

АГРОС

**Агропромышленный комплекс России:
внешнеэкономические связи**

*Издается при поддержке Национального союза
экспортеров продовольствия*



AGROS

Agri-Food Russia

№ 3
2015

Главный редактор Д.С.Булатов

109388, Москва, ул. Гурьянова, 73-68.

Тел./факс: + 7 (495) 354-39-08

nfeu2000@mail.ru

Журнал зарегистрирован Комитетом Российской Федерации по печати

Рег. № 017582 от 13 мая 1998 г.

© «АГРОС». 2015

Национальный союз экспортеров продовольствия является добровольной некоммерческой организацией, созданной для объединения усилий, координации деятельности, представления и защиты общих интересов действующих и потенциальных экспортеров российского продовольствия, сырья и сельскохозяйственной продукции.

Союз представляет интересы российских экспортеров АПК в государственных органах законодательной и исполнительной власти - Государственной Думе, Минэкономразвития РФ, Минсельхозе РФ, Минпромторге РФ, взаимодействует по вопросам экспорта отечественной продукции с российскими торговыми представительствами за рубежом и Посольствами иностранных государств в РФ.

Участвует в подготовке государственных программ поддержки экспорта, ежегодных планов организационной, информационной и финансовой поддержки российских экспортеров АПК за рубежом.

Учредителями Союза в 1999 г. были три организации: крупнейший в России производитель соковой продукции группа компаний «Вимм-Билль-Данн», крупнейший производитель растительного масла ОАО «Эфирное» и представитель мясной индустрии - компания «Протеин-Продукт».

В настоящее время в числе участников Союза крупнейшие производители и экспортеры российского продовольствия,

поставщики уникальной продукции, а также организации, содействующие отечественным производителям в продвижении их продукции на внешний рынок: страховые и юридические компании, выставочные организации, консалтинговые фирмы, издательства, высшие учебные заведения.

Членство в Союзе дает его участникам ряд возможностей и преимуществ:

- помощь в поиске новых рынков и партнеров;
 - деловые миссии в зарубежные страны;
 - «пресс-промоушн» в России и за рубежом (публикации в журнале «АГРОС»);
 - содействие в получении юридической поддержки;
 - устранение барьеров на пути развития экспорта;
 - содействие в привлечении иностранных инвесторов;
 - направление коммерческих предложений;
 - участие в конкурсах («За изобилие и процветание России», «Лучший российский экспортер», «»);
 - размещение логотипа на сайте Союза;
 - приглашения на обсуждения (Государственная Дума, Аналитический центр при Правительстве РФ, Минэкономразвития, Минсельхоз, Торгово-промышленная палата России, Ассоциация отраслевых союзов АПК, международные организации), возможность внесения своих идей.
- Более подробную информацию о деятельности Союза можно получить по тел.: +7 (495) 354-39-08, E-mail: nfeu2000@mail.ru, а также на сайте Союза www.prodexport.ru

National Union of Food Exporters is a voluntary non-profit organization created to bring together, coordinate and represent the common interests of exporters of Russian food and agricultural products.

The Union was founded in 1999 by three Russian food producers: the largest Russian producer of juices ("Wimm-Bill-Dann"), the largest producer of vegetable oil ("Efirnoye") and the meat producing company "Protein Product".

Currently, among the members of the Union are the largest producers and exporters of Russian foodstuffs, suppliers of unique products, insurance and legal companies, exhibition organizations, consulting firms, publishing houses, academies.

National Union of Food Exporters represents the interests of Russian exporters of agricultural and food products in legislative and executive authorities - the State Duma, Ministry of Economic Development, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation.

Union representatives are members of the Committee on development of agro-industrial complex of Chamber of Commerce and Industry of Russia, Committee on foreign economic relations of CCI and Association of agro-industrial unions.

National Union of Food Exporters interacts with Russian trade missions abroad and foreign embassies in Russia.

National Union of Food Exporters takes part in the preparation of state programs and annual plans.

Membership in the Union gives its members a number of benefits:

- assistance in finding new markets and partners;
- business missions to foreign countries;
- press promotion in Russia and abroad (publications in the journal "AGROS");
- assistance in obtaining legal support;
- eliminating trade barriers;
- assistance in attracting foreign investors;
- sending commercial offers;
- participate in contests ("For the wealth and prosperity of Russia", "Best Russian Exporter");
- Logo placement on the website of the Union;
- invitations to discussions (the State Duma, the Analytical Centre of the Government of the Russian Federation, Ministry of Economic Development, Ministry of Agriculture, Ministry of Industry and Commerce of Russia, Association of Industrial Unions agribusiness, international organizations).

