятия для обучения технологиям, которые мы потом внедряли в России. Это были предприятия не только выпускающие продукцию, но и производящие оборудование для пищевого производства. Когда были трудные времена и российские компании не могли купить технику за рубежом, мы конструировали, практически создавали для них аналоги европейского оборудования. Мы также опираемся на европейский опыт и в размещении оборудования на предприятиях, так как хорошо знаем, как там организованы логистические потоки, производственная структура, системы автоматизации.

### Можно говорить о том, что ваша компания — пример импортозамещения?

Это действительно так, потому что некоторые заказчики именно подобным образом формулируют техническое задание: «Нам нужен аналог такого-то европейского оборудования».

### То есть у вас заказывать даже выгоднее, чем покупать в Европе?

Конечно. Еще и потому, что наши цены втрое ниже европейских. Размещая заказ на оборудование у нас, клиент выигрывает и по цене, и по качеству, притом что внешне наше оборудование ничем не отличается от европейского.

### Вы не используете в принципе импортное оборудование в своих проектах?

Мы используем импортные узлы, аналоги которых не выпускаются в России. Или в том случае, если они более надежны, полнее отвечают индивидуальным требованиям заказчика. Но справедливости ради надо сказать, что многие виды оборудования российского производства на сегодняшний день достаточно надежны. В России существует хорошая производственная база, например, по электродвигателям, электронным системам управления.

### Как-то повлияли санкции на вашу работу с европейскими партнерами?

Санкции повлияли положительным образом. Во-первых, мы вписались в общий тренд импортозамещения. Во-вторых, мы стали более конкурентоспо-

### Андрей, расскажите, пожалуйста, как давно существует компания, как все начиналось, каким был ваш путь к созданию фирмы.

Компания «ПИЩЕПРОМ Инжиниринг» как юридическое лицо существует с 2008 г., но сама бизнес-идея пришла намного раньше. Мы все, кто стоял у ее истоков, являемся выходцами из крупных компаний федерального уровня, таких как «Балтимор», «Петросоюз», «Рубеж». Я сам начинал еще в 1997 г. в компании «Балтимор» как инженер по техническому развитию. Затем, после участия в запуске первой производственной линии «Балтимора» в Москве, меня пригласили в промышленную группу «Петросоюз» на должность главного инженера одного из предприятий компании. ПГ «Петросоюз» в то время активно развивалась, и работа в ней позволила мне приобрести обширные знания и богатый практический опыт. Запуская производства крупных компаний, я много общался с иностранными специалистами, перенимал их опыт, технологии, подходы к технической организации предприятий, в том числе

собными. Сами европейцы в последнее время почувствовали сильные позиции российских компаний и стали обращать на них большее внимание. Помимо того, что мы хорошо знаем и применяем в наших проектах все европейские методики, мы прекрасно знаем и российские реалии. И здесь мы тоже выигрываем в конкурентной борьбе. Например, в проектировании предприятий у нас с европейцами разные нормы и правила, поэтому их проекты не всегда применимы напрямую и требуют адаптации. Мы этим тоже занимаемся.

### В чем заключается специфика вашего подхода к организации предприятия?

Мы не только разрабатываем и производим оборудование по индивидуальным заказам, но еще и проектируем предприятия, а также осуществляем технологический консалтинг. Мы постоянно обмениваемся опытом с предприятиями, знаем те проблемы, которые у них существуют сегодня. Кроме того, я уже три года читаю курс лекций в Русской школе управления по базовым принципам бережливого производства, планирования и контроля производства, построения предприятий. Наш подход заключается в объединении европейского опыта организации предприятий с принципами бережливого производства. И это очень хорошо работает даже на стадии проектирования.

## Мы не только разрабатываем и производим оборудование по индивидуальным заказам, но еще и проектируем предприятия, а также осуществляем технологический консалтинг.

### Вы можете подключаться к проекту еще на стадии разработки бизнес-модели?

Так и происходит. «ПИЩЕПРОМ Инжиниринг» является как самостоятельным юрлицом, так и частью промышленной группы, где компания играет координирующую роль. Это именно промышленная группа, потому что она состоит из нескольких юридических лиц, объединенных кооперационными связями по принципу экономического взаимодействия. Это опять же европейская схема кооперации, которая позволяет нам еще на стадии бизнес-планирования представить клиенту всю цепочку создания стоимости изделия или услуги. К примеру, финансовая компания, которая входит в нашу промышленную группу и с которой мы сотрудничаем



с 2010 г., выполняет заказы от наших клиентов на расчет затрат. Но его можно произвести только после того, как готово концептуальное решение предприятия — от выбора земельного участка, «посадки» всех объектов на этот участок, привязки к инфраструктуре до расположения всех производственных объектов, оборудования внутри каждого объекта, когда выстроены внешняя и внутренняя логистика каждого цеха, организованы рабочие зоны. Только после этого можно посчитать затраты. Проектированием предприятия занимаемся мы, а сводку затрат и экономику будущего предприятия считает финансовая компания, но мы работаем в кооперации. А для заказчика это очень удобно — видеть затраты с меньшей долей погрешности уже на стадии бизнес-планирования. Мы тем самым даем ему возможность определить для себя, готов ли он к осуществлению проекта целиком или будет его реализовывать

позаптно. Это преимущество нашего подхода.

### Какие еще преимущества получают ваши клиенты?

Еще одно преимущество для заказчика — возможность уже на стадии бизнес-планирования иметь все технологические решения. Так как у нас есть собственный производственный опыт, и мы являемся специалистами в проектировании предприятий и конструировании оборудования, то хорошо понимаем потребности заказчиков, разговариваем с ними на одном языке. При проектировании мы отталкиваемся от технологических особенностей конкретного проекта, применяем в проектах принципы и методики бережливого производства, что очень важно для ор-



ганизации структуры производства и внутренней логистики.

### Кто является вашими клиентами?

Первая группа клиентов — компании, которые решили диверсифицировать свою деятельность за счет создания собственного пищевого производства. Это, например, торговые компании, в том числе и те, которые заказывают и создают свои бренды продукции. Вторая группа — существующие производственные предприятия, как большие компании федерального уровня, так и мелкие региональные компании, которые создают или расширяют производство или им требуется сервисное обслуживание.

