

# БИЗНЕС СТОЛИЦЫ

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ  
И ОБОРУДОВАНИЕ  
2022



**ЧЕЛОВЕК  
ДЕЛА**

**АНТОН ЕВСЮКОВ**

ДИРЕКТОР ООО «ВИКТОРИЯ»



## 25-ая Международная выставка индустрии гостеприимства «ПИР Экспо» 2022 –

платформа для сотрудничества между:

- поставщиками/  
производителями  
продуктов и  
предприятиями  
общественного питания;
- оптовыми  
производителями и  
дистрибьютерами  
товаров для сферы  
гостеприимства;
- технологами и  
производителями  
продукции для  
индустрии  
гостеприимства.

## Ежегодно «ПИР» – это

- более 40 000 гостей — профессионалов HoReCa;
- более 500 компаний-участников;
- бесконечное количество новых полезных контактов и коммерческих контрактов.



# ВАХНИНА и Партнёры

Изобретения  
Товарные знаки  
Авторские права  
Защита в суде

[ip@vakhnina.ru](mailto:ip@vakhnina.ru)  
[www.vakhnina.ru](http://www.vakhnina.ru)  
+7 (495) 946-7075  
Москва, Россия



## Татьяна Алексеевна Вахнина

Патентный поверенный РФ,  
Евразийский Патентный  
Поверенный.

Кандидат юридических наук,  
Почетный Адвокат  
Российской Федерации.

Направления работы:  
товарные знаки (регистрация,  
судебные дела), изобретения  
и полезные модели.



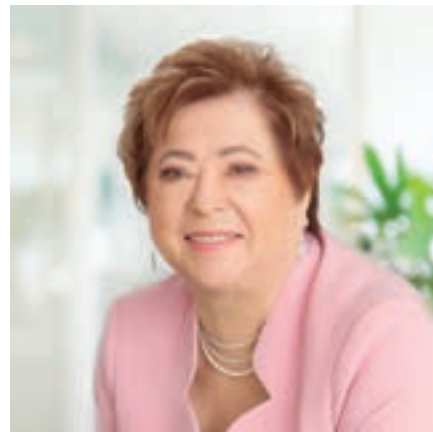
## Алексей Михайлович Вахнин

Патентный поверенный РФ,  
Евразийский Патентный  
Поверенный.

Кандидат медицинских наук  
(Медицина, Биохимия).

Вице-президент Палаты  
Патентных Поверенных  
Российской Федерации.

Направления работы: изобретения  
в области биохимии, биотехнологии,  
фармакологии.



## Елена Александровна Уткина

Патентный поверенный РФ,  
Евразийский Патентный  
Поверенный.

Кандидат химических наук  
(Химия, Биохимия).

Патентный директор,  
Директор Отдела Изобретений.

Направления работы: изобретения  
в области химии, биохимии,  
фармакологии.

Товарные знаки. Изобретения. Патентование в РФ и за рубежом.

## Профессиональная помощь по подготовке и подаче на регистрацию заявок на изобретения и товарные знаки в России и за рубежом:

- Патентование Ваших изобретений в России, странах СНГ и за рубежом (США, Китай, Япония, Европейский Союз, Канада, страны Азии и Южной Америки и др.)
- Регистрация Ваших товарных знаков в России, странах СНГ и за рубежом (США, Китай, Япония, Европейский Союз, Канада, страны Азии и Южной Америки и др.)
- Защита Вашей Интеллектуальной Собственности в судах Российской Федерации, стран СНГ и за рубежом.

[ip@vakhnina.ru](mailto:ip@vakhnina.ru) | [www.vakhnina.ru](http://www.vakhnina.ru) | +7 (495) 946-7075 | Москва, Россия

Наши Патентные Поверенные - члены российских и международных организаций по защите Интеллектуальной Собственности:

Палата Патентных Поверенных РФ, INTA, FICPI, AIPPI, LES Russia/LESI, PTMG, ECTA

# ВИКТОРИЯ

## АНТОН ЕВСЮКОВ: «ГОРДИМСЯ ТЕМ, ЧТО СОЗДАВАЛИ РЫНОК ПРОДУКТОВ ДЛЯ ЗОЖ»



История ООО «Виктория», которое в настоящее время представляет свою продукцию под брендами «Масляный король», «Русска», «Русский масленникЪ» и другими, началась в 1999 г. с покупки предпринимателем из Великого Новгорода Антоном Евсюковым стандартного промышленного маслопресса и аренды участка в пригороде площадью всего 200 м<sup>2</sup>. После продолжительного процесса поиска оптимальной технологии компании удалось создать и вывести на рынок единственную на тот момент отечественную марку высококачественного натурального масла грецкого ореха. Фактически именно «Масляный король» познакомил россиян с этим полезным продуктом. Сегодня компания выпускает несколько десятков наименований продукции и по праву может гордиться почетными званиями лидера по объемам производства экзотических растительных масел первого холодного отжима, а также одного из основателей российского рынка продуктов для здорового образа жизни (ЗОЖ). Ее производственная площадка по-прежнему находится в Великом Новгороде и занимает в настоящее время уже свыше 4 тыс. м<sup>2</sup>. Но и в трех больших цехах, как рассказывает основатель и бессменный руководитель «Масляного короля» Антон Евсюков, активно развивающемуся предприятию уже становится тесно. Самым важным своим достижением за 20 лет бизнесмен считает безупречную репутацию компании и качество ее продукции.



### Директор — Антон Евсюков.

По образованию — управленец на производстве. По призванию — предприниматель. Бизнесом занимается со школьной скамьи. В 1990-х владел сетью магазинов видеоигр в Великом Новгороде. На рубеже 2000-х занимался продажами муки в регионе. В 1999 г. основал бизнес в сфере производства масел, а в 2003 г. открыл компанию «Виктория». В предпринимателях ценит порядочность и говорит, что всегда, когда перед ним встает выбор — прибыль или честность, выбирает честность.

### Что составляет основу ассортиментного ряда «Масляного короля» сегодня?

Основной вид нашей деятельности — производство экзотических масел премиального качества. В настоящее время их линейка состоит из 24 наименований, и все они востребованы на рынке. Особенно популярны у потребителей кунжутное, тыквенное, конопляное, кедровое, горчичное и рыжиковое масла. Производим мы амарантовое, абрикосовое, облепиховое, соевое, виноградное масла, а также черного тмина, расторопши, черной редьки, шиповника и другие.

По мере развития компании у нас появились и другие направления деятельности — такие, как производство льняных каш, а также кедрового жмыха и муки. Сегодня мы, например, предлагаем потребителям уже девять видов муки, среди которых амарантовая, конопляная и кунжутная.



### Занимаетесь ли вы производством продуктов на основе льна?

Да, занимаемся. Правда, на протяжении первых 10 лет деятельности лен не входил в сферу наших интересов по ряду причин. На рынке было большое количество игроков, включая достаточно крупного производителя из Новосибирска, конкурировать с которым у нас не было планов. Мы вообще со всеми конкурентами поддерживаем хорошие конструктивные отношения. С этим производителем мы долгое время успешно до-



полняли друг друга в местах продаж. В 2009–2013 гг. в магазинах ЗОЖ ассортиментный ряд выглядел так: льняная продукция, в том числе каши и масла, из Новосибирска, а все остальные масла на полках были наши.

В 2012 г. к нам обратилась компания, которая попросила сделать для них льняное масло и кашу. В результате в 2012–2015 гг. мы поставляли значительный объем в одну из федеральных сетей. Затем разработали наши фирменные вкусы льняной каши с добавками, такими как амарант, кедр, расторопша и др. Причем все они абсолютно натуральные. Также специально для каш мы покупаем зародыши пшеницы, обрабатываем их и добавляем в продукт. Потом стали наращивать объемы и производить льняное масло, хотя оно отличается от нашего базового ассортиментного ряда тем, что лен более дешевый. Для того чтобы заработать на этом рынке, нужен объем, соответственно, дополнительные складские помещения для хранения сырья и тары, новые рабочие места, а также закупки на год вперед. Но поскольку мы все время расширяемся, то и с этим проблем не возникло.

**Под какими собственными брендами сегодня вы выпускаете продукцию?**

Наш основной бренд — «Масляный король». Это собственная торговая марка. Мы даже расфасовываем масла под этим брендом в фирменные бутылки объемом 0,35 л. Кстати, чем меньше объем тары, тем лучше для масла, поскольку главные враги этого продукта — воздух и вода. Воспользуясь случаем и дам краткий потребительский совет: если вы израсходовали половину бутылки масла, перелейте его в тару меньшего объема, тогда оно сохранится дольше.

Что касается брендов, то отмечу, что также мы создали весьма популярные у потребителей марки «Русска» и «Русский масленикъ». В настоящее время масла под брендом «Русска» представляет на рынке наш эксклюзивный дистрибьютор.

**Развиваете ли такое направление, как контрактное производство?**

Контрактным производством под собственные торговые марки заказчиков мы занимаемся — и успешно. Причем не только поставляем им качественный продукт, но и оказываем полный комплекс услуг, в том числе разрабатываем дизайн упаковки, оформляем необходимую документацию, включая регистрацию и сертификацию, если необходимо. В рамках этого направления наша продукция представлена такими брендами, как «Масляный бутик», «Медведь и слон» и другими.

Наши масла закупают и производители косметики, фармацевтики, а также лакокракочной продукции. Спектр очень

большой. Есть еще и жмыхи, которые являются хорошей кормовой базой. И если 15–20 лет назад за вывоз жмыхов в южные области нам приходилось платить деньги, так как животноводство в нашем регионе не было сильно развито, то сейчас спрос на эту продукцию есть и у нас на северо-западе России.

**Какие требования к поставщикам сырья предъявляете?**

Мы достаточно консервативно подходим к выбору всех поставщиков — будь то сырье, тара, этикетка, оборудование. По этикетке мы, например, с 2003 г. работаем с одной и той же компанией. Поставщики сырья у нас тоже редко меняются. В основном это российские сельхозпроизводители. Из импортного сырья используем только кунжут, арахис и черный тмин. Закупаем индийский кунжут через крупного дилера из Санкт-Петербурга.

По многим культурам мы заказываем посадки под наши объемы, хотя это и рискованно. Например, в прошлом году по объективным причинам мы остались без тыквенной семечки, а в позапрошлом — без льна. Но все равно в целом такая схема удобна: она позволяет прогнозировать и держать цены, что важно, поскольку мы работаем с ритейлом.

В целом поставщики, у которых мы заказываем посадки, закрывают примерно 80% наших потребностей. В этом году, например, у нас растут лен, конопля, тыква и расторопша. Главное требование ко всем поставщикам — высокое качество продукции. Именно от него зависит качество и вкус самого масла.

**Насколько влияют на качество масла технологии отжима?**

Конечно, они влияют. Но здесь надо развенчать миф о холодном отжиме. В большинстве случаев, когда производители пишут на этикетках «холодный отжим», это не соответствует действительности. Классический холодный отжим дает выход

**Основной вид нашей деятельности — производство экзотических масел премиального качества. В настоящее время их линейка состоит из 24 наименований, и все они востребованы на рынке.**



масла 26%. При нагреве сырья — выход 40%. Поэтому чаще всего сегодня осуществляется щадящий нагрев с помощью пара при температуре 110–120 °С. И это не означает, что продукт плохой. Просто надо понимать, что холодный отжим — это элитная технология, и конечная продукция не может стоить дешево. Наши масла в основном все сыродавленные. Высоких температур мы не используем, поэтому продукт достаточно долго хранится.

## На что вы обращаете особое внимание при производстве?

На начальном этапе мы много инвестировали в технологии. Например, в усовершенствование прессов. Дело в том, что у нас десятки видов масел, и некоторые категорически нельзя смешивать и наливать, что называется, из одного крана. Однако нестандартное оборудование на рынке никто из крупных производителей собирать не хочет. Поэтому мы сами разработали три конвейерные линии, которые удовлетворяют всем нашим потребностям. Главное — они позволяют сохранять в конечной продукции все полезные вещества. Многие наши технологические достижения являются собственными ноу-хау, секреты мы не раскрываем.

Хочется отметить, что мы вообще очень много внимания уделяем созданию технологий. Например, в 2011 г. мы первыми в стране запустили технологию производства конопляного масла, которую отработывали три года. В 2009 г. впервые получили масло конопляной семечки. Оно было хорошее, но испортилось буквально через две недели. В 2010 г. сумели добиться того, что срок годности масла составил месяц. И только еще через год мы до конца отработали технологию и смогли с полной ответственностью и уверенностью в долгом сроке хранения масла запустить его в серийное производство.

## Что вы считаете главным фактором, приведшим вашу компанию к успеху?

Мы всегда много и честно работали. Например, в 2005–2013 гг., когда продажи масла грецкого ореха шли плохо, мы организовали промогруппу, которая ездила по всей стране и методично знакомила с нашей продукцией потребителя на различных мероприятиях, фестивалях, ярмарках выходного дня и так далее. Этот подход был плодотворным и по сути сформировал наш сегмент потребительского рынка. Как я считаю, именно такая кропотливая работа с потребителем стала основанием для появления самого рынка ЗОЖ-продуктов в нашей стране, а также вывела «Масляного короля» в число лидеров

этого рынка. Нельзя не сказать, что мы и сегодня во многом остаемся первопроходцами — постоянно что-то придумываем и раскручиваем.

## Вы сталкивались со случаями копирования ваших идей?

К сожалению, мы часто с этим сталкиваемся. Поэтому даже перестали возить на выставку «ПродЭкспо» новинки. В 2015 г. в феврале мы выставили там наши новинки, а друзья-конкуренты их сфотографировали и уже в апреле выпустили аналоги. Наверное, для рынка это нормально. Но нам жалко собственных сил и времени. А еще больше жалко, что нашими усилиями и инвестициями в правильно поставленную работу беззастенчиво пользуются. Ведь когда у нас появляется какой-то бренд, этому предшествует работа маркетологов по изучению рынка, в том числе они задействуют фокус-группы.

## Как можно с этим бороться?

Бороться с этим по большому счету невозможно. Надо просто самим продолжать работать честно. Мы, например, еще в 2018 г. внедрили международную систему ХАССП, предназначенную для выявления, анализа, контроля и управления рисками при изготовлении пищевой продукции. Это значит, что у нас на 100% соблюдается чистота в цехах, и нигде вход не пересекается с выходом. На нашу площадку даже невозможно зайти, не продезинфицировав руки.



## Что бы вы хотели изменить в правилах регулирования отрасли для того, чтобы производственным предприятиям стало удобнее работать?

Прежде всего большая проблема заключается в том, что никто не борется с фальсификатом. Мы пытались бороться своими силами, но поняли, что работа должна вестись системная и на государственном уровне. Дело в том, что с 2015 г. действует заявительный порядок, и это, как я считаю, плохо для качества продукции. Когда мы открывали производство, мы проходили все этапы по старым правилам: получали заключение на проект, потом отстраивались и получали разрешение на ввод объектов в эксплуатацию. А затем еще надо было получать разрешения — сертификаты соответствия — на каждый продукт. Сейчас же сертификация приобрела как минимум довольно формальный вид. Только ответственные поставщики занимаются сертификацией по всем правилам. К сожалению, часть недобросовестных игроков на рынке прибегает к услугам посредников, которые их продукцию ни разу не видели. Доходит до курьезов. В нашу компанию тоже ежедневно звонят фирмы, которые предлагают посодействовать с получением сертификатов. Устав отвечать им отказом, я как-то пошутил, предложив сертифицировать петяровое масло. Люди старшего поколения помнят, что этот продукт — литературная фантазия писателя Кира Булычева, на нем героиня фантастической повести «Сто лет тому вперед» и снятого по ее мотивам фильма «Гостя из будущего» пыта-



лась «приготовить брамбулет». К моему удивлению, собеседник на другом конце провода согласился посодействовать в сертификации такого масла.

**Вы думаете, что надо вернуть обязательные ГОСТы?**

Лично я убежден, что необходимо бороться с мошенниками на рынке, вернуть уголовную статью за обман потребителя, а также ужесточить и доработать техрегламенты. В настоящее время производство масла регулируется ими, но требования прописаны поверхностно. Дело в том, что каждое масло отличается от другого, и регламенты производства должны быть по каждому маслу свои.

Думаю, что как минимум нужно на законодательном уровне потребовать, чтобы вся продукция соответствовала последнему ГОСТу 2018 г., который разработывал Всесоюзный центральный научно-исследовательский институт жировой промышленности в Санкт-Петербурге. «Масляный король», кстати, пользуется экспертными заключениями специалистов из этого института, и я хочу сказать, что это профессионалы с большой буквы.

**Проблема импортозамещения в вашем сегменте актуальна?**

По сырью нет, не актуальна. Оно практически полностью отечественное. Но крайне важно, чтобы правительство продолжило ограничивать экспорт масличных культур. Благодаря этому цены на внутреннем рынке снизились, что благотворно сказывается на производственном секторе. Конечно, хочется, чтобы зарабатывали все. Однако нельзя не отметить, что в последние годы фермеры на экспортных поставках и растущих ценах на внешнем рынке получали сверхприбыли. Все это привело к удорожанию продуктов и на внутреннем рынке. Но уже в этом году, если экспорт будет по-прежнему ограничен, я прогнозирую, что мы увидим снижение цен для российских потребителей. На перспективы развития российского рынка я смотрю с большим оптимизмом.

**Думаю, что не ошибусь, если скажу, что наша коллекция призов — одна из самых больших в стране среди производителей. В различных конкурсах мы начали участвовать еще в 2005 г.**

**Свою продукцию «Масляный король» экспортируете?**

Из 25 видов масел порядка пяти-шести представлены на международном рынке. В основном экспорт осуществляется в Армению, Белоруссию, Казахстан, Киргизию, Молдову. Кроме того, ранее поставляли и в страны Евросоюза — Хорватию, Чехию и Германию. До пандемии начали налаживать торговые отношения с китайскими потребителями, надеемся, что эта работа будет продолжена. Даже сайт нашей компании в настоящее время переведен на английский и китайский языки. Вообще мы активно участвуем в реализации регионального проекта «Системные меры развития международной кооперации и экспорта» в рамках нацпроекта «Международная кооперация и экспорт».

**Какие планы строите на ближайшее будущее?**

Мы давно не радовали рынок новинками в ассортименте, поэтому планируем представить уже в этом году новый продукт. Не исключаем для себя и возможность открытия еще одной площадки для увеличения объемов производства. Кроме того, мы



инвестировали средства в создание собственной лаборатории, которая должна открыться осенью. Это значительно ускорит сроки проведения анализов нашей продукции.

**Какими наградами отмечена ваша продукция?**

Думаю, что не ошибусь, если скажу, что наша коллекция призов — одна из самых больших в стране среди производителей. В различных конкурсах мы начали участвовать еще в 2005 г. Тогда, как и сейчас, нам было интересно экспертное мнение относительно качества нашей продукции. Любой конкурс — это как минимум фокус-группа независимых экспертов, которые могут дать объективную оценку. Поэтому, кстати, нам совершенно не интересны проплаченные конкурсы ради имиджа. Гордимся, что у нашей продукции множество медалей с реальными конкурсными мероприятиями. Например, дважды мы получали Гран-при Всероссийской выставки «Продуктовый мир», которая проводится на Нижегородской ярмарке. Комиссия, которая собирается там, — одна из самых сильных в оценке качества продуктов. Эти награды ценны для нас еще и тем, что вообще Гран-при на выставке дают не каждый год. Наши достижения отмечены практически во всех регионах России — от Сочи до Кемерово. Неоднократно, а точнее семь раз, «Масляный король» становился лауреатом и обладателем Гран-при Международного конкурса «Лучший продукт» на «ПродЭкспо». Старейший наш продукт — масло грецкого ореха, например, является обладателем более 30 премий на различных конкурсах. В том числе награждено золотой медалью Международной выставки-ярмарки «Агрорусь» и золотой медалью дегустационного конкурса «Мир соусов и масел». За высокое качество продукции масло в 2017 г. получило и золотую медаль на Международной выставке инноваций в сфере еды и напитков в Шанхае.

**Не могли бы вы поделиться, каких принципов в работе как предприниматель и руководитель придерживаетесь?**

Главная ценность компании — люди. Мы создаем такие условия труда, что сотрудники у нас работают по 10–20 лет и никуда не хотят уходить. В том числе во время пандемии мы сделали все возможное для того, чтобы люди не потеряли рабочие места. А в целом я всегда говорю: главное — чтобы все были довольны. Важно, чтобы сотрудники приходили на работу как на праздник, партнеры своевременно получали оплату за их товары и услуги, а потребители радовались высокому качеству нашей продукции.

# ГЛОБУС



## ФОРМУЛА УСПЕХА: СОЗИДАТЕЛЬНОСТЬ И КАЧЕСТВО

Обеспечение качества продукции премиального уровня — основной принцип работы ЗАО «Глобус», которое более тридцати лет поставляет на российский рынок фруктово-ягодные соки, нектары и морсы. В настоящее время они присутствуют в торговых сетях под брендом «24 вкуса», а также под собственной торговой маркой в магазинах «Лента» и ресторанах Санкт-Петербурга. Из года в год «Глобус» получает престижные отраслевые премии, которые подтверждают высочайшее качество продукции компании. Сегодня это один из немногих в стране в своем сегменте отечественный производитель, который аттестован по системе ISO 9001 и международной сертификации ISO 22000. «При этом в Европе в настоящее время аналогов продукции «Глобуса» по натуральности не существует», — рассказал председатель совета директоров предприятия Александр Семенович Беляков. Он объяснил, что сохранность витаминов и микроэлементов обеспечивается методами быстрой пастеризации и последующего резкого охлаждения, а также строгим контролем качества сырья и всего производственного цикла. То есть как раз тем, на чем многие производители экономят в погоне за быстрой прибылью. В России, как считает А.С. Беляков, сегодня наступил момент истины, когда во главу угла в целом должен быть поставлен созидательный труд, а в частности — забота о качестве продукции, подкрепленная государственными стандартами. О том, как этого добиться, а также о деятельности ЗАО «Глобус» в настоящее время он рассказал подробно.



### Председатель совета директоров — Александр Семенович Беляков.

Российский управленец с большим стажем, общественный и политический деятель, Почетный гражданин Ленинградской области. Родился 20 мая 1945 г. в городе Сортавала Карело-Финской ССР. По специальности инженер-механик. Окончил Петрозаводский железнодорожный техникум, затем Ленинградский сельскохозяйственный институт. В советское время возглавлял птицефабрику «Заводская», а позже — Птицефабрику им. 50-летия СССР. В 1990 г. был избран депутатом, затем на альтернативной основе заместителем председателя Ленинградского областного Совета народных депутатов. В октябре 1991 г. указом президента Бориса Ельцина был назначен главой администрации Ленинградской области. В 1994 г. являлся губернатором — председателем правительства, затем — губернатором Ленинградской области. В 1993 г. был избран депутатом Совета Федерации Федерального собрания РФ, входил в состав Комитета по бюджету, финансовому, валютному и кредитному регулированию, денежной эмиссии, налоговой политике и таможенному регулированию. В 1996–1997 гг. — статс-секретарь, заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия РФ. В 1999–2005 гг. являлся депутатом Государственной Думы Федерального Собрания РФ. С 2010 г. и по сегодняшний день возглавляет совет директоров ЗАО «Глобус». Считает, что обязанностью каждого человека является труд на благо Отечества. Много читает, отдавая предпочтения книгам по истории России и экономике. Ведет здоровый образ жизни, увлекается плаванием.

**В интервью нашему изданию несколько лет назад вы уделили внимание устойчивому развитию «Глобуса» на протяжении всей истории компании, начиная с 1990 г. Как вам удается справляться с текущими экономическими сложностями, и сильно ли они на вас повлияли?**

Действительно, еще три года назад мы жили в другом измерении. Сегодня мы находимся в постковидном мире, где многое изменилось. В том числе и для нас. Более того, в отношении России введены беспрецедентные санкции. Текущая ситуация со всей очевидностью требует перестройки нашей экономики, а главное — сознания россиян. Как и у других производителей, весной 2020 г. после закрытия ресторанов и кафе объемы реализации нашей продукции, которая на тот момент могла поставляться только в магазины, сильно сократились. Ситуация усугубилась для нас еще и тем, что предприятия пищевой промышленности по каким-то причинам не попали ни в какие программы государственной поддержки, хотя очень в ней нуждались. В тот же период надзорные ведомства, все силы которых были сосредоточены на борьбе с пандемией, не среагировали на появление на рынке большого числа дешевых суррогатов, по сравнению с которыми мы проигрывали в цене. Естественно, что производителям натуральной продукции премиум-качества сложно с ними конкурировать. Поэтому мы, например, не получили возможности выйти в сегмент поставок напитков в школы, даже несмотря на то, что были готовы обеспечить ими всех школьников с первого по шестой классы в Ленинградской области. Тем не менее благодаря гибкой политике управления нашему предприятию удалось выстоять. В настоящее время мы строим большие планы на будущее и нацелены на сотрудничество с государством в вопросе определения дальнейших путей развития нашей экономики.

**Вы вынуждены были сокращать штат сотрудников в кризис?**

Мы особенно гордимся тем, что в этот период удалось сохранить трудовой коллектив и не уволить ни одного человека. Конечно, это потребовало собственных вложений. Однако мы хорошо понимали всю меру ответственности. Наша производственная площадка расположена в Псковской области в г. Опочка, где примерно 40% населения безработные. Фактически наша компания — крупнейший работодатель города. Естественно, местные жители держатся за работу. И мы, со своей стороны, поддержали их в период кризиса.



## Вам удалось сохранить ассортиментный ряд?

Все, что мы производили до пандемии, мы и сегодня выпускаем в полном объеме: стопроцентно натуральные морсы, нектары, соки и сиропы в различных видах упаковки. Также можем делать топинги, любые джемы, варенья. Более того, за последние два года мы заключили новые контракты и запустили цех, где установили немецкие высокопроизводительные ленточные прессы для производства соков. В настоящее время мы перерабатываем каждый месяц до 60 т ягод и фруктов, а иногда и свыше 100 т. Но все равно работаем далеко даже не на половину заложенных мощностей. По сути, ежегодно наше предприятие может перерабатывать до 3 тыс. т ягод и фруктов. И это при условии работы только в одну смену. У нас высочайший уровень контроля качества, хорошая лаборатория. Вообще, таких компаний, как наша, в отрасли мало.

## Какие ваши ближайшие планы?

Мы нацелены выйти в сегмент производства концентрированных пюре из овощей, фруктов и ягод. Тем более это актуально сейчас, когда иностранные производители ушли с рынка и ниша освободилась. Но для этого требуется наладить еще более тесную кооперацию с поставщиками яблок, моркови и свеклы. Псковская область имеет в этом аграрном направлении хорошие перспективы. Также мы нацелены на сотрудничество с компаниями Белоруссии, где выращивается много фруктов и ягод нашей полосы. А уже в этом сельскохозяйственном цикле в Псковском регионе под наши потребности некоторые аграрии разбили дополнительные площади садов — выращивают яблоки, вишню, груши, топинабур, голубику, облепиху, черную смородину, черноплодную рябину и многие другие культуры.

## Как вам технологически удается производить не имеющие добавок напитки — полностью натуральную продукцию?

Даже несмотря на то, что на рынке нам приходится конкурировать с теми, кто выпускает суррогаты, представляя под видом морсов зачастую разведенный концентрат с искус-

**В настоящее время мы перерабатываем каждый месяц до 60 т ягод и фруктов, а иногда и свыше 100 т. Но все равно работаем далеко даже не на половину заложенных мощностей. По сути, ежегодно наше предприятие может перерабатывать до 3 тыс. т ягод и фруктов.**



ственными красителями и усилителями вкуса, мы не позволяем себе снижать уровень. Наша продукция проходит пастеризацию на температурном уровне 92% с последующим охлаждением, таким образом все полезные вещества сохраняются. Мы без преувеличения производим лучшие соки в России, что подтверждается множеством золотых и серебряных медалей, полученных «Глобусом» на конкурсах и выставках.

## Какие текущие сложности есть у вашей компании?

На рынке в принципе существует проблема с упаковкой. В текущем моменте она не ощущается остро, так как экспорт стекла закрылся, и мы стали в большом количестве использовать стеклянную тару. Кстати сказать, она наиболее экологична. При этом есть сложности с пищевой пленкой, которые могут дать о себе знать в ближайшее время. Требуется некоторая перестройка — необходимо увеличить выпуск пищевой пленки для внутренних нужд на предприятиях Москвы и Сибири.

## Насколько актуален в вашей сфере вопрос импортозамещения сырья?

Прежде всего это неактуально для сегмента лесных ягод. Мы перерабатываем лесную чернику, бруснику и клюкву. В прошлом году рубль обесценился, цена на ягоду выросла в два-три раза. И нам в этих условиях пришлось тяжело, так как ягода пошла на экспорт, а пошлины никто не регулировал. Пока цена не опустилась. Соответственно, эта ситуация приводит к удорожанию продукции.

## Вы сказали, что готовы участвовать в совместной работе с государством. Что, по вашему мнению, необходимо сделать, чтобы добиться существенного роста экономики?

Необходимо в полной мере наладить эффективное государственно-частное партнерство. Выход для России — срочный переход на стратегическое планирование с существенными элементами рынка. Безусловно, мы не должны производить лишнего и нам нужно будет экономить. Но главное — важно начать рассчитывать, что и в каких объемах стране нужно. В текущей ситуации классическая модель либерального капитализма не работает, и в условиях санкций ни о какой конкуренции говорить не приходится. В советское время я возглавлял крупную птицефабрику и могу с уверенностью сказать, что рынок в СССР был. Примерно 70% поставлялось по госзаказу, а 30% мы реализовывали сами. При этом требования к качеству были

едиными. Сегодня, к сожалению, этого нет, что дает возможность недобросовестным производителям демпинговать цены. Те, кто делает качественную продукцию, с ними конкуренции просто не выдерживают. Считаю, что необходимо вернуться к ГОСТам, а также ввести жесткую уголовную ответственность за поставки на рынок некачественной продукции. В этом случае, например, ослабнет и актуальность различных конкурсов, которые, не секрет, зачастую являются коррупционным екимки. Кроме того, все конкурсы на социальные поставки ориентированы на цену, а не на качество, и это положение вещей, по моему мнению, необходимо изменить. Можно было бы, например, ввести практику присвоения звания «Поставщик для государственных нужд», которое автоматически бы означало, что производитель придерживается высокого стандарта качества, ГОСТов и ему можно доверять.

### Требуются ли нововведения для регулирования торговли?

Я убежден, что нужно внести существенные изменения в закон о торговле и закрепить нормы, чтобы на полках магазинов присутствовал только купленный товар. Тогда будет активно развиваться оптовая торговля, а розница снизит наценки, так как начнет зарабатывать не на цене, как это происходит сейчас, а на оборотах. К тому же повысится заинтересованность ритейлеров в товарах именно отечественного производства. Кроме того, важно развивать и производственно-торговую кооперацию. Плановая экономика позволяет оценить, куда и какие ресурсы направлять. Цены в сетях надо ограничить рентабельностью, и заниматься такой работой необходимо антимонопольной службе.

### В финансовом секторе должны быть, по вашему мнению, приняты какие-то решения?

Безусловно. Остро стоит вопрос об инвестициях. Пока мы остаемся под эгидой монетарной политики МВФ, сложно проводить какие-то реформы. Необходимо расширить финансирование для производителей. При ставках в 14–15% инвестиции в производство рентабельными быть не могут. Для экономического роста требуются очень гибкие и быстрые финансовые решения. Например, имело бы смысл отменить НДС на оборудование, которого, кстати, нигде в мире, кроме России, нет. Необходимо сделать ресурсы более доступными для отечественных производителей. Это касается не только заемных средств, но и, например, рекламы. Общеизвестно, что телевизионная реклама была доступна только крупным



**Наша продукция проходит пастеризацию на температурном уровне 92% с последующим охлаждением, таким образом все полезные вещества сохраняются.**

иностранным компаниям. Нам бюджеты не позволяют платить за минуту чуть ли не 10 тыс. долл. Здесь нужна поддержка государства и какие-то дотации — чтобы доносить до потребителя информацию о высоком качестве нашей продукции и, соответственно, приучать к нему потребителя. В рыночных условиях необходимо информировать о том, что за качество приходится платить дороже. Либо, как я уже говорил, надо ввести ГОСТы — тогда на рынке не останется некачественной продукции.