More information on National Union of Food Exporters is available by phone.: +7 (495) 354-39-08,

E-mail: nfeu2000@mail.ru
www.prodexport.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера	
<i>П.Фрадков</i> О мерах поддержки экспорта продовольствия	6
Новости	
Новые направления деятельности Национального союза экспортеров продовольствия	12
Деловая миссия в Португалию	13
Третья ежегодная конференция по экспорту «Российский несырьевой экспорт – вектор развития экономики»	
Конференция “FMCG in Russia 2015”	13
Международная программа поддержки российских производителей	14
Торгово-продовольственная биржа деловых контактов "АлтайПродМаркет"	17
Российская гастрономическая неделя в Испании – новый формат сотрудничества	19
Анонсы	
V Российско-Шведский инвестиционный форум «Инновации и инвестиции: ключ к современным технологиям»	22
Международная конференция «Свиноводство-2015»	24
Международная конференция «Хлебопекарное производство-2015»	25
Экспортно-импортная политика зарубежных стран	
Мировая и региональная политика	27
Ближнее зарубежье	29
Дальнее зарубежье	34
Российские компании на внешних рынка	
Мёд Алтая	35
«Соль жизни» – соли для здоровья	37
Наши зарубежные партнеры	
О возможностях поставок в Россию оборудования для пищевой промышленности	39
Kalogiros S.A.	40
Союз сельскохозяйственных кооперативов АО «Лакония», Греция	41
Nireus Aquaculture S.A.	42
Новости выставочной сферы	
Международная продовольственная выставка SISAB-2016	43
Лучшие вина Италии представит в Москве издательский холдинг Gambero Rosso	44
Российские экспортеры примут участие в специализированных агропромышленных выставках GFIA и VIV MEA 2016 в Абу-Даби	45
Агропромышленный форум Сибири	46
Участнику внешнеэкономической деятельности	
<i>К.Семенко</i> Как подготовиться к экспорту	48
Практические вопросы продвижения продукции	
<i>С.Илюха</i> Стратегия преодоления кризиса. Что выбрать: экспорт или ритейл?	53

CONTENTS

Cover Story

<i>P.Fradkov</i> Measures to support food exports	6
---	---

News

National Union of Food Exporters: new activities	12
Business mission to Portugal	13
The third annual conference on export "Russian non-oil exports as a vector of development of the economy "	13
Conference "FMCG in Russia 2015"	14
The international program to support Russian manufacturers	15
Trade and Food Matchmaking "AltayProdMarket"	17
Russian gastronomic week in Spain: a new format of cooperation	19

Announcements

V Russian-Swedish Investment Forum "Innovation and investment: the key to modern technologies"	22
International Conference "Pig-breeding 2015"	24
International Conference "Bakery 2015"	25

Export & import Policies of Foreign Countries

World and regional policy	27
Neighboring Countries	29
Far-Abroad Countries	34

Russian companies on foreign markets

Altai honey	35
"Salt of life" is a salt for health	37

Our Foreign Partners

Possibilities of supply of equipment for the food industry of Russia	39
Kalogiros S.A.	40
The Union of Agricultural Cooperatives «Laconia» (Greece)	41
Nireus Aquaculture S.A.	42

Exhibition News

International Food Exhibition SISAB-2016	43
Gambero Rosso publishing holding present in Moscow the best wines of Italy	44
Russian exporters will participate in specialized Agricultural Exhibitions GFIA and VIV MEA 2016 in Abu Dhabi	45
Agribusiness Forum in Siberia	46

For Participants of Foreign Economic Activity

<i>K.Semenko</i> How to prepare for the export	48
--	----

Product promotion

<i>S.Ilyuha</i> Strategy to overcome the crisis. What to choose: export or retail?	53
--	----

ТЕМА НОМЕРА

О МЕРАХ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

П.М.Фрадков,
генеральный директор
Российского экспортного центра



Экспортный потенциал российского АПК к настоящему времени не только не реализован, но даже серьезно не изучался. Готовое продовольствие, на которое, согласно статистике, уже сейчас приходится 9% несырьевого экспорта, имеет существенный экспортный потенциал.