### Есть проекты, когда предприятие создается с нуля?

Да, такие проекты есть, и именно они у нас идут по полной схеме, включающей экспресс-анализ территории (мы оцениваем возможность перспективной территории с точки зрения инфраструктуры для вывода предприятия на плановую мощность, определяем факторы, ограничивающие возможность использования площадки), концептуальное планирование объектов и инфраструктуры, оценку финансовой составляющей, технологическое планирование и далее — по всем этапам проектирования.

### Как строятся ваши взаимоотношения с клиентами после реализации проекта?

Если это касается оборудования и инженерных систем, то на все единицы и узлы, поставляемые и монтируемые нашей компанией, безусловно, действует гарантия. После реализации проекта мы продолжаем работать с заказчиками в формате консультаций как во время гарантийного срока, так и после его окончания.

### У вас есть постоянные клиенты?

Да, многие заказчики обращаются к нам неоднократно и рекомендуют нас другим клиентам.

# РИЖСКИЙ ХЛЕБ

## РИЖСКИЙ ХЛЕБ ДЛЯ РОССИЙСКИХ ГУРМАНОВ



Хлеб, как известно с древних времен, всему голова. Он и сегодня остается главным продуктом на нашем столе. В нем содержатся полезные для организма человека вещества — углеводы, клетчатка, белок, аминокислоты, минералы и витамины. Сейчас магазины предлагают широкий ассортимент хлебобулочных изделий. Но вот по-настоящему вкусных и ароматных, какие выпекаются на предприятиях компании «Рижский хлеб», среди них не так уж и много.

### Сергей, как появился бренд «Рижский хлеб»?

Его история началась с одного хлебозавода под Ригой, на котором еще в прошлом столетии решили выпекать хлеб по старинным латвийским рецептам и технологиям. Они заключались в том, что в качестве сырья использовали только муку, воду и солод. Соль добавляли в уже готовое тесто. И никаких дрожжей, улучшителей вкуса и ароматизаторов. В производственном же процессе задействовали минимум средств механизации, а большую часть работы выполняли руками. В общем, все было почти как и 100, и 200, и 300 лет назад в пекарнях Латвии. Так что название «Рижский хлеб» — это не маркетинговый ход, а подлинное имя выпускаемого предприятием продукта.

### Когда ваша компания вышла на российский рынок?

До 2000-х гг. мы продавали хлеб в Латвии, а затем начали искать новые рынки сбыта. Договорились с одной компанией и стали отправлять продукцию в Россию, где ее брали на реализацию несколько торговых сетей, в том числе «Седьмой континент». Изделия нашего хлебопекарного предприятия пользовались у россиян большим спросом, так что объем поставок постоянно увеличивался.

Однако по мере роста заказов все заметнее проявлялась необходимость в организации производства на российской земле. И через некоторое время я активно занялся выбором подходящей площадки. Поначалу — в Подмоскowie. Но проходил год, второй, а пригодного места все не находилось — или помещения не соответствовали определенным требованиям, или вода была ненадлежащего качества. И лишь расширив географию поиска, получили желаемое — территорию в городе Родники Ивановской области, на которой в 2006 г. латвийская компания «Рижский хлеб» основала свой первый в РФ завод. Потом открылись еще два — в Санкт-Петербурге и Иванове.

### Какие из продуктов бренда «Рижский хлеб» наиболее популярны у покупателей?

На заводе в Родниках выпекается более 20 сортов бездрожжевого ржаного и ржано-пшеничного хлеба. Все они уникальны, и у каждого из них есть свои почитатели. Кому-то нравится классический заварной («Боярский») со вкусом и ароматом солода, кто-то любит «Крестьянский», приготовленный в русских традициях из пшеничной и ржаной муки, есть те, кто предпочитает кисло-сладкий «Юбилейный» с медом, курагой и орехами, у приверженцев здорового



Соучредитель — Сергей Сиренко.

Родился в украинском городе Нежин. Окончил Рижский авиационный университет по специальности «инженер гражданской авиации». Работал на сырьевой и фондовой биржах в Латвии. Был владельцем Рижского хлебозавода. В 2006 г. открыл бизнес в России.

образа жизни пользуются популярностью «Злаковый без муки», «Цельнозерновой», «Гречневый», «Овсяный с отрубями» и «Льняной с клетчаткой». Свои покупатели есть и у хлебобулочных изделий с такими названиями, как «Бородинский», «Ароматный с изюмом», «Дворянский», «Ржаной с морковью», «Купеческий», «Праздничный», «Станичный», «Посадский», «Домашний».

### В чем заключается уникальность выпекаемого на вашем предприятии хлеба?

Залогом уникальности наших продуктов служит в первую очередь то, что готовятся они на закваске, рецепт которой держится в секрете. В процессе брожения образуются вещества, придающие хлебобулочным изделиям особенные вкусоароматические свойства — повторить их не сможет ни одна искусственная добавка.

Но для получения по-настоящему вкусного и ароматного хлеба необходимо правильно провести все этапы многоэтапного производственного процесса —



сбраживание, замес, брожение, обминку, расстойку, выпечку и охлаждение.

Немаловажно и то, что значительная часть операций выполняется вручную. И это не рекламный трюк с целью пустить пыль в глаза, а необходимость. Чтобы испечь изумительную на вкус буханку по старой технологии прибалтийских пекарей, у нас применяется влажный способ формовки, автоматизировать который просто невозможно. Именно использование ручного труда позволяет нам предлагать товар более чем достойный, за что к нему и неравнодушны многочисленные покупатели. Ну а там, где можно обойтись без участия человека, мы используем машины, например, тестомесильные аппараты.



## Где вы покупаете сырье?

На нашем хлебозаводе используется в основном сырье из России. Мука, например, закупается в Алтайском крае, Башкирии и южных регионах. Вода у нас местная. По своему минеральному и микробиологическому составу она близка к той, что идет в дело на хлебопекарных предприятиях в Латвии. Этот факт, кстати, стал одной из причин, почему в качестве места производства были выбраны Родники. Ингредиенты — фундук, курага, чернослив, кунжут — поступают к нам из-за границы. Но где бы мы ни находили сырьевые материалы, главными критериями их выбора являются высокое качество и экологическая чистота.