### Вы наблюдаете в среде потребителей усиление тренда на здоровое питание?

Конечно, он есть. Сейчас много людей, готовых платить за качество, в том числе среди молодежи. Тренд надо только укрепить — развивать линейку продуктов здорового питания, организовывать встречи с учеными, которые бы объясняли пользу этого, продвигать их идеи в соцсетях и делать многое другое.

### Вы подчеркнули, что ситуация требует изменения общественного сознания. Что вы имеете в виду?

Я всегда говорил, что Россию победить извне нельзя. Нашу страну можно победить только изнутри. На протяжении многих лет нам навязывали идеалы общества потребления, которые разрушительны для страны. Но, как я полагаю, Россию спасет только созидание. Людям, которые не привыкли работать, надо понять, что вначале надо что-то создать, а потом уже потреблять. Россия — страна, которая может жить лучше всех и накормить всю Европу, если не весь мир. Но для начала надо обеспечить внутренний рынок продукцией высокого качества. На Западе хорошо понимают, насколько мощной страной может стать Россия. И поэтому там заинтересованы в нашем ослаблении. Чтобы нас не победили, надо принимать срочные меры реагирования. Необходимо создать государственно-политические стабильные условия для цикла производства. Инвестиции должны быть доступны для производителей, а налоги подъемными. Среди производителей, как правило, особо богатых нет. Это люди, которые тяжело и много трудятся. Убежден, что многие из них, как и мы, со своей стороны готовы содействовать укреплению экономики и здоровья нации.



# ШОКОЛАДНАЯ ФАБРИКА «ТОМЕР»

TOMER

## АНДРЕЙ ЛАТЫШЕВ: «МЫ НИКОГДА НЕ ПОЙДЕМ НА КОМПРОМИСС В ВОПРОСАХ КАЧЕСТВА ПРОДУКТА»

Объемы продукции, выпускаемой фабрикой «Томер», исчисляются сотнями тонн в месяц, годовой оборот составляет около 1 млрд руб. При этом изделия данного производителя не относятся к разряду дешевых продуктов массового спроса. Компания изготавливает натуральный шоколад премиум-класса, востребованный у самого взыскательного потребителя, включая именитых кондитеров. О деятельности предприятия рассказывает его соучредитель Андрей Латышев.



Соучредитель  
компании —  
Андрей Латышев.

Родился в 1963 г. в Красноярске. Окончил Ленинградский институт советской торговли и международную бизнес-школу «МИРБИС». Хобби: ежедневные многокилометровые прогулки на природе, большой теннис, футбол. Кредо: «Не бойся ошибаться и уметь считать».

### Андрей, фабрика «Томер» работает более 20 лет, постоянно расширяя ассортимент продукции. Каков он в настоящее время?

Ассортимент определяется спецификой нашего бизнеса, который развивается в двух направлениях. В рамках первого выпускаем полуфабрикаты, служащие исходным материалом для кондитерских, молочных производств, сектора HoReCa. Предлагаем шоколад, начинки, пасты, покрытия. Разрабатываем эксклюзивные рецептуры и технологии по параметрам, заданным заказчиком. Запускаем производство новых продуктов на предприятиях клиентов, осуществляем квалифицированное технологическое сопровождение этой работы.

Второе направление — изготовление шоколадной продукции для конечного потребителя. Ее поставляем в торговые сети и специализированные магазины.

Отмечу, что наши изделия отвечают самым высоким требованиям потребителей. При этом мы постоянно ищем новые возможности, интересные продукты, уникальные идеи. С этой целью посещаем шоколадные выставки, участвуем в специализированных форумах, общаемся с нашими потребителями.

### В производстве шоколада вы используете редкие на рынке какао-бобы, поставляемые с плантаций Южной Америки. Каковы особенности этого вида сырья?

Крупные мультибрендовые компании закупают так называемые индустриальные какао-бобы, поступающие из Африки, Малайзии, Индонезии. Они занимают 90% мирового экспорта какао-бобов и используются в производстве шоколада для массового рынка.

Мы делаем шоколад из колумбийских какао-бобов Fino de Aroma. Название переводится как «изысканный аромат». Их доля в мировом производстве какао не превышает 7%. Продукция, изготовленная из таких бобов, отличается нежным ароматом и тонким вкусом, поэтому они востребованы у изготовителей премиального шоколада.

Мы получаем сырье непосредственно от производителей и всегда имеем возможность убедиться в правильном использовании агротехнологий, отслеживаем процессы уборки урожая, переработки и упаковки продукции.

### Для изготовления премиального шоколада требуется не только качественное сырье, но и соответствующие технологии. Что представляет собой производственный комплекс вашей компании?

Комплекс площадью 2300 м<sup>2</sup> расположен в д. Поярково Московской области. Цеха оснащены современным европейским оборудованием последнего поколения, что очень важно для изготовления качественного шоколада.

Мы работаем по классическим рецептурам, то есть осуществляем полный цикл производства шоколада от какао-бобов до плитки. Эти рецептуры дополняем современными технологическими разработками из практики мировых производителей. Компания имеет собственную прекрасно оснащенную лабораторию. В ней команда технологов отбирает сырье, изготавливает тестовые партии, доводит до совершенства производственные процессы.

### Санкции Запада повлияли на деятельность компании?

Увеличились сроки и стоимость доставки сырья. Кроме того, мы перешли на предоплату, так как иностранные компании нас теперь не кредитуют. Конечно, это сказалось на конечной цене продукции. Однако объемы продаж не упали. Наоборот, количество клиентов растет. Санкции Запада прервали отношения многих российских компаний с зарубежными поставщиками. Теперь они обращаются к нам, и мы им помогаем.

Об ограничениях в поставках комплектующих для кондитерского оборудования пока не слышали. Но если такие проблемы возникнут, то для нас они не станут значимыми. Мы работаем на рынке 20 лет, знаем десятки компаний, специалисты которых изготовят и заменят практически любую деталь на работающей у нас машине. То есть в любом случае клиентов не подведем.

## Почему компании, лишившиеся поставок сырья из-за рубежа, обращаются именно к вам?

Причина, видимо, в том, что мы давно работаем на рынке, имеем репутацию производителя качественного продукта, нас знают. Кроме того, наша компания — одна из немногих, кто готовит небольшие партии продукции по индивидуальным, порой эксклюзивным рецептам. А таких заказов все больше и больше: кому-то нужен шоколад без сахара, кому-то с необычными начинками, кто-то намерен выпускать шоколадные изделия без ингредиентов животного происхождения для веганов. Потребители также обращают внимание на чистоту этикетки, то есть на отсутствие в продукте ненатуральных пищевых компонентов. Мы производим именно такой шоколад.

Конкурентов в России по выполнению индивидуальных заказов малыми партиями у нас практически нет. Большинство производителей работают по стандартным рецептурам и берут на исполнение большие объемы.

Между тем количество мелких заказчиков растет, увеличиваются объемы заказов, расширяется ассортимент. Нам выгодно сотрудничать с динамично развивающимися компаниями, так как мы растем вместе с ними.

Когда работал инстаграм, у нас были сотни клиентов среди кондитеров. Они покупали наш шоколад малыми партиями и оставляли отличные отзывы. Сейчас продажи в этом направлении упали. Но я надеюсь, что мы найдем новые площадки, на которых покажем наши товары тысячам потенциальных клиентов.

Отмечу, что продукция наших заказчиков представлена на полках практически всех федеральных и локальных торговых сетей. Наш шоколад используют кондитерские школы: учат на нем, как готовить высококлассную продукцию. В пример приведу широко известную в нашей среде Академию кулинарного

---

**Мы делаем шоколад из колумбийских какао-бобов Fino de Aroma. Название переводится как «изысканный аромат». Их доля в мировом производстве какао не превышает 7%.**

---



искусства Елены Шрамко. Эта женщина сама по себе личность незаурядная. Она неоднократный участник и золотой призер российских и международных кулинарных соревнований, организатор Всероссийского фестиваля «Кулинарное наследие», член экспертного совета Российской ассоциации кулинаров, член Всемирной ассоциации сообществ шеф-поваров. Она ни при каких обстоятельствах не возьмет посредственный продукт, потому что он испортит ее изделия, а наш шоколад приобретает регулярно.

Мы очень трепетно относимся к качеству своей продукции и требуем такого же отношения от поставщиков сырья. Можем, например, завернуть фуру с влажным сахаром, даже если при этом придется остановить производство. В вопросах качества не идем ни на какие компромиссы. Именно благодаря такому подходу мы заработали репутацию на рынке и не хотим ее терять.



## Как строится работа с индивидуальными заказчиками?

Заказчик сообщает, какой продукт ему нужен, какими свойствами, вкусами, ароматами он должен обладать. Проводим переговоры, на которых согласовываем детали заказа. Затем технологи подбирают ингредиенты и варианты изготовления, учитывая возможности нашего оборудования. Принимаем в расчет также особенности оборудования заказчика, чтобы у него не произошло каких-то сбоев при работе с нашими полупабрикатами.

Делаем образцы, отправляем клиенту, он при необходимости вносит корректировки по вкусу, консистенции. Мы их исполняем. Потом производим продукцию в заданном объеме и отправляем заказчику.

## Кто приобретает у вас готовую продукцию?

Компания на протяжении 15 лет является поставщиком продукции в сеть «ВкусВилл». Мы там очень широко представлены: поставляем шоколад, шоколадные пасты, конфеты. С этой сетью начинали работать, когда она называлась «Избенка». Вместе росли, набирались опыта, расширяли ассортимент, проводили мероприятия по обеспечению безопасности продукции. Сейчас «ВкусВилл» рекомендует своим поставщикам обращаться за хорошим шоколадом в нашу компанию, что они и делают, а мы с удовольствием с ними работаем. У нас организован канал обратной связи с покупателями наших товаров во «ВкусВилле», отвечаем на их вопросы напрямую.

Готовую продукцию также поставляем в торговые сети «Спар», «Перекресток». Работаем с крупнейшим производителем мороженого «Чистая линия», холдингом «Объединенные кондитеры», компаниями «Сыркофф», «Монетный двор», Bite. Наши дилеры работают в крупных городах России, а также в Азербайджане, Белоруссии, Киргизии, Израиле.

## Новых партнеров ищите?

Ищем тех, кто заинтересован в производстве шоколадных продуктов по индивидуальным рецептам. Возможно сотрудничество с начинающими компаниями, у которых есть нетривиальные идеи, но не хватает ресурсов для их реализации. Готовы вкладываться в молодых, подающих надежды кондитеров. При желании поможем организовать производство в наших цехах. Главное, чтобы потенциальные партнеры были

нацелены на результат и умели создавать работоспособные команды.

## Молодых специалистов в штат компании принимаете?

Наш бизнес динамично развивается, соответственно, возрастает потребность в квалифицированных работниках. Поэтому да — мы ищем молодых талантливых технологов, менеджеров по продажам, других специалистов. Недавно проводили семинар в Ивановском химико-технологическом университете — там есть кафедра технологии питания. Нам приглянулись два студента старшего курса. Когда они закончили вуз, получив, кстати, дипломы с отличием, мы пригласили их на работу и сняли им жилье. Связь с Ивановским университетом продолжаем поддерживать.

## В какой коллектив приходят молодые сотрудники?

В нашей компании работают 120 человек. Многие трудятся по 10–20 лет. Люди не уходят не только потому, что у нас достойная зарплата. Они видят, что их ценят, о них заботятся. В коллективе создан позитивный микроклимат, в почете взаимовыручка и взаимопомощь.

## Какими достижениями особенно гордитесь?

Гордимся тем, что 20 лет делаем настоящий шоколад, и людям нравится наша продукция. Ее объемы составляют сотни тонн в месяц.

Еще 15 лет назад мы были единственным поставщиком шоколадных изделий в сеть супермаркетов «ВкусВилл». Сейчас, кроме нас, его поставляет десяток других производителей. Однако наши продукты по-прежнему востребованы, их ассортимент расширяется, они имеют высокий рейтинг у покупателей. Значит, мы поставляем хороший товар, так как плохой никто не будет держать на полках годами.

Один из видов самых востребованных наших продуктов — 100%-ный шоколад без сахара. Мы немало сделали, чтобы познакомить с ним россиян.

Всегда находим общий язык с клиентами. Вот, например, поступает звонок от человека, который купил шоколад, а он покрыт белой пленкой, как говорят, поседел. Это не ошибка технологии, а неправильное хранение товара у продавца. Его держали в холодильнике, в результате на поверхности появилось какао-масло. Ничего опасного в нем нет. Наоборот, выход масла означает, что продукт натуральный, без химических добавок, предотвращающих данный процесс. Но мы все равно извиняемся перед покупателем и отправляем ему подарок.

Сегодня наша компания — один из лидеров на рынке премиум-шоколада. Он недешев, но зато настоящий.

Когда вижу на полке магазина 100-граммовую шоколадную плитку по цене 80 руб., то понимаю, что в этом продукте есть какой-то подвох. Не может натуральный шоколад столько стоить в рознице.

---

**Сегодня наша компания — один из лидеров на рынке премиум-шоколада. Он недешев, но зато настоящий.**

---

## Как оцениваете российский рынок шоколадных изделий?

Российский рынок обширный и многогранный. Я думаю, что даже небольшие компании, работающие честно и профессионально, найдут своего потребителя.



Сегодня на нашем рынке открылось большое окно возможностей. Часть иностранных компаний уходит из России, а значит, освобождаются определенные ниши, которые можно занимать. Главное — грамотно им воспользоваться. Для этого надо производить качественные интересные продукты, учитывать пожелания потребителя, проявлять заботу о нем.

Наконец, отмечу, что в трудные времена спрос на шоколад повышается, так как он снимает стресс, поднимает настроение, дарит радость. И не стоит бояться конкуренции — она помогает бизнесу развиваться, двигаться вперед.

## Что в планах по развитию компании?

В планах — неуклонное движение вперед. Мы закупили новую линию по производству шоколадных мини-дроппов, которые используют как начинку в йогуртах, печенье, батончиках, тортах, рулетах. Аналогов этой линии в России нет.

Она нам необходима потому, что востребованность шоколадной пасты, которую используют в выпечке, бутербродах, детских завтраках, снижается. Причина — пальмовое масло, входящее в ее рецептуру. Вместо пасты все чаще используют мини-дроппы или шоколадные палочки. Их закладывают в тесто, во время выпекания они расплавляются. В их составе нет пальмового масла. Мы тоже будем делать такие палочки и дроппы.

Пальмовое масло заменяем маслом дерева ши. Заключение контракта на поставку этого сырья, продвижение продуктов на его основе потребителю. Они будут примерно на 20% дороже, но не несут в себе тех рисков для здоровья, которыми специалисты наделяют пальмовое масло.

Перспективы нашего развития оцениваю вполне положительно. Надеюсь, что дадут результат меры поддержки бизнеса, которые принимает правительство. Во всяком случае, мораторий на плановые проверки уже позволил больше времени уделять производственным процессам, не отвлекаясь на общение с проверяющими. Мы целенаправленно следуем нашей миссии: делаем высококачественный продукт и реализуем его по справедливой цене. У нас это получается.

## АГРОБИЗНЕСПЛЮС



Агро Бизнес Плюс

### ПИЩЕВЫЕ ПОРОШКИ И ЧИПСЫ ПРЕМИАЛЬНОГО КЛАССА

Компания «АгробизнесПлюс» специализируется на производстве высококачественных пищевых порошков и чипсов из овощей, фруктов, ягод, грибов. Благодаря уникальной технологии АСКТ конечный продукт сохраняет полезные свойства исходного материала, при этом стоит дешевле, чем аналоги, изготовленные другими методами. Подробно о продукции предприятия рассказывает его генеральный директор Ольга Закирова.



#### Генеральный директор — Ольга Закирова.

Родилась в 1986 г. в Кировской области. Окончила Вятскую государственную сельскохозяйственную академию по специальности «финансы и кредит». Хобби: саморазвитие. Кредо: «Ничто не вечно и не случайно, поэтому верь в себя и двигайся вперед».

#### Ольга, что такое технология АСКТ?

Аббревиатура АСКТ расшифровывается как «аэродинамическая сушилка комбинированного типа». Это уникальная установка, аналогов которой нет ни в России, ни в мире. Ее сконструировал и запатентовал инженер Дмитрий Закиров. Поначалу она была создана для сушки травы естественной влажности, жомов различного происхождения и для получения удобрений.

После значительной модернизации многих узлов, которую опять же выполнил Закиров, устройство стало пригодным для приготовления пищевых порошков фактически из любого материала, будь то овощи, фрукты, ягоды, грибы или другие сельскохозяйственные продукты.

#### В чем уникальность этой технологии?

Главное ее достоинство в том, что она сохраняет все полезные свойства и биоэнергетику сырья, воздействуя на него невысокой температурой на протяжении сравнительно короткого промежутка времени. Также мы не использу-

ем красители, усилители вкуса, обжарку. Подтверждением полной натуральности наших изделий является членство компании в Национальном союзе производителей и потребителей органической продукции.

Также отмечу, что наша продукция, продаваемая под торговым знаком «АгроПрофильПлюс» (так называется компания, осуществляющая НИОКР), по своим характеристикам не уступает, а во многом даже превосходит качество изделий, высушенных методом вакуумной сублимации.

Изготовленные нами пищевые порошки и чипсы имеют сходный с сырьем цвет, запах, вкус. Их качество и безопасность подтверждены лабораторными исследованиями, имеется вся необходимая сертификационная документация. Можно констатировать, что использование технологии АСКТ позволяет получать продукцию, которая успешно конкурирует с высококачественными аналогами других производителей.

#### Кто из них в числе ваших конкурентов?

На рынке присутствует большое количество дистрибьюторов, в том числе представителей зарубежных компаний, предлагающих пищевые порошки весьма посредственного качества. Для нас они конкурентами не являются. Мы работаем в премиум-сегменте. Здесь наши соперники — сублимированные продукты. С ними мы конкурируем весьма эффективно.

#### Компании каких отраслей пищевой промышленности приобретают вашу продукцию?



Наши клиенты — самые разные предприятия. Их объединяет одно: они используют высококачественные натуральные пищевые порошки, а не их синтетические аналоги.

Кстати, мы можем изготовить порошки и чипсы как из нашего сырья, так и из сырья, предоставленного клиентом.

Наша продукция также широко представлена в розничных магазинах Подмосковья. Покупатели из других регионов приобретают ее на торговых интернет-площадках.

#### Качество готового продукта зависит от качества сырья. Где его приобретаете?

Мы тщательно отбираем поставщиков. Сырье берем только у предприятий, в которых реально, а не на бумаге организован внутренний входной и выходной контроль качества. Работаем с хозяйствами разных регионов. Например, шампиньоны для порошка и чипсов покупаем у компании, находящейся в Курской области.

#### Заинтересованы ли вы в создании дилерской сети?

Мы планомерно развиваем направление оптовых продаж пищевых порошков и чипсов, поэтому заинтересованы в дилерском сотрудничестве. Потенциальным партнерам предложим привлекательные условия, окажем необходимую помощь в продвижении товара.

#### Что в планах по развитию компании?

В планах масштабирование бизнеса, выход на новые рынки сбыта, в том числе зарубежные. Будем открывать собственные магазины, торгующие продуктами здорового питания. На первом этапе они появятся в Подмосковье. Наметили реализацию совместных проектов по производству витаминной травяной муки для скота, ведем на эту тему переговоры с агрохолдингами.

В целом делаем все для того, чтобы наша продукция стала популярной и востребованной по всей России. Уверена, у нас это получится.

# АГРОХОЛДИНГ РАМОНСКАЯ ИНДЕЙКА



## ФРАНЦУЗСКИЙ ПАТЭ ПО ЦЕНЕ РОССИЙСКОГО ПАШТЕТА

Мясоперерабатывающий комплекс «АГРОХОЛДИНГ РАМОНСКАЯ ИНДЕЙКА» поставляет на рынок различные виды мясных консервов и деликатесов, включая те, что ушли с прилавков магазинов из-за введенных Западом санкций. Они не уступают по качеству импортным аналогам, между тем цены на них остаются российскими. О том, как это удается осуществлять, рассказывает генеральный директор компании Геннадий Мешков.



**Генеральный директор —  
Геннадий Мешков.**

Родился в 1955 г. в Киргизии, много лет назад перебрался на воронежскую землю. Стаж работы в строительстве — 53 года, из которых 41 год работает в качестве первого руководителя компании. В свободное время любит заниматься дизайном, проектированием, архитектурой. Считает, что основа бизнеса — постоянство.

**Геннадий, вы много лет занимаетесь строительством, почему вдруг решили начать производство мясной продукции?**

Сегодня рынок товаров, производимых из мяса, насыщен, но купить то, что хотелось бы съесть с удовольствием, сложно. Я давно не нахожу в продуктах вкусовых ощущений натуральных консервов, которые были в Советском Союзе: в них соблюдался баланс вкуса и полезности. Именно ради производства качественных продуктов из мяса три года назад мы приобрели ферму «АГРОХОЛДИНГ РАМОНСКАЯ ИНДЕЙКА» и построили на ее месте крупный комплекс, сохранив при этом первоначальное название.

**Вы уже запустили перерабатывающие цеха, но предприятие рассчитано на полный цикл?**

Наш проект долгосрочный, и мы решили начать с более сложного. Самая

большая проблема производителей мясной продукции — ее сбыт. Легче вырастить индюшку, чем продать скоропортящийся продукт. Поэтому сначала важно подготовить переработку и хранение.

**Расскажите о вашей продукции.**

На первой очереди у нас утверждено 45 позиций продукции. Предприятие рассчитано на выпуск восьми сегментов продукции в различных упаковках, среди которых стоит выделить ножки конфи, мясо для салатов, патэ, риеты и много других вкусных, а главное, натуральных и полезных продуктов. У нас безотходное производство, мы сами делаем обвалку мяса, распределяя, что выпускать в зависимости от спроса. Из отходов (кости, жилы, обрезки мяса) изготавливаем мясные кубики и мясокостную муку.

Практически вся продукция производится по ГОСТам СССР, но также есть несколько уникальных технологий для приготовления риетов и патэ, за основу которых мы взяли французский опыт.

**Под какими брендами можно найти ваши товары в магазинах?**

Сегодня мы представлены под марками «Миркон» и «Согретта», но благодаря нашим производственным мощностям открыты к сотрудничеству с любыми брендовыми компаниями, заинтересованными в качественной мясной продукции.

**Вы можете изготавливать параллельно различные виды продукции?**

У нас несколько автоклавов, три поточные линии, максимальная мощность каждой — 2000 банок в час, 3 млн банок в месяц. Это лучший российский производственный показатель на сегодняшний день. На предприятии установлены 10 упаковочных машин: под вакуум, под газированную и негазированную среду, под ламистеры трех видов, под различные жестяные банки. На одной террито-

рии нам удалось организовать производство по многим сегментам рынка.

Холодильник сырья единовременного хранения рассчитан на 800 т, готовой продукции — на 400 т. Чтобы сэкономить площадь хранения и улучшить технологические процессы, в холодильниках установлены гравитационные стеллажи, помогающие увеличить количество палетомест на квадратный метр.

**Ваше предприятие располагается в 30 км от Воронежа, недалеко от села Каверье в Рамонском районе. Очистные сооружения справляются с производственными отходами?**

Установленные адсорберы минимизируют выбросы в окружающую среду, а локальные очистные сооружения, рассчитанные на обработку 750 м<sup>3</sup> в сутки, позволяют сливать отработанную воду с нормативными допусками.

Кроме того, на предприятии действует инновационная санитарная программа, подразумевающая отсутствие пересечения производственных потоков. Смывы берутся на полах и оборудовании два раза в день. Установлены современные системы отслеживания загрязнения и роста бактерий.

**Расскажите о ваших планах.**

Надеемся, что наша продукция в ближайшее время будет представлена во всех магазинах как в сетях, так и на онлайн-площадках — маркетплейсах. Гарантируем держать марку, не ухудшая, не упрощая, не меняя рецептуру. В ближайшей перспективе — строительство предприятия по выращиванию индейки и открытие цеха по переработке рыбной продукции. Сейчас в агрохолдинге трудятся более 100 человек, постепенно предусмотрено увеличение штата до 500. Для рабочих в течение двух лет мы намерены построить в районе поселок на 200 домов с полной инфраструктурой: поликлиникой, школой и мн. др.

## АЗИЯ ФРУКТ

### КОРОЛЕВСКОЕ МАНГО ИЗ КАМБОДЖИ

«Азия Фрукт» поставляет в Россию сушеное манго из Камбоджи — страны, являющейся одним из самых экологически чистых мест мира. Несмотря на молодость — компания образована чуть больше года назад, она уже имеет достижения на рынке сухофруктов. О том, как зарождалась «Азия Фрукт», о планах на будущее и о пользе камбоджийского манго рассказывает генеральный директор компании Анна Новоселова.



#### Генеральный директор — Анна Новоселова.

Родилась в г. Миассе Челябинской области, живет в Московской области. Имеет высшее образование по специальности «экономика и управление», в бизнесе — новичок. До рождения двух дочерей работала менеджером в камнеобрабатывающей компании. «Азия Фрукт» была создана по ее инициативе, и соучредитель предложил ей стать генеральным директором компании и официальным представителем в России. Анна считает, что для успеха предприятия важно работать в удовольствие.

#### Анна, чем так притягательно для российского потребителя сушеное манго от «Азия Фрукт»?

Прежде всего своим необыкновенным вкусом, отличным от таких же фруктов из других стран, потому что выращено и собрано в камбоджийских деревнях, где не используют искусственную подкормку деревьев. И во-вторых, своей неизменной полезностью, известной с давних времен, которую именно в Камбодже, где манго является чуть ли не сакральным фруктом, умеют сохранять лучше всего. Издревле на стол королей Сиам поставляли манго, собранное в здешних местах дельты реки Меконг. Поэтому наш потребитель получает действительно королевский фрукт.

#### Что вас сподвигло заняться производством и импортом манго?

Часто бывая на отдыхе в Камбодже и пробуя тропические плоды, я поняла, что хотела бы видеть их на столе и у себя дома. Но, купив несколько раз в наших супермаркетах сушеное манго, пришла в полное разочарование от его вкуса и качества. Тогда я предложила своему давнему другу-бизнесмену, который живет в этой стране уже более 20 лет и знает все ее обычаи и законы, попробовать производить для российского потребителя настоящее вкусное сушеное манго. Он охотно откликнулся и чуть более года назад мы создали компанию «Азия Фрукт». А логотип для компании придумала и нарисовала моя 10-летняя дочь.

#### Сушеное манго — один из наиболее популярных сухофруктов сегодня в России, так как это не только изумительно вкусное, но и, как вы отметили, очень полезное лакомство. По-вашему, оно может стать альтернативой привычным сладостям?

Мне бы очень этого хотелось, по крайней мере своим детям я предпочитаю покупать именно такие сладости, да и сама просто обожаю этот фрукт. В его плодах содержится большое количество кальция, фосфора, железа, цинка, бета-каротина, играющего в организме роль антиоксиданта и оберегающего клетки кожи от повреждающих факторов внешней среды. Плод стимулирует деятельность кишечника и почек, защищает раздраженную слизистую оболочку желудка, улучшает обмен веществ, восполняет потребность организма в калии и заметно снижает кровяное давление, очень полезен для зрения! Кроме того, сушеное манго содержит витамины А, С, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>5</sub>, D, E, а тот, что производится нашей компанией, прекрасно сохраняет все эти полезные вещества и совершенно точно не содержит ГМО, консерванты и прочие химические добавки.

#### Вы подчеркиваете, что ваш фрукт растет не на плантациях. Каким об-

#### разом в таком случае вы собираете его и как затем обрабатываете?

Мы используем манго, которое растет в провинциях, деревнях. В Камбодже культ этого фрукта — он, можно так сказать, в каждом дворе, а это значит, что хозяин его выращивает для себя. А ведь не секрет, что для себя человек старается вырастить фрукт получше. Так что наше манго — настоящее деревенское, поэтому оно и самое вкусное. А собираем мы фрукт на сборных пунктах в деревнях, куда его привозят камбоджийские крестьяне. После сбора он попадает в хранилище к нам на фабрику, откуда потом постепенно уходит на переработку, включающую очистку плода, нарезку, замачивание и горячую сушку.

Экономический уровень развития Камбоджи и приверженность древним традициям обработки манго обуславливают на 90% применение ручного труда при подготовке продукта на нашей фабрике. И, разумеется, мы очень внимательно относимся к соблюдению всех санитарно-гигиенических норм.

#### Для экологической чистоты и полной натуральности продукта не лучше ли было сушить манго на солнце?

В промышленных масштабах это невозможно. Но скажем, что наше манго, высушиваемое в печах при температуре 50–60 °С, находится почти что на солнце, так как это обычная уличная температура в Камбодже. Готовый продукт не нуждается ни в каких добавках. После качественной просушки манго представляет собой пластинки натурального желтого





цвета, твердые и одновременно мягкие на вкус и сладкие, несмотря на то, что сахара в них содержится всего около 3%.

Готовый продукт в зависимости от заказов мы расфасовываем в потребительские упаковки по 100, 200, 500 г и отправляем покупателям. А часть продукции упаковывается по 5 и 2,5 кг и отправляется на склад. Срок годности нашего сушеного манго полтора года. Сегодня фабрика рассчитана на производство 100–120 т в месяц. Первый контейнер с манго в Россию мы поставили в ноябре прошлого года.

**И успели стать обладателями золотой медали на «Петерфуд-2021», ваш продукт был признан лучшим в номинации «Наша марка». Как вам это удалось?**

На выставку мы попали случайно. Нас никто не знал — это было нашим единственным недостатком. Так вот на этапе переговоров с оптовиками из Санкт-Петербурга узнали, что будет проходить выставка, но принять в ней участие в качестве полноценного экспонента уже не успевали, получилось сделать это заочно. Мы отправили туда образцы нашего манго, которое дегустировало и оценивало жюри, и — о чудо! — получили золотую медаль.

А уже в этом году на выставке «ПродЭкспо-2022» у нас был представлен собственный стенд, и нас опять признали лучшими в дегустационном конкурсе «Выбор сетей».

**А что с реализацией? Можно ли найти бренд «Азия Фрукт» на прилавках розничных магазинов?**

С реализацией сейчас проблем нет. Но поскольку мы компания небольшая, то работаем в основном с оптовиками. Хотели попасть и в центральные розничные сети, но, к сожалению, большинство из них выдвигают невыгодные для нас условия. Удалось начать работать только с одной — на юге России, есть еще предложения, но пока об этом рано говорить. Мы сейчас заинтересованы в дистрибьюторе, который будет распространять именно нашу торговую марку.

Бренд есть, и мы пытаемся двигать к узнаваемости, но многие оптовики предпочитают отказываться от брендовых пакетов, продавая наше манго под логотипами своих компаний. В принципе, мы не настаиваем на своем, так как основной посыл деятельности компании «Азия Фрукт» — доставлять как можно больше вкусного и полезного продукта российскому потребителю и не только.



Победитель конкурса  
ВЫБОР СЕТЕЙ



ПРОДЭКСПО-2022



Хочу отметить, что наше манго мы также отправляем во Францию и Китай.

**Каким образом товар из Камбоджи доставляется в Россию и Европу?**

Особенности географического расположения этой страны обуславливают определенные сложности с поставкой грузов в Россию, куда они попадают исключительно морским путем. Корабль с контейнерами манго идет до Санкт-Петербурга примерно два месяца.