В частности, в настоящее время Россия имеет большие возможности по поставкам высококачественной муки. Однако ее экспорт по сравнению с экспортом зерна остается незначительным. В 2014 г. за рубеж было поставлено пшеницы на сумму 5423,1 млн

долларов, а пшеничной муки – на сумму только 47,3 млн долларов.

В России производятся эксклюзивные изделия из высококачественного шоколада, не имеющие аналогов в мире. Большинство рецептов являются запатентованными и имеют известные в мире товарные знаки. Эта продукция имеет значительный потенциал для экспорта, в том числе в страны Ближнего Востока и СНГ.

О необходимости поддержки экспорта агропродовольственной продукции говорилось уже достаточно давно. Эти вопросы звучали на совещаниях в Государственной Думе, Аналитическом центре при Правительстве РФ, Торгово-промышленной палате России, Международном Агробизнесклубе.

В частности, отмечалось, что в последние годы отрицательное сальдо во внешней торговле агропродовольственной продукцией превышает 20 млрд. долларов. Для исправления подобной ситуации необходимо не только оптимизировать импорт, но и стимулировать экспорт.

В соответствии с Федеральным законом от 29.06.2015 №185-ФЗ создан Российский экспортный центр, призванный оказывать всестороннюю поддержку отечественным экспортерам несырьевой продукции.

Руководителем новой структуры назначен Петр Михайлович Фрадков, который любезно согласился ответить на несколько вопросов нашего журнала.

- Петр Михайлович, расскажите об основных принципах работы Российского экспортного центра.

В работу Центра заложены два основных принципа, которые позволят постепенно выходить на конкретные измеримые результаты. Это использование того государственного инструментария по поддержке экспорта, который был наработан за последние несколько лет, и принцип «единого окна».

Экспортер может обратиться к нам по любому вопросу, связанному с внешнеэкономической деятельностью, и мы окажем ему соответствующие услуги на любом этапе экспортного цикла. От предоставления информации по таким вопросам, например, какая валюта сейчас находится в обращении в Бразилии, и заканчивая конкретной помощью по подготовке экспортных контрактов.

Хочется обратить внимание на такой аспект, как подготовка экспортера. Порой приходится слышать, что выйти на внешние рынки трудно, получить

финансирование невозможно. Но анализ ситуаций говорит о том, что львиная доля случаев – это просто недостаточная проработка темы: либо неправильное оформление документов, либо некачественно проведенные переговоры, либо не до конца проработанные договоренности. Неумение пользоваться мерами господдержки - это не вина экспортера, а его беда.

И задача Центра в том, чтобы помочь предпринимателю подготовить контракт, провести переговоры, подготовить тендерную документацию, получить грамотное юридическое сопровождение.

- Куда обращаться экспортерам: в Москву или в региональные центры? Сколько таких центров создано? Чем они могут помочь?

На начальной стадии работы РЭЦ мы будем использовать существующую инфраструктуру поддержки экспорта – территориальные органы Минпромторга, региональные центры поддержки, отделения торгово-промышленной палаты, региональные интеграционные центры (РИЦ) и проч. Пока что идет работа по налаживанию взаимодействия между региональной инфраструктурой и РЭЦ.

Для нас важно, чтобы все звенья цепи – от региональных площадок до торговых представительств – работали слаженно. Чтобы все это имело понятную, четкую структуру. Чтобы для экспортера все шаги были просчитываемыми и простыми.

Впоследствии мы планируем создать сеть собственных региональных отделений.

- Будет ли вся работа с экспортерами продовольствия сосредоточена в РЭЦ или нужно будет, как и прежде, искать по некоторым направлениям поддержку в Минпромторге и Минсельхозе?

Если у бизнеса есть налаженные связи в ведомствах или торговых представительствах, то можно обращаться и туда. Однако если предприниматель хочет оптимизировать свою работу, то ему, вне всякого сомнения, выгоднее сотрудничество с нами.

Очень важно понимать, что Центр не забирает себе функционал ведомств – скорее, он станет партнером экспортера, чтобы помочь ему получить государственную поддержку быстро и качественно.

Государство уже имеет достаточно широкий инструментарий поддержки экспорта, но не всегда имеет возможность довести до конечного потребителя эти меры поддержки. У нас сейчас есть несколько ведомств, которые участвуют в поддержке экспорта, каждое в своей части. В Минэкономразвития России идет работа по регулированию и координации внешнеэкономической деятельности, в которой немалую роль играют Торгпредства и межправкомиссии. Минпромторг отвечает за экспортные субсидии и вопросы, связанные с выставочной деятельностью. Минфин

занимается кредитами, госгарантиями и в целом бюджетной политикой в части поддержки экспорта. Минсельхоз специализируется на поддержке производства конкурентоспособной продукции АПК. И так далее.