## Ассортиментная линейка вашей компании состоит только из хлеба или в нее входит и другая продукция?

Еще мы выпускаем лаваш из пшеничной (обычный и со шпинатом) и из ржаной муки, ржаное заварное печенье, несколько видов хлебных чипсов (тонких пластинок из свежеспеченного хлеба), гренки и сухариков. Во всей этой продукции не содержится никаких красителей, улучшителей и усилителей вкуса. А в качестве добавок используем только натуральные продукты, например, мед, сухофрукты, чеснок, лук и семечки.

## Где можно купить продукцию компании «Рижский хлеб» и насколько широка география ее поставок?

Мы работаем со многими федеральными сетями, поэтому продукцию «Рижского хлеба» можно найти, например, в гипермаркетах «Ашан», «О'Кей», «Карусель», «Метро», «Лента», в магазинах «Перекресток», «Билла», «Пятерочка», «ВкусВилл», «Азбука вкуса». А если го-

ворить о географии поставок, то это Владимир, Иваново, Казань, Кострома, Москва, Нижний Новгород, Пенза, Санкт-Петербург, Тверь, Челябинск и Ярославль.

## Дорого ли стоят предлагаемые вами продукты?

Та ценовая политика, которую ведет «Рижский хлеб», строится, исходя из вполне объективных условий. Если мы ставим целью делать высококачественный продукт, то нам не обойтись без высококвалифицированных специалистов. А такие работники должны получать за свой труд адекватное вознаграждение. Кроме того, чтобы изготовить продукцию с высокими потребительскими свойствами, необходимо использовать лишь отборное сырье, которое по определению не может стоить дешево. Вот эти, а также ряд других факторов и отражаются на цене наших товаров. Их стоимость не является низкой, но и разумных пределов она не переходит.

## Много ли у вас конкурентов и в чем вы их опережаете?

Да, в России немало производителей хлебобулочных изделий, позиционирующих свой товар как уникальный и высококачественный. При этом многие из них умудряются предлагать торговым сетям собственные продукты по ценам чуть ли не вдвое ниже наших. А это заставляет усомниться в правдивости заявлений о том, что выпускаемая ими продукция соответствует высокому уровню. Бывают еще компании, которые в начале своей деятельности действительно высоко держат планку, но в погоне за прибылью со временем существенно снижают требования к производству хлеба. Однако попытка обмануть покупателей рано или поздно приводит к резкому уменьшению объема продаж и нежеланию

магазинов держать на своих полках не пользующиеся спросом изделия.

Мы же не отступаем от своих принципов, и это дает результат в виде увеличения спроса на хлебобулочные продукты нашего бренда, роста продаж и расширения рынка сбыта.

## Имеются ли у компании «Рижский хлеб» награды?

Да, и немало. Например, в 2010 г. наша фирма получила серебряную медаль от жюри Международного профессионального конкурса продуктов питания и напитков. На V Всероссийском смотре качества хлеба в 2012 г. нас наградили медалью «За высокое качество продукции». А по итогам Всероссийского конкурса «Лучший хлеб России — 2016» компании был вручен Малый кубок III степени. В 2019 г. ООО «Рижский хлеб» стало единственным из участников Международного дегустационного конкурса в рамках выставки «Продэкспо», удостоенным Гран-при в номинации «Хлебобулочные изделия». Кроме того, мы шесть раз становились лауреатами Всероссийского конкурса Программы «100 лучших товаров России».

## Как вы планируете развивать свой бизнес?

Планов по развитию очень много. В частности, мы собираемся организовать поставки нашей продукции в более отдаленные регионы, то есть решаем задачи по расширению рынка сбыта. Еще планируем увеличить ассортиментную линейку и повысить уровень узнаваемости бренда «Рижский хлеб». Но хочу подчеркнуть: работая над реализацией новых идей, в компании никогда не забывают о том, что в приоритете — высокое качество продукции.

# МОСКОВСКАЯ КОЛЛЕГИЯ АДВОКАТОВ «ЮЛОВА И ПАРТНЕРЫ»



## «МЫ РАБОТАЕМ НА РЕЗУЛЬТАТ»

В определенный момент юридическая помощь адвоката может потребоваться каждому человеку. В некоторых ситуациях без вмешательства квалифицированного профессионала в области юриспруденции вообще не обойтись. Московская коллегия адвокатов «Юлова и партнеры» всегда обеспечивает качественное решение конфликтов в досудебном и судебном порядке. Адвокаты коллегии, работая над сложными делами, объединяются в команду, используя достоинства и возможности сразу нескольких специалистов. Такой симбиоз знаний, опыта, умения просчитать ситуацию на много ходов вперед является отличительной чертой коллегии и дает хорошие результаты в процессе защиты интересов доверителя.

Наш собеседник — Елена Юлова, председатель Московской коллегии адвокатов «Юлова и партнеры».

### Елена, как была образована коллегия?

Начну с того, что коллегия адвокатов «Юлова и партнеры» как организация была создана в 2009 г. До этого времени наши адвокаты работали отдельно, но при этом по тем или иным делам сотрудничали друг с другом. И когда у каждого из нас накопилось большое количество дел, выросли профессионально наши помощники, пришло решение объединиться.

В момент образования было принято решение об объединении усилий, знаний в разных областях права и «выращивании» внутри коллегии специалистов, которые могут практиковать в области как гражданских, так и уголовных дел, поскольку основной специализацией коллегии являются экономические и налоговые преступления, юридическое сопровождение налоговых проверок и участие в налоговых спорах, ведение сложных гражданских и арбитражных дел, включая банкротные, и без знания смежных областей права каждым из адвокатов коллегии не обойтись. Хотя каждый из адвокатов имеет свою узкую специализацию.

### Какое количество партнеров сегодня работает с вами?

В настоящий момент у нас восемь адвокатов и столько же помощников. Это касается основного состава. Помимо этого, в коллегии сформирована так называемая «вторая линия» из двух десятков человек. Это — адвокаты других адвокатских образований, специалисты в иных областях знания. С ними нас связывают давние партнерские отношения, и мы

привлекаем их в силу необходимости для ведения конкретного дела.

Как правило, в деле участвуют два адвоката. Один из них представляет интересы клиента в суде, готовит процессуальные документы, а второй, более опытный, контролирует ход дела, проверяет правильность составления документов, выстраивает позицию.