И вот из-за того, что другой возможности довести до потребителя нашу продукцию нет, то после политических событий, начавшихся в феврале этого года, мы столкнулись с большой проблемой, связанной с логистикой, — многие партнеры не смогли по-прежнему вести дела с российским бизнесом. Но сейчас удалось выстроить новую логистическую цепочку, и уже к концу года мы планируем восстановить прежний объем поставок в Россию — это примерно 70–80 т в месяц.

**В нашей стране рынок сушеного манго представлен также производителями из Вьетнама и Китая. Вы не ощущаете конкуренцию?**

По качеству — мы лучшие в стране. И это признанный факт! Мы ощущаем не конкуренцию, а большое количество товара, которое не соответствует натуральному сушеному манго. За счет брендованности и, к сожалению, непросвещенности нашего потребителя проход на товарные ниши у многих, не всегда ответственных производителей из Китая

и Вьетнама более свободный. Мы чувствуем не конкуренцию, а уверенность в выбранном нами пути. У нас есть сплоченная команда, и мы работаем с удовольствием. А когда ты производишь продукт, за который тебе не стыдно, да еще получаешь за него признание, это наполняет жизнь смыслом. Предприятие, начинавшееся почти как авантюра, буквально со слов «давай попробуем, это любопытно», сейчас активно развивается, а его продукт нравится всем. И теперь, даже когда сталкиваешься с трудностями, приятно их преодолевать.

**Расскажите о планах на будущее. Вероятно, вы порадуете российского потребителя какими-нибудь еще диетическими фруктами из Камбоджи?**

Мы постараемся. Наше производство не такое крупное, но оно может расширяться в зависимости от объема заказов. В нем задействован костяк рабочих — 69 человек, но при необходимости могут работать и до 200.

К следующему году планируем довести объемы производства до 200–250 т готовой продукции в месяц, доля манго в которой будет около 150 т, а вот остальное — сушеный ананас, кокос, папайя и, возможно, имбирь. Мы не гонимся за количеством. Для нас самое главное — это качество нашей продукции! И я хочу, чтобы покупатель в России, пробуя продукцию под нашим логотипом, испытывал восторг от употребления нашей фруктовой экзотики. Мы верим в успех, и первые строчки рейтингов от нас никуда не денутся.

## ВЕЛЕЖИ

# вележи®

НАПИТКИ ПО-НАСТОЯЩЕМУ

### НАПИТКИ ПО-НАСТОЯЩЕМУ ВКУСНЫЕ И ПОЛЕЗНЫЕ

Компания «Вележи» создана с целью предоставить как можно большему числу людей полезные и качественные напитки. Ее морсы, квас, лимонады изготавливаются на натуральном сырье по особой технологии, которая позволяет сохранить максимальное количество витаминов. Об ассортименте продукции и ее производстве рассказывает директор компании Алексей Камышов.



#### Директор — Алексей Камышов.

Родился и вырос в Алтайском крае, имеет два высших образования — юридическое и экономическое. В предпринимательстве с 1991 г. В своей трудовой биографии прошел этапы становления от заводского рабочего до руководителя предприятия. Стиль руководства — демократичный, считает, чтобы победить, нужно работать в команде. По натуре человек волевой, пользуется авторитетом и уважением коллектива. Ему нравится браться за новые дела и доводить их до конца, умеет ставить цели и добиваться их. Увлекается горными лыжами, теннисом, мотокроссом, имеет спортивные разряды, любит путешествовать. Кредо: «Работать, чтобы приносить пользу и быть нужным людям».

#### Алексей, с чего началось ваше предприятие?

Идея его создания возникла, когда мой бывший партнер рассказал, какой полезный морс он умеет готовить. Я спортсмен, и для меня большое значение имеет здоровое питание, поэтому предложил ему попробовать произвести такой морс на продажу. Мы арендовали помещение, получили грант от государства в размере 200 тыс. руб. и приобрели на эти деньги варочный котел. Все остальное оборудование — наше собственное изобретение. Таким образом, в 2017 г. появилась компания «Полезный морс». «Вележи» она стала называться лишь в прошлом году, когда в ассортимент продукции были введены газированные напитки, квас и минеральная вода.

#### Производить напитки, полезные для здоровья, — замечательная идея, но легко ли было внедрить ее в производство?

Сначала мы тренировались дома. И конечно, это совсем другой процесс в отличие от того, когда готовишь тот же самый напиток в больших объемах. Были определенные сложности, и мы очень долго шли к тому, чтобы морс, оставаясь полезным, не портился, сохранял внешний вид и не содержал каких-либо химических добавок. В результате нам удалось разработать свою специальную технологию: мы выжимаем сок из ягод и добавляем его в подготовленную воду, охлажденную до 70 °С, сохраняя при этом 92% витаминов. Технология производства уникальна благодаря нашему оборудованию, и на сегодняшний день можно смело сказать, что мы одна из немногих компаний, работающая по ней.

#### В ассортименте вашей продукции 29 наименований, из которых только семь видов морса. Какие еще напитки можно приобрести под маркой «Вележи» и в чем их преимущества?

Мы выпускаем девять видов среднегазированных сладких лимонадов, квас, минеральную и питьевую воду. Все наши морсы производятся в соответствии с ГОСТом на основе алтайских ягод. Для газированных напитков мы используем натуральные ароматизаторы.

Минеральную воду добываем из скважины санатория «Сосновый бор». Квас натурального брожения изготавливаем по традиционным русским рецептам.

#### Так, как готовили наши бабушки — из хлеба и солода?

Практически так, только вместо хлеба используем сухарную крошку. Квасное сусло бродит 18 часов, после чего переливаем его в купажную емкость, добавляем сахар и разливаем по бутылкам, где в течение 12 часов напиток дображивает, и происходит его естественная газация. Сейчас мы выпускаем квас «Домашний», но в планах еще «Алтайский» и «Домашний с хреном».

#### Кто потребители вашей продукции, к какому ценовому сегменту вы ее относите?

Мы сотрудничаем напрямую с торговыми точками. На сегодня наши главные партнеры — сетевые компании «Алейский мясокомбинат», «Вкусная жизнь», «Грильница», «Папа Джонс», расположенные в Алтайском крае и Новосибирской области. Производим около двух тонн напитков в смену, но можем увеличивать при необходимости объемы и до шести тонн. Наша продукция относится к среднерыночному ценовому сегменту.



#### Сегодня на фоне непростой экономической ситуации вы испытываете трудности или строите планы на будущее?

В последнее время возникли сложности, связанные с подорожанием упаковки, сахара, и новые возможности пока не открылись. Тем не менее с рынка напитков никто не уходит. Конкуренция есть, но среди малых предприятий, которым является «Вележи», мы лидируем. А что касается планов на будущее, первое — это расширение географии продаж наших продуктов: не только Сибирь, но и вся Россия, включая Московский регион, а также зарубежный рынок. И второе, увеличение ассортимента продукции — выпуск напитков на основе целебных алтайских трав и иван-чая.

## «ВОЛОГОДСКАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА», СППК «ВКУС СЕВЕРА»



### ПРЕМИУМ-СЫРЫ И КАЧЕСТВЕННАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ПРОДУКЦИЯ ИЗ ВОЛОГДЫ

ЗАО «Кондитерская фабрика» в Вологде и сельскохозяйственный потребительский перерабатывающий кооператив «Вкус Севера» работают в составе холдинга. Известная на всю Россию фабрика — фундамент объединения, позволяющий ему динамично развиваться. Свидетельство тому — многочисленные медали и премии, полученные на престижных выставках и конкурсах. О деятельности холдинга рассказывает соучредитель кондитерской фабрики и собственник сельскохозяйственного потребительского перерабатывающего кооператива Игорь Иванов.



#### Соучредитель ЗАО «Кондитерская фабрика» и собственник СППК «Вкус Севера» — Игорь Иванов.

Родился в 1976 г. в Вологде. Окончил Вологодский политехнический университет по специальности «автоматизация технологических процессов и производств» в 1999 г. и Вологодский государственный технический университет по специальности «финансы и кредит» в 2005 г. Хобби: чтение, прогулки на природе, путешествия. Кредо: «Вперед, и только вперед!»

#### Каков ассортимент продукции, выпускаемой кондитерской фабрикой?

Кондитерская фабрика в Вологде выпускает более 300 наименований кондитерских изделий. В их числе мармелад, зефиры, пастилы, конфеты, монпасье, ирисы, печенье, а также продукция, не содержащая сахар.

В производстве используются начинки на основе клюквы, морошки, брусники и других даров нашего северного края.

Фабрика — активный участник системы добровольной сертификации продуктов питания «Настоящий вологодский продукт», лауреат премии «За сохранение традиций качества» Всероссийского конкурса производителей товаров и услуг «Звезда качества России». Ее продукты неоднократно становились дипломантами конкурса «100 лучших товаров России».

Предприятие является официальным помощником российского Деда Мороза и ежегодно поставляет в его резиденцию в Великому Устюгу около 20 тыс. сладких подарков.

#### Какую продукцию производит «Вкус Севера»?

Компания прежде всего специализируется на изготовлении ремесленных сыров. Производим 30 наименований этого продукта в объеме около 10 т в месяц с перспективой увеличения до 40 т. Также выпускаем цукаты, джемы, варенья, конфитюры, печенье, соусы, ягодные морсы, травяные чаи, напитки с экстрактами трав.

#### Чем ремесленные сыры отличаются от сырной продукции массового производства?

Мы делаем их из цельного молока, не подвергая его сепарации. Используем лучшее молоко вологодских хозяйств. В наших сырах нет никаких добавок, это полностью натуральные продукты, изготавливаемые на европейском оборудовании по традиционным технологиям. Из отборного сырья получают отличные сыры.

#### Какие сорта сыра выпускаете?

В ассортименте — твердые, полутвердые, мягкие, рассольные сорта. Из твердых отмечу фирменный сыр «Дары Богов», по вкусу напоминающий горный альпийский. Он созревает больше полугодом, через день каждую голову протираем и переворачиваем. Крафтовый «Чеддер» зреет от года до двух лет. Головы заворачиваем в хлопчатобумажную ткань, пропитанную вологодским сливочным маслом.

Полутвердые сыры представлены линейкой российских изделий: «Душа

стола», «БутерСыр». Они производятся по традиционным рецептурам 1961 г. и созревают два-три месяца. Делаем также голландский сыр «Хвальный», «Маасдам», «Таледжио», «Канистрато».

Среди мягких популярны итальянские сыры «Страчателла», «Буррата», «Моцарелла». Ценителям особых вкусов понравятся «Страчателла с трюфелем», «Буррата с трюфелем», «Качотта с трюфелем».

#### Чем подтверждается качество?

В 2021 г. повезли первые созревшие сыры на Международную выставку «ПродЭкспо» в Москву и сразу получили четыре золотых медали.

На российской агропромышленной выставке «Золотая осень» наша продукция была отмечена 13 золотыми медалями. Крафтовый сыр «Чеддер» получил серебро на Угличском молочном форуме.

В феврале 2022 г. на выставке «ПродЭкспо» наши сыры «Дары Богов» и «Чеддер» принесли две серебряные медали, сыры «Халуми» и «Качотта» получили бронзу на выставке Всероссийского гастрономического фестиваля «Сыр! Пир! Мир!». Сыры прошли процедуру сертификации в системе «Настоящий вологодский продукт».

#### Как оцениваете перспективы вашего сырного производства?

Рынок сбыта расширяется, ассортимент увеличивается. Наши сыры продаются в магазинах «Лента», «Утконос». Успешно проведены переговоры с федеральными сетями «Глобус», «Магнит», «О'кей».

Вологодская область издревле славит своим молоком и сливочным маслом. Миссию компании «Вкус Севера» видим в том, чтобы закрепить имидж региона как молочный столицы России еще и через вкусные и доступные по цене сыры премиум-класса. Мы сумеем это сделать.

## ГК «СТАНДАРТПРОДМАШ»

### СОЗДАНИЕ ПРИБЫЛЬНЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ ПОД КЛЮЧ

ГК «Стандартпродмаш» уже более 18 лет специализируется на возведении и оснащении заводов и фабрик пищевой отрасли. Специалисты предприятия не только качественно и оперативно исполняют самые сложные заказы, но и разрабатывают бизнес-планы, позволяющие клиентам эффективно противостоять самым тяжелым финансово-экономическим кризисам. О деятельности компании рассказывает ее генеральный директор Марина Измайлова.



**Генеральный директор —  
Марина Измайлова.**

Родилась в 1983 г. в Краснодаре. Окончила Казанский институт экономики, управления и права и Московскую школу управления «Сколково». Хобби: живопись маслом, яхтинг. Кредо: «Всегда отвечаю за свои слова поступками!»

#### **Что означает «завод под ключ» в применении к деятельности ГК «Стандартпродмаш»?**

Заклучив договор с заказчиком, мы берем на себя проектирование, строительство, оснащение, ввод в эксплуатацию, гарантийное обслуживание возводимого предприятия. Заказчику это удобно, так как в одних руках сосредоточены разработка проектно-технической документации, подбор оборудования, его доставка, монтаж, пусконаладка. Для решения этих задач в рамках ГК созданы компании, выполняющие соответствующие функции.

Однако главным нашим отличием является оказание услуг по прогнозному исследованию той ниши рынка, в которой работает или намеревается работать заказчик.

#### **Услуги по исследованию рынка востребованы?**

Да, потому что нередко мы начинаем отношения с клиентом, когда у него нет ничего, кроме идеи. Но даже если он имеет определенный опыт ведения бизнеса

в данной сфере, то все равно будет искать маркетинговую и прогнозную информацию, конкретно касающуюся планируемой деятельности. Мы упрощаем ему эту задачу. Собираем необходимые данные, анализируем их и на этой основе вместе создаем бизнес-план, который позволяет предприятию эффективно работать даже в сложных условиях, которыми сейчас изобилует реальность.

#### **Какую информацию получает заказчик в рамках такого исследования?**

Как правило, предпринимателей и инвесторов интересуют сугубо практические сведения. Им нужно знать, будет ли данное производство приносить прибыль в конкретном регионе, какая документация требуется для его открытия, с чего начинать создание бизнеса.

Заказчиков также волнуют вопросы расчета вложений, рентабельности, окупаемости создаваемых производств. Наши специалисты обладают всеми необходимыми знаниями и опытом, чтобы профессионально выполнить эту работу.

#### **Какое оборудование производите и поставляете?**

Мы изготавливаем технологические линии розлива, фасовочное и упаковочное оборудование для заводов по производству газированных алкогольных и безалкогольных напитков, вин, пива, чая, кваса, кисломолочных продуктов, растительных масел.

В каталоге представлены автоматы и полуавтоматы выдува ПЭТ-тары, емкостное, конвейерное, охладительное, этикетировочное оборудование, компрессоры, маркираторы и другие из-



делия. Компания способна полностью оснастить практически любое пищевое производство. Наши производственные площадки расположены в Казани, Подмосковье, что позволяет оперативно исполнять заказы предпринимателей из разных уголков страны.

#### **В каких регионах «Стандартпродмаш» строил заводы?**

За 18 лет деятельности наши специалисты поработали практически во всех российских регионах. Например, две недели назад отправили оборудование в Якутск, ранее — в Республику Саха. Сотрудничаем с предприятиями стран бывшего Советского Союза: Грузией, Узбекистаном, Киргизией, Казахстаном.

#### **Санкции против России повлияли на деятельность компании?**

Повлияли в том смысле, что у нас стало больше заказов на комплектующие, которые раньше привозили из-за рубежа, в том числе от мировых брендов. Отвечая на чаяния российского бизнеса, мы запустили производство по изготовлению деталей, поставки которых были прерваны. Наш конструкторский отдел создал серию экспериментальных образцов. Сейчас активно отправляем их заказчикам, собираем мнения и пожелания.

Кроме того, мы давно работаем с турецкими и китайскими производителями, закупаем через эти страны отдельные виды европейских изделий. Сейчас это сотрудничество стало еще более плотным. Считаю, что сможем обеспечить наших заказчиков всеми необходимыми комплектующими и расходными материалами.

#### **Каковы планы по развитию компании в непростых экономических условиях?**

В планах — напряженная работа. Будем продолжать работать с нашими постоянными заказчиками, расширять номенклатуру выпускаемых изделий, добросовестно и оперативно обслуживать действующих заказчиков. Трудности нас не пугают, мы с ними справимся.

ГОФРОМИР



## ЕЛЕНА ГУСЕВА: «УПАКОВКА — НЕ ПРОСТО ЯЩИК, А ЦЕЛАЯ ИСТОРИЯ, ЧЕРЕЗ КОТОРУЮ МЫ ПРОХОДИМ ВМЕСТЕ С КЛИЕНТОМ»

Компания «ГофроМир» — производитель коробок из гофрокартона. Здесь создают упаковку, которая решает задачи бизнеса. Из какого сырья и как она производится, рассказывает исполнительный директор компании Елена Гусева.



**Исполнительный директор — Елена Гусева.**

По образованию инженер-энергетик, но более 20 лет назад случайно попала в сферу гофроиндустрии и уже не захотела с ней расставаться. «Упаковка — не просто ящик, а целая история. Правильно подобрать, подсказать, придумать и создать — быть участником всех этих процессов очень интересно», — считает Елена. В руководстве для нее важно, чтобы все сотрудники были увлечены производственным процессом и стимулировали команду на достижение результатов и самых сложных целей.

### Елена, ваше предприятие основано в 1999 г., и по сей день его продукция по-прежнему востребована — в каких сферах больше всего?

Когда создавался «ГофроМир», подобных производств в стране было немного, а вот потребность в картонной упаковке была. Она растет с каждым годом и сегодня, несмотря на все сложности, которые испытывает российская экономика.

Конечно, одним из основных потребителей нашей продукции является пищевая отрасль, хотя мы можем упаковать по желанию заказчика все что угодно — от небольшой бижутерии до мотоцикла.

### Какие особые требования предъявляются к пищевой упаковке?

Заказчики-пищевики обращают особое внимание на степень чистоты и санитарно-эпидемиологические свойства гофрокартона — они должны быть максимально высокие, чтобы избежать при хранении и транспортировке бактериологического заражения и порчи продуктов.

Для изготовления такой упаковки мы используем картон, при производстве которого сырье проходит множественные степени очистки для макула-

турных слоев, либо материал полностью из первичного волокна-целлюлозы. Мы применяем разные варианты гофрокартона по составу сырья — как полностью из целлюлозных или макулатурных слоев, так и их микс.

Что касается физико-механических свойств материала, то для пищевой упаковки и коробов для других отраслей они одинаковы. Также требуется прочная упаковка с защитой от повреждений.

### Расскажите о вашей продукции и объемах производства.

Мы производим любые конструкции по каталогу FEFCO — общепризнанному каталогу гофроупаковки — и по собственным разработкам.

На самом деле конструкций много, все зависит от фантазии клиента, особенностей продукции, условий хранения и логистики. Конструкторский отдел нашей компании может адаптировать готовую упаковку к любому продукту или разработать коробку с нуля под ключ вместе с созданием дизайна.

Располагаем современным производственным оборудованием, которое позволяет выполнять заказы любой сложности в минимальные сроки.

На сегодня мы производим более 8 млн гофрокоробов в месяц. В начале года установили новую производственную линию, которая позволяет нам увеличить текущие объемы производства на 70%.

### Изготовление картонной упаковки — сложный производственный процесс и, вероятно, для заказчиков, которые обращаются к вам, в какой-то степени загадочный. Как вам удается удовлетворять их запросы?

С этой ответственной задачей мы справляемся благодаря многолетнему опыту работы и знаем, как упаковать любой продукт.

Еще на первом этапе с заказчиком обсуждаются пожелания по поводу будущей коробки и необходимая информация. Когда клиент только обговаривает свою задумку с менеджером, конструкторы и технологи подключаются к обсуждению. Специалисты определяют,

что важно учесть при создании упаковки, сэкономив время и бюджет.

Для того чтобы заранее протестировать упаковку с товаром внутри на надежность и проверить все нюансы, мы изготавливаем бесплатный тестовый образец.

Важнейшая часть процесса производства — это контроль качества. Мы изучаем каждую партию гофрокартона на сопротивление торцевому сжатию, влажность, профиль и другие ключевые параметры. Это минимизирует брак еще до этапа производства.

### Рынок гофроупаковки высококонкурентен. В чем вы видите свои преимущества по сравнению с другими производителями?

Для нас важен бизнес любого размера, поэтому мы работаем и с небольшими тиражами от 200 штук. Упаковка почти всегда нужна срочно. В зависимости от объема партии мы идем клиенту навстречу и оперативно изготавливаем за два-три дня.

Используем исключительно качественное сырье с показателями выше среднего уровня по всем маркам гофрокартона. Работаем с материалами, которые гарантируют клиенту, что даже при изменении влажности или условий хранения заявленная марка будет соответствовать его ожиданиям.

### Есть ли у вас планы по дальнейшему развитию?

Как раз сейчас мы автоматизируем на предприятии наши внутренние процессы, которые помогут еще больше ускорить обработку запросов клиентов и изготовление продукции.



## ГК «ТАМАКИ»



Tamaki

### СОЗДАЕМ ВКУС, КОТОРЫЙ НРАВИТСЯ ВСЕМ

ГК «Тамаки» производит и поставляет полезные продукты для азиатской кухни, помогая потребителям готовить здоровые, вкусные и модные блюда. О том, как это происходит, рассказывает владелец группы компаний и генеральный директор Андрей Белянин.



#### Владелец ГК «Тамаки» и генеральный директор — Андрей Белянин.

Кандидат наук, около 20 лет занимается предпринимательством. До открытия ГК «Тамаки» имел несколько компаний, но именно нынешнюю считает основным этапом своей предпринимательской деятельности. «Я рад, что могу себе позволить делать то, что мне нравится. Это заряжает меня энергией и двигает вперед», — говорит он. Андрей большой поклонник Японии и восточной философии. По признанию коллег, в жизни и работе придерживается принципа кэнкё, предполагающего обязательное проявление человеком скромности независимо от того, какое социальное положение он занимает и какими талантами и достоинствами обладает.

#### Андрей, сегодня ваша компания является профессионалом из профессионалов на рынке продуктов азиатской кухни, почему 13 лет назад, в начале 2000-х, вы выбрали это направление?

В России в то время азиатская кухня очень быстро набирала популярность, а меня всегда интересовала вкусная

и полезная еда. Но прежде чем начать производство, несколько лет я занимался импортом паназиатских продуктов из Японии, Китая, Америки, присматривался к ассортименту, и возникло понимание, что нравится, а что нет российским потребителям. В конце концов я решил, что мы и сами можем производить такие продукты не хуже оригинальных. Я не ошибся. ГК «Тамаки» быстро росла и развивалась, опережая рынок. И сегодня, несмотря на постоянно возникающие трудности, могу сказать, что мы по-прежнему на подъеме.

#### Расскажите о ваших продуктах, какие из них, на ваш взгляд, наиболее полно отражают и дают почувствовать потребителю вкус Азии?

Мы предлагаем практически все, что необходимо для азиатской кухни: рис, водоросли (чука и нори), васоби, имбирь, кунжут, икру, фунчозу, панировочные сухари и соусы. Так вот соусы, на мой взгляд, это самый важный ингредиент — потому что качественно и правильно приготовленные, они могут придать вкус Азии практически любому блюду.

Когда восточная кухня ворвалась в нашу жизнь, повара в ресторанах приходилось готовить все соусы самостоятельно. Это отнимало много времени, и к тому же накладывался человеческий фактор: ведь каждый повар добавляет в рецепт, как правило, что-то свое. Мы задумались о том, как сделать, чтобы настоящие азиатские блюда готовились вкусно, удобно, технологично и быстро, тем более что мировой опыт подсказывал: лучше, если в ресторанах происходит уже окончательная сборка блюда. То есть шеф-повар, как художник, получает в руки готовые краски (в нашем случае это соусы) и творит настоящие шедевры, не задумываясь о смешении тонов (вкусов).

#### Откуда вы черпаете идеи для ваших соусов?

У нас существует отдел разработки и комьюнити поваров Тамаки, в котором мы не только учим, как правильно готовить, но и получаем от слушателей-пова-

ров (опытных или начинающих) обратную связь: они рассказывают нам о запросах клиентов и о том, чего не хватает им самим для кулинарного творчества. По мере накопления мы аккумулируем полученную информацию и приступаем к разработке новых соусов, параллельно также анализируем рынок, изучаем лучшие зарубежные практики. В процессе разработки новых вкусов проводим первые дегустации в фокус-группах из 30–40 человек, после этого утверждаем два-три варианта и запускаем апробацию в московских ресторанах. Только получив обратную связь, начинаем массовый выпуск. Затем постоянно отслеживаем продажи. Вообще, если в течение девяти месяцев какой-то наш продукт плохо продается, мы выводим его из ассортимента. Не хитов продаж в нашей линейке продукции нет. Если из трех новинок, например, выстрелит только одна, ее мы и оставим, если три — хорошо, оставляем три!

#### За 13 лет вашей работы рынок азиатских продуктов сильно изменился?

Кардинально, и думаю, что люди, которые посещают рестораны, тоже заметили, насколько разнообразное стало меню, особенно в Москве, да и не только. Сегодня ресторанный бизнес развивается в направлении фьюжн. Редко уже встретишь только японский или китайский ресторан — скорее, паназиатской кухни или вообще смешанный.

Наша главная идея: соус может добавить блюду вкус любой страны. Например, брусничный навеет воспоминания о шведских фрикадельках, которые продавались в ресторане «Икеа», а облепиховый напомнит кому-то на Западе о холодной России. В целом с нашими соусами можно путешествовать по миру, не меняя дислокации — особенно в моменты, когда сложно перемещаться, как было в пандемию. Просто берете соус и за вечер побываете в любой стране, где захотите. Мы также подумали, что если человек не захочет идти в ресторан, а предпочтет еду ресторанного уровня у себя дома? Чтобы это получилось, нужно не так много — достаточно домашние

котлеты приправить одним из наших соусов, и блюдо полностью поменяется. Потом, если ему понравится соус, он захочет попробовать и наш рис, и панировочные сухари. Поэтому с начала пандемии мы активно вышли с нашими продуктами на маркетплейсы и в retail.

## Где вы закупаете сырье для производства и как удается сохранять азиатский вкус, если приходится использовать для приготовления продуктов ингредиенты, выращенные, например, в Краснодарском крае?

Сегодня мы действительно стараемся использовать российское сырье, чтобы не зависеть от экспортных поставок и валютных составляющих. Часто вынуждены менять поставщиков, потому что наше сырье — это продукт, который растет, и на его урожайность то в одном, то в другом регионе влияют различные климатические условия. А что касается вкусов, то во многих странах мира они разные. В России любят послаще, в Китае покислее, с арабскими странами у нас вкусы полностью отличаются, поэтому часто приходится адаптировать рецептуру в зависимости от заказчика, но при этом сохраняя нашу эталонность — а это Япония: мы придерживаемся ее вкуса на протяжении всех лет существования. Могут сказать, что на выставке в Дубае к нам подошли японцы и, продегустировав соусы, на полном серьезе стали интересоваться, где мы располагаемся в Японии, не заподозрив ни на секунду, что мы иностранная компания. Для меня это было высшим показателем признания нашего настоящего азиатского вкуса.

## На каком оборудовании вы работаете?

У нас есть базовое оборудование: японское, корейской, китайское, и есть

заказное, в том числе российское, изготовленное по эскизам наших инженеров под наши уникальные запросы. Мы большое внимание уделяем производственным процессам, их модернизации, именно поэтому осенью прошлого года решили принять участие в национальном проекте по повышению производительности труда. На тот момент у нас спрос рынка превышал текущий выпуск продукции и издержки на предприятии были высокими. По результатам участия в проекте мы внедрили и визуализировали новые стандарты в работу, что значительно облегчило передачу навыков и компетенций производственному персоналу. Команда компании прошла обучение на тренеров, изучила материалы по передовым методикам увеличения эффективности производства.

В процессе полугодовой работы удалось достичь следующих результатов: на 38% снизить время протекания процесса производства; на 69% снизить запасы в потоке; на 33% увеличить объем выпускаемой продукции в сутки.

## Расскажите о географии продаж продуктов ГК «ТамакИ».

Мы активно работаем с 85 субъектами в России, а также в Казахстане, Армении, Беларуси, Азербайджане, Киргизии, Узбекистане, Молдове и др. С 2021 г. развиваем экспортное направление: ОАЭ, Египет, Индия, Саудовская Аравия, Монголия, Турция — наши новые рынки. Поставляем продукцию более чем 450 дистрибьюторам и присутствуем на полках во многих сетях гипермаркетов и супермаркетов, таких как «Перекресток», «Карусель», «Гиперглобус», «Азбука вкуса», «Зельгрос», «Европа», а также на маркетплейсах «Озон», «Вайлдберриз», «Утконос», «Онлайн-гипермаркет (Впрок)», и др. Торговая марка - Tamaki.

## Как вам удается переживать экономические кризисы последних лет?

Признаюсь, с легкостью: будь то 2014 г., или пандемия, или нынешняя ситуация, потому что мы используем стратегию мелкой диверсификации. Я не люблю, когда есть один большой клиент — это всегда очень большой риск. Случись у него проблемы — и мне придется ломать голову, что делать дальше, поэтому мной и был выбран сегмент HoReCa. Пандемия показала, что мы можем управлять ситуацией при наличии большого числа заказчиков: рестораны закрылись — открылись доставки, 200 клиентов ушло — 300 новых доставок пришло. В итоге: общее количество выросло. Люди хотят есть и всегда хотят что-то новое и вкусное.

## Расскажите о вашем коллективе. Где располагается производство?

Наше предприятие находится в Люберцах, на нем работают 300 человек. Мы активно обучаем сотрудников. В нашей компании при должном усердии можно построить карьеру от простого работника до специалиста высшей ступени топ-менеджмента. В команде предприятия подобраны замечательные кадры, профессионалы, и я вижу, что людям нравится у нас работать.

## Что помогает поддерживать вкус к работе?

Вовлеченность в то, что мы делаем — с желанием и любовью. Без этого ничего бы не было. Сотрудники идут на работу с радостью, они едят продукты, которые производят, и угощают ими родных и знакомых. Технологии — это важно, но в нашей парадигме главное все-таки — люди, поэтому мы и создаем вкус, который нравится всем!



## ESONRUM

### НАТУРАЛЬНАЯ ПАСТИЛА В ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ УПАКОВКЕ

Компания Esonrum производит ягодную пастилу на основе яблочного пюре под собственным брендом, а также выпускает продукцию под торговыми марками своих клиентов. Абсолютно натуральные и полезные десерты пришлись по вкусу потребителю, организации Карелии, Санкт-Петербурга и Москвы приобретают их в качестве сувениров и бизнес-подарков для своих клиентов. О том, как родилась ТМ Esonrum и о существующем ассортименте рассказала основательница компании Татьяна Голдобина.



#### Основательница компании — Татьяна Голдобина.

Родилась 4 сентября 1990 г. в Петрозаводске. Окончила Петрозаводский государственный университет по специальности «физическая электроника» в 2013 г. Продолжает работать по основной специальности — преподает в Петербургском государственном университете путей сообщения. Воспитывает двоих детей.

#### Как давно работаете на рынке?

Компанию основала в 2019 г. Коткрытию производства подтолкнула победа в программе «Мама-предприниматель». Я получила первые 100 тыс. руб. на развитие своего проекта. До этого за плечами было около полугода подготовительной работы. Мы отработывали рецептуру, изучали спрос. Запустились в сентябре, и продажи сначала были минимальными — продукт воспринимали только как туристический. Но мы сумели сломать этот стереотип и к следующему сезону уже были на подъеме. Я стала искать дополнительные каналы продаж, и сегодня у нас обширная клиентская база. Начали работать с сетями — «Перекрестком» и «Яндекс Лавкой».

#### Почему выбрали именно пастилу?

Я открыла бизнес во время второй беременности. Идея заключалась в том, чтобы создать полезный десерт для детей, которым можно было бы заменить конфеты. Я купила первую установку и стала делать пастилу для своей семьи. Карелия — ягодный край, они здесь

у каждого есть в холодильнике. Но просто ягодами детей обычно трудно накормить, а после переработки их стало есть отлично. Потом попробовали друзья, им тоже понравилось. И тогда я посмотрела на эту идею как на бизнес-проект.