Недавно были внесены изменения в закон о Банке развития, где прописан функционал и принципы работы Российского экспортного центра. Сейчас идет работа над подзаконными актами, в которых будут представлены регламенты взаимодействия с органами власти. Это позволит нам в дальнейшем совместно с профильными ведомствами оперативно реагировать на запросы экспортеров.

- Правила ВТО позволяют финансировать проведение определенных мероприятий (программ) по продвижению продукции на зарубежные рынки с использованием государственных средств. Многие государства этим активно пользуются, покрывая частично расходы национальных производителей на участие в выставках. Сегодня российские экспортеры могут позволить участвовать в 1-2 международных выставках, а хотелось бы в 5-10, чтобы об их продукции узнали в большем количестве стран. Как говорится, «пришел, попробовал и купил».

Будет ли РЭЦ организовывать коллективные экспозиции российских экспортеров продовольствия на международных специализированных выставках?

Выставки – один из самых эффективных способов заявить о себе за рубежом, и наш центр сейчас активно подключился к работе по данному вопросу. В изменениях, которые были внесены в Федеральный закон о Банке развития (Федеральный закон от 17 мая 2007 года № 82-ФЗ «О банке развития») прописан функционал РЭЦ, связанный с этим направлением работы.

Согласно документу, РЭЦ оказывает содействие продвижению за рубежом промышленной продукции, включая содействие выставочной, ярмарочной, маркетинговой и иной деятельности, которое осуществляется совместно с органами власти.

Так, недавно РЭЦ вошел в межведомственную комиссию по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД). Эта комиссия создана для того, чтобы координировать работу всех федеральных органов исполнительной власти, которые так или иначе отвечают за вопросы выставочно-ярмарочной деятельности.

Это уже налаженная форма поддержки наших экспортеров - частичное финансирование российских экспозиций на крупных выставках и ярмарках, проводимых за рубежом, а также на российских национальных выставках. Перечень выставок с частичным государственным финансированием ежегодно утверждается постановлением Правительства РФ.

Комиссия проводит аудит планируемых на следующий год мероприятий и выбирает те, которые могут послужить общему продвижению

русской продукции за рубежом. Также в функционал Комиссии входит контроль расходования бюджетных средств. Комиссия работает согласно плану мероприятий по реализации концепции развития ВЯД в Российской Федерации.

К общему перечню задач добавилась и инициатива РЭЦ – проведение аналитического исследования среди компаний-экспортеров с целью выявления основных потребностей их участия в различных выставках.

Это исследование поможет ответить на вопрос, какие именно мероприятия являются наиболее эффективными и какие из них стоит софинансировать со стороны государства. По итогам исследования РЭЦ составит рекомендации, которые передаст на рассмотрение в Комиссию.

Более плотно в данном направлении мы начнем работать с 2016 года.

- Информационная поддержка экспортеров продовольствия имеет два аспекта. Первый - предоставление информации экспортерам о рынках, особенностях вхождения на рынок и т.п. А второй - информирование потенциальных покупателей русской продукции за рубежом о том, какие товары предлагают наши производители.

В других странах государство с этой целью финансирует выпуск и распространение изданий экспортной направленности

(журналов, справочников, каталогов). Например, в США выпускается журнал «American Taste», нацеленный на продвижение американских продовольственных товаров на японский рынок (журнал издается на японском языке). Итальянский журнал «Food and Wine» печатается в Нью-Йорке и ориентирован на американского покупателя. В большинстве случаев выпуск подобных изданий финансируется государством полностью или частично.

Планирует ли РЭЦ организовать выпуск специализированного издания о российских экспортных продовольственных товарах?

Такая идея есть - мы рассматриваем возможность выпуска собственного издания, посвященного экспорту. Сейчас проводим подготовительную работу. Что это будет за издание, и в каком формате оно будет выходить, станет известно в ближайшее время. Однако отмечу, что журнал в большей степени будет посвящен вопросам поддержки российского экспорта.