У нас много партнеров в других регионах страны, что позволяет представлять, защищать доверителей в месте их нахождения. Так, мы успешно вели уголовные, арбитражные и гражданские дела в Мурманске, Казани, Краснодаре, Волгограде, Кирове, Астрахани, на Сахалине и в Хабаровске, Новосибирске, Новокузнецке, Санкт-Петербурге, Ярославле, Твери. В настоящий момент в производстве коллегии находятся дела, которые рассматриваются судами Кемерово и Краснодара, арбитражным судом г. Омска, уголовные дела, расследуемые подразделениями СК в Хабаровске и на Камчатке, в Омске. Один из наших доверителей по первому «списку Титова» вернулся в страну, и в отношении него было прекращено уголовное преследование. Коллегию рекомендует своим клиентам известная международная адвокатская фирма как специалистов в области российского уголовного права.

Длительный совместный опыт работы, слаженность действий и наличие профессиональных партнерских связей позволили коллегии выйти на высокий уровень оказания юридической помощи.

### Вы работаете как с физическими, так и с юридическими лицами?

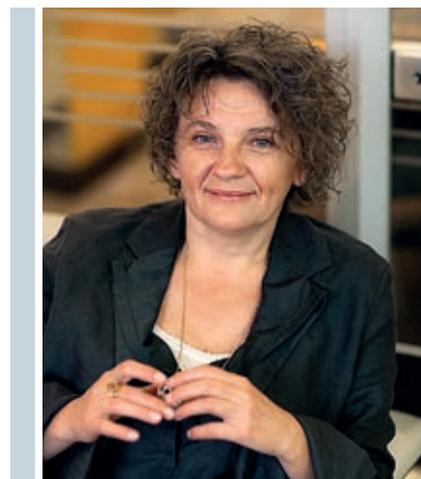


фото журнала The Lawyer

Председатель коллегии — Елена Юлова

Да. Нам доверяют защиту своих интересов как небольшие компании, так и крупные российские и транснациональные корпорации. Что касается частных клиентов коллегии, то это успешные предприниматели, а также люди, добившиеся признания в различных областях общественной жизни. Тем не менее не в наших правилах отказывать в юридической помощи всем, кто к нам обратился, если есть правовая позиция по делу.

Я работаю как юрист с 1983 г., а адвокатом — с 1993 г. и, конечно, со многими доверителями сотрудничаю много лет. Специализируюсь на экономических и налоговых преступлениях, семейных и наследственных спорах. В большинстве случаев это объемные, сложные дела, в которых участвуют сразу несколько адвокатов коллегии.

Также и у других партнеров есть свои доверители. И если давние доверители в сложной ситуации, в самом начале ее развития, сразу же обращаются к нам, то новые приходят с делами на разных стадиях, начиная от первых запросов налоговых и правоохранительных органов, досудебных претензий, заканчивая уже идущими судебными делами и, конечно, в последнем случае, помощь бывает сложнее.

## Какие виды юридической помощи оказывает коллегия адвокатов «Юлова и партнеры»?

Мы предлагаем различные формы сотрудничества: проведение консультаций, юридическую экспертизу документов, юридическое сопровождение переговоров и сделок, ведение отдельных судебных дел, правовое сопровождение бизнеса, участие в уголовном процессе со стадии доследственной проверки, на предварительном следствии и в суде.

Таким образом, только индивидуальный подход к решению любых возникающих задач позволяет нам эффективно действовать в конкретных ситуациях для обеспечения защиты интересов доверителей. Иначе быть не может, поскольку каждая ситуация, каждое дело — индивидуальны.

## Довольно необычно, что у вашей организации нет сайта в интернете.

Да уж... все никак не соберемся и не найдем времени для создания сайта, который нас бы устраивал. Было несколько попыток, но так и не сложилось. Дело в том, что мы из той категории адвокатов, к которым приходят «по рекомендации». Коллегия уже давно зарекомендовала себя на рынке как серьезный игрок, ведь в большинстве случаев мы работаем по очень сложным делам.

С другой стороны, мы не ведем «типовых дел» и не ориентируемся «на улицу», и то количество дел, которые мы ведем одновременно, дает возможность находить баланс между практикой, увлечениями и личной жизнью. Сейчас, к примеру, я координирую и веду одновременно около 50 дел в разных регионах России. И у каждого из нас есть с десяток «подконтрольных» дел.

## Коллегия уже давно зарекомендовала себя на рынке как серьезный игрок, ведь в большинстве случаев мы работаем по очень сложным делам.

В деловых кругах, пусть и достаточно узких, имя коллегии уже давно известно, что подтверждает нашу востребованность без необходимости рекламирования, и нас это устраивает.

## Наверняка за время работы у вас сложились профессиональные принципы.

Конечно. Например, периодически в нашу коллегия адвокатов поступают просьбы решить проблему «любыми способами». На это я всегда отвечаю, что мы не «решалы», мы действуем в соответствии



с законодательством и только разрешенными законом методами. Адвокаты коллегии всегда работали и работают не ради финансового благополучия любой ценой, а на репутацию организации. Благодаря этому правилу мы сейчас имеем высокий статус и уважение как у своих коллег и доверителей, так и у процессуальных противников. И соблюдение данного принципа напрямую содействует прекращению уголовных дел, оправдательным приговорам, вынесению судебных актов в пользу наших доверителей.

Второе не менее важное правило — никогда и ни при каких обстоятельствах не лгать доверителю и не питать его ложных иллюзий. Какая бы сложная ситуация у него не была, мы стараемся найти максимально возможное выгодное ему решение по ситуации и отрабатываем его на 110%. Я считаю, что если взялся за какую-то работу, то выполнять ее нужно с полной отдачей. Иначе не стоит

и браться. Мы не работаем для галочки, а работаем на результат в пределах нашей ответственности.

Командную работу над проектом я могу сравнить с иерархией в армии. Я, как командир, принимаю окончательное решение по плану действий и несу за это ответственность. Мои помощники адвокаты — «офицеры» — прорабатывают детали в линии защиты, участвуют в судебных процессах, на следственных действиях, а «рядовые» специалисты помогают с решением технических вопросов.

## Насколько важно найти контакт с клиентом?

Все 90-е годы я активно посещала тренинги личностного роста. Пусть не официально, но вторым своим образованием я могу назвать психологическое. Благодаря приобретенным навыкам легко «считываю» людей, с первой же встречи, многое понимаю в их мотивах действий.