#### Какие вкусы есть в вашей линейке?

В основе всей продукции — ягоды. Самые популярные у потребителя — лесные: черника, брусника, морошка и клюква. В ассортименте также вишня, облепиха, черная смородина, малина и клубника. У пастилы ярко выраженный ягодный вкус и аромат. Благодаря технологии бережной обработки сохраняются все полезные вещества. Ароматизаторы и красители не добавляем. Даже оставляем косточки, чтобы было видно фактуру ягод. Есть и нетрадиционные вкусы — шпинат с мятой и лимон с имбирем. Они оказались очень востребованными.

Также запускаем продажи новинок — фруктово-ягодных коржей для изготовления десертов без сахара, будем предлагать их для HoReCa. Коржи остаются только оформить — подавать их следует с крем-сыром. В результате получается необычное солено-кисло-сладкое сочетание. Десерт подойдет тем, кто следит за питанием, в нем не будет консервантов и сахаров. Еще один продукт — сухой ягодный концентрат, который используют для приготовления коктейлей, выпечки, каш.

#### Кто ваши основные клиенты?

У нас несколько форматов подачи. Первый — предлагаем пастилу под собственным брендом, в качестве сувенира и как альтернативу коробке конфет. У нее

яркая и красивая упаковка, нестандартный дизайн. Ее покупают сувенирные лавки, продуктовые магазины, небольшие сети, продающие здоровое питание.

Также наши клиенты — крупные туристические объекты. Делаем пастилу под их брендом — небольшими партиями от пятисот батончиков. Мы готовы подобным образом работать и с другими компаниями.

Среди заказчиков — кофейни, для которых изготавливаем продукцию под их торговыми марками. Если нужно — разрабатываем новую линейку и все затраты берем на себя.

Другое направление — бизнес-подарки для компаний. В ассортименте небольшие коробочки размером 12x12 см и батончики.



#### Какие характеристики выделяют вашу продукцию?

Оптовые клиенты приходят к нам, потому что знают: продукция привлекает потребителя, и они могут неплохо заработать — наценка обычно составляет около 100%. У пастилы привлекательная упаковка, а качество продукта — высокое.

#### Расскажите о планах по развитию компании.

За этот сезон планируем увеличить объемы производства минимум в два раза. Также хотим расширить площадку — готовимся к переезду. Продолжим работать в формате небольших тиражей, предлагая клиентам продукцию под их брендом. Также есть запрос от местных фермеров, которые хотят, чтобы мы перерабатывали для них клубнику.





# ЗАГОТПРОМ

## ЯГОДЫ, МОРСЫ И ПЮРЕ ИЗ ЗАПОВЕДНОЙ КАРЕЛИИ

Производственная компания «Заготпром» занимается переработкой диких ягод, собранных в Карелии — краю чистейших лесов, рек и озер. В каталоге — свежие и замороженные брусника, клюква, черника, морошка, облепиха и другие ягоды, а также натуральные основы для морсов и ягодные пюре. О продукции предприятия и непростых условиях ведения этого бизнеса рассказывает его владелец Анатолий Рекунов.



**Владелец  
бизнеса —  
Анатолий  
Рекунов.**

Родился в 1969 г. в Петрозаводске. Окончил Петрозаводский железнодорожный техникум в 1986 г., программу повышения квалификации «Экспортеры 2.0» в бизнес-школе «Сколково» в 2020 г. Хобби: путешествия. Кредо: «Будь честным, даже если это трудно».

### Каковы особенности продукции вашей компании?

Карелия — уникальный российский регион, где 85% территории покрыто экологически чистыми лесами. В них и растут наши северные ягоды. Заповедная природа наделяет их многочисленными полезными свойствами, подтвержденными научными исследованиями.

В процессе переработки ягоды мы не используем никакие химические вещества. Сырье проходит приемку, на производстве реализованы строгий контроль качества и маркировка происхождения. Ягоды подвергаются механической очистке и электронной сортировке. Чтобы в полной мере сохранить полезные свойства ягод, применяем шоковую заморозку, продукцию храним в современных холодильных камерах.

Мы успешно участвовали во многих российских и международных выставках, таких как Pir Expo, «ПродЭкспо» и WorldFood в Москве, Peterfood в Санкт-Петербурге, FHC в Шанхае и Сеуле, Anuga в Кельне, получали золотые медали.

### Где можно приобрести вашу продукцию?

У нас есть дистрибьюторы в Карелии. Жители республики без проблем

покупают ее в местных магазинах. Предприниматели из других регионов могут сделать заказ на сайте. Кроме того, наша продукция продается на Ozon.

### Каков ваш прогноз на урожай лесных ягод в нынешнем сезоне?

Прогноз благоприятный. Ожидаем увеличенный сбор черники. Урожай морошки будет на уровне среднего. Но потребность в этой ягоде значительно снизилась. Морошку мы, как правило, экспортировали в Финляндию, Швецию, Норвегию. В нынешнем году компании из этих стран отказались от ее закупок в России из-за санкций. В России спрос на нее невелик из-за высокой цены. Поэтому около 90% ягод так и останется на болотах. Немецкие и австрийские покупатели черники и брусники также поставили на паузу сотрудничество с нами.

### Что-то намерены предпринимать в ответ?

Будем увеличивать объемы поставок на внутренний рынок ягод, основу для морсов, ягодных пюре. Запустили новую производственную линию по упаковке морсов, которая позволит увеличить объемы их выпуска. Также готовим к выпуску соусы. Эта линия — единственная в Северо-Западном федеральном округе России. Мы купили ее в рамках программы Минпромторга по импортозамещению.

В настоящее время ведем активные переговоры с федеральными торговыми сетями, стремимся, чтобы нашу замечательную продукцию узнали жители всех российских регионов.



### Российский рынок продукции из лесных ягод отличается от европейского?

Он большой, но здесь есть определенные сложности. Главное в том, что отечественные производители не защищены перед мировыми поставщиками ягодной продукции. В свое время был сделан вывод, что удобнее покупать концентрированные соки и основу для пюре за границей, а не развивать собственные производственные мощности. В Россию везут сырье и уже здесь получают из него конечный продукт. Оно по качеству зачастую значительно уступает нашему. При этом защитительными таможенными пошлинами с российской стороны не облагается. А если мы предлагаем свою продукцию в страны Евросоюза, то там за нее взимают пошлину в размере более 20% и тем самым делают ее неконкурентоспособной. Кроме того, ограничивают иностранные поставки квотами. Получается, что нам и на своем рынке продукцию трудно продать, и экспорт для нас закрыт.

### Каковы ваши предложения по изменению ситуации?

Хотелось, чтобы государство создало более благоприятные условия работы для отечественных производителей, как это делают зарубежные правительства для своих предприятий. Следует учитывать, что деятельность компаний, подобных нашей, носит социальный характер. Они дают работу сотням тысяч сборщиков ягод в Карелии, Вологодской, Архангельской, Кировской, Ленинградской и других областях России.

Производственные мощности нашей компании позволяют выпускать в три-четыре раза больше продукции, чем мы производим сейчас. Думаю, загруженность производств у других переработчиков тоже далеко не максимальная.

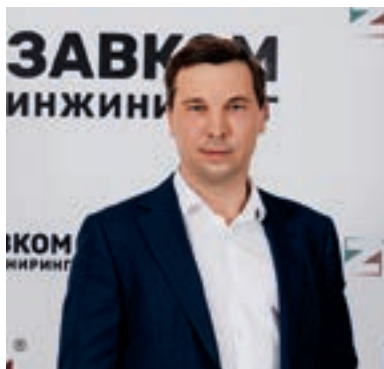
Я уверен, что мы, российские переработчики ягод, полностью закроем потребности отечественного рынка, и это послужит укреплению продовольственной безопасности страны.

## ЗАВКОМ-ИНЖИНИРИНГ



### НА ЗАЩИТЕ ИНТЕРЕСОВ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

«ЗАВКОМ-ИНЖИНИРИНГ» осуществляет реализацию объектов пищевой промышленности, предоставляя весь комплекс инженеринговых услуг. Специалисты компании спроектируют и введут в эксплуатацию технологические линии по производству спирта, ликеро-водочных изделий, коньяка, пива, кваса, полезного для здоровья изолята горохового белка и многого другого. Об уникальных проектах компании рассказывает ее генеральный директор Александр Мачихин.



**Генеральный директор —  
Александр Мачихин.**

Окончил Тамбовский государственный технический университет по специальности «экономика и управление на предприятии», затем пришел работать на АО «Завком», где трудится уже более 20 лет. В 2020 г. был назначен на должность генерального директора. Хобби — путешествия. Кредо: «В отношении честность и прозрачность превыше всего».

**Александр, компания была создана на базе акционерного общества «Тамбовский завод «Комсомолец» им. Н. Артемова» — предприятия с почти 90-летней историей, являющегося одним из крупнейших изготовителей технологического оборудования на российском рынке машиностроения. Почему было принято решение выделить «ЗАВКОМ-ИНЖИНИРИНГ» в отдельную структуру?**

Завод «Комсомолец» (акционерное общество «ЗАВКОМ») долгое время специализировался и являлся монополистом по выпуску спиртного оборудования, спрос на которое сильно вырос в 90-х гг. прошлого века. Клиенты, заказывавшие его, постепенно стали обращаться на завод и за услугой по монтажу этого оборудования, после чего мы включили ее в свою деятельность, а через некоторое время возникла необходимость создания и оформления проектной документации на него. Таким образом, постепенно в структуре завода

начали появляться новые подразделения — монтажное, проектное, пусконаладочное и соответствующие специалисты. Мы стали предлагать наши дополнительные услуги в различных отраслях пищевой промышленности — пивоваренной, ликеро-водочной, безалкогольной, молочной. К нам стали поступать заявки на серьезные объекты по генеральному проектированию целых комплексов, и вот тогда, восемь лет назад, и был образован «ЗАВКОМ-ИНЖИНИРИНГ».

Сегодня завод по-прежнему успешно функционирует как производитель оборудования, а наша компания предлагает клиентам полный спектр услуг.

Если клиенту понадобится заказать одну единицу технологического оборудования, например, емкость, колонну, теплообменник, он придет за ним на завод. Если же он захочет выпускать спирт, пиво, молоко, водку, квас, продукты глубокой переработки зерна, то он придет к нам за технологической линией.

**Ваше классическое направление деятельности — это ликеро-водочные заводы, но в последнее время вы занимаетесь и производствами по переработке пшеницы, кукурузы и бобовых.**

Исторически сложилось, что мы за весь период существования поставили заказчикам более 300 спиртовых заводов. Одна из наших знаковых референций — водка «Русский стандарт», выпускаемая на спроектированном, оборудованном и введенном нами в эксплуатацию предприятии. Такого же высокого качества современный, полностью автоматический ликеро-водочный завод запустили два года назад в Ташкенте.

Но на самом деле мы беремся за разные проекты, постоянно создавая новые, более востребованные. В тот же Узбекистан поставили установку по разделению пшеничной клейковины. Сейчас разрабатываем инженеринг и поставляем оборудование для нескольких предприятий по глубокой переработке зерна, одно из них в Красноярском крае для АО «Сибгаор».

#### **Что входит в комплекс ваших услуг?**

Проектирование, изготовление и поставка технологического оборудования, монтаж всей технологической линии и пусконаладка — все, кроме строительства. Каждый реализуемый проект проходит экспертизу на соответствие требованиям законодательства РФ.

Мы работаем по принципу ЕР-контракта, можем организовать предприятие как на существующих промышленных площадках, так и с нуля.

Как, например, было с АО «Аминосиб» в Ишиме Тюменской области, которое мы проектировали совместно с китайской компанией COFCO буквально в чистом поле.

#### **Расскажите о вашей деятельности с COFCO.**

Несколько лет назад мы провели переговоры с этой биотехнологической корпорацией на предмет регистрации совместной компании с целью трансфера технологий в Российскую Федерацию и страны СНГ.

COFCO входит в топ-500 корпораций мира с численностью сотрудников более 100 тыс. человек и годовым оборотом более 95 млрд долл. и возглавляет топ-100 продовольственных предприятий Китая. Она является лицензиаром по многим биотехнологиям, например, по производству органических и аминокислот, по переработке гороха.

Комплекс глубокой переработки пшеницы производительностью 120 тыс. т в год по выпуску лизина в Ишиме — одна из наших знаковых совместных референций. Предприятие функционирует уже несколько лет и зарекомендовало себя в России надежным поставщиком компонентов, необходимых для производства кормов для птицы и свинины.

Практически все биотехнологические проекты по глубокой переработке зерна и гороха мы реализуем совместно с COFCO, которая, кроме всего прочего, владеет в Китае собственными заводами по переработке кукурузы и гороха, поэтому она пришла к нам не с теоретическими технологиями, а с практиче-

скими знаниями. COFCO также обладает необходимыми условиями для проведения лабораторных и пилотных испытаний на сырье и вспомогательных веществах заказчика, которые позволяют адаптировать рецептуру производства, подобрать высокопроизводительные штаммы для биосинтеза и т.п. При строительстве завода в Ишиме «ЗАВКОМ-ИНЖИНИРИНГ» был генеральным проектировщиком комплекса, поставлял и монтировал технологическое оборудование, а технологию для производства лизина и штамм предоставила COFCO. С тех пор трансфер технологий в Россию через нашу компанию не прекращается. У нас уже проведена предпроектная работа по многим совместным объектам, и я рассчитываю, что некоторые из них в ближайшее время войдут в основную инвестиционную фазу.

## **В 1990-х был запрос на спиртное оборудование, а какое сегодня наиболее востребовано?**

Сейчас самое актуальное направление деятельности — это заводы по глубокой переработке зерновых и бобовых культур. В России производится большое количество пшеницы, и наша страна известна на рынке как экспортер сырья, которое перерабатывается в других странах на более ценные продукты. Мы же предлагаем клиентам, которые выращивают пшеницу, ее переработку здесь, в России, с целью получения добавленной стоимости, которая будет оставаться в нашей стране.

Еще одно популярное на сегодняшний день направление — это заводы глубокой переработки гороха, в результате которой выделяют изолят белка, имею-



щий большую ценность. Его используют для приготовления заменителей мяса, растительного молока, для производства продуктов спортивного питания. Вторичными продуктами переработки гороха являются крахмал и волокна, которые имеют широкую область применения в пищевой продукции. Также возможна разработка технологий модификаций изолята белка и крахмала, обладающих необходимыми заказчику функциональными свойствами. Мы проработали уже несколько проектов таких заводов, и на данный момент осуществляются пусконаладочные работы на пилотной установке по переработке гороховой муки на изолят белка в Подмоскowie.

## **Технологические линии производства каких компонентов пищевой промышленности вы еще предлагаете?**

Всю номенклатуру по органическим и аминокислотам: лизин, треонин, валин и т.д. Кстати, у нас в стране нет ни одного завода по производству лимонной кислоты, а ведь она присутствует практически в каждом продукте, ее годовое потребление составляет примерно 100 тыс. т.

Мы запроектировали уже несколько предприятий по производству лимонной кислоты, но, к сожалению, до основной инвестиционной фазы они пока не дошли. Такие заводы важны с точки зрения промышленной безопасности страны, и наша компания — единственная в России, которая может их предложить. В целом нами уже построены сотни объектов пищевой отрасли по всей России и в странах дальнего и ближнего зарубежья: Казахстане, Узбекистане, Монголии, Вьетнаме, Турции, Беларуси и др.

## **Ваши пивные линии не уступают знаменитым европейским производствам?**

В пивоваренной отрасли мы пошли по пути копирования немецкой технологии. У нас были большие связи с одним из ведущих немецких лицензиаров в области производства пива. Прежде



чем разработать свою технологическую линию, мы тщательно изучили их опыт. Сегодня наше оборудование ничем не отличается от немецкого, и технологии, которые мы предлагаем, на уровне лучших, функционирующих в Чехии и Германии. На сегодня мы единственная компания в стране, которая может предложить комплектное варочное отделение для пивоваренной отрасли.

## **Какое из ваших предприятий вы могли бы назвать особенным?**

На мой взгляд, ООО «Агрофермент» в Тамбовской области. Это первое и единственное предприятие в России, производящее ферментные препараты, такие как целлюлаза, ксиланаза и фитаза, в количестве 2000 т в год. Мы запускали его совместно с МГУ им. Ломоносова. Прежде все подобные ферменты в нашу страну импортировались из Китая и других стран.

## **Вы почувствовали на себе влияние антироссийских санкций?**

Как и у всех возникли трудности с поставками товаров из Европы. Но, честно говоря, на нас это не сильно сказалось, потому что мы много лет сотрудничаем с Китаем, а там можно найти все аналоги. Я бы даже сказал, что санкции сказались на нас в лучшую сторону. Мы устали доказывать нашим российским заказчикам, что российское оборудование не хуже, чем у немцев, французов и итальянцев. С уходом европейского импорта все российские заказчики повернулись в сторону российского поставщика.

## **Расскажите о вашем коллективе и планах на будущее.**

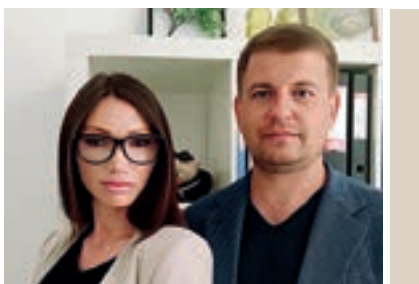
Коллектив «ЗАВКОМ-ИНЖИНИРИНГ» — это более 120 человек, средний возраст которых 40–45 лет, молодые, амбициозные. Все наши сотрудники владеют английским языком, некоторые также китайским. К концу следующего года постепенно планируем увеличить численность персонала до 200 человек. Сейчас у нас много заказов и огромный потенциал для роста.



# ИП ЛОМОНОСОВА В. А.

## КУБАНСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО ЭКСКЛЮЗИВНЫХ РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ

Производство и потребление эксклюзивных растительных масел в России только начинает развиваться. При этом по количеству полезных свойств масло виноградной косточки, например, практически в два раза превосходит импортное оливковое масло. Пока его доля на рынке мала, но вполне возможно, что грамотная маркетинговая кампания приведет к смене лидерства на отечественном рынке, и оливковое масло уступит виноградному. Такими смелыми предположениями поделилась Виктория Ломоносова, руководитель собственного производства эксклюзивных растительных масел из Краснодарского края. В интервью Виктория рассказала, как процесс импортозамещения отразился на производстве и почему российское масло выигрывает у зарубежного в соотношении цена — качество.



**Руководитель — Виктория Ломоносова.**  
**Соучредитель — Евгений Утробин.**

Родилась в Волгоградской области, окончила Волгоградский государственный университет. Работала в производственной сфере: на Волжском пивоваренном заводе, Волгоградском алюминиевом заводе. Переехав на Кубань, была вдохновлена щедростью и плодородием земли. В 2019 г. совместно с компаньоном Евгением Утробиным занялась производством масла. Кредо: «Движение — это жизнь».

### Виктория, производство каких масел налажено на вашем предприятии?

Из ассортимента рафинированных масел — миндальное, абрикосовое, кукурузное, масло виноградной косточки и грецкого ореха. Из нерафинированных — льняное.

Наш флагманский продукт — это масло виноградной косточки. Сырьем для него служит отход местного винного и коньячного производства — виноградная косточка. Производителю выгодно с нами сотрудничать, не нужно платить за утилизацию побочного продукта, мы сами вывозим, затем перерабатываем и получаем масло.

Кубань богата сырьем для производства масел. Миндальный и грецкий орехи, косточки абрикоса, зародыши кукурузы, льняное семя — все закупаем в Краснодарском и частично Ставропольском крае. От иностранных поставщиков не зависим, что в нынешних условиях большой плюс.

Масла изготавливаются методом холодного прессования, затем отдаются на рафинацию. Конечный продукт продаем наливом, упаковываем в канистры по 10 л или, если клиенту необходима более крупная партия, продаем бочками и еврокубами.

### Расскажите о производственных мощностях и используемом оборудовании.

Начинали работать на чешском маслопрессе, а когда объемы потребовали расширения, доукомплектовали предприятие российскими прессами. На практике поняли, что отечественное оборудование надежнее, стабильнее и производительнее. Запчасти всегда в наличии у ближайших поставщиков в Ростове-на-Дону.

На сегодняшний день вырабатываем 100–150 т масла в месяц в соответствии с заключенными договорами. Масло холодного отжима до рафинации имеет небольшой срок годности, поэтому в основном работаем по предзаказам. Избегаем долгого хранения на складе, чтобы не ухудшать качество продукта и не портить свою репутацию.

При этом мы готовы к оперативному увеличению производственных мощностей путем покупки нового оборудования (прессов, фильтров), которое легко встраивается в существующую цепочку. Мы не ставим себе границ по объему выпускаемой продукции: будут заказы — будем производить.



### Планируете ли расширение ассортимента?

Мы расширяем линейку только по запросам крупных клиентов и под конкретный объем. Если клиент говорит, какое масло и в каких объемах готов забирать ежемесячно, мы находим поставщиков сырья, проводим испытания, сертифицируем продукт. По такой схеме под потребности рынка мы ввели миндальное, абрикосовое и масло грецкого ореха.

В ближайшей перспективе запускаем производство прессового подсолнечного масла. Уже закупили оборудование и взяли в аренду цех.

### Как на вашей работе отразилась геополитическая обстановка?

Ускорился процесс импортозамещения, и это сработало для нас в плюс. Уже сейчас мы видим, что годовой оборот вырос в четыре раза в сравнении с 2021 г. К нам пришли новые клиенты, которые закупали масло в Италии, Испании, Германии и даже не думали, что российский производитель готов предложить достойную по качеству альтернативу. Более того, стоимость нашего масла в два раза дешевле за счет местного сырья и транспортировки. Например, мы продаем миндальное масло по цене 290 руб./кг, а виноградное 245 руб./кг.

### В каких регионах представлена ваша продукция?

В Москве, Санкт-Петербурге, Астрахани, Волгограде, Казани, Самаре, Саратове, Калининграде, Новосибирске, Екатеринбурге, Новокузнецке, Иркутске, Перми, Крыму и, конечно, на юге России. Мы активно расширяем дистрибьюторскую сеть, заключая эксклюзивные контракты. За дистрибьютором закрепляется определенная территория, и продажи масла на ней может вести только он. В перспективе — выход на международный рынок.

# ИП СЕЛЕЗНЕВА А. Г.



## ЧИПСЫ ИЗ ИКРЫ, БАСТУРМА ИЗ РЫБЫ И РЫБНАЯ «КАРАМЕЛЬКА»

В Астраханской области, в селе Бахтемир, находится рыбоводящее и рыбоперерабатывающее предприятие, организованное Анной Селезневой — предпринимателем с 20-летним стажем работы в рыбном сегменте. Слаженную работу предприятия обеспечивают еще две компании под ее руководством — «Седой Каспий» и «Дельта+». Группа компаний ежегодно представляет новинки своей продукции на «Продэкспо», не работает с крупными сетями и следует принципу экологичности бизнеса.



### Индивидуальный предприниматель — Анна Селезнева.

Родилась в Астрахани 18.08.1980. Окончила факультет международных экономических отношений Московского университета потребкооперации по специальности «финансовый менеджмент». В рыбном бизнесе — 20 лет. Любит путешествовать. Кредо — экологичность бизнеса. «Я никогда не буду продавать сигареты, спиртные напитки, потому что нужно думать о будущем поколении и о том, что мы оставляем после себя».

### Анна, какими были ваши первые шаги в рыбном бизнесе и чем вы занимаетесь сейчас?

Я выросла в Астраханской области, куда и вернулась в 21 год, окончив Московский университет потребкооперации. Спустя полгода я открыла свою компанию и занялась реализацией рыбы. В то время мне были очень интересны продажи, а когда появился опыт, я начала присматриваться к производству. Сегодня я руковожу группой компаний, осуществляющей полный цикл переработки рыбы: от вылова до поставки потребителю.

Мы работаем с частиковыми породами рыб Волго-Каспийского бассейна (щука, сазан, сом, судак, лещ, карась, вобла, окунь, линь). Ассортимент очень большой: мороженая глазированная рыба, рыба вяленая в вакуумной упаковке и весовая, филе рыбы глазированное с кожей, без кожи, штучное, блочное, тушки, стейки, фарш и др.

Сейчас во всем мире ощущается нехватка сырья, и мы не продаем его в тех же объемах, что и раньше, а занялись более глубокой переработкой. Активно развиваем производство снеков: паутинки, соломки, чипсов. Планируем в промышленных масштабах выпускать копченую продукцию и, может быть, пельмени из рыбы.

### В чем ваши преимущества?

Каждый год мы привозим на «Продэкспо» новый продукт: рынок сейчас очень динамичный, людям нужно постоянно предлагать что-то новое. Сегодня мы единственные, кто делает чипсы из икры, бастурму из рыбы и рыбную «Карамельку» (торговое название, а как и из чего она делается — секрет). Но на первом месте для нас — качество. Наше огромное преимущество в том, что мы делаем соломку или паутинку не из мороженной речной рыбы, а из свежей. Мы регулярно побеждаем в конкурсе «За высокие потребительские свойства товаров», который проводит «Союзэкспертиза» ТПП РФ (SOEX), и очень ценим, что после награждения в процессе общения эксперты могут порекомендовать что-то, что поможет сделать продукт еще лучше.

Предприятие сертифицировано по системе ХАССП. Вообще, политика нашей компании — экологичность бизнеса прежде всего. Мы предлагаем людям качественный продукт, не эконом-сегмента, не дешевый. В нем нет химии, а если уж есть добавки, то только разрешенные, чтобы потом у наших детей тоже рождались дети, чтобы мы могли спокойно смо-

треть будущему поколению в глаза. Это важно для нас.

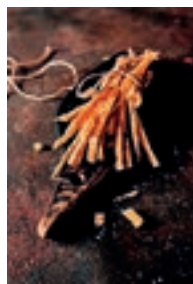
### Какова география продаж, каким образом вы их осуществляете?

Сегодня мы полностью охватываем Россию, включая республики, и экспортируем продукцию за рубеж: в Азербайджан, Узбекистан, Египет, Арабские Эмираты, страны ТС.

Спрос очень велик, мы планируем увеличение производственных мощностей, расширение ассортимента и выход на новые рынки.

Работаем через дистрибьюторов и приглашаем к сотрудничеству партнеров по продажам снеков. Мы не практикуем длительные отсрочки платежа (максимум 15 дней) и скидочные акции — такая продукция, как у нас, не залеживается. Дистрибьюторы реализуют ее через супермаркеты, региональные сети из 10–20 магазинов, но не эконом-класса, пивные сетевые магазины, поставляют на предприятия общественного питания, в детсады, школы, больницы. Знаю, что наше филе судака продавалось во «ВкусВилл» — именно там, потому что мы не накачиваем рыбу добавками, а «ВкусВилл» за этим следит.

Федеральные сети нам не интересны, поскольку четко ограничивают производителя в цене. Входная цена продукта должна быть — я образно говорю — 300 руб. А за 300 руб. ты ничего не произведешь, не испортив себе имя. Мы такой продукт не будем выпускать, политика нашей компании совсем другая. Его можно сделать, из чешуи хвоста, например, но кормить людей этим я не хочу.



## ИП ХУАЖЕВ А.З.



### АДЫГЕЙСКАЯ СОЛЬ И ДРУГИЕ ЛЮБИМЫЕ ПРОДУКТЫ КАВКАЗСКИХ ДОЛГОЖИТЕЛЕЙ

Предприниматель Аслан Хуажев первым организовал промышленное производство уникальной соли, которая сотни лет используется в национальной кухне адыгов. Именно благодаря Хуажеву у жителей России и других стран появилась возможность познакомиться с этим замечательным продуктом, получившим название «Адыгейская соль». О его уникальных свойствах Аслан Закиреевич рассказал нашему изданию.



#### Основатель компании — Аслан Хуажев.

Родился в 1952 г. в ауле Уляп Республики Адыгея. Образование — высшее экономическое. Хобби: создание новых рецептов продуктов питания, пчеловодство, выращивание саженцев. Кредо: «Глаза боятся, руки делают».

#### «Адыгейская соль» — продукт известный, его вкус любим многими людьми. Но все же расскажите для тех, кто о ней не слышал, что она собой представляет.

Основные компоненты, входящие в «Адыгейскую соль», — пищевая соль и чеснок. Чеснок, как известно, укрепляет иммунную систему, обладает бактерицидными свойствами, приостанавливает развитие кариеса и обладает многими другими полезными свойствами. Также добавляем приправы и специи. Они являются дополнительными ингредиентами.

По сей день такую соль в каждой адыгской семье готовят по следующему рецепту: рассыпают на дощечке соль, добавляют очищенные дольки чеснока и камушком величиною с ладонь или скалкой раздавливают его до волокон. Сок чеснока впитывается в кристаллы соли. Присыпают приправами и специями в определенном сочетании, перемешивают и опять вдавливают в соль.

То есть суть приготовления этого продукта и, если хотите, его философия состоят не в простом перемешива-

нии соли с пряностями, а в технологии обогащения ее кристаллов полезными компонентами, вкусами и ароматами специй и приправ. Отдельно примененные, они не имеют такой проникающей способности, какую получают в составе «Адыгейской соли». Соль помогает им глубоко проникать в блюдо, делая его полезным, вкусным и восхитительно ароматным.

#### Какие специи используются в приготовлении «Адыгейской соли» и что они дают?

«Адыгейская соль» производится в сочетании только с натуральными приправами и специями, которые издавна используют кавказские долгожители.

Мы производим нашу соль по трем рецептурным составам.

Соль «Абадзехская» — в ней доминирует сушено-резаная зелень, черный перец. Ее, как правило, используют при приготовлении отварных блюд, салатов, солений, засолки сала. «Бжедугская» — с добавлением паприки и лука. Она хорошо подходит ко вторым жареным блюдам. «Уляпская» — с майораном. Ее применяют при приготовлении колбас, пиццы, консервировании овощей.

В основе всех рецептов — чеснок. Используем также кориандр, петрушку, укроп, чабер и другие кавказские приправы. Благодаря такому богатому набору специй в «Адыгейской соли» присутствуют многие из необходимых организму витаминов и микроэлементов.

Отмечу, что «Адыгейская соль» в зависимости от вида соленее обычной пищевой на 11–14%. Это позволяет сократить ее потребление и тем самым уменьшить пагубное влияние переизбытка натрия на организм. Вышеназванные факты о составе соли и ее полезных свойствах подтверждаются протоколами лабораторных испытаний.

Отмечу также, что имею патент № 2251346 на состав и рецепт приготовления «Адыгейской соли» и свидетельство № 519623 на товарный знак «Любимый продукт кавказских долгожителей».

#### Помимо соли, вы производите и другие продукты. Расскажите о них.

Особое место в ассортименте нашей продукции занимает смесь пряностей и специй «Аджика Уляпская». Это универсальная приправа для всех блюд, а также основа для приготовления соусов. В нашей аджике специи и приправы высушены и мелко порезаны. Такая технология лучше сохраняет их полезные свойства и вкусовые качества.

Важное место в адыгейской кухне занимают блюда из кукурузы, которые невероятно вкусны и полезны для здоровья. Белая кукуруза обладает богатым набором витаминов и минеральных веществ. В ней насчитывается 26 элементов таблицы Менделеева, она отлично сбалансирована по соотношению белков, жиров и углеводов, богата клетчаткой. При высокой калорийности этот злак считается диетическим. Поэтому диетологи рекомендуют блюда из кукурузы людям, страдающим ожирением, сахарным диабетом, аллергией, мочекаменной болезнью или как профилактика этих заболеваний.

Наш ассортимент продукции на основе кукурузы следующий.

«Курбэ» — кукурузная манная каша — прекрасный завтрак для всей семьи.

«Щипс-соус, подлива» — ее также можно использовать как панировочные сухари, обваливая мясо, грибы, рыбу или овощи.