Помимо этого, в 2016 году мы запустим полноценный портал Российского экспортного центра. По нашей задумке, это будет мощный аналитический ресурс, на котором будет аккумулирована вся информация по экспорту – аналитические страновые отчеты, информация о предстоящих выставках и ярмарках, справочная информация по экспорту и так далее.

Также мы планируем оказывать услуги онлайн.

- Как будут складываться отношения РЭЦ с объединениями экспортеров, представляющих различные отрасли? Кто-то считает, что в перспективе подобные объединения будут не нужны. Другие полагают, что такие союзы и ассоциации могут стать мостом в отношениях Центра и компаний-экспортеров.

Мы открыты к сотрудничеству с любыми бизнес-объединениями. Сейчас мы работаем над стратегией РЭЦ, в которой стараемся учесть интересы всех производителей, поэтому постоянный контакт с представителями различных отраслей является обязательным в нашей работе.

Также надо отметить, что сейчас идет формирование отраслевых дорожных карт, и РЭЦ также принимает участие в работе над этими документами.

Замечу, что у нас нет ограничений по отраслевому признаку, и РЭЦ на данном этапе будет оказывать поддержку всем компаниям, которые решат воспользоваться его услугами. Одним из приоритетных направлений работы станет, не сомневаюсь, агропромышленный сектор.

- Как, на Ваш взгляд, активная поддержка экспортеров продовольствия повлияет на объем поставок?

В целом мы пока можем говорить только об одном ориентире

для всех профильных ведомств и институтов развития, так или иначе задействованных в поддержке экспорта. Это показатель роста несырьевого экспорта на 6% в год.

Именно к этой цели мы все сейчас стремимся. Уже сейчас статистика показывает, что по результатам за 2014 год каждый рубль, вложенный в поддержку экспортноориентированных проектов, принес 8 рублей экспорта.

Что касается поддержки экспорта агропромышленной продукции, стоит отметить, что совсем недавно президент страны Владимир Путин дал поручение Россельхознадзору совместно с нашим центром разработать механизмы поддержки экспорта продукции АПК.

Глава Минсельхоза Александр Ткачев также в недавнем выступлении сказал, что в работе по поддержке агропромышленного экспорта министерство планирует объединить усилия с РЭЦ. Вот в этом ключе мы и будем работать.

Если говорить о финансировании и страховании экспорта, то в эту работу уже давно вовлечены ЭКСАР и Росэксимбанк, которые в ближайшее время войдут под управление РЭЦ.

Я убежден, что продукция АПК обладает огромным экспортным потенциалом, и что сегодня надо приложить максимум усилий для создания такой инфраструктуры

поддержки экспорта, при которой будут расти ускоренными темпами именно поставки переработанной продукции.

Сегодня виден рост экспорта готового продовольствия: подсолнечного масла, шоколадных изделий, алкогольных и безалкогольных напитков.

Экспортируются также пшеничная мука, печенье, макароны, колбасы, мясные и рыбные консервы, рыбное филе, молочные продукты.

Российские производители в состоянии уже в ближайшее время значительно увеличить производство – в расчете на экспорт - мясных и рыбных продуктов, кондитерских изделий, алкогольных и безалкогольных напитков, муки, растительного масла, йогуртов, молочных консервов, мороженого, соков и др.

Сейчас мы встали на путь формирования новой экономической модели, в частности в сфере агропромышленного комплекса. Развитие производства продовольствия в российских регионах и постепенная ориентация производителей на экспорт позволит им выпускать качественную продукцию, которая будет востребована и в России, и за рубежом.

Мы со стороны Российского экспортного центра сделаем все возможное, чтобы в нашей стране были созданы наиболее благоприятные условия для наращивания экспорта продовольственной продукции.

НОВОСТИ

Новые направления деятельности Национального союза экспортеров продовольствия

К настоящему времени сложились весьма благоприятные условия для продвижения российского продовольствия на внешний рынок. Это вызвано развитием экспортного потенциала АПК, появлением новых форм государственной поддержки экспортеров, а также низким курсом рубля.

Российские предприятия все более активно ищут новые рынки сбыта своей продукции в различных зарубежных странах.

Но, приняв решение о выходе на новые рынки, производитель сталкивается с вопросами: куда поставлять товар, сколько и по какой цене можно продать, какие налоги и пошлины надо заплатить, как лучше вести бизнес в данной стране.

Как правило, ответ на эти вопросы производитель получает методом достаточно дорогостоящих «проб и ошибок».