Безусловно, люди к нам приходят за помощью и видят, что мы можем их спасти. К тому же наши доверители в основном — владельцы компаний или топ-менеджеры, у них априори деловой подход к ситуации. Здесь не может быть конфликтов, мы вместе работаем на положительный результат. Это в интересах обеих сторон. А психология дополнительно помогает мне понять как своего подопечного, так и оппонента в судебном процессе.

## Увлекаетесь ли вы чем-то вне адвокатской деятельности?

Уже несколько лет я занимаюсь яхтингом. Более того, я являюсь организатором единственной российской отраслевой регаты адвокатов и юристов «Кубок адвокатов».

Когда посвящаешь работе практически все свое время, обязательно находишь занятие, не связанное с профессией. Так, в пятидесятилетнем возрасте у меня появилось новое увлечение, а чуть позже я организовала и первую регату среди адвокатов и юристов. Регата познакомила меня с талантливыми людьми и в юридическом, и в яхтенном «мире», погрузила в совершенно новую, отличную от привычной, сферу ощущений и отношений. А еще этот проект позволяет мне проводить время отдыха с семьей и одновременно общаться с коллегами.

# Редакция журнала «Бизнес столицы» поздравляет патентного поверенного **Елену Александровну Уткину** с юбилеем



## **Елена Александровна Уткина** —

один из самых известных и уважаемых патентных поверенных в России, специалист с большим опытом работы по регистрации и защите изобретений в области химии, фармакологии, медицины и биохимии. На протяжении ряда лет она ведет дела по изобретениям в сфере медицины и фармакологии и помогает клиентам компании защитить их интеллектуальную собственность в России, странах Евразии и за рубежом (страны Европы, США, Китай, Япония и др.).

Профессионализм Елены Александровны, ее авторитет и знания известны в сообществе патентных поверенных России, стран СНГ и других стран.

До работы в фирме патентных поверенных «Вахнина и Партнеры» Елена Александровна много лет проработала в Российском патентном ведомстве, в том числе в качестве заведующего отделением химии, биотехнологии и медицины. Будучи заместителем директора ФИПС, принимала активное участие в организации программы PPH (Patent Prosecution Highway) между российским патентным ведомством (Роспатент) и патентным ведомством Японии.

В 2019 г. известное международное издание The Best Lawyers («Лучшие юристы 2019») включило Елену Александровну в список лучших юристов мира в области патентования в 2019 г. и направило ей почетный знак с признанием ее профессионализма в области интеллектуальной собственности.

*Мы поздравляем Елену Александровну с юбилеем  
и желаем ей здоровья и профессиональных успехов!*

# ТЕХНОФОРУМ-2019

## ВСЕ ПЕРЕДОВОЕ ПРОМЫШЛЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ НА ОДНОЙ ПЛОЩАДКЕ



Международная политехническая выставка оборудования и технологий обработки конструкционных материалов «Технофорум» давно зарекомендовала себя как лучшая экспозиционная площадка для разработчиков, производителей и потребителей промышленного оборудования. В 2019 году мероприятие пройдет 21–24 октября в ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР». Участие в мероприятии подтвердили более 100 российских и международных экспонентов, большинство из которых считают «Технофорум» приоритетным для себя отраслевым событием. Таким образом, посетители получают уникальную возможность ознакомиться с новейшим оборудованием, подобрать нужные для себя технологические решения, а также найти надежных и креативных деловых партнеров и поставщиков.

Организаторами мероприятия выступают АО «ЭКСПОЦЕНТР» и Ассоциация «Станкоинструмент». Новацией 2019 года стало включение «Технофорума» в проект «НТИ Экспо» (платформа «Наука-Технологии-Инновации Экспо»), реализуемый АО «ЭКСПОЦЕНТР» при поддержке ТПП РФ и Комитета Госдумы ФС РФ по образованию и науке. Платформа создана специально с целью продвижения научных достижений России. Помимо «Технофорума-2019» в проект вошли: «Российская неделя высоких технологий», международная выставка «RENWEX» — «Возобновляемая энергетика и электротранспорт», а также форум «Искусственный интеллект, большие данные и отечественный софт: национальная стратегия цифрового развития».

Включение выставки в проект «НТИ Экспо», по сути, вывело мероприятие на новый уровень развития, придало выставке политехническую направленность, и закономерно привело к расширению ее экспозиционной части. Так, в этом году, помимо ставших традиционными для мероприятия стендов, демонстрирующих передовые идеи в области машиностроения, станкостроения и обработки металлов, впервые будут представлены разделы «Робототехника

и автоматизация производства» и «Сварка и родственные технологии». Ставший популярным среди посетителей в последние годы раздел «Аддитивные технологии. Промышленная 3D-печать», будет расширен и выделен в отдельную зону. Кроме того, в этом году на выставке будут представлены такие узкоспециализированные и востребованные разделы, как «Оборудование и технологии для производства и монтажа металлоконструкций» и «Металлоконструкции, листообработка, лист с покрытиями».

Деловая программа выставки «Технофорум-2019» предусматривает многочисленные конференции, семинары, круглые столы, а также выступления специалистов отрасли по основным актуальным темам. Ожидается, что особое внимание специалистов привлечет впервые заявленный на «Технофоруме» Конкурс индустриальных проектов.