«Пастэ» — мамалыга — кукурузный хлеб. Его можно отварить и употреблять как кашу или гарнир. Если его в горячем



виде перемешать с мелко нарезанными кусочками сыра, мяса, получится полноценное второе блюдо. Если остудить, нарезать кусочками, то можно употреблять с первыми и вторыми блюдами вместо хлеба.

«Щалям» — кукурузные оладьи.

«Калмыкчай» — питательный ароматный чайный напиток с полезными лечебно-профилактическими свойствами.

На нашем сайте [adygsalt.ru](http://adygsalt.ru) и на обратной стороне упаковки наших продуктов написано, как и какие блюда можно из них приготовить. На сайте также можно найти много интересных рецептов, которые нам присылают покупатели.

### Как организованы продажи?

Мы работаем с федеральными торговыми сетями «Пятерочка», «Магнит», «Лента». Также наш продукт представлен во всех регионах России через дилеров и дистрибьюторов. Успешно сотрудничаем с производителями продуктов питания, использующими «Адыгейскую соль» при изготовлении мясных и молочных изделий, птицы, рыбы, сыров,пельменей, чипсов, овощных консервов, майонеза, тушенки. С нашей солью хорошо знакомы повара, работающие в секторе HoReCa.

Организованы поставки в страны ближнего и дальнего зарубежья: Армению, Азербайджан, Туркменистан, Германию, Турцию, Арабские Эмираты, Королевство Бахрейн. В этом году планируем завершить переговоры и заключить контракт на поставки соли в Бразилию.

### Вы заинтересованы в новых партнерах?

На сегодняшний день наши производственные мощности позволяют выпускать до 30 т готовой продукции в смену. Без каких-либо сложностей можем организовать работу в три смены. Разработан проект реконструкции производства, который увеличит производительность до 80 т в сутки. Поэтому мы, конечно же, заинтересованы в новых партнерах и рынках сбыта.

Всегда готовы обсудить варианты сотрудничества с торговыми компаниями, предпринимателями, частными закупщиками и другими лицами, заинтересованными в нашей продукции.

Лучшим вариантом сотрудничества, на мой взгляд, является совместная работа по продвижению «Адыгейской соли», опирающаяся на наш опыт, так как никто лучше нас не сможет рассказать о всех ее достоинствах и маркетинговых нюансах.

Нашу соль можно добавлять вместо обычной соли во все блюда. Это



**В основе всех рецептов — чеснок. Используем также кориандр, петрушку, укроп, чабер и другие приправы. Благодаря такому богатому набору специй в «Адыгейской соли» присутствуют многие из необходимых организму витаминов и микроэлементов.**

продукт, который используют во многих семьях ежедневно, а значит, рынок сбыта огромен. Поэтому мы ищем партнеров как среди небольших компаний, удовлетворяющих потребности розницы, так и из числа крупных, обслуживающих эти мелкие компании.

С помощью последних мы поможем мелким продавцам сэкономить на логистике, а крупным гарантируем объемы продаж на первоначальных этапах, потому что практически в каждом регионе России есть партнеры, которые берут у нас продукцию небольшими партиями и при этом переплачивают за доставку. Им выгоднее приобретать товар у местных оптовиков.

### При каких условиях сотрудничество будет наиболее выгодным?

Партнерам в первую очередь нужно поверить в эту продукцию. Кроме того, надо активно заниматься ее продвижением, и в этом мы готовы содействовать во всех рекламных и маркетинговых кампаниях. Из своего опыта работы можем утверждать, что 8 из 10 попробовавших наш продукт людей покупают его снова.

Уникальная технология позволяет нам качественно выделить свою продукцию среди других производителей этого продукта. Мы знаем, что покупатели испытывают разочарование, когда приобретают «Адыгейскую соль», сделанную не по нашей технологии.

### Какими достижениями гордитесь?

Гордимся тем, что смогли убедить миллионы россиян в полезности адыг-

ских национальных продуктов, и они обрели популярность в самых разных уголках России и зарубежья.

Гордимся тем, что получаем множество положительных отзывов о качестве наших продуктов и универсальности их применения.

С 2006 г. ежегодно участвуем в самой престижной продуктовой выставке России «ПродЭкспо», на которой наши продукты оцениваются золотыми медалями. «Адыгейская соль» и «Аджика Уляпская» удостоены золотых медалей на ярмарке «Зеленая неделя» в Берлине.

### Что в планах по развитию компании?

В планах освоение новых рынков, увеличение объемов продаж, расширение ассортимента. Соль можно делать очень разной, если добавлять приправы, которые приходятся по вкусу жителям того или иного региона. Есть запросы на создание продуктов с национальными приправами других стран. Наши технологии уже работают над этими рецептами. Совершенствуем также технологии переработки продуктов.

Объемы сбыта увеличиваются каждый год. Это говорит о том, что резервы есть, далеко не все россияне познакомились с нашей продукцией. Ежедневно получаем о ней новые отзывы. Из практики знаем, что люди, которым наши продукты понравились, рекомендуют их друзьям, знакомым, коллегам. Будем и дальше работать так, чтобы оправдывать доверие наших покупателей.

# КАРЕЛЬСКИЕ РЫБНЫЕ ЗАВОДЫ



## ИКРА И РАДУЖНАЯ ФОРЕЛЬ ИЗ ОНЕЖСКИХ ВОД

Философия производства группы компаний «Карельские рыбные заводы» заключается в стремлении выпустить вкусный и полезный продукт, не загрязняя при этом окружающую среду. О том, как удается соответствовать выбранной стратегии развития и какие продукты производит холдинг, рассказывает его генеральный директор Алексей Тумаев и руководитель департамента продаж Екатерина Пименова.



Генеральный директор —  
Алексей Тумаев

### Что является фундаментом деятельности вашей компании?

**А. Т.:** Она базируется на экологических принципах на каждом этапе производства: разведении рыбы, вылове, создании готового продукта. Исходя из этой идеологии мы работаем, развиваемся и пытаемся подать пример экологически чистого рыбного хозяйства другим участникам рынка.

**Е. П.:** Наша рыба растет в озерной воде, а не в искусственных емкостях, на хорошем корме без подгружающих химических добавок. Используя в качестве сырьевого бассейна природный источник — Онежское озеро, мы осуществляем рыбоводство с соблюдением всех экологических норм.

### Почему вы решили заняться разведением рыбы и с чего начался ваш бизнес?

**Е. П.:** Карелия — регион, в котором рыбу ловили всегда, поэтому было вполне естественно, задумываясь о бизнесе, выбрать рыбоводство. Наша группа компаний начала свой путь на рынке рыбной продукции России в 2014 г., когда была приобретена первая площадка на Онежском озере «Парад-плюс», и на ней в садках мы начали выращивать около 500 т форели. Сегодня годовая мощность товарной форели радужной уже на двух площадках составляет 3 тыс. т.

**А. Т.:** С момента создания нашего холдинга, который объединяет пять предприятий, стратегической основой его бизнес-модели стала вертикальная интеграция, которая, по сути, позволяет увеличивать скорость производства и одновременно развивать все функциональные процессы, сокращая расходы на посредников. Именно поэтому уже в самом начале нашей деятельности перед руководством встал вопрос о необходимости собственных цехов по потрошению, выработке готовой продукции, инкубатора по выращиванию мальков и завода по производству корма, которые сегодня успешно функционируют.

### Радужная форель из мальковых садков попадает на выростные площадки, где уже через некоторое время становится товарной. В каком виде рыба, которая «выросла в Карелии», как написано на каждой вашей упаковке, поступает на прилавки магазинов?

**Е. П.:** После того, как мы поднимаем рыбу из озера, она поступает в цех потрошения, затем — в построенный недавно инновационный цех по изготовлению и выпуску готовой продукции.

Ассортимент, который покупатель может встретить на прилавках, — это форель слабой соли в вакуумной упаковке, пласты от 600 г до 1,1 кг; кусок форели слабой соли массой 200 г — фаворит торговых сетей и покупателей; форель горячего копчения с головой пользуется огромной популярностью как у местного населения, так и у туристов, приезжающих в Карелию. И конечно, самый важный продукт нашего рыбного предприятия, спрос на который не падает никогда, — это икра.

### В чем особенность вашей готовой продукции?

**Е. П.:** Мы работаем исключительно на экологически чистом сырье, которое сами же и выращиваем. Изготавливаем продукцию только из свежельовленной рыбы, а не из замороженной. Думаю, к таким весомым аргументам ничего не нуж-

но больше добавлять. Только еще раз хотелось бы напомнить, что мы производим товар, соблюдая все экологические и санитарные нормы, и не загрязняем окружающую среду. Наша продукция выходит под брендом «Карельские рыбные заводы».

### Кроме производства корма для собственных нужд, видите ли вы заинтересованность в этом виде товара у партнеров по бизнесу? Если да, то в чем преимущества вашей продукции?

**А. Т.:** С февраля этого года ситуация с кормами на российском рынке сильно изменилась: приток импортных, на которые рассчитывали рыбные хозяйства Карелии, иссяк, поэтому многие из них обратились к нам. Ранее местные рыбхозы в основном покупали корм у импортеров, потому что те предлагали достаточно удобную систему оплаты — в рассрочку. Сегодня же предприниматели смогли найти необходимые средства, чтобы вложить их в корма, а мы делаем все возможное, чтобы рыбоводные хозяйства Карелии выжили.

**Е. П.:** Наш завод по производству кормов работает с 2016 г., средний годовой выпуск продукции до 2019 г. составлял около 4 тыс. т. Последние два года мы расширили производство и выпускаем около 8 тыс. т.

Изготавливаем корма фракциями 4, 6 и 8 мм, производственные и витаминизированные — для кормления рыбы в вегетативный сезон и в период ее зимнего содержания. В готовой грануле есть все необходимые рыбе питательные вещества: белки и незаменимые аминокислоты, жиры и полиненасыщенные жирные кислоты, витамины, минералы и другие макро- и микронутриенты. Наши корма водостойкие, быстро и медленно тонущие, имеют в составе сертифицированное высококачественное сырье, производятся с применением технологии горячей экструзии.

**А. Т.:** Технологическая линия производства была создана при участии российских и европейских специалистов,



ее оборудование способно выпускать корма под заказ по индивидуально разработанным рецептурам из различных видов сырья с добавлением обширного перечня микрокомпонентов. Вся кормовая продукция проходит обязательную проверку качества и тестирование на собственных форелевых хозяйствах.

## Вся выращенная вами рыба перерабатывается на вашем предприятии?

**Е. П.:** Мы не только перерабатываем то, что выращиваем, но и являемся поставщиками сырья для крупных заводов-переработчиков: партнерам предлагаем форель потрошеную. В период с августа по март только в Москву отгружаем ежемесячно порядка 400 т охлажденной свежей форели.

## К какому ценовому сегменту относятся ваша продукция?

**Е. П.:** Мы стараемся сделать доступной нашу продукцию для любого покупателя, сохраняя одинаково высокое качество для любого ценового сегмента — как премиум-класса, так и эконом, отличие может быть только в упаковке. К более низкому ценовому сегменту относятся продукты, которые мы производим из второстепенного сырья, после филетирования — это пивные наборы или уха.

## Ценность рыбных отходов, полученных при первичной обработке, часто недооценивают. Что вы думаете об этом?

**А. Т.:** Да, это так, а ведь именно карельская форель, выращенная в аквакультуре, является перспективным источником для получения рыбного жира высокого качества. После ее первичной обработки образуется вторичное

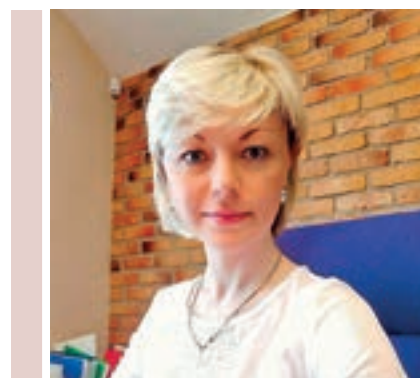
сырье, в котором он содержится в большом количестве. В зависимости от степени очистки и входящего сырья рыбный жир может быть использован для технических, ветеринарных или медицинских целей, а также в приготовлении кормов. Наша компания не занимается переработкой сырья данного вида, но у нас организована реализация отходов предприятиям, специализирующимся на его производстве.

## Процесс выращивания рыбы в промышленных масштабах известен с давних пор, вам удалось его каким-то образом модернизировать?

**А. Т.:** В плане кормления, да. Мы сейчас стараемся полностью механизировать его, к тому же вывели свои кормовые коэффициенты, таблицы. Кроме того, у нас на площадках работает ихтиопатолог — специалист с высшим образованием, который ежедневно контролирует рыбу разных возрастов в садках, проводит анализы и наблюдает за ее состоянием в целом.

## Сколько у вас сотрудников?

**А. Т.:** В группе компаний пять официально зарегистрированных обществ с ограниченной ответственностью. Общая численность сотрудников составляет 165 человек. Разумеется, есть звено руководящего состава, которое, может быть, не совсем стандартно для бизнеса, так как его работа выстроена линейно, функции распределены таким образом, чтобы закрывать все производственные ниши. Как на любом предприятии, у нас есть инженер и главный инженер, руководитель кадрового подразделения, маркетинговая служба, служба безопасности и, конечно, главный рыбовод, от работы которого зависит многое.



**Руководитель департамента продаж — Екатерина Пименова**

Средняя зарплата сотрудников — 40–45 тыс. руб., им предоставляются все положенные по закону социальные гарантии. Наши предприятия регулярно получают господдержку от Министерства сельского хозяйства и Министерства экономики. Объем субсидий ежегодно составляет более 10 млн руб.

## Чтобы производство не стояло на месте, требуется его постоянное совершенствование, и не только в плане роста прибыли, но и в сохранении природных ресурсов, которые не безграничны. Что вы предпринимаете в этом аспекте?

**Е. П.:** Вся наша деятельность направлена на сохранение первозданной природы и улучшение полезных свойств выращиваемой рыбы, поэтому мы поддерживаем сотрудничество с Всероссийским научно-исследовательским институтом интегрированного рыбоводства. На территории нашего холдинга трудится аспирант, который ведет научную работу. Мы поддерживаем контакты с различными российскими лабораториями по производству кормов, генетике и болезням рыб, приглашаем ученых, которые дают нам ценные консультации.

## Планируете увеличение количества рыбы?

**А. Т.:** Да, и в связи с этим рассматриваем возможность приобретения дополнительных площадок для ее выращивания, а также намереваемся увеличить производство кормов. Кроме того, задумываемся о расширении и модернизации малькового производства и, разумеется, географии поставок нашей готовой продукции. Сейчас ее можно встретить уже в Московском регионе, Санкт-Петербурге, Карелии, ну а будущее покажет.



## КДМЗ

### ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ КЛАССА ПРЕМИУМ

КДМЗ — первое предприятие в России, начавшее выпуск механических прессов формовки для лепкипельменей, вареников и чебуреков. Оборудование работает с любым тестом и начинками. О характеристиках изделий нашему изданию рассказал генеральный директор компании Игорь Давыдов.



#### Генеральный директор — Игорь Давыдов.

Родился в 1970 г. в Курске. Окончил Харьковский авиационный институт по специальности «инженер-механик» в 1994 г. Хобби: изобретения, конструирование. Кредо: «Главное в работе — уважение к клиенту и качество продукции!»

#### Каковы особенности оборудования, выпускаемого вашей компанией?

Оборудование разрабатывали для удобства и ускорения процесса изготовления полуфабрикатов в кафе, столовых, ресторанах и на предприятиях — для всех производителей полуфабрикатов, которые уважают своих клиентов и предлагают им качественные блюда. При работе на нашем оборудовании не требуется соблюдение жестких регламентов к тесту и консистенции начинки, применение специальных добавок. На нем можно работать с любыми видами теста из муки как твердых, так и мягких сортов пшеницы и различными видами начинок. Формовщики сохраняют технологию ручной лепки (в отличие от полуавтоматов с экструдером), а это значит, что тесто не меняет структуру и свойства, изделия не теряют форму при варке.

Кроме того, оно очень надежно, выполнено из нержавеющей стали AISI304. На сегодняшний день нет ни одного нарекания со стороны покупателей. Конструктивно формовщики лишены

скрытых полостей, что делает полную мойку и дезинфекцию максимально легкой.

#### На сайте компании представлены формовщики разных модификаций. Только дляпельменей их три варианта. Чем они отличаются друг от друга?

Формовщики отличаются формой, весом и размером получаемых изделий, а также производительностью. Например, формовщик ПФП-1 — односторонний, на нем за один час можно вылепить 1,5–2 кгпельменей массой 12–15 г и диаметром 65 мм. Формовщик ПФП-6 выдает сразу шестьпельменей с вышеуказанными параметрами. Его производительность уже достигает 75 кг за восьмичасовую рабочую смену. Модель ПФП-7 имеет семь посадочных мест, нопельмени получаются меньше — диаметром 50 мм и массой 6–8 г.

На формовщиках для вареников и чебуреков тоже изготавливают различные по форме изделия — в виде полумесяца, треугольника. Каждый покупатель выбирает для себя тот вариант оборудования, который подходит ему больше всего. Например, предприниматели из южных регионов приобретают формовщики для мелкихпельменей, а Москва и Сибирь предпочитают крупные.

#### В какие регионы поставляете продукцию?

Мы поставляем нашу продукцию во все регионы России, в Казахстан и Беларусь. На наших формовщиках лепятпельмени, вареники в Сиднее, США, на Кипре.



В России наши изделия используются в работе более 350 предприятий, в их число входят ОАО «Курский холодильный комбинат», ООО «МясновЪ-77» и ООО «РИК». Одним из первых покупателей стала столовая Госдумы РФ.

#### Дилеры, торговые партнеры на местах есть?

Ввиду специфики оборудования мы не создавали дилерскую сеть, не привлекаем региональных партнеров. Сами разрабатываем изделия, сами их производим и продаем. Работаем напрямую с потребителями, и этот формат нас устраивает.

Возвращаем деньги или меняем модель, если формовщик не подошел. Например, человек с Дальнего Востока берет ПФП-7, но в процессе работы выясняет, что его больше устраивала бы модель ПФП-6. Он возвращает изделие, а мы отправляем ему нужную модификацию.

#### Как можно купить вашу продукцию?

Она представлена на сайте компании [www.kdmz.ru](http://www.kdmz.ru) в интернет-магазине. Оплата возможна как с банковской карты, так и со счета предприятия. Доставка осуществляется транспортными компаниями.

#### Что в планах по развитию компании?

Мы сконструировали тестораскаточную машину, выставили на сайте ее вторую версию, работаем над третьей. Машина представляет собой полуавтомат, работающий от однофазного электродвигателя. Толщина раскатки теста варьируется от 0,4 до 3,2 мм, ширина — 270 мм. У нас есть договоренности по продаже этого изделия с условием, что если в течение полугода в нем что-то сломается, то потребитель отправляет его нам, а мы возвращаем деньги. Такое тестирование необходимо, чтобы делать максимально надежное оборудование. Также готовим к запуску производство компактных тестомесов объемом 10 кг и дозаторов начинки. И здесь опять же главное внимание уделяем надежности.

# КОНЦЕРН ALFA L SERVICE

## ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКИ ИННОВАЦИОННОГО ПИЩЕВОГО ОБОРУДОВАНИЯ



Санкт-петербургский концерн Alfa L Service предлагает инженеринговые услуги, выполняет модернизацию технологического оборудования, строит с нуля предприятия для отраслей пищевой промышленности и осуществляет их сервисное сопровождение. Приоритетным направлением работы в компании называют внедрение новейших технологий с использованием собственных программных разработок. О многосторонней деятельности предприятия рассказывает его технический директор Андрей Никандров.



**Технический директор — Андрей Никандров.**

Родился в 1970 г. в Санкт-Петербурге. Окончил Санкт-Петербургский государственный университет низкотемпературных и пищевых технологий. Хобби: радиоэлектроника, монтаж видеоклипов. Кредо: «Хочешь, чтобы все получалось, — занимайся делом, которое любишь».

### На рынке оборудования для пищевых производств компания Alfa L Service известна давно. Что она представляет собой сегодня?

Компания начала деятельность в 1998 г. как поставщик комплектующих для молочных заводов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Сегодня это — концерн, разрабатывающий и внедряющий инновационные технологические решения на предприятиях пищевой промышленности во всех регионах России.

Наши специалисты также занимаются научной деятельностью. В сотрудничестве с учеными они создают и выводят на рынок новые продукты для спортивного питания и здорового образа жизни.

В Сколково работает входящая в концерн компания «АЛС-Инновации», где изучаются технологические проблемы переработки молока и молочных продуктов и разрабатываются соответствующие решения. Заказчиками этой компании в большинстве своем являются инженеринговые организации, проектирующие технологические процессы.

### Концерн располагает собственным производственным комплексом. Какую продукцию выпускаете?

В состав концерна входят две производственные площадки, расположенные

в Санкт-Петербурге. На одной изготавливаются модули различного назначения для предприятий пищевой промышленности, на другой — емкости для молочного, пивного, винного производств.

Ассортимент выпускаемой продукции позволяет укомплектовать производство любого уровня сложности. Наше оборудование работает на всех этапах пищевого производства: от секторов приемки сырья до цехов фасовки готовой продукции. Гибкая система технологических и конструкторских решений дает возможность сформировать конфигурацию и адаптировать оснащение под конкретные условия заказчика.

### Какими проектами особенно гордитесь?

Мы работали с такими компаниями, как «Вимм-Биль-Данн», «Пепсико», «Данон». В сотрудничестве с нами они стандартизировали производственные процессы на десятках своих предприятий в разных регионах России.

Концерн Alfa L Service не только проектирует, производит и монтирует оборудование, но и с нуля строит перерабатывающие предприятия. Самое крупное из таких — завод «ЛебедяньМолоко» в Липецкой области. Сейчас на предприятии идет расширение производственных мощностей, в котором мы активно участвуем.

В нашем портфеле немало небольших предприятий, которые мы создали либо кардинально модернизировали. Например, Городецкий молочный завод в Нижегородской области. После реконструкции он втрое увеличил объ-



емы выпускаемой продукции. Мы осуществляем сервисное обслуживание этого завода.

### Ваши заказчики находятся в разных регионах России. Как организована эта деятельность?

Когда мы занялись инженеринговой деятельностью, то быстро поняли, что из Санкт-Петербурга всю страну не охватишь. Приняли решение об открытии филиалов. Первым стало представительство в Новосибирске. Сейчас в нем трудится высокопрофессиональный коллектив, способный оказывать инженеринговые услуги клиентам на территории Урала и Сибири. Позднее открыли филиал в Москве. Он работает как сейлз-компания: продает оборудование и тоже предлагает инженеринговые решения.



### Санкции сказались на вашей деятельности?

Ряд европейских компаний, изделия которых мы используем, отказались от поставок в Россию. Замену находим у российских производителей и в странах, которые не свернули сотрудничество с нашей страной. Некоторые детали начали делать сами.

При этом количество заказов растет едва ли не в геометрической прогрессии. Многие российские предприятия остались без сервисной поддержки и обращаются к нам. Мы расширяем производство, набираем сотрудников. Компания интенсивно развивается и уверенно движется вперед.

## ЛУКСУРИЯ™



### СОУСЫ ПРЕМИУМ-КЛАССА ДЛЯ ПАНАЗИАТСКОЙ КУХНИ

Более семи лет Санкт-Петербургское ООО «Первая соусная компания» производит под брендом «Луксурия» оригинальные соусы для блюд азиатской кухни. Его продукцию знают повара сотен ресторанов и кафе в самых разных городах России — от Калининграда до Владивостока. «Все эти годы мы растем и развиваемся благодаря нашим клиентам», — говорит со-владелец бизнеса и главный технолог предприятия Олег Иванов. О том, как реализуется на практике взаимовыгодное сотрудничество, он рассказал нашему изданию.



**Сооснователь компании и главный технолог — Олег Иванов.**

Родился в 1979 г. в Санкт-Петербурге. Окончил Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический институт. Хобби: спортивная ходьба, музыка. Кредо: «Относись к людям так, как хотел бы, чтобы они относились к тебе».

#### **Олег, сколько литров соусов уже произведено вашей компанией?**

Если считать в литрах, то оперировать придется шестизначными цифрами. Мы изготовили почти 18 млн л разнообразных соусов, маринадов и рисовых уксусов. Покупателями нашей продукции являются более 100 тыс. компаний во всех регионах России.

#### **Вы сказали ранее, что компания развивается благодаря вашим клиентам. Что это означает?**

Семь лет назад мы начали делать соусы, которые в России никто не производит. Можно сказать, взяли курс на импортозамещение в этой сфере — аналоги везли из Китая, Вьетнама, других стран.

Наша продукция довольно быстро приобрела популярность. Ее потребители также высоко оценили наши технологические возможности. Они начали привозить нам образцы соусов, сделанных в Индии, Сингапуре, других азиатских странах, с просьбой, чтобы мы разгадали рецептуру понравившейся приправы и создали копию. Мы попробовали — получилось. Сегодня можем повторить практически любой соус.

#### **Вероятно, нужно обладать высоким профессионализмом, чтобы по вку-**

#### **су и запаху готового соуса определить, какие ингредиенты он содержит. Как вы это делаете?**

Мы, образно говоря, раскладываем соус на составные части и с помощью профессиональных приемов определяем, какие специи в нем присутствуют. Затем подыскиваем аналоги — либо свежие, которые можно заказать в России, либо высушенные, поставляемые из-за рубежа. Пошагово подбираем вкусы, расцветки и в итоге получаем продукт, не отличающийся от оригинала.

Что касается мастерства, то со мной на протяжении всех семи лет работает одна и та же команда из 10 человек. Это действительно специалисты высокого класса. Нам многое под силу.

#### **Есть ли у вас уникальные соусы?**

Да, такие соусы есть. В их состав входят специи и травы, произрастающие в России, например, на Алтае. Эти продукты образуют линейку сугубо российских ароматов и вкусов.

Мы создаем эти рецептуры, передаем их нашим заказчикам, и они юридически становятся их собственностью. Эти эксклюзивные разработки не выставляем на продажу и не предлагаем другим партнерам. Такое сотрудничество выгодно обеим сторонам. Заказчикам оно позволяет получать оригинальную продукцию, а нам развиваться в тех направлениях, которые наиболее востребованы у потребителей.

#### **Соусы-концентраты — тоже ваша разработка?**

Такие соусы мы создали, чтобы удешевить продукцию для конечного потребителя. Если соус отправляется в противоположный конец страны, например,



во Владивосток, то серьезно возрастают расходы на логистику. В таких случаях мы поставляем концентраты, которые в фуре занимают меньше места, чем готовые приправы. А уже на месте потребители, следуя нашим рекомендациям, производят их расконсервирование. В результате объем продукта увеличивается в 15–20 раз без потери качества. Это одно из наших серьезных достижений.

#### **Какими еще проектами гордитесь?**

Недавно китайская компания заказала у нас соус с довольно большим перечнем требований. Главное — он должен быть эксклюзивным, со вкусом и ароматами, которые популярны в Китае. Я потратил на его разработку больше полугода. Результат полностью удовлетворил заказчика.



#### **Что в планах по развитию компании?**

Из-за санкций Запада мы лишились возможности покупать отдельные виды сырья, которые можно приобрести только за рубежом. Серьезно возросли цены на компоненты, используемые в приготовлении соусов.

Сейчас рассматриваем возможность открытия в Краснодарском крае предприятия по выращиванию сои, редких овощных культур, перца чили, чеснока и других специй.

Также в планах организовать собственное производство соевого соуса, причем полного цикла. Сейчас мы закупает компоненты для него на стороне, и они не всегда имеют те свойства, которые нам требуются. Собственное сырье позволит сделать нашу продукцию более качественной, конкурентоспособной и тем самым удовлетворить самые разные потребности покупателей.

# ОЛЕНЕВОД-ЭКСПОРТ



## ОЛЕНИНА ЗАПОЛЯРЬЯ: ДЛЯ ТЕХ, КТО ЦЕНИТ КАЧЕСТВО

Ненецкий автономный округ — уникальный арктический регион, где рождается неповторимая продукция. Коренные малочисленные народы (ненцы) ведут кочевой образ жизни и круглый год занимаются выпасом оленей. Благодаря экологической чистоте их рациона (ягоды, грибы, травы, ветки, листья карликовых деревьев и ягель) эти животные практически никогда не болеют, поэтому оленина является безопасным продуктом.

Это один из немногих видов мяса, которое можно употреблять сырым, не боясь паразитов. Усвояемость оленины организмом выше, чем говядины, свинины, баранины и курицы. У мяса оленя особая фактура, содержащая меньшее количество жиров, чем остальные виды мяса, благодаря постоянному перемещению животных на большие расстояния.

Одно из ведущих хозяйств по производству мяса в округе — СПК колхоз «Ижемский оленевод и Ко» — самое крупное оленеводческое хозяйство в европейской части России. Его партнером является компания «Оленевод-Экспорт». С 2018 г. она занимается производством мясных продуктов в соответствии с действующими технологическими инструкциями с соблюдением ветеринарно-санитарных правил для мясной промышленности, а также реализацией замороженных мясopодуKтов и мяса оленины в тушах и полутушах.

«Оленевод-Экспорт» осуществляет первичную переработку мяса и субпродуктов и направляет полуфабрикаты из оленины на реализацию не только в населенные пункты Ненецкого автономного округа, но и в другие регионы России, среди которых Москва, Санкт-Петербург, Архангельск, Калининград, Нижний Новгород и Сыктывкар.

Забой оленей проводится на современном убойном пункте фактории Шапкино Ненецкого автономного округа в 110 км от г. Нарьян-Мар. Убойный пункт работает автономно и соответствует мировым стандартам качества. За 1 сезон он производит до 300 т мяса.

Переработка мяса на отрубы и полуфабрикаты происходит в специальном цехе — в смежном помещении с модулем охлаждения мяса, что дает возможность вырабатывать мясную продукцию высокого качества только из охлажденного мяса, избегая многократной дефростации.

Продукция подвергается шоковой заморозке (–30 °С), благодаря чему сохраняются все полезные микроэлементы, содержащиеся в мясе оленя.

Цех переработки построен финской компанией КОМЕТОS OY в соответствии с европейскими требованиями к пищевому производству. Персонал, работающий на производстве, прошел обучение в Финляндии в рамках проекта «Коларктик».

«Оленевод-Экспорт» обеспечивает контроль за безопасностью выпускаемой продукции, который предусматривает отслеживание всей цепочки производства и реализации от сельхозпроизводителей до каждого отдельного покупателя. Мясо проходит ветеринарную сертификацию в системе «Меркурий»

Предпочтение лучше отдать мясу, полученному от убоя молодых оленей возрастом до шести месяцев — это нежное мясо темно-красного цвета.

Каждая часть туши оленя отличается особыми свойствами по жесткости, наличию костной составляющей и прочими характеристиками. Выбор мяса очень важен в приготовлении задуманных блюд.

В среднем калорийность 100 г оленины составляет 155 Ккал., жира содержится 8,5 г, белков — 19,5 г.

«Оленевод-Экспорт» реализует все части оленя в замороженном виде.

Оленину нежелательно размораживать более одного раза, так как она будет терять свои полезные свойства и вкусовые качества. Срок хранения единой порции замороженной оленины — 10 месяцев (при температуре –18 °С), в вакуумной упаковке — до двух лет (при температуре –18 °С) в зависимости от поставщика.

Часть продукции ООО «Оленевод-экспорт» реализуется в вакуумной упаковке: лопатка оленя без кости, шея оленя без кости, корейка оленя на кости, корейка оленя без кости, ребрышки оленя, вырезка «оленина для жарки экстра», окорок оленей без кости.



Другая часть продукции упаковывается в гофротару с полиэтиленовым вкладышем: тазобедренный отруб, задняя голяшка, реберный отруб на кости, спинно-поясничный отруб на кости, шейный отруб, лопаточный отруб на кости, котлетное мясо.

Кроме того, в реализацию поступают субпродукты 1 категории: сердце оленя, печень оленя, язык оленей.