Одна из основных задач Национального союза экспортеров продовольствия - продвижение продукции и услуг отечественных производителей на рынки зарубежных стран, поиск непосредственных партнеров, защита интересов российских поставщиков при выходе на внешний рынок.

Союз готовит тематические обзоры рынков зарубежных стран и возможностей продвижения российских товаров на эти рынки.

Обзоры готовятся по следующей структуре:

- сельское хозяйство;
- пищевая промышленность;
- внешнеторговая политика;
- объемы и структура торговли продовольствием с РФ;
- законодательство в области иностранных инвестиций;
- порядок открытия представительств и филиалов инофирм.

Для компаний, принявших решение о необходимости выхода на новые рынки, предлагается принципиально новая услуга «Исследование экспортного потенциала продукции компании».

Исследование отвечает на следующие вопросы:

- страны (3-5) в которые представляется наиболее перспективным экспорт исследуемой продукции;
- анализ структуры и объемов импорта рекомендуемых стран по данному продукту,
- емкость и объем внутреннего рынка,
- средний уровень цен,
- структура таможенных платежей,
- эскизный расчет логистики,
- краткий обзор правил ведения бизнеса в стране.

Кроме этого, Национальный союз экспортеров продовольствия оказывает своим участникам и партнерам следующие услуги:

- организация визита в страну с целью ознакомления с правилами ведения бизнеса и приобретения деловых знакомств;
- правовая поддержка при организации экспортных поставок;
- помощь в организации логистики;
- сопровождение в деловых поездках и помощь наших экспертов в организации и проведении переговоров с иностранными партнерами.

Деловая миссия в Португалию

Национальный союз экспортеров продовольствия с 27 февраля по 2 марта 2016 года организует деловую миссию в Португалию с посещением Международной Выставки Португальских Вин и Продуктов Питания в Лиссабоне, Португалия.

Выставка открыта только для специалистов - представителей закупочных сетей и оптовых предприятий торговли. Ежегодно выставку посещают около 1500 специалистов со всего мира.

Разделы выставки: Вина, Безалкогольные напитки, Рыба и Морепродукты, Мясо и Мясная Гастрономия, Молочные продукты и Сыры, Кондитерская продукция, Фрукты, Овощи, Био-продукты, Гамма Гурмэ, Оливковые масла.

Для участников специальной деловой миссии предусмотрен ряд дополнительных мероприятий.

Участие в деловой миссии включает:

- Авиаперелёт Москва - Лиссабон – Москва (прямые рейсы TAP PORTUGAL) или Санкт-Петербург – Лиссабон – Санкт-Петербург
- Трансферы (из аэропорта и в аэропорт, на выставку - с выставки)
- Проживание в 5–звездочном отеле – 4 ночи в одноместном номере
- Посещение винодельческих предприятий Алентежу (28 февраля)
- Регистрация на выставку SISAB 29 февраля, 1 и 2 марта
- 4 обеда и 3 ужина
- Дополнительные мероприятия.

Третья ежегодная конференция «Российский несырьевой экспорт – вектор развития экономики»

21 октября 2015 г. прошла масштабная конференция, посвященная развитию несырьевого экспорта в России. Организаторами мероприятия выступили Российский экспортный центр (РЭЦ), ЭКСАР и Росэксимбанк.



На площадке конференции собрались представители таких министерств, как Минэкономразвития, Минпромторг, Минфин России, а также

представители Правительства Российской Федерации и ЕЭК.

Основными темами обсуждения стали условия для наращивания несырьевого экспорта и активное сотрудничество всех участников внешнеэкономической деятельности. Спикеры отметили актуальность создания Российского экспортного центра, который выступает «единым окном» для экспортеров.

По окончании первого пленарного заседания генеральный директор РЭЦ Петр Фрадков поделился с журналистами теми результатами, которые достигнуты с момента создания РЭЦ, а также целями и задачами, которые стоят перед центром сегодня.

«На сегодняшний день в РЭЦ прорабатывается более 70 проектов. Сумма потенциального экспорта по этим проектам составляет около 1,5 млрд долларов США, - сообщил Фрадков. – Это проекты, связанные с поддержкой экспортеров автомобильной, сельскохозяйственной и других видов продукции. Большой интерес также вызывают IT-компании».

В ходе мероприятия представители власти и бизнеса обсудили большой круг проблем как системного, так и практического характера. По мнению участников конференции, РЭЦ обладает огромным потенциалом для их решения. Среди задач, которые сегодня стоят перед центром, - активное содействие улучшению регуляторики по поддержке экспорта и продвижение конкретных экспортных проектов.