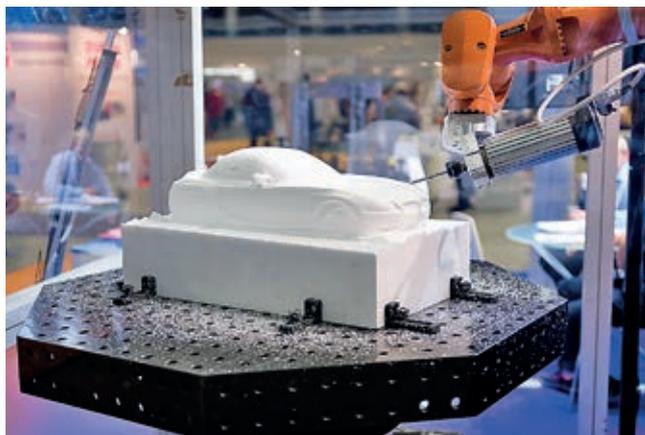
В 2018 году «Технофорум» посетили свыше 7 000 человек, в том числе бизнесмены и управленцы из 42 стран мира. В этом году, по прогнозам орга-

**В 2018 году «Технофорум» посетили свыше 7 000 человек, в том числе бизнесмены и управленцы из 42 стран мира. В этом году, по прогнозам организаторов, руководители компаний составят не менее 21% от общего числа посетителей выставки, а руководители отделов — порядка 35%.**

Мероприятие соберет под одной крышей крупнейших зарубежных и российских производителей, в том числе и инновационных, а также дистрибьюторов оборудования и инструментов для обработки конструкционных материалов. В числе участников «Технофорума-2019» будут центры науки и высоких технологий, а также ведущие вузы страны, такие как МГТУ им. Баумана, НИТУ «МИСиС», МГТУ «СТАНКИН», ИМАШ РАН. Среди зарубежных экспонентов числятся японские компании OKUMA и Fanuc Corporation, немецкая Siemens AG и многие другие. Оборудование, даже очень сложное, можно будет оценить в действии — технические возможности ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» это позволяют.

низаторов, руководители компаний составят не менее 21% от общего числа посетителей выставки, а руководители отделов — порядка 35%. В число постоянных посетителей «Технофорума» входят менеджеры по продажам и технические специалисты. Многие участники выставки прошлых лет отмечают большую пользу мероприятия. Например, директор ОАО «Институт БЕЛОРГСТАНКИНПРОМ» Владимир Лабкович, который ранее участвовал в выставке в составе стенда Министерства промышленности Республики Беларусь, сообщил, что работать было «удобно как с точки зрения взаимодействия с региональными предприятиями, так и с финансовой».

Стоит отметить, что в этом году организаторы предоставили многим российским компаниям-экспонентам возможность компенсировать затраты на аренду и застройку стендов. Это шаг является еще одним подтверждением растущей роли «Технофорума» в продвижении и коммерциализации российских научно-технологических достижений.



# XPO LOGISTICS



## ПЕРЕДОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НА РЫНКЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

XPO Logistics занимает лидирующую позицию на рынке транспортно-логистических услуг и входит в топ-10 крупнейших логистических провайдеров в мире. Компания работает как высокоинтегрированная сеть, включающая в себя технологии, инновации, активы и ресурсы в 30 странах с более чем 100 000 сотрудников. О деятельности XPO Logistics мы беседуем с директором по транспортным операциям Мариной Большаковой.



Директор по транспортным операциям —  
Марина Большакова

### Марина, когда XPO Logistics появилась в России?

В нашей стране XPO функционирует с 2013 г., однако за столь небольшой период компания добилась значительных результатов, став одним из ключевых игроков на рынке транспортно-логистических услуг с температурным режимом.

### Какой спектр транспортно-логистических услуг оказываете?

XPO Logistics предлагает услуги по транспортной логистике, такие как перевозки по всей территории России, выделенный транспорт, TMS (система управления транспортом) и многие другие.

В области складской логистики компания предоставляет услуги по хранению, комплектации заказов (pick-by-line, голосовой подбор — voice picking и др.), ко-пакинг, кросс-докинг и др.

### Какими видами транспорта доставляете грузы и каким образом обеспечиваете безопасность груза?

Для региональных (дальних) перевозок мы используем фуры (тоннаж — 20 т) вместимостью 33 паллетоместа, для городской и пригородной доставки (до 300 км) — транспорт грузоподъемностью от 1,5 до 10 т.

Что касается безопасности груза, мы применяем систему мониторинга местоположения транспортного средства (ТС), датчики открытия/закрытия дверей кузова и дополнительные технические средства для ограничения доступа в кузов. Также мы постоянно проводим инструктаж водителей по подготовке к нештатным ситуациям. При необходимости обращаемся к охранным предприятиям для организации вооруженного сопровождения грузов наших клиентов.

### Какие пищевые грузы перевозите?

Наши возможности позволяют перевозить молочную, мясную, кондитерскую продукцию, а также овощи, фрукты, наливные грузы и многое другое. Более того, XPO Logistics специализируется на перевозке и хранении группы продуктов, требующих поддержания температурного режима. При транспортировке, в зависимости от вида груза, температурный режим может варьироваться от  $-25$  до  $+25$  °C, при складских операциях — от  $+2$  до  $+25$  °C.

### Каковы ключевые особенности бизнес-подхода XPO?

Социальная ответственность — отличительная черта XPO Logistics. Соблюдение всех требований российского законодательства является привычным делом для нашей компании, однако мы не ограничиваемся только этим.

Мы контролируем и максимально ограничиваем выбросы вредных веществ в атмосферу за счет использования современной техники. К примеру, средний возраст автомобилей XPO не превышает 1,5 лет. Все грузовики соответствуют экологическому классу Евро-5.

Безопасность — приоритет номер один в XPO. Мы внедрили программу «Road to zero», чтобы достичь ключевой цели — обеспечения нулевого уровня аварийности и при транспортировке грузов, и во время складских операций. Для нас всегда на первом месте безопасность нас самих, наших коллег и условий, в которых мы работаем.

### Какие новые требования появились к перевозчикам? Удастся ли им соответствовать?

В сегменте перевозок с температурным режимом наши партнеры предъявляют строгие требования к скорости доставки свежих продуктов до полки магазина, уровню сервиса и оптимальной стоимости услуг.

Для соответствия высоким стандартам отрасли XPO Logistics использует дополнительное техническое оснащение, а именно:

- ✓ систему онлайн-отслеживания транспорта;
- ✓ интеграцию TMS-системы XPO с ERP-системами клиентов;
- ✓ онлайн-мониторинг температуры в фуре во время перевозки с возможностью круглосуточного доступа к системе для своих партнеров;
- ✓ систему удаленного контроля доступа в кузов ТС и систему мониторинга стиля управления ТС.

### В каком ценовом сегменте работает компания, доступны ли ее услуги малому бизнесу?

Мы позиционируем себя в качестве партнера компаний, которым требуется высокий уровень сервиса, прогнозируемое ценообразование, индивидуальный подход и решения, необходимые для повышения эффективности управления цепями поставок. При этом объем бизнеса клиента не имеет для нас значения, наша работа направлена на эффективное решение логистических задач.