«Оленевод-Экспорт» занимается оптовой и розничной продажей мяса северного оленя. Компания готова к сотрудничеству и нацелена на долгосрочную работу. Основными ее клиентами являются рестораны, мясоперерабатывающие комплексы, специализированные и сетевые магазины. Ее партнеры получают: ветеринарную сертификацию на продукцию в системе «Меркурий»; декларацию о соответствии на мясные полуфабрикаты; срок годности на оленину до двух лет; индивидуальный подход к каждому клиенту; рассрочку платежей.



## OSQ GROUP



### ЕВГЕНИЙ ТОКАРЕНКО: «МЫ ЗАДАЕМ ТОН РОССИЙСКОМУ РЫНКУ ПИЩЕВОЙ УПАКОВКИ»

OSQ GROUP — крупнейший российский производитель картонной упаковки в сегментах HoReCa, Retail и пищевое производство. Это бренд европейского качества с 13-летним опытом в разработке и производстве пищевой упаковки, которая поставляется на российский и международный рынок. Продукция OSQ известна во многих странах и ценится за безопасность, экологичность, эргономичность и современный дизайн. О деятельности предприятия рассказывает генеральный директор OSQ GROUP Евгений Токаренко.



#### Генеральный директор — Евгений Токаренко.

Родился в 1983 г. в Москве. Окончил Московскую юридическую академию по специальности «юриспруденция», а также Московскую международную высшую школу бизнеса «МИРБИС» по специальности EMBA «стратегическое и корпоративное управление». Кредо: «Жить надо по совести».

#### Что представляет собой OSQ Group сегодня?

Компания занимает ведущие позиции в производстве пищевой картонной упаковки на территории России и СНГ, имеет высокотехнологичные производственные площадки в Видном и Калининграде, обслуживает более 10 тыс. клиентов из 60 стран мира.

Головной офис расположен в Москве, открыты представительства в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Новосибирске, работают широкие собственная и дилерская сети продаж.

#### Каков ассортимент выпускаемой продукции?

Мы выпускаем упаковку для предприятий пищевой промышленности, ресторанного бизнеса и розничной торговли: пекарен, ритейла, кафе, торговых точек уличной еды, сервисов доставки, кейтеринга. Это контейнеры для салатов и лапши, одноразовые ланч-боксы, упаковка для фастфуда, сэндвичей, суши, роллов, кондитерских изделий и пр.

#### В чем главные отличия вашей упаковки от изделий других производителей?

Мы предлагаем потребителям широчайший перечень разнообразных решений в производстве упаковки. Вся наша продукция — это собственные разработки. Она инновационна, эргономична и экологична, изготавливается на современном оборудовании в соответствии с передовыми мировыми нормами и стандартами.

Мы используем вторично перерабатываемое или возобновляемое сырье, а также материалы и технологии, которые обеспечивают либо полное отсутствие, либо минимальное загрязнение окружающей среды как во время производственного процесса, так и в ходе эксплуатации и утилизации упаковки.

Все изделия сертифицированы. Производственные процессы регулярно проходят аудит на предмет соответствия стандартам ISO и HACCP.

#### Ваша компания, пожалуй, единственная в России, кто реально разрабатывает и производит биоразлагаемую картонную упаковку. Какие технологии применяете?

Наша компания — одно из немногих предприятий в мире, где сумели достичь значимых результатов в разработке картонной биоразлагаемой упаковки. У нас они подтверждены испытаниями, проведенными в швейцарской лаборатории. Сейчас оформляем патенты на эти разработки.

Для изготовления пищевой упаковки обычно используют картон, покрытый барьерной пленкой. Такой материал уже по сути своей не может быть биоразлагаемым — пленка не позволяет. Мы применяем две технологии. В одной покрываем картон органической пленкой, которая разлагается вместе с упаковкой в течение месяца. В другой — предоставляем потребителю возможность само-

стоятельно отделить пленку от картона и утилизировать отдельно. Наша компания — единственная в России, кто может это делать.

#### Санкции Запада повлияли на деятельность компании?

Наша продукция по-прежнему востребована в мире. Экспорт в Европу пострадал из-за проблем с логистикой. Стоимость перевозки груза фурой из Москвы в Вильнюс в прошлом году составляла 600 евро, сейчас — 3000 евро. Эти издержки отражаются на конечной стоимости продукции. И, естественно, далеко не все покупатели готовы платить новую цену.

#### Благодаря чему, по вашему мнению, OSQ Group занимает ведущие позиции в своей отрасли?

В первую очередь благодаря высокой компетентности сотрудников и профессионализму менеджмента. Все вовлечены в работу, благодаря слаженности команды все процессы эффективно и динамично развиваются. У нас есть сотрудники, которые работают на предприятии более 10 лет и растут профессионально вместе с компанией.

В свое время руководители проанализировали тенденции рынка упаковки, выбрали направление, которое сочли перспективным, и начали его развивать. Изучали лучшие мировые практики, черпали оттуда идеи, но все делали сами.

Впоследствии пошел обратный процесс. Теперь уже мы предлагаем определенные виды своей продукции зарубежному покупателю, и он выбирает нас. Видимо, потому, что наша продукция по большинству показателей превосходит европейские аналоги.

OSQ — бренд, известный далеко за пределами России. Мы уверенно движемся вперед и задаем тон российскому рынку пищевой упаковки.

# ОФЕЛЛИЯ ПРОДУКТ

## ДАРЫ СОЛНЕЧНОЙ ГРЕЦИИ В ЛЮБОЙ УГОЛОК РОССИИ



На протяжении без малого двух лет компания «Офеллия Продукт» занимается поставками греческих продуктов высокого качества на российский рынок, являясь официальным дистрибьютором компании Ophelia Group. О продукции и особенностях организации поставок в регионы, а также планах компании на ближайшее будущее рассказывает генеральный директор Юрий Назаров.

### Почему вы решили сотрудничать именно с Ophelia Group? В чем уникальность ее продукции?

Начну с того, что Ophelia Group на международном рынке более 20 лет. Продукция под торговой маркой OPHELLIA реализуется в 18 странах мира, она исключительно высокого качества. Оливковое масло первого холодного отжима производится по традиционной технологии на собственном заводе компании. На переработку оливок отводится не более 24 часов после сбора урожая. Уровень кислотности нашего масла — 0,3–0,4%. К слову, допустимый уровень кислотности Extra Virgin — не более 0,8%.



Компания работает в тесном сотрудничестве с фермерами, уделяя внимание каждому шагу от посева до сбора урожая и доставки сырья на производство. Для поставки в Россию используются продукты крупных предприятий семейного типа с вековой историей. Оливки собираются вручную, продукция производится небольшими партиями, контроль качества достаточно высокий.

### Расскажите подробнее о вашем ассортименте.

Так как наша компания молодая, мы еще определяемся, какой продукт интересен российскому рынку. Ассортимент у нас пока небольшой, порядка 65 наименований: греческое оливковое масло высшего качества первого холодного отжима, греческие оливки консервированные в рассоле и вакууме, паста из оливок, фруктовые джемы с 40%, 55% и 85% содержанием фруктов, натуральный гранатовый сок, персики консервированные, кремы и укусы бальзамические, томатные соусы с пряными травами и специями. Постепенно мы расширяем линейку

продуктов, учитывая в том числе опыт своих конкурентов.

### Какой ценовой политики придерживаетесь?

Наши продукты — высокой ценовой категории, ближе к «премиум». Сырье используется самое лучшее, без применения какой-либо химии. Я бы даже сказал, что все как в Древней Греции! В то время, чтобы оливки стали съедобными, их вымачивали в морской воде, убирая горечь. У нас практически то же самое. Цена соответствует качеству.

### В связи с последними событиями выросла ли стоимость продукции Ophelia Group и, соответственно, ее стоимость для ваших покупателей?

Безусловно, был небольшой шок, когда весной существенно увеличился курс евро и доллара. Но на текущий момент цены серьезно ниже даже по сравнению с январскими — на 10–15%. И это несмотря на то, что логистика подорожала. Мы сумели найти оптимальное решение с выгодой для наших клиентов.



### Кто ваши основные покупатели в России: розничные, оптовые клиенты, сегмент HoReCa? Как организована работа с ними?

Поставки мы ведем по всей России. Ориентированы в первую очередь на специализированные магазины и винные бутики, рыбные магазины, гастромакеты, где продается действительно высокого качества товар и люди умеют с ним работать. В Красноярске, например, это сеть «Виноград» — винные бутики, в Таганроге «Дикая устрица» — магазин рыбы и морепродуктов, помимо этого, наши постоянные клиенты — специализированные магазины

в Кирове, Саратове, Самаре, Сочи, Хабаровске. Сейчас ведем переговоры с Владивостоком. Намерены осуществлять поставки в Калининград. Мы работаем через транспортную компанию, выполняя поручение заказчика.



Как бы это банально ни звучало — у нас индивидуальный подход к клиентам. Предоставляем в том числе помощь в продвижении. Например, в точках продаж устраиваем дегустации, проводим акции, предварительно нанимаем промоутеров. Кроме того, дистрибьюторы реализуют товар через «Вайлдберриз», «Озон», «Яндекс.Маркет». На этих площадках представлено от 10 до 35 позиций торговой марки OPHELLIA.

Для сегмента HoReCa необходима иная фасовка продукции. Сейчас фасовка у нас небольшая, брендированная. Так что решение вопроса по поставкам продуктов для HoReCa — в перспективе. Если будет такой запрос — реализуем, не проблема. Линия отлажена, мощности есть.

### Какие еще планы у вашей компании на ближайшее время?

Мы планируем открытие интернет-магазинов и бутиков с греческими товарами в Москве. После того как работа будет отлажена, регламентирована, займемся расширением сети в городах-миллионниках.



## ПИР ТЕХНОЛОГИЯ

### ПОПОКОРН: БЫСТРОРАСТУЩАЯ ПОЗИЦИЯ В КАТЕГОРИИ СНЕКОВ



Компания «ПИР Технология» занимается продажей оборудования и сырья для производства попкорна. Мы можем проконсультировать по всем вопросам относительно открытия бизнеса в этой сфере, выбора оборудования, сырья, упаковки, вкусовых добавок. Сотрудничество будет полезно как малому бизнесу по продаже попкорна в развлекательных центрах и магазинах, так и фабрикам по производству попкорна. Мы работаем с 95% производителей попкорна в России.



Попкорн — продукт с огромным потенциалом для развития на российском рынке. Также на данный момент это самый доступный снек на полке в магазинах. Из небольшого количества зерна получается большой объем готовой продукции, что делает бизнес по производству и продаже готового попкорна очень привлекательным. В последнее время также набирает популярность продажа фасованного зерна для приготовления на сковороде дома.

Основные сорта попкорна — «бабочка» и «карамель» (он же «машрум», «шарик» или «гриб» из-за формы). «Бабочка» — самый популярный вид попкорна, его можно приготовить дома на сковороде или в микроволновой печи. «Карамель» чаще используется в кинотеатрах и на производстве готового карамелизированного попкорна. Недавно мы начали производить белый попкорн — инновационный диетический продукт, отличающийся более мягкой текстурой и вкусом, отсутствием шелухи.

История попкорна в России началась в 1991 г., когда завезли первые аппараты для его производства. Популяризаторами этой продукции в нашей стране стали частные предприниматели, которые устанавливали аппараты на улицах, в парках и на развлекательных мероприятиях, собирая огромные очереди желающих попробовать новый диковинный продукт.

В 1996 г. в Москве открылся первый кинотеатр с попкорном — «Кодак Киномир», что спровоцировало новую волну популярности попкорна и надежно связало в сознании потребителей попкорн и кино.

Далее попкорн пришел и в retail, одно за другим стали открываться предприятия по производству микроволнового и готового попкорна для домашнего потребления, объемы продаж росли с каждым годом примерно на 5%.

В 2020–2021 гг. домашнее потребление попкорна в России выросло на 30%. Он оказался самой быстрорастущей позицией во всей категории снеков. Попкорн без масла и добавок, особенно раскрытый горячим воздухом, — самый полезный снек, диетологи его рекомендуют как источник клетчатки и витаминов группы В, который поможет избавиться от токсинов, улучшить обмен веществ.

Потребление попкорна в мире растет с каждым годом вместе с модой на здоровое питание, а самые иннова-

**Недавно мы начали производить белый попкорн — инновационный диетический продукт, отличающийся более мягкой текстурой и вкусом, отсутствием шелухи.**



ционные аппараты для попкорна теперь производят в России и экспортируют во многие страны.

В последнее время вкус попкорна вошел в моду, и теперь его добавляют в разные продукты: шоколад, мороженое, даже картофельные чипсы и напитки делают со вкусом попкорна.

Потребление попкорна обычно ассоциируется с радостью — походом в кино или на развлекательное мероприятие. С закрытием кинотеатров в моду вошел формат кинобара в ресторанах, где можно посмотреть некоторые новые фильмы и, конечно, купить попкорн.

На данный момент хорошо развивается бизнес в сфере попкорна:

✓ производство и продажа готового и СВЧ-попкорна, попкорна, фасованного в индивидуальную упаковку для приготовления дома на сковороде (эта продукция пользуется большой популярностью на маркетплейсах);

✓ продажа готового попкорна в парках, развлекательных центрах, цирках и магазинах, а также на выездных мероприятиях;

✓ во многих странах есть магазины и кафе, которые реализуют «гурме попкорн» — покрытый слоем шоколада или сыра, с необычными вкусами. На данный момент эта ниша в России свободна.



# ПРИБОЙ

## КВАС — ТОЛЬКО ИЗ НАТУРАЛЬНОГО СЫРЬЯ

ООО «Прибой» из станицы Староминская Краснодарского края является лидером среди региональных производителей квасов натурального брожения и безалкогольных напитков на юге России. Торговая марка «Квас Староминский» известна далеко за пределами Кубани. О продукции и ближайших планах «Прибоя» мы поговорили с генеральным директором и собственником компании Сергеем Косяниковым.



### Основатель и генеральный директор — Сергей Косяников.

Родился в 1976 г. в станице Староминская Краснодарского края. Окончил экономический факультет Ростовского института народного хозяйства.

### Сергей, расскажите об истории создания вашего предприятия. С чего начинали? Чего достигли за годы работы?

Нашему предприятию уже 26 лет. Основано оно в 1996 г. Тогда у меня, молодого предпринимателя, возникла идея производства кваса на базе сброшенного цеха безалкогольных напитков хлебозавода. Начиналось все с коллектива из шести человек и примитивной линии по розливу напитков. В первый год было произведено 50 т кваса, в следующем — 150 т, а на четвертый год — 450 т. Постепенно достигли такого масштаба, что сегодня эти 450 т изготавливаем за один день. За эти годы наша производительность выросла в 480 раз, а штат — до 200 человек.

В 2012 г. здесь, в Староминской, начали строить новый завод. И в 2014-м запустили полностью автоматизированный современный комплекс по производству кваса натурального брожения с линией розлива 12 тыс. бутылок в час. На этом не остановились. Сейчас реализуется и находится на стадии пуска наладочных работ проект по организации предприятия полного цикла.

### Можно об этом проекте поподробнее?

Полный цикл включает в себя приемку зерна, производство солода и концентрата квасного сула и выпуск готовой продукции — кваса. Мы будем первым в России предприятием, где на одной площадке представлены все технологические циклы. Даже у крупнейших производителей кваса все эти составляющие расположены в разных местах.

Вторая идея — здесь же организовать объект промышленного туризма, где любой желающий сможет ознакомиться с технологией производства кваса от начала до конца, своими глазами увидеть, как изготавливается наш национальный напиток.

### Когда планируется запустить производство? Какова его мощность?

Осенью, после сбора нового урожая. В основном оборудование у нас отечественное. Старались не зависеть от импорта. Об объемах производства говорить рано, они складываются из множества факторов. Могу лишь сказать, что планируется выход на переработку 30 тыс. т зерна в год.

### Солод и суло вы собираетесь производить исключительно для собственных нужд или будете продавать другим компаниям?

Первоочередная задача, конечно, обеспечить собственные потребности. Но тем не менее уже на первом этапе планируем 50% этого сырья выпускать на продажу сторонним фирмам. Солод же используется не только в производстве концентрата квасного сула. Его активно применяют в пивоварении, хлебопекарной и кондитерской промышленности. Также и концентраты нужны для приготовления сухих завтраков или диетических продуктов. В будущем планируем наладить производство сопутствующих продуктов для многих отраслей пищевой промышленности. Думаю, в рамках программы импортозамещения наши ин-



гредиенты будут востребованы на отечественном рынке, ведь их поставляют, как правило, европейские компании — финские, чешские...

### Расскажите об ассортименте продукции вашего предприятия.

Основной наш продукт — квас. Упор делаем исключительно на натуральные ингредиенты. Классический квас «Староминский» производим по старой советской рецептуре, которая у нас не меняется. Конечно, обновляются оборудование, производственный процесс... Но основа — старая. А новые сорта — «Домашний» или «Окрошечный с хреном» — уже собственные разработки наших специалистов. Также выпускаем на розлив лимонады, сделанные по старым технологиям.

### В чем преимущество вашей продукции перед конкурентами?

В основу своей политики мы ставим качество и натуральность наших напитков. Другое преимущество — клиентоориентированность. Мы — не глобальная корпорация, поэтому стараемся к каждому партнеру подходить индивидуально. Третье преимущество — мы занимаемся только квасом. Не распляем на другие продукты, например, пиво.

### На вашем сайте написано, что вы — единственная в крае компания, конкурирующая с крупными производителями, и собираетесь выйти на федеральный рынок. За счет чего планируете совершить прорыв?

У себя в регионе мы действительно в сегменте кваса конкурируем с крупными федеральными и транснациональными компаниями. Занимаем в Краснодарском крае и Ростовской области около 20–25% рынка. Небольшие предприятия у нас в регионе производят только разливной квас. Крупные — только бутылочный. Мы же занимаем обе ниши. Сейчас разрабатываем планы по расширению производства и сбыта. Двигаемся постепенно, шаг за шагом.

## РЕММА

### СЫРЫ И ДРУГИЕ ПРЕМИАЛЬНЫЕ ДЕЛИКАТЕСЫ ОТ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ



За почти 30-летний период работы компания «Ремма» вывела на российский рынок десятки видов продуктов премиум-класса из стран Европы. Фуд-эксперты предприятия по сей день продолжают поиски новых оригинальных сортов деликатесов и отмечают растущий интерес покупателей к продукции отечественных производителей. О деятельности компании в нынешних условиях рассказывает ее генеральный директор Екатерина Карпунина.



#### Генеральный директор — Екатерина Карпунина.

Родилась в 1977 г. в г. Красноармейске Московской области. Окончила Московский государственный педагогический университет им. В.И. Ленина и журфак МГУ им. М.В. Ломоносова по специальности «реклама и маркетинг». Председатель Гильдии предприятий торговли и услуг при Московской ТПП. Резидент бизнес-клуба «Атланты», амбассадор швейцарского бренда сыров Margot Fromages в России. Хобби: яхтинг, путешествия. Кредо: «Всегда идти до конца».

#### Какие сыры сейчас представлены в каталоге?

Мы по-прежнему делаем ставку на высококачественные премиальные продукты. В широком ассортименте поставляем швейцарские сыры. С 1994 г. и по сей день сотрудничаем с легендарным швейцарским производителем Margot Fromages — это семейное предприятие. В свое время оно было официальным поставщиком сыров для Российского Императорского двора.

Сейчас в компании трудится пятое поколение сыроваров. Они бережно сохраняют фирменную семейную рецептуру и традиции выдержки сыров. Margot Fromages не приостановила поставки в Россию в связи с санкциями Запада. Поэтому швейцарские сыры, представленные в нашем каталоге, ввезены аб-

солютно легально с соблюдением всех санитарных требований.

Большое внимание уделяем отечественным сыроварам. После 2014 г. они сделали настоящий прорыв на российском рынке, представив десятки достойных продуктов, особенно в категории молодых сыров. Мы активно продвигаем эти товары, так как они являются отличным дополнением к широкому ассортименту продукции нашей компании.

#### По каким критериям происходит отбор сыров для вашего каталога?

Данными вопросами занимаются наши фуд-эксперты — высококлассные специалисты с большим опытом, знающие нюансы рынка и запросы потребителей. С целью поиска новых сортов они посещают выставки, сырные фестивали и другие подобные мероприятия. Раньше ездили по всей Европе, сейчас сосредоточились на российских регионах. При прочих равных условиях предпочтение отдаем производителям, способным обеспечить регулярные поставки продукции стабильно высокого качества.

#### Специалисты вашей компании проводят промоутеры на производство, обучение по продукту. Насколько весомы результаты от этих мероприятий в плане продвижения данных продуктов?

Сыры премиум-класса хотя и получили популярность в России, но для определенной части людей остаются малопонятным деликатесом. Поэтому маркетинговая стратегия здесь должна быть очень продуманной. С помощью

промоутеров и обучения по продукту мы формируем культуру потребления сыров. Раньше возили владельцев магазинов, ресторанов, сырных лавок в Швейцарию, другие европейские страны, чтобы они увидели, как организовано производство, как сыры выставляют в магазинах, с какими напитками их сочетают, как сервируют стол. Мы знаем, что эти люди так или иначе передадут полученную информацию своим клиентам и сделают их еще большими приверженцами нашей продукции.

#### Где можно приобрести поставляемые вами сыры?

Сыры из наших поставок можно найти практически во всех федеральных торговых сетях: «Гиперглобус», «Азбука вкуса», «Перекресток», «Твой дом», ГУМ, «ЛЕНТА», «Яндекс.Лавка», OZON Fresh, «О'КЕЙ». Есть они и в региональных сетях. С федеральными магазинами работаем напрямую, с региональными — через местных дилеров.

#### Вы ищете новых партнеров?

Да, мы заинтересована в расширении дистрибьюторского сотрудничества. Ждем как опытных продавцов, так и новичков. Основатель нашей компании Михаил Морозов начинал работу по поставке швейцарских сыров в Россию с нуля. Сегодня «Ремма» занимает около 80% этого сегмента рынка. Мы готовы оказать новым партнерам любую помощь.

#### В каких направлениях намерены развиваться?

Планируем развивать линейку российских продуктов под собственным брендом Casa Margot, в которую войдут сыры, сыровяленые колбасы и другие продукты. Создаем сеть розничных бутиков под этим же брендом, где в одном месте можно будет приобрести различные деликатесы. Такая лавка уже работает на Дорогомиловском рынке Москвы.

Свою главную миссию видим в том, чтобы предоставить россиянам возможность в любое время покупать качественную продукцию.



# РОСПЛАНТА

## НАТУРАЛЬНЫЕ СПЕЦИИ И ПРЯНОСТИ В ЛЮБОЙ ФАСОВКЕ



Компания «Роспланта» выпускает пищевые специи уже почти 30 лет. Ее продукцию отличают высокое качество сырья. Наряду с традиционными наименованиями в ассортимент входят редкие пряности, используемые в национальных блюдах стран мира и почитаемые гурманами. О продукции компании нашему изданию рассказал ее генеральный директор Кирилл Орлов.



**Генеральный директор — Кирилл Орлов.**

Родился в 1964 г. в Ленинграде. Окончил Ленинградский государственный университет по специальности «геофизика». Компанию возглавляет с 2000 г. Хобби: путешествия, горные лыжи, активный отдых.

### Какие специи и пряности предлагает компания «Роспланта»?

Наша компания предлагает широкий ассортимент пряностей, специй и приправ — более 60 наименований для розничных покупателей. В каталоге присутствуют как классические специи, так и пряности, которые порадуют любого гурмана даже с самым изысканным вкусом. Экзотические сорта перца, шафран, мускатный цвет, стручки натуральной ванили — все напрямую от производителей.

Мы используем высококачественное натуральное сырье и сами его перемалываем, что позволяет контролировать весь производственный процесс.

Большим спросом у крупных и мелких пищевых предприятий регионов России пользуется наша сахарная пудра. Мы ежемесячно производим около 100 т сахарной пудры классического и тонкого помола. По желанию заказчика добавляем в нее антислеживатель, который предотвращает комкование при длительном хранении продукта.

Наше производство способно подстроиться под запросы любого клиента.

Компания «Роспланта» является единственным официальным представи-

телем белорусского желатинового завода ОАО «Можелит» в Санкт-Петербурге.

### Где приобретаете сырье?

Сырье закупаем на внутреннем рынке: в Москве, Санкт-Петербурге, других регионах. Большие объемы приобретаем на заводах, небольшие партии — у частных проверенных поставщиков, давно работающих со специями.

На нашем производстве осуществляется строгий входной контроль качества сырья. Вы можете быть уверены в качестве нашей продукции. Мы дорожим своей репутацией.

### Кто покупает ваши специи?

Мы ориентируемся на самый широкий круг покупателей. Сейчас довольно активными темпами идет развитие продаж по двум направлениям: b2b и HoReCa. Хорошо берут нашу продукцию оптовые региональные компании, снабжающие местные розничные магазины и гостинично-ресторанный бизнес. Мы сотрудничаем с региональными торговыми сетями, несетевыми магазинами, пищевыми комбинатами и имеем репутацию надежного партнера.



Среди наших покупателей — клиенты иностранных компаний, ушедших с российского рынка. Они нередко заказывают уникальные и эксклюзивные продукты.

Наша компания является спонсором набирающего силу в России международного «Пряничного фестиваля» <https://mirpryanikaspb.ru>. Специально для мастеров пряничного искусства мы

разработали и запустили в производство новую «Пряничную смесь», которую многие уже оценили по достоинству.

### Вы заинтересованы в развитии дилерской сети? Какие условия сотрудничества предлагаете потенциальным партнерам, какие требования предъявляете?

Да, мы заинтересованы в дилерском сотрудничестве с торговыми компаниями разного формата. Никаких трудно выполнимых требований к ним не предъявляем. Условия обсуждаем индивидуально. Здесь скажу лишь, что они вполне привлекательные и взаимовыгодные.

### В чем выгода для торговых предприятий от сотрудничества с вашей компанией?

В первую очередь — качество нашей продукции! Это 100% натуральный состав, в ней нет никаких добавок. Покупатель платит за специи, а не за поваренную соль или глутамат натрия, которые у иных производителей составляют чуть ли не половину веса розничного пакетика.

Также мы учитываем интересы и пожелания наших партнеров.

Кафе и производственным цехам HoReCa предлагаем продукцию на развес в нужных количествах. Если понадобятся внеплановые поставки, сформируем и доставим дополнительный заказ в максимально короткие сроки.

По договоренности с клиентом предоставляем возможность нанесения на упаковку с нашей продукцией собственного торгового знака или логотипа.

Отмечу также, что у нас трудятся высококвалифицированные специалисты. Они всегда находят грамотные решения самых разных проблем: от организации продаж до создания стратегии развития предприятия. В процессе своей работы компания развивается, не стоит на месте. Уверен, что с таким коллективом мы будем и дальше успешно развиваться, расширять ассортимент и находить новые рынки сбыта.

## САРАТОВ-ХОЛОД ПЛЮС



### ПРОВЕРЕННОЕ ВРЕМЕНЕМ КАЧЕСТВО И ШИРОКАЯ ЛИНЕЙКА МОРОЖЕНОГО И ПОЛУФАБРИКАТОВ

«Саратов-Холод Плюс» — крупная производственно-торговая компания с головным офисом в Саратове и 9 филиалами в Поволжском регионе и ЮФО. Предприятие выпускает более 100 наименований мороженого, 80 позиций замороженных полуфабрикатов, грибов, ягод, овощных смесей, а в 2022 г. представило на выставке «Продэкспо» очередную новинку — мороженое Lédica, которое пришлось по вкусу всем посетителям стенда компании. О том, как удается сохранять лучшие советские традиции, внедряя современные технологии производства, рассказала генеральный директор Галина Миронова.

#### Как давно «Саратов-Холод Плюс» на рынке продуктов глубокой заморозки и какие направления были освоены?

Компания основана в 2008 г., но функционировать она начала на базе Саратовского хладокомбината. Его история на тот момент насчитывала более 30 лет, и он наработал серьезный опыт в производстве мороженого, который нам удалось перенять и развить. В 2023 г. будем отмечать полувековой юбилей хладокомбината.

Мы специализируемся на продуктах глубокой заморозки: выпускаем замороженные полуфабрикаты, овощи, грибы, ягоды, но сердцем компании является именно производство мороженого. За основу мы берем советские традиции и качество и дополняем их различными «фишками», которые возможны благодаря использованию современных технологий.



#### Под какими ТМ известно ваше мороженое?

Нашей первой торговой маркой стал Pin&Vin, который, по сути, много лет был зонтичным брендом — под ним выпускали сразу несколько товарных позиций. Сегодня в портфеле компании семь торговых марок мороженого для разных сегментов рынка — от «премиум» до «эконом». Ключевая позиция ассортимента — пломбирная группа 12–18% жирности.

Успешно зарекомендовали себя на рынке наши торговые марки Sufrele, «Белая зависть», «Милк Айс», «Микс Айс», VkusАйс, «Снегуру». А бренд Pin&Vin сейчас находится в стадии обновления — проводим его полное репозиционирование, меняем дизайн упаковки и коммуникационную стратегию.

#### На мороженом решили не останавливаться?

В 2015 г. мы приобрели площадку в Саратовской области в г. Хвалынский, который называют краем родников и чистого воздуха, и организовали там производство замороженных полуфабрикатов. Благодаря этому мы смогли значительно расширить наше предложение — сегодня, помимо мороженого, в него входит 80 позиций замороженных овощей, грибов, ягод, овощных смесей и полуфабрикатов.

Мы реализуем полуфабрикаты под девятью торговыми марками, как новыми, так и давно себя зарекомендовавшими, которые полностью закрывают потребности наших клиентов в пяти ценовых сегментах — от «эконом» до устойчивого «среднего плюс».

Список торговых марок довольно внушителен: «Деревенские», «Царский каприз», «Дереда», «Хвалынский», «Минутки», «По-деревенски», «Пельняшки в тельняшке». Одно из наших достижений в области позиционирования: ранее нам удалось закрепить за компанией торговую марку «Деревенские», а в настоящее время законодательство не позволяет использовать в качестве брендов общепотребимые слова. Бренд мы холим и лелеем — развиваем его в сегменте «средний» и «средний плюс».



#### Расскажите об ассортименте замороженной продукции.

Мы производим полуфабрикаты (пельмени, манты, вареники, чебуреки, чучвара, курник, котлеты, шницель, голубцы, перец фаршированный, колбаски для гриля, шашлык), замороженные овощи (цветная капуста, капуста брокколи, горошек зеленый, фасоль стручковая, картофель фри, овощное рагу, лечо, гавайская и мексиканская смеси), грибы (шампиньоны, опята), ягоды (черника, вишня, ежевика, клюква, компотная смесь и др.).

Компания занимается подготовкой и реализацией замороженных ягод, овощей и смесей под торговой маркой «Русское приволье», закупая сырье у надежных поставщиков. Предлагаем как стандартные полноцветные пакеты по 400 г, так и килограммовые упаковки — они очень востребованы на рынке, но недостаточно широко представлены.

#### Какие каналы продаж используете?

Их несколько: традиционная розница, сети, дистрибьютеры. Развитие происходит в каждом из направлений — за счет расширения территорий и продвижения ранее заключенных контрактов.

Головной офис компании находится в Саратове, помимо этого, «Саратов-Холод Плюс» располагает девятью

филиалами с полной логистической инфраструктурой в Поволжском регионе и ЮФО (Краснодар, Камышин, Балашов, Балашов, Волгоград, Пенза, Сызрань, Самара, Ульяновск). География поставок не ограничивается только филиалами, организована доставка продукции в Москву, Санкт-Петербург, Крым, Абхазию, Азербайджан.

Логистическая структура компании включает в себя современные авторефрижераторы грузоподъемностью от 1,5 до 20 т в количестве более 120 единиц — это позволяет нам без сбоев доставлять продукцию в любую точку России и СНГ.