Конференция особенно ярко продемонстрировала рост интереса к российскому несырьевому экспорту. «Именно экспорт может стать тем драйвером экономики, который будет способствовать выпуску качественной конкурентоспособной продукции. Такие товары, вне всякого сомнения, будут востребованы не только на внешних рынках, но и внутри страны, - заявил Петр Фрадков. – Таким образом, поддерживая экспорт, мы содействуем импортозамещению и в то же время привлечению инвестиций».

Конференция “FMCG in Russia”

21 и 22 октября в Москве прошла 5-ая международная конференция **«Товары повседневного спроса в России»**.



В конференции участвовали такие компании, как: Procter&Gamble, Coca Cola, Юнилевер Русь, Amway, Группа Черкизово, Май – и другие крупные производители товаров повседневного спроса.

На конференции эксперты отрасли дали ответ на наиболее важные вопросы индустрии:

- Как повлияла реализация политики импортозамещения в России

на сектор товаров повседневного спроса?

• Какие стратегии сегодня применяют международные и российские FMCG игроки, чтобы увеличить прибыль и сохранить долю на рынке?



В ходе мероприятия были проведены:

- презентации крупнейших международных и российских производителей товаров повседневного спроса и ритейлеров;

- мастер-классы по управлению затратами в компаниях-производителях товаров повседневного спроса; разработке и выводу инновационных продуктов на рынок.



В ходе конференции состоялся **круглый стол по вопросам развития экспортного потенциала**

российского АПК, модераторами которого выступили руководители Национального союза экспортеров продовольствия.

Участники круглого стола обсудили следующие вопросы:

- Перспективы развития российского экспорта агропродовольственной продукции (в том числе продукции сельского хозяйства и пищевой промышленности)

- Какие меры поддержки со стороны государства и деловых ассоциаций более всего необходимы экспортерам?

- Оценка последних инициатив по развитию экспорта (создание Российского экспортного центра, подготовка закона «О поддержке экспорта», разработка новой Дорожной карты по поддержке экспорта продукции АПК).

Международная программа поддержки российских производителей

Выставочная компания «Асти Групп» и VNU Exhibitions Europe (Нидерланды) разработали долгосрочную деловую программу поддержки российских производителей в освоении новых рынков сбыта на основе анализа заинтересованности зарубежных в импорте мясной продукции, комбикормов, ветеринарных препаратов и продукции для здоровья животных из России.

Анализ был проведен по итогам прошедшей с 19 по 21 мая 2015 года в Москве международной выставке «Мясная промышленность. Куриный

Король/VIV Russia 2015».

Пошаговая платформа содействия экспорту сельхозпродукции из России, подразумевает участие компаний, заинтересованных в экспорте своей продукции в следующих мероприятиях, направленных на достижение поставленных целей.

1 этап. VIV MEA 2016, 15-17 февраля 2016 года, Абу-Даби, ОАЭ

Представление продукции отечественных предприятий на российском стенде международной выставки VIV MEA 2016, которая состоится 15-17 февраля 2016 года в Национальном выставочном центре Абу-Даби (ADNEC) в рамках Глобального форума по инновациям в области сельского хозяйства (GFIA). VIV MEA очень органично дополняет GFIA в плане активации международных усилий в достижении общего видения использовать инновационные и эффективные решения для развития сельского хозяйства и производства продуктов питания. Как известно, на эту выставку съезжаются покупатели и продавцы со всего мира, заинтересованные в глобальных поставках сельскохозяйственной продукции в различные регионы не только Юго-Восточной Азии, но и всего мира.

2 этап. Международный Саммит VIV Russia, 22-23 сентября 2016 года, Сочи

Обсуждение с российскими и зарубежными правительственными и профессиональными структурами, а также некоммерческими отраслевыми союзами, участниками Международного

Саммита VIV для руководителей агропромышленного сектора экономики, важных вопросов, связанных с производством и перспективами экспорта российской продукции на внешние рынки, подготовкой соответствующей документации, ветеринарно-санитарных сертификатов.