## РУБРИКА: ЧЕЛОВЕК ДЕЛА ДЕТСКОЕ И СПЕЦИАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ

### МОСКВА ЗЛАТОГЛАВАЯ РАО ..... 4

Адрес: г. Москва,  
Переведеновский пер., д. 17  
Тел.: (499) 261-61-44  
E-mail: detpit@m-zl.ru  
www.m-zl.ru

## РУБРИКА: ПРОРЫВ ПРОДУКТЫ НА ОСНОВЕ КОКОСОВОГО ОРЕХА

### НААРИЯЛ ООО ..... 8

Адрес: г. Москва, Щелковское ш., д. 5,  
стр. 1, оф. 501  
Тел.: 8 800 775-89-42  
E-mail: info@naariyal.ru  
www.naariyal.ru

## РУБРИКА: ПРОРЫВ СПОРТИВНОЕ ПИТАНИЕ

### ПРАЙМ КРАФТ ООО ..... 12

Адрес: г. Санкт-Петербург, Малый  
Сампсониевский пр., д. 2А  
Тел.: (812) 648-17-57  
E-mail: info@primekraft.ru  
www.primkraft.ru

## РУБРИКА: НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР ЗАМОРОЖЕННАЯ ПРОДУКЦИЯ

### ЮЖ ..... 16

Адрес: г. Москва, Одесская ул., д. 2,  
башня С  
Тел.: (495) 545-58-99, \*8109 (короткий  
бесплатный номер телефона для  
абонентов МегаФон, Билайн, МТС  
и TELE2)  
E-mail: info@yuzh-group.com  
www.yuzh-group.com

## КОНСЕРВИРОВАННАЯ ПРОДУКЦИЯ

### Витолинка ООО ..... 19

Адрес: г. Москва, Илимская ул., д. 5,  
корп. 2  
Тел.: (499) 550-51-52  
E-mail: sales@vitolinka.ru

### Консервов ООО ..... 25

Адрес: г. Санкт-Петербург,  
Альпийский пер., д. 23, лит. А, пом 7-Н  
Тел.: (981) 731-31-71, (964) 378-54-44  
E-mail: info@konservov.ru  
www.konservov.ru/

## БУТИЛИРОВАННАЯ ВОДА

### Королевская вода ООО ..... 30

Адрес: г. Москва, Дубининская ул., д. 61  
Тел.: (495) 114-55-55  
E-mail: info@kingswater.ru  
www.kingswater.ru

## ИНДИЙСКИЕ ПРОДУКТЫ

### МАГNUM ООО ..... 34

Адрес: г. Москва, Новаторов ул., д. 14,  
корп. 1, кв. 64  
Тел.: (495) 784-71-72  
E-mail: magnum@mct.ru, sale.n@mct.ru  
www.mct.ru

## МЯСНАЯ ПРОДУКЦИЯ

### Мясной дом Карелия ООО ..... 38

Адрес: Республика Карелия,  
г. Петрозаводск, Онежской  
Флотилии ул., д. 1, стр. 13  
Тел.: (8142) 33-06-20, (905) 299-97-90  
E-mail: info@mdkarelia.ru  
www.mdkarelia.ru

## МАСЛОЖИРОВАЯ ПРОДУКЦИЯ

### Натуральные продукты ООО ..... 37

Адрес: Краснодарский край,  
Брюховецкий р-н, с. Свободное,  
Промышленная зона 1  
Тел.: (86156) 54530  
E-mail: natural-produkt@mail.ru  
www.natural-produkt.pro

## СНЕКОВАЯ ПРОДУКЦИЯ

### Озёры АО ..... 44

Адрес: Московская обл., г. Озеры,  
поселок Центральной усадьбы совхоза  
«Озёры», д. 23  
Тел.: (906) 779-18-22, (496) 704-31-16,  
(496) 743-136  
E-mail: zao-ozery@mail.ru  
www.barinchips.ru

## ХЛЕБОБУЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

### Рижский хлеб ООО ..... 48

Адрес: Ивановская обл., г. Родники,  
Б. Рыбаковская ул., д. 54а.  
тел.: (49336) 2-15-39, (49336) 2-24-46  
E-mail: rigahleb@rigahleb.com  
www.rigahleb.com

## НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ

### НОМАД ТМ / АЛЬТИПЛАНО ООО ..... 42

Адрес: г. Екатеринбург, Николая  
Никонова ул., д. 10, кв. 46  
Тел.: (919) 389-10-12  
E-mail: info@nomad-tm.ru  
www.nomad-tm.ru

## ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ, ДОБАВКИ, НАПОЛНИТЕЛИ

### ВоронежБелПром ООО ..... 23

Адрес: г. Воронеж, Ростовская ул., д. 78  
оф. 48  
Тел.: (473) 239-59-82, (473) 232-07-19,  
(910) 732-07-19  
sputnik.vrn@yandex.ru  
www.voronezhbelprom.ru

### Инглия ООО ..... 26

Адрес: г. Санкт-Петербург, Адмирала  
Трибуца ул., 8 / 244  
Тел.: (812) 200-8-777  
E-mail: sale@ingliya.com  
www.ingliya.com

### Компания Зеленый город ООО ..... 32

Адрес: Нижегородская  
обл., Кстовский р-н, южнее  
дер. Черемисское, Плодоовощной  
производственный комплекс, д. 1  
Тел.: (831) 216-27-41, (831) 216 -27-42  
E-mail: milk@kzg-nn.ru  
www.kzg-nn.ru

### Маком РУС ООО ..... 35

Адрес: г. Москва, Рубцовская наб., д. 4,  
корп. 2  
Тел.: (495) 989-52-20  
E-mail: info@macomrus.ru  
www.macomrus.ru

## СПЕЦОДЕЖДА

### **АГРОСИЗ ТМ / Кермель Арамид Солюшэнз ООО..... 22**

Адрес: г. Москва, 1-я Дубровская ул., д. 8/12, оф. 19  
Тел.: (495) 674-4772  
Факс: (495) 674-4772  
E-mail: fartuk@agrosiz.ru  
www.agrosiz.pf  
www.topaprons.com