## **Завод, на базе которого вы производите мороженое, функционирует с 1973 г. Пришлось ли вам модернизировать оборудование, чтобы оно соответствовало современным требованиям?**

На этапе становления компании мощности завода использовались не полностью. Постепенно велось расширение площадки — так, с 2008 г. производственный парк регулярно обновлялся.

Хочу отметить, что в советскую эпоху тоже были достойные образцы оборудования. Один из примеров — модернизированная нами линия по производству рожков, которую в 1986 г. Саратовский хладкомбинат приобрел на выставке в Москве. За рожками закрепилось название «Италия» — из этой страны было доставлено оборудование. 12-процентный пломбир с шоколадной глазурью, который мы выпускаем на этой линии, востребован до сих пор.

Но мы не останавливаемся на достигнутом — модернизируем линии, совершенствуем рецептуры, расширяем ассортимент, меняем упаковку, ищем новые формы и вкусы.

## **В портфеле «Саратов-Холод Плюс» 100 наименований мороженого — и это не предел?**

Конечно. Мы детально анализируем предпочтения потребителей, учитываем тенденции рынка и ежесезонно предлагаем что-то новое.

Например, в 2022 г. на выставке «Продэкспо» представили новинку — мороженое Lédica. Традиционно первое, на что обращает внимание покупатель, — это упаковка. Трехсотграммовый стакан, в который расфасовано Lédica, выполнен в премиальном дизайне, благодаря толщине картона и ламинации



держит форму даже в летнюю жару. А одноразовая ложечка в индивидуальной упаковке, которая прилагается к каждой порции, делает употребление мороженого простым и на прогулке, и дома.

В линейке ТМ Lédica пять оригинальных вкусов, при создании которых были использованы такие ингредиенты, как натуральная мадагаскарская ваниль, шоколадный топпинг и шоколадные хлопья, кедровая паста и кедровые орешки, соленая карамель и фундук, мята и лаймовый наполнитель.



Все посетители стенда компании «Саратов-Холод Плюс» проявили интерес к Lédica. Были заключены контракты с федеральными и локальными сетями, российскими дистрибьюторами, а также дистрибьюторами из стран СНГ. И уже в мае бренд Lédica попал в рейтинг Nielsen на территориях нашего присутствия.

## **Расширяя ассортимент, ориентируетесь ли на конкурентов?**

Разумеется, мы анализируем рынок, но уверены в правильности стратегии и высоком уровне работы компании. За годы нашей деятельности мы неодно-

кратно наблюдали, как другие производители копируют наш успешный продукт. Мы тоже отслеживаем новинки ведущих игроков рынка, но ни с кем персонально не конкурируем. Сосредоточены на производстве качественной продукции и взаимовыгодном сотрудничестве с нашими партнерами.

## **На ваш взгляд, почему клиенты выбирают именно ваш продукт? В чем его особенность?**

«Саратов-Холод Плюс» работает по советским стандартам качества, используя высокотехнологичное современное оборудование. Стратегия компании не предполагает радикальных экспериментов. Большинство потребителей привыкло к определенной рецептуре, поэтому мы делаем акцент на вкусовых характеристиках мороженого и его неизменно высоком качестве. Уверены в своем продукте, и это передается нашим партнерам, которые успешно реализуют его.

## **Какими условиями сотрудничества заинтересовываете партнеров?**

Они индивидуальны для каждого. При формировании предложения учитываем уникальные особенности бизнеса партнера, территории, на которой он работает, ситуацию на рынке. Предлагаем маркетинговые программы, которые включают в себя скидки, акции и подарки, фиксируем специальные цены для ряда территорий, рассматриваем отсрочку платежа, готовы предоставить холодильное оборудование.

## **Сейчас рынок претерпевает изменения? Вы уже почувствовали их на себе?**

В конце зимы эксперты давали пессимистичные прогнозы, предвосхищая передел рынка. Но они так и остались в информационном поле, не затронув работу компании. У «Саратов-Холод Плюс» в этом году стабильный рост объемов производства и финансовых показателей.

## **Расскажите о планах по дальнейшему развитию.**

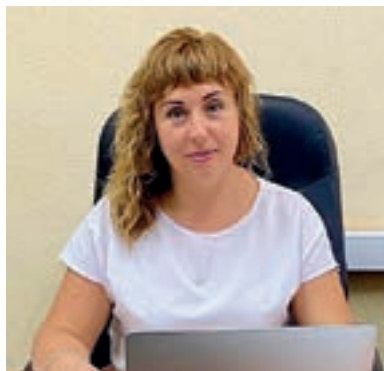
Работа по обновлению ассортимента сейчас находится в завершающей стадии. Ожидаем получить ее результаты уже в ближайшее время. Другая цель — нарастить объемы производства за счет расширения географии присутствия и повышения качества сотрудничества с партнерами.

## СОБИНСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ



### ЗЛАКОВЫЕ БАТОНЧИКИ: ВКУСНО, С ПОЛЬЗОЙ, ДОСТУПНО

Собинский хлебокомбинат — это современное производство, расположенное в экологически чистом районе. На нем выпускают продукты, которые можно легко взять с собой на работу или прогулку. Комбинат является производителем злаковых батончиков №1 в России. «Мы гордимся тем, что наша продукция соответствует российским и европейским стандартам качества», — говорит генеральный директор Юлия Буланова.



#### Генеральный директор — Юлия Буланова.

Родом из Владимирской области. Образование высшее. Начала карьеру в компании «АБИГрупп» в ритейле, что, по ее мнению, позволило ей приобрести большой опыт для дальнейшей работы на предприятии. В 2015 г. пришла на Собинский хлебокомбинат в должности руководителя производства. В 2018-м заняла должность генерального директора. Работать предпочитает в команде. Хобби: спорт, путешествия, рисование. Кредо: «Всегда сохранять спокойствие и нести людям позитив».

**Юлия, ваше предприятие создано не с нуля, вы начали производство продуктов для здорового питания на базе завода почти что со 100-летней историей. Почему вдруг было решено кардинально сменить направление деятельности?**

Действительно, Собинский хлебокомбинат, на производственных площадях которого мы работаем, существовал во Владимирской области с 1927 г. и занимался обеспечением хлебом и хлебобулочной продукцией города и района. Но сегодня с этой функцией вполне справляются другие производители, а мы решили сконцентрироваться на продуктах для здорового и спортивного питания, спрос на которые неизменно растет в последние годы. Для этого были переделаны помещения старого предприятия, заменено бывшее оборудование на линии для производства злаковых и протеиновых батончиков, а также ор-

ганизован цех для приготовления сухих завтраков, мюсли и каш.

#### Первой вашей продукцией были...

Злаковые батончики. Под торговой маркой Musler мы вывели на рынок небольшой ассортимент — из шести позиций. Поняли, что батончики оказались востребованы и могут стать хорошей альтернативой традиционным сладостям и перекусам, и начали дальше развивать свои линейки. Сегодня у нас представлены батончики-мюсли и ореховые, каши, гранола, а также специальные протеиновые серии для спортсменов, выпускаемые под брендами Musler и Smartbar.

#### Где вы закупаете сырье для производства?

Наши батончики на 90% состоят из российского сырья — это злаки, сухофрукты, некоторые экзотические фрукты, например, манго, кокос и другие, закупаем в странах их произрастания. В целом же отдаем предпочтение российскому сырью, но иногда по необходимости приобретаем и в Белоруссии. Спецсырье для спортивного питания, которое не производится у нас в стране, заказываем в Аргентине и Китае.

#### Кто занимается разработкой рецептуры продуктов?

Все рецептуры изделий разрабатываются на предприятии нашими технологами совместно с отделом маркетинга. Мы отслеживаем тренды в этом секторе в стране и за рубежом и стараемся предлагать потребителю не только привычные вкусы, но и что-то новое. Наша цель — создавать уникальные рецептуры, которые, несмотря на свою простоту и традиционность, отвечают всем современным принципам правильного питания и здорового образа жизни.

#### Сегодня рынок злаковых продуктов насыщен, что помогает выдерживать конкуренцию?

Действительно, у нас много конкурентов, и среди них есть очень крупные зарубежные производители. Но мы счи-

таем нашим преимуществом широкий ассортимент и то, что работаем для многих категорий потребителей: дети, взрослые, спортсмены, веганы и др. В нашей линейке различные вкусы, доступные каждому по цене.

#### Где потребитель может встретить продукцию вашего комбината?

В любом сетевом магазине практически по всей стране. Мы также работаем с мелкой розницей и с маркетплейсами — «Вайлдберриз», «Озон» и др.

#### Производство справляется с объемами?

На предприятии есть отдел планирования, который формирует объемы производства в зависимости от запросов заказчиков. Могу сказать, что мы не простаиваем.



#### Сколько сотрудников задействовано на предприятии?

Мы располагаемся во Владимирской области, городе Собинка, и относимся к категории предприятий малого и среднего бизнеса. Сотрудников у нас не так много, и все они местные жители. Несмотря на небольшое количество занятых в производстве людей, мы можем обеспечивать большие объемы в короткие сроки.

#### Какие планы на будущее?

Хотелось бы охватить те территории, где все еще пока нас нет, — из российских это Дальний Восток, из зарубежных — азиатские страны, АОЭ, Индия. Кроме того, в планах есть новый продукт, который точно заинтересует наших потребителей, но о нем пока не будем рассказывать.

# «АГРОПРОДМАШ-2022»:

## ЧЕГО ЖДАТЬ ОТ ЭКСПОЗИЦИИ

Традиционно выставка «Агропромаш» транслирует глобальные и локальные направления развития технологий и оборудования для индустрии продовольствия. Обратимся к тем новым (и не очень) трендам, которые будут транслироваться российскому бизнесу через экспозицию предстоящей выставки «Агропромаш-2022».



### Локализация ресурсов

Российским пищевым производством жизненно необходимо по мере возможности локализовывать каналы снабжения, делая ставку на отечественных производителей, — будь то комплектующие для импортного оборудования, расходные и упаковочные материалы, моющие средства, пищевые добавки и пр. На этом фоне особый импульс к развитию получают отечественные машиностроительные фирмы и научно-производственные объединения, обслуживающие пищевой сектор российской экономики, за счет медленного, но верного вытеснения импортной конкурирующей продукции. Ведь развитие событий и опыт последнего десятилетия активно демонстрируют необходимость системной локализации ресурсов для обеспечения и продовольственной, и пищевой безопасности России.

### Автоматизация

Два последних года негативно сказались на процессах трудовой миграции и доступности рабочих ресурсов во всем мире. Россия не стала исключением. Впрочем, и раньше российский пищевой бизнес испытывал серьезные сложности с производственными кадрами. Это стало одним из побудительных моментов для внедрения высокоавтоматизированных решений и роботизированных систем на отечественных пищевых производствах, причем темпами, зачастую опережающими европейские практики. Поэтому тематика автоматизации и роботизации будет занимать одно из центральных мест в экспозиции многих отечественных и зарубежных участников выставки «Агропромаш-2022».



### Цифровизация и цифровая безопасность

Среди наиболее актуальных технических трендов остается развитие цифровых концепций в современном технологическом оборудовании. Например, широко известный промышленный стандарт «Промышленность 4.0» получает дальнейшее развитие за счет реализации в нем новых подходов технической поддержки, мониторинга и обучения. Причем новый интеллектуальный функционал получают не только перспективные образцы машин и технологических линий, но и оборудование, уже находящееся в эксплуатации, посредством проведения ретрофитинга. Это обеспечивается благодаря внедрению новых поколений умных датчиков и систем управления с применением современных алгоритмов искусственного интеллекта (ИИ), способного к самообучению.

В частности, речь идет о так называемом «прогнозном обслуживании 4.0», которое подразумевает реализацию самообучаемой логики непрерывного мониторинга работы исполнительных механизмов оборудования для своевременного обнаружения отклонений (например, оценивая звук и вибрации) в их работе. Подобный подход позволяет предотвращать наступление нештатной ситуации в производственных системах и, следовательно, устранять простои и возможные потери. Также прогнозное обслуживание создает необходимые условия для коррекции интервалов технического обслуживания с учетом степени загрузки оборудования. Все это становится возможным благодаря применению в системах управления машин новейших алгоритмов управления, ос-



нованных на искусственном интеллекте с развитым потенциалом самообучения, а также прогрессивного цифрового промышленного инструментария в виде концепции «периферийных вычислений» (Edge Computing) и анализа больших массивов данных (Big Data).

### Устойчивость

Лейтмотивом всех крупных международных выставок последних пяти лет остается устойчивость, которая из некогда перспективного тренда успела трансформироваться в индустриальную парадигму и даже особый культивируемый корпоративный стандарт, обязательный для интеграции любым амбициозным бизнесом. Устойчивость технических и технологических решений определяется вкладом разрабатывающих их производств в уменьшение образования углеродного следа за счет использования возобновляемых ресурсов (вторично перерабатываемых пластиков, экокартона, пленок на растительной основе), более энергоэффективных приводов в оборудовании, рациональных технологий более экономного использования расходных материалов и ресурсов в производстве, уменьшения промышленных отходов, рекуперации энергии оборудования для ее повторного использования и т.д. Очевидно, что этот тренд сохранит свою актуальность и в текущих внешнеполитических условиях, в чем нам предстоит убедиться на выставке «Агропромаш-2022».

**До встречи на «Агропромаш-2022» 10–14 октября 2022 г. в «Экспоцентре» на Красной Пресне.**

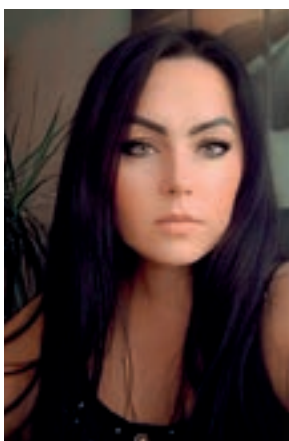
**Подробнее: [www.agroprodmash-expo.ru](http://www.agroprodmash-expo.ru)**

## ТАМБОВСКИЕ РАЗНОСОЛЫ



### ПЕРСПЕКТИВНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ДЛЯ ДИСТРИБЬЮТОРОВ И NORECA ПО ВСЕЙ РОССИИ

В августе 2019 г. в Тамбове начала работу производственная компания «Лидер». Сегодня ее продукция — квашения, соленья и салаты под торговой маркой «Тамбовские разносолы» — представлена на полках сетей в четырех федеральных округах России. Год назад предприятие было признано флагманом социально-экономического развития России в номинации «Лучшее предприятие пищевой промышленности г. Тамбова». О том, почему было решено производить именно разносолы, как различаются вкусовые предпочтения жителей разных регионов и какие возможности открывает для дистрибьюторов и NoReCa сотрудничество с компанией — в интервью с генеральным директором Юлией Гончаровой.



**Генеральный директор —  
Юлия Гончарова.**

Родилась 6 января 1988 г. в г. Остров Псковской области. Окончила Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина по специальности «юрист». Хобби: велосипед, плавание. Кредо: «Успех — это умение достигать поставленных целей».

#### Юлия, с чего все начиналось?

На территории Тамбовской области мы первыми реализовали проект в сфере переработки и консервирования овощей и овощных салатов, прежде у нас в промышленных масштабах эта продукция не производилась. Рынок не был насыщен, а спрос был. Раньше люди заготавливали соленья на зиму, хранили в погребах, но у нашего поколения на это не хватает времени, нет места для хра-

нения в больших объемах — удобнее купить.

Сегодня в собственности предприятия 176 га земли, производственный цех, оборудование, склад, вмещающий 1500 т овощей, холодильники. А начинали мы с нуля. Первый год ездили по выставкам, общались с производителями оборудования и сырья, выбирали поставщиков. А потом поняли, что очень трудно найти овощи, которые бы отвечали всем необходимым нам органолептическим показателям. Приобрели землю и начали выращивать морковь и капусту сами. Выбрали те сорта, которые подходят для переработки, имеют нужное качество, цвет, структуру — все то, что делает конечный продукт вкусным.

Сегодня мы реализуем полный цикл производства, и конкурировать с нами тяжело, как в качестве, так и в цене. Мы знаем себестоимость выращенного овоща и знаем, от чего оттолкнуться, корректируя стоимость продукции на полке.

#### Какую продукцию можно приобрести под маркой «Тамбовские разносолы»?

Наше предприятие выпускает капусту квашенную с морковью, капусту квашенную с яблоком, с клюквой, капусту маринованную с клюквой, капусту с морковью по-корейски, капусту маринованную со свеклой и чесноком, огурцы с зеленью и пряностями, огурцы маринованные в томатной заливке, томаты маринованные, морковь по-корейски, мор-



**Сегодня мы реализуем  
полный цикл производства,  
и конкурировать с нами  
тяжело, как в качестве, так  
и в цене.**

ковь со спаржей, спаржу маринованную по-корейски, салат из морской капусты, аджику, лечо.

Собираем урожай, делаем заготовки, консервируем овощи в бочках, ставим их на хранение в собственные холодильники с большой мощностью и с октября и по конец мая, в сезон, фасуем продукцию под заказ в пластиковые ведра объемом от 200 г до 20 кг. Возможны и другие объемы фасовки, индивидуальная упаковка, в т.ч. со штрихкодом.

В день наше предприятие перерабатывает от 5 т овощей, в месяц отгружаем 100–250 т готовой продукции.

#### С какими регионами работаете, и где что больше любят?

Наши покупатели находятся в четырех федеральных округах: Центральном,







Северо-Западном, Приволжском и Южном.

По некоторым позициям предпочтения покупателей в разных округах отличаются. Например, везде любят нашу морковь маринованную по-корейски. Но в ЦФО хотят, чтобы она была не очень острой, а в СЗФО — Мурманске, Архангельске, Санкт-Петербурге — наоборот, любят ярко выраженный острый вкус.

Поэтому, прежде чем зайти в регион со своей продукцией, мы привозим ее на дегустацию к категорийному менеджеру сети. И корректируем рецептуру в зависимости от его пожеланий. Иногда вариантов нет: так, в ПФО, например, вообще не воспринимают наши лечо и аджику, а предпочитают хренодер — но мы его не делаем.

**В будущем хотели бы быть представлены в федеральных сетях на всей территории РФ. Мы приглашаем к сотрудничеству новых партнеров со всех уголков России.**

Во всех округах любят наши огурцы маринованные, спаржу и сладкую маринованную капусту — это самая популярная «капустная» позиция. А в Ленинградской области с октября по май очень хорошо покупают квашеную капусту и капусту, квашеную с клюквой.



**Мы можем не только обеспечить необходимые объемы поставок, мы можем вырастить любой овощ, разработать индивидуальную рецептуру непосредственно под заказчика.**

Морковь по-корейски, морковь по-корейски со спаржей и морская капуста во всех регионах хорошо продается круглый год.

Вообще, любой желающий может написать нам через форму на сайте, высказать свои замечания и пожелания, касающиеся вкуса, качества — мы учитываем каждое мнение.

**Каким образом реализуете продукцию? Какие условия можете предложить дистрибьюторам?**

У нас заключены договора с федеральными сетями «Магнит» и X5 Retail Group. «Магниты» пока нами охвачены лишь в Тамбовской и Рязанской областях, но мы хотели бы видеть свою продукцию на полках этой сети и в других регионах. Думаю, это возможно — она хорошо себя зарекомендовала. В 2022 г. надеемся заключить договор с сетью «Магнит» на поставки во все области ЦФО. В будущем хотели бы быть представлены в федеральных сетях на всей территории РФ.

Помимо сетей, работаем с большим количеством дистрибьюторов, которые поставляют нашу продукцию в локальные торговые сети в регионах РФ. Мы приглашаем к сотрудничеству новых партнеров со всех уголков России. Постоянным клиентам предоставляем отсрочку платежа, рассматриваем и другие взаимовыгодные условия.

Также нам интересны предприятия общественного питания, рестораны по всей России. Мы можем изготовить любую продукцию по их ТУ, готовы работать на индивидуальных условиях.

В этом году, возможно, в связи с тем, что с полка ушел импорт, спрос на нашу продукцию очень вырос. Нам звонят из областей, с которыми мы еще не работали, с тем чтобы мы заключили договор напрямую с ними и поставляли наши разносолы в их сети. В ответ на повышенный спрос мы спроектировали дополнительные производственные мощности и планируем увеличить объемы выпускаемой продукции.

Добавлю, что мы можем не только обеспечить необходимые объемы поставок, мы можем вырастить любой овощ, разработать индивидуальную рецептуру непосредственно под заказчика и весь сезон поставлять ему новый продукт, фасуя его под СТМ либо под брендом «Тамбовские разносолы» — продукт, которого у нас еще нет в прайсе, которого ни у кого нет.



## ТАТКРАХМАЛПАТОКА

### ЗЕРНОВЫЕ ЭКСТРАКТЫ, СЕРТИФИЦИРОВАННЫЕ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ



АО «Таткрахмалпатока» — единственное в России предприятие, обладающее современным, полностью автоматизированным производством зерновых экстрактов и имеющее международный сертификат безопасности пищевой продукции FSSC 22000. Каждая вторая бутылка российского кваса сварена с использованием сула, произведенного на этом заводе. Его продукцию знают во всех регионах России и далеко за ее пределами. О деятельности компании рассказывает ее генеральный директор Альберт Прокопьев.



**Генеральный директор —  
Альберт Прокопьев.**

Родился в 1960 г. в Казани. Окончил Казанский химико-технологический институт по специальности «инженер-механик» в 1982 г. Компанию возглавляет с 1987 г. Кредо: «Всегда!»

**«Таткрахмалпатока» — предприятие, имеющее более чем вековую историю и хорошо известное специалистам пищевой промышленности. Что оно представляет собой сегодня?**

Компания «Таткрахмалпатока» — один из ведущих производителей зерновых экстрактов в России. Ее родоначальником является паточный завод, заложенный в Казани в середине XIX в. Таким образом, более века она специализируется на производстве сырья для хлебопекарной, кондитерской промышленности, а также напитков на натуральной основе.

В 2015 г. на предприятии была проведена глубокая модернизация. В сотрудничестве со специалистами бельгийской фирмы MEURA мы, по сути, построили новый завод по производству зерновых экстрактов, оснащенный современным оборудованием с автоматизированным контролем за производственными процессами.

При объеме выпускаемой продукции около 1,5 тыс. т в месяц в рабочей смене

заныты всего шесть человек. Полная автоматизация исключает возможное негативное влияние человеческого фактора на стабильность качества продукции.

Оборудование позволяет изготавливать любые виды зерновых экстрактов в промышленных объемах. Производительность — до семи варок в день. На выходе получаем высококачественное прозрачное суло с низким содержанием кислот и пониженным окислением, так как фильтрационные камеры полностью герметичны.

Производственный комплекс расположен в экологически чистом районе Республики Татарстан, на правом берегу Волги, в 50 км от Казани.

#### **Каков ассортимент выпускаемой продукции?**

Мы производим концентраты квасного и пивного сула, солодовые экстракты, солодовую и ржаную мальтозную патоку.

Квас изготавливают двумя способами: настойным и с помощью квасного сула.

Концентрат квасного сула позволяет удешевить производственный процесс без потери качества напитка. Этот способ требует меньше оборудования, площадей, экономит электроэнергию.

Паточку используют в производстве хлебобулочных и мучных кондитерских изделий как заменитель свекловичного сахара и натуральный улучшитель теста, а также как источник солодового сахара-мальтозы, необходимого при изготовлении различных пищевых продуктов.

В нашем каталоге также присутствуют солодовые и ячменно-солодовые экстракты, имеющие широкое применение в кондитерской и хлебопекарной промышленности, в производстве пива, функциональных и безалкогольных напитков, мороженого, солодового виски.

**Качество подобной продукции во многом зависит от сырья. Где его приобретаете?**

В производстве используем только натуральное зерновое сырье от поставщиков Среднего Поволжья. Основные виды зерна — рожь, пивоваренный ячмень, кукуруза. Все они отвечают требованиям соответствующих ГОСТов. Кроме того, выращиваем рожь и ячмень на собственных земельных участках.

В составе холдинга работает аккредитованная лаборатория, оснащенная современным оборудованием. Она осуществляет объективный и эффективный входной контроль качества сырья.

#### **Люди научились делать солод и суло много веков назад. Используемые вами технологии учитывают опыт предков?**

В основе работы нашего оборудования лежат как раз традиционные способы переработки зерна: его проращивание, ферментация солода, осахаривание крахмала, фильтрация затора. Естественно, у нас они реализованы с учетом современного уровня развития науки и техники.

Передовые технологии позволяют сохранить в процессе переработки все ценные вещества зерна без использования химических добавок. Мы не применяем красители, консерванты, стабилизаторы, экстракционные агенты и прочие вещества, делающие продукт ненатуральным. Физико-химические и органолептические параметры готовой продукции определяются только составом сырья и технологией производства.

Наши экстракты используются в самых разных отраслях пищевой промышленности.



ленности, в том числе в производстве продуктов здорового питания, где требования к составу изделий весьма строги.

## **Экстракты производят из органических продуктов. Как обеспечиваете защиту продукции от нежелательных микроорганизмов?**

Все оборудование еженедельно или при смене вида продукции подвергается автоматической СИП-мойке, в ходе которой осуществляется дезинфекция внутренних поверхностей закрытых емкостей и трубопроводных систем. Для очистки используется фильтруемый оборотный моющий раствор, что сводит к минимуму экологическое загрязнение окружающей среды.

Готовую продукцию отгружаем наливом в автоцистернах, в полиэтиленовой или металлической таре. Бочки пропариваем и моем в циклической моечной машине Unikon, автоцистерны — в специальном боксе, где исключается попадание внутрь емкостей осадков и уличной пыли.

## **Качество нашей продукции подтверждается тем фактом, что на текущий момент практически все серьезные игроки на рынке кваса в России являются нашими клиентами.**

### **В каких регионах представлены ваши экстракты?**

Нашу продукцию знают производители кваса, пива, хлебобулочных, кондитерских изделий, безалкогольных напитков практически во всех регионах России — от Владивостока до Калининграда. Она известна в Якутии, Краснодарском крае, Крыму, Забайкалье, других регионах.

Среди наших клиентов компании PepsiCo, «Лидское пиво» из Белоруссии, AB Inbev Efes, пивоваренный завод «Трехсосенский» из Ульяновской области, Барнаульский и Бочкаревский пивоваренные заводы, АО «Брянскпиво», ООО «Прибой», АО «Вятч» из Кировской области.

Также выполняем поставки в Азербайджан, Армению, Грузию, Казахстан, Киргизию, Узбекистан. До введения санкций отгружали продукцию в Литву, Польшу, Китай, Вьетнам, Доминиканскую Республику. Мы давно уже отмечаем рост популярности российского кваса



в самых разных странах. «Кока-Кола», «Пепси-Кола» стали уже привычными напитками, и люди хотят попробовать что-то новое.

### **Как организованы продажи?**

Торгуем напрямую, дилеров нет. Клиенты оставляют заявки на нашем сайте либо звонят в отдел продаж. С каждым заказчиком детально обговариваем условия поставок, подбираем тару, разрабатываем маршрут. Возможен как самовывоз, так и доставка с привлечением наших партнеров из числа транспортных компаний.

### **Какими достижениями гордитесь?**

Гордимся тем, что построили новый завод, оснащенный современным оборудованием с автоматическим контролем за технологическими процессами. Другого такого производства в России нет.

Данное оборудование позволило нам сертифицировать свою продукцию по международным стандартам, что значительно расширило рынок сбыта. Стало возможным поставлять ее как за рубеж, так и иностранным компаниям, работающим в России.

Качество нашей продукции подтверждается тем фактом, что на текущий момент практически все серьезные игроки на рынке кваса в России являются нашими клиентами.

В 2019 г. запустили собственный элеватор с сушильным комплексом и складскими помещениями, в которых можем одновременно хранить до 12 тыс. т зерна.

Все процессы перемещения, подработки и контроля за состоянием влажности, температуры автоматизированы.

Элеватор уже окупил сделанные в его строительство и оснащение вложения. Во-первых, он защищает нас от сезонных колебаний цен на зерновую продукцию. Во-вторых, работает как своеобразный гарант качества сырья. Дело в том, что зерно, хранящееся на об-



щем элеваторе, обезличивается. Осенью ты привез отборный пивоваренный ячмень, соответствующий требованиям ГОСТа, а весной можешь получить смесь с зерном, годным только на корм скоту, но никак не для производства экстрактов.

### **Санкции Запада повлияли на деятельность компании? Проблем с обслуживанием импортного оборудования не возникает?**

Пока влияния санкций мы практически не ощущаем. Объемы поставок не уменьшились. Официальных уведомлений от производителя оборудования о прекращении обслуживания не получали. Тем не менее ситуацию внимательно отслеживаем, чтобы в случае необходимости оперативно принять соответствующие меры.

### **Каковы планы по развитию компании?**

В планах — расширение продуктовой линейки. Осваиваем выпуск гречишного, рисового, овсяного экстрактов, которые востребованы в хлебопекарной промышленности. К концу года планируем запустить их в опытное производство.

По заказу одной из компаний изготовили опытную партию темного солодового экстракта, оформляем на него ТУ. Скоро приступим к его серийному производству.

Мы постоянно работаем над совершенствованием применяемых технологий, выявляем резервы для повышения производительности труда, снижения себестоимости продукции. Свою главную задачу видим в том, чтобы предлагать потребителю только высококачественные продукты по доступным ценам.

Компания находится в активной фазе реализации «Программы по повышению производительности труда на предприятии» в рамках национального проекта «Производительность труда» и федерального проекта «Адресная поддержка производительности труда на предприятиях».

# ТОРГОВЫЙ ДОМ «АРГОЛ»



## ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ ОТ ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Компания «Аргол» предлагает широкий ассортимент пищевых добавок от ведущих зарубежных и российских производителей. В каталоге — сложные и уникальные продукты, которые у других поставщиков появляются редко. «Именно поэтому мы имеем свою особую нишу на рынке», — говорит генеральный директор предприятия Ольга Ястребова.



**Генеральный директор —  
Ольга Ястребова.**

Родилась в 1959 г. в Ленинграде. Окончила Санкт-Петербургский государственный технологический институт по специальности «химик-технолог» и факультет менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета. Хобби: конный спорт, горные лыжи, путешествия, участие в показах мод. Кредо: «Делай то, что, по-твоему, должно быть сделано, — и будь как будет. Все будет, в конце концов, хорошо!»

### Какой ассортимент продукции предлагает компания сегодня?

Весомую долю занимают турецкий промышленный шоколад и какао-продукты: какао-порошок, какао-масло, тертое какао. Эта продукция востребована нашими покупателями, так как из-за санкций с российского рынка ушли многие крупные европейские производители.

Поставляем также сухие растительные сливки и жиры, используемые для изготовления кофе капучино, мягкого мороженого, супов, каш быстрого приготовления, кремы для взбивания, натуральные фруктовые кусочки из соков и пюре, сохраняющие полезные свойства ягод и фруктов.

В перечне нашей продукции — сливочная и леденцовая карамели, глазурь, сушеные фруктовые слайсы, сублимированные продукты, с которыми работаем более 14 лет. Пользуются спросом натуральные творожные, йогуртовые и сырные порошки.

Предлагаем также инновационный продукт — медовые гранулы. Его называют сухим медом. Уникальная технология производства позволяет сохранить полезные свойства меда.

На собственном производстве изготавливаем экструзионные продукты из рисовой, кукурузной или пшеничной муки. По желанию заказчика вводим в них те или иные добавки.

### Продукцию каких производителей предлагаете?

Сейчас сотрудничаем в основном с турецкими, грузинскими и российскими производителями, а также с компаниями Юго-Восточной Азии. Есть определенный ассортимент товаров западноевропейских компаний.

Особо отмечу продукцию турецкой компании Altinmarka — одного из крупнейших мировых переработчиков какао-бобов. Ее изделия составляют достойную конкуренцию другим ведущим производителям шоколада. При этом их стоимость ниже, чем у конкурентов.



### Вы активно работаете с зарубежными производителями. Санкции повлияли на это сотрудничество?

Из России ушли многие компании. Внутренний рынок ищет возможность заместить их продукцию. Здесь наша компания имеет преимущество. Многие наши многолетние партнеры находятся в странах, не присоединившихся к санк-



циям. Мы специализируемся на сложных продуктах, которые используются в небольших объемах — это облегчает их логистику.

Подорожали заемные средства, курс обмена валюты нестабилен, усложнилась логистика, выросли цены за доставку. Кроме этого, теперь практически со всеми поставщиками работаем по полной предоплате. Поэтому, к сожалению, мы вынуждены поднимать цены.

### Кому поставляете продукцию?

Нашу продукцию используют кондитерские предприятия, производители мороженого, блюд быстрого приготовления, кофе формата «3 в 1», спортивного питания и др. Поставляем ее во все регионы страны. У нас есть склады в Москве и Петербурге. Заказчики получают товар там, где им удобнее. В случае необходимости организуем доставку с помощью транспортных компаний.

### Широкая география поставок предполагает наличие региональных партнеров. Вы заинтересованы в развитии дилерской сети?

Мы в основном работаем с крупными предприятиями. Поэтому, чтобы небольшие компании могли использовать наши ингредиенты, нам нужны дилеры в регионах. Предлагаем выгодные условия сотрудничества. Конкретику обсуждаем индивидуально.

### Каковы планы по развитию?

Сейчас мы активно рассматриваем возможности вывода на наш рынок продукции стран, не присоединившихся к санкциям. Наши сотрудники обладают огромным опытом и широкими профессиональными связями, поэтому я уверена, что все намеченные задачи мы успешно выполним.



## ТД «АДВЕРСУС»



### ПРАВИЛЬНОЕ СООТНОШЕНИЕ КАЧЕСТВА И ЦЕНЫ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Торговый дом «Адверсус» — один из лидеров российского FMCG-рынка. Проверенный временем российский производитель активно занимается импортозамещением и готов предоставить партнерам качественную коласодержащую продукцию и энергетические напитки в необходимых объемах, по конкурентной цене и в максимально короткие сроки. Генеральный директор Оксана Аверина рассказала, как уход западных гигантов Coca-Cola и PepsiCo скажется на рынке и какой стратегии будет придерживаться «Адверсус», чтобы занять освобождающуюся нишу.

#### Какие напитки производит ТД «Адверсус» и как давно работает на рынке?

У нас два основных бренда: Coffee Cola и энергетический напиток Vizon. Работаем с 2012 г., продукция имеет хорошую историю продаж. Напитки представлены в основных торговых сетях и экспортируются большими объемами. У нас есть активные дистрибьюторы, и мы приглашаем новых к сотрудничеству с учетом текущих изменений на рынке. Держим доступные цены и стабильно высокое качество для партнеров и конечных потребителей.

#### Расскажите о них подробнее.

Наша фирменная позиция Coffee Cola — кола со вкусом кофе — имеет оригинальную ароматику и фирменную рецептуру. Благодаря этому напитку нас знают много лет — это первый бренд, с которым мы вышли на рынок. В России и СНГ Coffee Cola не имеет аналогов по вкусовым характеристикам.

#### В России и СНГ Coffee Cola не имеет аналогов по вкусовым характеристикам.



#### Как будете бороться за освободившиеся после ухода западных компаний места на полках магазинов?

За счет более активной работы по дистрибуции наших основных брендов, а также мы расширяем линейку продукции коласодержащих напитков, у нас появятся форматы не только 0,5, но 1,5 и 2 л.

Наша компания может обеспечить стабильность поставок и выпуск необходимых объемов, чтобы наши партнеры не столкнулись с проблемой «пустых полок», при этом мы сохраняем доступные цены и высокое качество наших напитков.

#### Многие производители выпускают «близнецов» известных брендов с похожими названиями и дизайном упаковки. Какой стратегии будете придерживаться вы?

Coffee Cola выделяется на полке — у нее золотой дизайн. Сейчас финализируем концепцию вкусовых новинок. У них будет яркий цветовой акцент, внешний вид упаковки должен понравиться молодежи. У этих позиций будет идентификатор нашего качества и хорошая маржинальность для наших партнеров.

#### Что потеряет и приобретет российский рынок после ухода Coca-Cola?

В целом ничего не потеряет. Российские производители безалкогольных напитков выработали свою рецептуру, технологии, систему продаж. Мы можем спокойно выстраивать импортозамещение и за счет более качественных напитков. Рынок увидит правильную конкуренцию, и конечный потребитель тоже выиграет.

#### Кто ваши основные партнеры?

Мы работаем с крупнейшими федеральными сетями страны, и есть эксклюзивные дистрибьютеры и партнеры, с которыми работаем по поставкам не только в РФ, но и страны СНГ.



**Побеждает производитель и бренд, который предоставляет не только хороший маркетинг, но и правильное соотношение качества и цены. У Vizon оно именно такое.**

#### Насколько активно идут продажи энергетического напитка Vizon?

Рынок энергетиков, по данным Nielsen, растет более чем на 30% в год. И эта тенденция сохраняется. К тому же у напитков высокая маржинальность. Но побеждает производитель и бренд, который предоставляет не только хороший маркетинг, но и правильное соотношение качества и цены. У Vizon оно именно такое.

#### Расскажите о планах по развитию компании.

Готовим интересные новинки и в других категориях, скоро презентуем их нашим партнерам. Драйвером роста выступит активная работа с нашими клиентами и по существующим брендам. Это — позиции, с помощью которых они смогут нивелировать текущее падение рынка и вместе с нами расти дальше.

## ТОВЕСОРБ



### РАБОТАЕТ КАЖДЫЙ ГРАММ

ООО «Товесорб» — российский производитель порошковых силикагелей. Одним из главных направлений развития компании является производство порошковых силикагелей для пищевой промышленности, а именно для стабилизации пива, фильтрации масла, вина на стадии их производства. Также в линейку продукции «Товесорб» входит пищевая добавка E551 («диоксид кремния аморфный»), применяемая в пищевой промышленности и сельском хозяйстве для сохранения текстуры сыпучих продуктов, защиты от слеживания и образования комков.

Наличие современной производственной базы, команды высококвалифицированных специалистов и тесное взаимодействие с российскими учеными в области химии и пищевой биотехнологии продуктов позволяют компании «Товесорб» выпускать продукцию высокого качества.

Пивоварение — одна из самых бурно развивающихся отраслей производства в России. В нашей стране работают десятки заводов, миллионы людей заняты производством любимого россиянами напитка. Были привлечены большие инвестиции, открыты новые предприятия, запущены десятки новых сортов и брендов. Однако ни один рост не бывает безграничным: очередной мировой экономический кризис, политические войны вносят свои коррективы, и расходы производителей пива возрастают. Приходится находить новые пути экономии и новые способы оптимизации производства, позволяющие продлить сроки годности пива. В частности, его коллоидной стабильности, которая зависит как от качества сырья и природы



**Цель производителей пива — снизить зависимость от внешних политических факторов и минимизировать риски производства.**

**Показатели качества и эксплуатационные характеристики порошковых силикагелей серии BriS не уступают известным импортным аналогам пивных силикагелей и рекомендованы к внедрению на пивных производствах России.**

вспомогательных материалов, так и от технического оснащения предприятия — производителя пива.

В качестве стабилизирующего материала буквально полгода назад широко использовался силикагель иностранных марок, но сегодня российские пивоваренные заводы заинтересованы в появлении альтернативного отечественного поставщика качественного сырья, по характеристикам не уступающего импортным аналогам. Цель производителей пива — снизить зависимость от внешних политических факторов и минимизировать риски производства.

Порошковый силикагель серии BriS, разработанный компанией «Товесорб» при научно-исследовательской поддержке Петербургского национального исследовательского университета ИТМО, успешно прошел опытно-промышлен-

ные испытания на крупнейших пивоваренных заводах и применяется в качестве основного фильтрующего агента при производстве пива. Порошок добавляется вместе с кизельгуром или с помощью отдельной системы дозирования на стадии фильтрации. Показатели качества и эксплуатационные характеристики порошковых силикагелей серии BriS не уступают известным импортным аналогам пивных силикагелей и рекомендованы к внедрению на пивных производствах России.

В продукции компании «Товесорб» работает каждый грамм. Мы гарантируем качество и стабильность поставок продукции, сервисную поддержку и техническое сопровождение каждого заказчика.



# «ПРОДЭКСПО»

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОЛЛЕКТИВНЫЕ ЭКСПОЗИЦИИ НА «ПРОДЭКСПО» — БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА



Формат региональных коллективных экспозиций на «Продэкспо» с каждым годом становится все более востребованным. Так, в 2022 г. 46 субъектов Российской Федерации объединили более 300 производителей, которые представили мясную, молочную продукцию, сыры, бакалею, рыбу, чай, кофе, мороженое, продукты для здорового образа жизни, функциональное питание и биотехнологии, а также оборудование и услуги, упаковочные решения для пищевой промышленности.

Региональные коллективные экспозиции позволяют малому и среднему бизнесу достойно представить свою продукцию огромной аудитории «Продэкспо» — закупщикам ретейла и сферы HoReCa из всех регионов России и стран ближнего и дальнего зарубежья.

После «Продэкспо-2022» информационные ресурсы активно делятся успешными кейсами. Как сообщает портал «Мой бизнес», свердловская компания «Алтей», выпускающая маршмеллоу и соломку в глазури, подписала контракты о поставках в Монголию, Казахстан, Киргизию и Абхазию на общую сумму 21 млн руб., а также свыше 10 договоров с российскими дистрибьюторами и торговыми сетями. По словам директора Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства Валерия Пиличева, содействие участию в выставках — один из самых востребованных инструментов поддержки экспортеров.

Директор Центра поддержки экспорта Волгоградской области Виктория Афанасова в комментарии Сетевому изданию *znania-leninsk* подтверждает: «В расширении продаж и рынков сбыта значимую роль играют выставочно-ярмарочные мероприятия. Так, на недавней выставке «Продэкспо» в Москве был представлен коллективный стенд волгоградских предпринимателей, участие в форуме уже принесло результат».

Благодаря содействию Центра поддержки экспорта волгоградская компа-



ния «Прогресс» подписала экспортный контракт на поставку круп, каш и изделий из злаковых в Узбекистан, а изделия «Доброго кондитера» теперь поставляются в Казахстан.

В 2022 г. вектор развития экспорта сместился в сторону Азии, Африки и Ближнего Востока. Организаторы региональных коллективных экспозиций «Продэкспо-2022» отметили высокий интерес к российской продукции закупщиков из Белоруссии, Казахстана, Узбекистана, Индии, Шри-Ланки, Киргизии, ОАЭ и других стран.

«Продэкспо», — убеждена заместитель министра экономического развития Ставропольского края Сузанна Дамир, — является важной, знаковой площадкой для отрасли. Наша задача — получить как можно больше экспортных контрактов, привлечь внимание сетей. Мы планируем ежегодное участие в «Продэкспо», чтобы еще больше производителей выходили на региональный и международный уровень.

По статистике, выставку «Продэкспо-2022» посетили 48 759 представителей продовольственной индустрии из 97 стран, в том числе из 85 субъектов Российской Федерации.

Львиная доля посетителей — топ-менеджмент, 80,7% принимают решения о закупках или влияют на них.

В качестве основной цели визита 43% посетителей обозначили заключение контрактов/подписание соглашений, 27% пришли с целью поиска поставщиков.



«Продэкспо» — крупнейшая международная выставка продуктов питания и напитков в России и ЕАЭС.

На «Продэкспо» представлено разнообразное продовольствие: от базовых продуктов и напитков на каждый день до изысканных деликатесов, а также органическое, спортивное питание, для здорового образа жизни, халяль, кошер, экзотические продукты.

Только здесь собрана крупнейшая в России экспозиция алкогольных напитков и вин.

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

Возможности по объемам участников-производителей и дистрибуторов также имеют широкий диапазон — от поставок в федеральные сети до партий в небольшие магазины и эксклюзива в рестораны.

Именно поэтому на «Продэкспо» собираются закупщики федеральных и локальных сетей, представители HoReCa — ресторанов, баров, кафе.

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

**30-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2023» пройдет с 6 по 10 февраля 2023 г. в Москве, в «Экспоцентре» на Красной Пресне.**

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

Чаще всего участники выставки в числе ключевых преимуществ «Продэкспо» отмечают высокую результативность переговоров и широкую географию посетителей. К слову, 92% участников удовлетворены количеством и качеством деловых контактов. Подробнее со статистикой можно ознакомиться на сайте «Продэкспо».

## UNITY ENGINEERING

**UNITY**  
ENGINEERING

### ЛУЧШИЙ ПОСТАВЩИК ОБОРУДОВАНИЯ МЯСНОЙ ОТРАСЛИ

Компания UNITY Engineering выпускает широкий спектр оборудования для мясоперерабатывающего производства, которое не уступает лучшим мировым образцам, по доступным ценам и с максимальным учетом требований заказчиков. Подробно об ассортименте продукции и предприятии рассказывает его коммерческий директор Юрий Овчинников.

#### Юрий, как возникла идея производства оборудования для мясной промышленности?

На самом деле мы случайно вышли на эту отрасль. Приобрели мясной цех и в процессе его развития столкнулись со сложностями, касающимися специального оснащения. Тогда какое-либо оборудование для пищевого производства было практически все зарубежное и дорогое, а отечественное — откровенно плохое. Преодолевая трудности, поняли, что не одиноки, и решили попробовать сами делать все необходимое для себя и для коллег по цеху. В начале пути, конечно, перенимали опыт у европейцев и адаптировали полученные знания на нашей российской почве.

#### Когда был первый выпуск продукции?

В 2008-м мы нашли площадку, где можно было организовать машиностроительное производство, и в следующем году сделали первые образцы — самые простые: столы для разделки мяса. Затем был этап подбора команды для разработки изделий, которые необходимы, на наш взгляд, для предприятий пищевой и, в частности, мясоперерабатывающей промышленности.

#### Насколько у вас большой ассортимент и что влияет на его формирование?

У нас очень широкая номенклатура. Хотя оборудование для каждого пищево-



го производства зачастую эксклюзивное, но есть и универсальные машины, которые, правда, приходится дорабатывать под конкретные условия или определенные виды сырья. Работая в этом секторе, мы понимаем, чтобы получить должную загрузку для нашего производства, нужно создавать большой ассортимент.

#### Что сегодня предприниматель мясной отрасли может найти в каталоге UNITY Engineering?

Сразу же после столов у нас в номенклатуре появились фаршемешалки. И сегодня мы производим их как вакуумные, так и открытого типа, от маленьких, рассчитанных на 150 кг, до больших — на 2000–3000 кг единовременной загрузки. Затем мы освоили производство промышленных мясорубок — волчков. Они также есть разных размеров, отличающихся по диаметру режущего инструмента: от 130 мм до 160, 200 и 300 мм — это уже машины для крупных предприятий с большой производительностью. Можем изготовить и волчок диаметром 400 мм, но потребность в них возникает достаточно редко.

В волчках от 200 мм есть возможность прокручивать замороженные блоки мяса температурой  $-18^{\circ}\text{C}$ . Это очень удобно в тех случаях, когда у промышленника ограничена возможность использования охлажденного мяса.

Кроме того, мы изготавливаем блокорежки, смесительные устройства для приготовления рассолов, машины для снятия оболочки с сосисок и для деления сосисочных гирлянд, дозаторы мультиголовочные, а также санитарно-гигиеническое оборудование.

#### Что это за оборудование и зачем оно нужно?

Без него не работает ни одно предприятие пищевой отрасли. Когда человек входит в производственную зону, он должен быть чисто и по форме одет, ноги и руки продезинфицированы. Такое оборудование называется санпропускник. Работник встает на устройство, под ним вращаются щетки с дезинфицирующим раствором для мытья подошв. На руки подается мыльный и дезинфицирующий состав и вода. Санпропускники бывают разной комплектации и сборки. До нас в России никто не производил такое оборудование, все импортировали из-за границы.



#### Вы производите также устройства для переработки мяса, изготовления колбасы.

Да, копильно-варочные камеры, камеры интенсивного охлаждения — так называемое стандартное оборудование для мясоперерабатывающей промышленности, но высокого класса, выполненное целиком из нержавеющей стали и оснащенное удобным в управлении и надежной электроникой.

#### Что, например, представляет собой копильно-варочная установка?

Это универсальная теплоизолированная камера. На первом этапе продукт в ней поддается сушке (обжарке) при заданной влажности и температуре — здесь создается тоненькая корочка, под оболочкой колбасы, чтобы влага не уходила. По окончании сушки продукт





может быть подвергнут копчению, если того требует технология производства, или сразу начнется основной прогрев с добавлением влажного пара — до 72 °С внутри батона, температура, при которой происходит пастеризация. В камере в этот момент поддерживаются необходимые параметры влажности за счет распыления воды через систему форсунок. После этого продукт нужно быстро охладить до 5-6 °С, и интервал температур от 40 до 20 °С преодолеть как можно быстрее, чтобы предотвратить рост микроорганизмов, ведь от этого зависит срок годности конечного продукта. Охлаждать можно также и в специальной камере интенсивного охлаждения.

## Расскажите, из чего состоят и для чего нужны автоматизированные складские линии.

Они позволяют осуществлять хранение готовой продукции с минимальными затратами ручного труда и полностью оснащены автоматизированной системой учета.

Автоматизированный складской комплекс состоит из следующих основных частей: гравитационные и автоматизированные накопительные стеллажи, загрузочный манипулятор, транспортная система, программное обеспечение.

Основным предназначением гравитационных стеллажей является обеспечение высокого оборота груза, который бы соответствовал известному принципу «первым загрузили — первым выгрузили». Это весьма важно в тех случаях, когда мы имеем дело с продуктами ограниченного срока хранения.

Накопительные стеллажи необходимы для хранения продукции в пластиковых ящиках, поддонах и пр. Загрузка и выгрузка продукции в них производится при помощи автоматизированного манипулятора.

Загрузочный манипулятор предназначен для автоматического перемещения пластиковой тары согласно выбранной программе из участка транспортировки тары и зон стеллажного хранения в участки хранения с грави-

тационными и накопительными стеллажами либо в зону отбора товаров. Манипулятор имеет возможность перемещаться как в горизонтальном, так и в вертикальном направлении к заданному месту нахождения пластикового ящика. Встроенный загрузочный транспортер автоматически берет пластиковый ящик и затем отдает его в заданное место.

Система транспортирования необходима для перемещения продукции в пластиковых ящиках на загрузку и выгрузку как на гравитационные стеллажи, так и на накопительные. Подобные системы мы можем также изготовить для палетного хранения.

Управление складом осуществляется собственным программным обеспечением, рассчитанным на взаимодействие с платформой «1С», благодаря этому имеется возможность быстрой адаптации алгоритма работы склада в зависимости от потребностей конкретного предприятия.



## В чем преимущества такой многофункциональной системы по сравнению с обычными складскими цехами готовой продукции?

Во-первых, их применение значительно сокращает время на все складские операции. Во-вторых, существенно снижает потребность в увеличении складских площадей и строительстве новых, так как склад растет в высоту, а не в ширину. В-третьих, отпадает необходимость содержания большого штата сотрудников. Автоматическим складом, как правило, управляет минимальное количество сотрудников. К тому же линия может работать в круглосуточном режиме, а инвентаризация производится без остановки работы склада или вообще не требуется, потому что реальные остатки совпадают с учетными. При этом обеспечивается абсолютная прослеживаемость логистической цепочки. На сегодня это передовое оборудование, применение которого позволяет доставлять потребителю готовый продукт в наиболее качественном и свежем виде.



## А кто ваши клиенты и много ли среди них крупных промышленников?

Среди наших клиентов есть как мелкие, средние, так и крупные предприятия, количество которых в настоящее время заметно увеличилось в связи с тем, что прекратились импортные поставки оборудования. Небольшие, как правило, покупают отдельные станки, крупные — автоматические линии из нескольких единиц оборудования, соединенных разными типами конвейеров. Наши заказчики располагаются по всей России, а также в Узбекистане, Казахстане, Молдавии.

## Расскажите о вашем предприятии и о сотрудниках.

Мы располагаемся в Ярославской области, у нас работают примерно 70 человек — высококвалифицированные инженеры и технические кадры. Наши производственные площади оснащены современным металлообрабатывающим оборудованием ведущих мировых компаний. Весь технологический процесс изготовления продукции построен на строгом соблюдении требований нормативной документации, использовании только высококачественных материалов и комплектующих изделий.

Вся наша продукция проходит тщательное тестирование и сертифицируется. Всего мы выпускаем более 100 единиц оборудования для пищевой и других отраслей промышленности под торговой маркой UNITY FOOD MACHINERY, а также осуществляем ее гарантийное и постгарантийное обслуживание. Наше оборудование признано и высоко оценено профессионалами отрасли.



## РУБРИКА: ЧЕЛОВЕК ДЕЛА

### Виктория ООО .....2

Адрес: Новгородская обл., Новгородский р-н, пгт Панковка, Индустриальная ул., д. 19  
Тел.: (8162) 53-50-04, (8162) 53-50-09, (8162) 77-90-66, (800) 250-35-85  
E-mail: info@maslo53.ru  
www.maslo53.ru

## РУБРИКА: ЛИДЕР РЫНКА

### Глобус ЗАО .....6

Адрес: г. Санкт-Петербург, Петровская наб., д. 4А  
Тел.: (812) 232-00-89  
E-mail: info@globusspb.ru  
www.24vkusa.ru

### Томер ООО .....9

Адрес: Московская обл., Солнечногорск, д. Полярково, ул. Клушинская, д. 2  
Тел.: (499) 517-94-31  
E-mail: info@tomershoco.ru  
www.tomershoco.com

### Агробизнес+ ООО .....12

Адрес: Московская обл., г. Жуковский, Жуковского ул., д.31, оф. 314  
Тел.: (926) 350-51-04, (977) 850-03-73  
E-mail: direct@agroproplus.ru  
www.agrobusinessplus.ru

### Агрохолдинг Рамонская Индейка ООО .....13

Адрес: г. Воронеж, Куколкина ул., д. 11, пом. LX  
Тел.: (473) 255-93-91, (473) 255-77-57  
E-mail: c.k.express@bk.ru  
www.agro-ramon.ru, www.mirkon-russ.ru

### Азия Фрукт ООО .....14

Адрес: Московская обл., г. Мытищи, Рождественская ул., д. 5, пом. XIX, оф. 5  
Тел.: (495) 532-55-23  
E-mail: asiafruit@internet.ru  
www.asiafruit.ru

### Вахнина и Партнеры ООО .....1

Адрес: г. Москва, Преображенская пл., д. 6  
Тел.: (495) 946-70-75, (495) 231-48-40  
E-mail: ip@vakhnina.ru  
www.vakhnina.ru

### Вележи/ИП Камышов Алексей Анатольевич .....16

Адрес: г. Новоалтайск, Октябрьская ул., д. 21Б  
Тел.: (800) 700-81-67, (960) 959-77-77  
E-mail: info@velezhi.ru  
www.velezhi.ru

### Вологодская кондитерская фабрика ЗАО, СППК «Вкус Севера» .....17

Адрес: г. Вологда, Турундаевский пер, д. 2А  
Тел.: (8172) 216-424, (900) 560-10-01  
E-mail: info@vkussevera.com, mail@sladosti35.ru  
www.vkussevera.com, www.imperia-td.ru

### ГК «Карельские рыбные заводы» ООО .....30

Адрес: г. Петрозаводск, Древлянская наб., д. 20  
Тел.: (921) 805-10-70, (931) 700-45-30  
E-mail: e.pimenova@karelian-fish.ru, o.miheeva@karelian-fish.ru  
www.karelian-fish.ru

### ГК «СтандартПродМаш» ООО ....18

Адрес: г. Казань, д. Самосырово, Дорожная ул., д. 12А  
Тел.: (843) 250-15-24, (800) 700-03-88  
E-mail: sale@press-forms.ru  
www.press-forms.ru

### ГК «Тамки»/ Европродукт ООО .....20

Адрес: Московская обл., г. Люберцы, Комсомольская ул., д.15А  
Тел.: (495) 989-44-35  
E-mail: hello@tamaki.ru  
www.tamaki.ru

### ГофроМир ООО .....19

Адрес: г. Москва, Лавочкина ул., д. 23, стр. 5  
Тел.: (495) 104-30-82  
E-mail: info@gofromir.ru  
www.gofromir.ru

### ЕСОНРУМ/ИП Голдобина Татьяна Александровна .....22

Адрес: г. Петрозаводск, Репникова ул., д. 1  
Тел.: (953) 5260761  
E-mail: ecohrum@mail.ru  
www.ecohrum.ru

### Завком-Инжиниринг ООО .....24

Адрес: г. Тамбов, Советская ул., д. 51, оф. 319  
Тел.: (4752) 793-722  
E-mail: office@zavkomerc.com  
www.zavkomgroup.com

### ИП Ломоносова Виктория Александровна .....26

Адрес: Краснодарский край, г. Армавир, Северная Промзона ул., д. 16  
Тел.: (968) 300-78-18, (918) 242-39-23  
E-mail: sale.ecomarket@gmail.com  
www.maslokubani.ru

### ИП Селезнева Анна Геннадьевна .....27

Тел./WhatsApp/Viber: (927) 285-06-45  
E-mail: kaspianfish@mail.ru  
ВКонтакте: vk.com/id680622947  
Instagram: seleznevaanna2548

### ИП Хуажев Аслан Закиревич ...28

Адрес: Республика Адыгея, Красногвардейский р-н, а. Уляп, Шоссейная ул., д. 9  
Тел.: (918) 120-23-23  
E-mail: zabinas@mail.ru  
www.adygsalt.ru

### КДМЗ ООО .....32

Адрес: Московская обл., г. Королев, Калининградская ул., д. 18А, эт. 3, пом. 5  
Тел.: (903) 534-41-27, (985) 475-34-19  
E-mail: kdmz-director@mail.ru  
www.kdmz.ru

### КОНЦЕРН ALFA L SERVICE/ Альфа Л Сервис ООО .....33

Адрес: г. Санкт-Петербург, Пулковская ул., д.10, корп. 2, пом. 11Н  
Тел.: (812) 678-48-35, (812) 678-48-36  
Факс: (812) 678-48-37  
E-mail: info@alfalservice.ru  
www.alfalservice.ru

### Луксурия/Первая соусная компания ООО .....34

Адрес: Ленинградская обл., Всеволожский р-н, с.п. Агалатовское, д. Вартемяги, Заводская ул., стр. 7, оф. 5  
Тел.: (911) 929-08-49  
E-mail: info@luxuria.guru  
www.luxuria.guru

### Оленевод-Экспорт ООО .....35

Адрес: Ненецкий автономный округ, г. Нарьян-Мар, ул. Спортивная, д. 1  
Тел.: (911) 065-91-95  
E-mail: olenevod-export@mail.ru  
www.olenevod-export.ru

## OSQ GROUP/

### ДжиДиСи ЕАС ООО.....36

Адрес: г. Москва, Проектируемый пр-д №4062, д. 6, стр. 16  
Тел.: (495) 773-87-18  
E-mail: clients@osqgroup.ru  
www.osqgroup.ru

### Офеллия Продукт ООО.....37

Адрес: г. Москва, Академика Королева ул., д. 13, стр. 1, пом. 62-64, оф. 13  
Тел.: (903) 158-49-84, (967) 170-20-20  
E-mail: info@ophellia.ru  
www.ophellia.ru

### ПИР Технология ООО.....38

Адрес: г. Москва, Керченская ул., д. 8  
Тел.: (800) 200-44-05  
E-mail: info@food-service.ru  
www.food-service.ru

### ПК «Заготпром» ООО, Карельское лето ООО.....23

Адрес: Республика Карелия, Кондопожский р-н, пос. Березовка, Новая ул., д. 8Б  
Тел.: (8142) 76-13-08, (911) 429-77-70  
E-mail: info@zagotprom.com, info@kareliansummer.com  
www.zagotprom.com, www.kareliansummer.com

### Прибой ООО.....39

Адрес: Краснодарский край, ст. Староминская, Краснощербиновская ул., д. 37А  
Тел.: (928) 203-20-38  
E-mail: priboy@kwas.ru  
www.kwas.ru

### Ремма Трейд ООО.....40

Адрес: г. Москва, Вернадского пр-т, д. 21, корп. 1, пом. III, комн. 4А  
Тел./факс: (495) 258-53-27  
E-mail: info@remma.ru  
www.remma.ru

### Роспланта ООО.....41

Адрес: г. Санкт-Петербург, Хрустальная ул., д. 18, лит. Д  
Тел.: (812) 740-79-67  
E-mail: info@rosplanta.ru  
www.rosplanta.ru

### Саратов-Холод Плюс ООО.....42

Адрес: Саратовская область, г. Саратов, Сокурский тракт 13Б  
Тел.: (8452) 33-80-70  
E-mail: officemanager@pingvin-saratov.ru  
www.saratovholodplus.ru

### Собинский Хлебокомбинат АО.....44

Адрес: г. Москва, Калужское ш., 23-й километр, д. 14, стр. 3, пом. 2, эт. 3А  
Тел.: (499) 322-48-37, (926) 427-98-86  
E-mail: shop@smartbar.ru  
www.smartbar.ru

### Тамбовские разносолы/ Лидер ООО.....46

Адрес: г. Тамбов, Пограничный пр-д, д. 2  
Тел.: (960) 664-10-00  
E-mail: tambovskieraznosoli@mail.ru  
www.pазносолы68.pф

### Таткрахмалпатока АО.....48

Адрес: Республика Татарстан, Верхнеуслонский р-н, с. Куралово, Центральная ул., д. 2  
Тел.: (84379) 2-01-05  
E-mail: solodtkp@yandex.ru  
www.tkp.company

### ТД «Адверсус»/Адверсус ООО...51

Адрес: г. Москва, Шмитовский пр-д, д. 18А, стр. 1  
Тел.: (800) 600-25-88  
E-mail: info@adversus-td.ru  
www.adversus-td.ru

### Товесорб ООО.....52

Адрес: Республика Башкортостан, г. Уфа, Революционная ул., д. 156, оф. 2  
Тел.: (347) 639-28-24, (347) 639-20-44  
E-mail: mail@tobesorb.ru  
www.tobesorb.ru

### Торговый Дом «Аргол» ООО.....50

Адрес: г. Санкт-Петербург, Александра Невского пл., д. 2, лит. Е, оф. 402  
Тел.: (812) 676-20-52, (981) 242-77-23  
Московское подразделение: г. Москва, Вятская ул., д. 70, оф. 714  
Тел.: (911) 934-55-66  
E-mail: tdargol@tdargol.ru  
www.tdargol.ru

### UNITY ENGINEERING/ ЮНИТИ ИНЖИНИРИНГ ООО.....54

Адрес: Ярославская обл., г. Тутаев, Промышленная ул., д. 13А  
Тел.: (800) 100-73-01  
E-mail: info@unitym.ru  
www.unitym.ru

## Журнал «БИЗНЕС СТОЛИЦЫ»

### Рекламный выпуск «Пищевая промышленность и оборудование»

Учредитель — ООО «Редакция «Бизнес столицы»  
Главный редактор Бесчаснова К. А.  
E-mail: bizstol@mail.ru  
www.bizstol.com  
www.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 34  
Дата выхода 29.07.2022 г  
Подписано в печать 22.07.2022 г  
Тираж 5000 экз. Цена свободная

По вопросам размещения информации и рекламы в журнале «Бизнес столицы» обращаться по телефонам:  
(926) 342-19-12, (977) 713-47-90

# Силикагелевые стабилизаторы пива и вина серия BgIS

- ✓ Увеличивают срок хранения
- ✓ Сохраняют вкус и качество
- ✓ Просты в применении



**ТОВЕ  
СОРБ**

РАБОТАЕТ КАЖДЫЙ ГРАММ

Российский производитель стабилизаторов для пищевой промышленности

Сервисная поддержка  
Гарантия качества  
+7 (347) 639-28-24  
mail@tobesorb.ru

## E551 Пищевая добавка диоксид кремния аморфный

- ✓ Загуститель
- ✓ Антислеживатель
- ✓ Стабилизатор