## ОБОРУДОВАНИЕ

### **ДиПиПром ООО..... 24**

Адрес: г. Москва, Адмирала Макарова ул., д. 2  
Тел.: 8 800 555-55-76, (499) 703-00-38  
E-mail: info@dpprom.ru  
www.dpprom.ru

### **МАПП ООО..... 33**

Адрес: Краснодарский край, Калининский р-н, ст. Старовеличковская, 1-й Промышленный пр-д, д. 13.  
Тел.: (918) 434-72-91, (918) 639-51-28  
E-mail: mapp2012@mail.ru  
www.mapp23.ru

### **Минебеа Интек РУС ООО ..... 36**

Адрес: 196084, г. Санкт-Петербург, Киевская ул., д.б, оф. 310  
Тел.: (812) 655-64-44  
E-mail: russia@minebea-intec.com  
www.minebea-intec.ru

### **НПО «КОМПАНИЯ «АВИС» ООО ..... 28**

Адрес: г. Ижевск, Живсовхозная ул., д. 77а  
Тел.: (341) 260-15-25, (919) 915-00-59  
E-mail: sales@avis-izh.ru  
www.avis-izh.ru

### **ПК «Марион» ООО ..... 45**

Адрес: г. Санкт-Петербург, Минеральная ул., д. 13, лит. А, пом. 16Н, оф. 14  
Тел.: (812) 448-08-78  
E-mail: marionn@yandex.ru  
www.marionn.ru

## КОНСАЛТИНГ И ОБОРУДОВАНИЕ

### **АРТА-КОНСАЛТ ООО ..... 20**

Адрес: г. Москва, Варшавское ш., д. 152/4, оф. 2  
Тел.: (903) 624-89-48  
E-mail: info@arta-consult.ru  
www.arta-consult.ru

## ИНЖИНИРИНГ

### **ПИЩЕПРОМ Инжиниринг ООО ..... 46**

Адрес: г. Санкт-Петербург, Решетникова ул., д. 15  
Тел.: (812) 401-68-86, (812) 401-68-02  
E-mail: info@fieng.ru  
www.fieng.ru

## УПАКОВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

### **НП НЧ КБК им. С.П. Титова ЗАО ..... 40**

Адрес: Республика Татарстан, г. Набережные Челны, Народная ул., д. 1  
Тел.: (8552) 79-19-55, (8552) 46-05-97  
E-mail: nkbk@nkbk.ru  
www.nkbk.ru

## ПАТЕНТНЫЕ УСЛУГИ

### **Вахнина и Партнеры ООО ..... 52**

Адрес: 107061, г. Москва, Преображенская пл., д. 6  
Тел.: (495) 231-48-40  
E-mail: ip@vakhnina.ru  
www.vakhnina.ru

## АДВОКАТСКИЕ УСЛУГИ

### **Московская коллегия адвокатов «Юлова и партнеры» ..... 50**

Адрес: г. Москва, Дубининская ул., д. 57, стр. 1 оф. 304  
Тел.: (499) 235-75-65, (495) 510-85-35

## ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ

### **XPO Logistics / ИксПиО Лоджистикс Фреш ООО ..... 54**

Адрес: г. Москва, Сергея Макеева ул., д. 13, БЦ «Март Плаза»  
Тел.: (495) 733-9252  
E-mail: SupplyChainRU.Sales@xpo.com  
www.xpo.com

## Журнал «БИЗНЕС СТОЛИЦЫ»

### Рекламный выпуск «Пищевая промышленность и оборудование»

Учредитель — ООО «Редакция  
«Бизнес столицы»  
Главный редактор Бесчаснова К. А.  
E-mail: bizstol@mail.ru  
http://www.bizstol.com  
http://b2b24.center

Издание зарегистрировано в Управлении  
Федеральной службы по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых  
коммуникаций по Центральному Федеральному  
округу.

Свидетельство о регистрации средства массовой  
информации  
ПИ № ТУ50–02083 от 16.09.2014  
Знак информационной продукции: +16  
При перепечатке материалов ссылка на журнал  
«Бизнес столицы» обязательна.  
Редакция не несет ответственности за точность  
информации, предоставленной участниками  
журнала.

Адрес редакции и издателя: 107078, г. Москва,  
Красноворотский проезд, д.3, стр. 1, этаж 3,  
пом. IV-11

Издание отпечатано в ООО «ВИВА-СТАР»  
Адрес типографии: 107023, г. Москва,  
ул. Электrozаводская, д. 20, корпус 3  
Порядковый номер 18  
Дата выхода 20.09.2019 г.  
Подписано в печать 12.09.2019 г.  
Тираж 5 000 экз. Цена свободная

По вопросам размещения информации  
и рекламы в журнале «Бизнес столицы»  
обращаться по телефонам:  
(926) 342-19-12, (909) 903-19-73, (977) 802-19-12

ВЫСТАВКА  
**№1\***



ИНГРЕДИЕНТЫ  
АВТОМАТИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ  
ПИЩЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
ПИЩЕВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ  
РЕШЕНИЯ  
УПАКОВОЧНЫЕ  
ХОЛОД

# АГРО ПРОД МАШ

24-я международная выставка  
«Оборудование, технологии,  
сырье и ингредиенты для пищевой  
и перерабатывающей промышленности»

**7-11.10.2019**

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

При поддержке:  
• Министерства промышленности и торговли РФ  
• Министерства сельского хозяйства РФ  
Под патронатом ТПП РФ

Организатор:  
**ЭКСПОЦЕНТР**

МИНПРОМТОРГ  
РОССИИ



Реклама 12+

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

\*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.  
Подробнее - [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)

**WORLD  
FOOD**  
MOSCOW

**24-27**  
СЕНТЯБРЯ 2019

МВЦ  
«КРОКУС ЭКСПО»  
МОСКВА

# КРУПНЕЙШАЯ В РОССИИ ОСЕННЯЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ МИРОВОГО КЛАССА



**1 560**  
УЧАСТНИКОВ



**30 710**  
ПОСЕТИТЕЛЕЙ



**58 457** м<sup>2</sup>  
ВЫСТАВОЧНОЙ ПЛОЩАДИ



**65** СТРАН-  
УЧАСТНИЦ



**42** РЕГИОНА  
РОССИИ

18+

Получите электронный билет



**world-food.ru**

Ваш промокод: wfm19iTSSB

ОРГАНИЗАТОР