3 этап. VIV Russia 2017, 23-25 мая 2017 года, Москва

Обсуждение с российскими и зарубежными правительственными и профессиональными структурами, а также некоммерческими отраслевыми союзами, участниками Международного Саммита VIV для руководителей агропромышленного сектора экономики, важных вопросов, связанных с производством и перспективами экспорта российской продукции на внешние рынки, подготовкой соответствующей документации, ветеринарно-санитарных сертификатов. Участие в Международной выставке инновационных технологий и перспективных разработок для АПК - VIV Russia 2017, которая состоится 23-25 мая 2017 года в Москве, в Крокус Экспо. Изучение и оценка общей ситуации на рынке, экспортно-импортные взаимоотношения, перспективные рынки сбыта и актуальные тенденции развития мирового рынка АПК, установление деловых контактов с потенциальными партнерами и ведущими специалистами со всего мира.

*Пресс-служба
выставочной компании
«Асти Групп»*

Торгово-продовольственная биржа деловых контактов "АлтайПродМаркет"

27 и 28 октября в барнаульском центре Plaza прошла II Торгово-продовольственная биржа деловых контактов «АлтайПродМаркет». Мероприятие проводится с прошлого года по поручению Губернатора Алтайского края **Александра Карлина**.



Форум развивает процесс импортозамещения и способствует продвижению алтайской продукции на внутреннем и внешнем рынке.



Экспозиция разместилась на 2 тыс. кв. метрах в барнаульском торгово-выставочном комплексе Plaza. В ней приняли участие около сотни производителей региона.

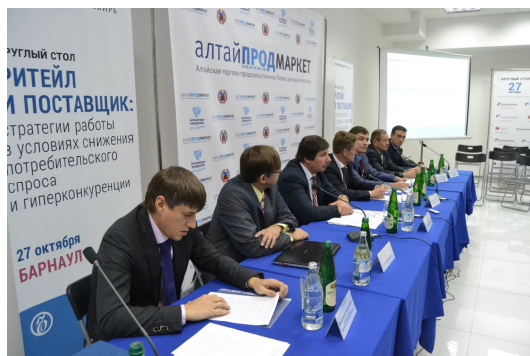
Посетители делового мероприятия смогли познакомиться с полным ассортиментом продукции представленных подотраслей: крупами, макаронами, мясом, колбасными, кондитерскими изделиями, различными видами растительных масел, сыров и других молочных продуктов, медом, продуктами для здоровья и другими.



Начальник управления Алтайского края по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям **Татьяна Зеленина** отметила, что эта выставка уникальна тем, что она прошла в новом для региона бизнес-формате – алтайские товаропроизводители смогли в неформальной обстановке обсудить вопросы поставок продовольствия с представителями розничных и оптовых организаций со всей России.



В рамках «АлтайПродМаркет» прошел круглый стол **«Перспективы развития экспорта пищевых продуктов Алтайского края»**, посвященный обсуждению проблем и перспектив реализации экспортного потенциала региона в сфере пищевой продукции.



Модератором круглого стола выступил президент Национального союза экспортеров продовольствия **Дмитрий Булатов**.

В круглом столе приняли участие представители предприятий-экспортеров края и представители федеральных и региональных структур, чья деятельность связана с поддержкой экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства.

Открывая круглый стол, главный специалист по зерноперерабатывающей промышленности управления Алтайского края по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям **Андрей Выборнов** отметил, что проблема экспорта пищевой продукции является краеугольным камнем развития пищевой и перерабатывающей промышленности региона, так как

объемы вывоза определяются в зависимости от потребностей населения в тех или иных продуктах питания.

Дмитрий Булатов подчеркнул, что для реализации имеющегося экспортного потенциала российского продовольствия, необходимо создать единую эффективную систему поддержки экспорта. В России уже сделаны определенные шаги в этом направлении: создан Российский экспортный центр, подготовлен проект закона «О поддержке экспорта», разработана дорожная карта «Поддержка доступа продукции АПК на рынки зарубежных стран».

Президент Алтайской торгово-промышленной палаты **Борис Чесноков** рассказал о механизмах продвижения алтайской продукции на внешние рынки, используемых в регионе. В своем выступлении он отметил, что в крае и на государственном, и на негосударственном уровне существует эффективная инфраструктура поддержки экспорта, и Алтайская ТПП является одним из элементов негосударственной инфраструктуры поддержки экспортно-ориентированных производителей региона.

В продолжение темы руководитель Алтайского краевого центра координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства **Сергей Мазур** проанализировал последние инициативы по развитию экспорта, реализуемых на территории России. По его сообщению, Алтайский край вошел в

число двадцати регионов, которые станут пилотными при осуществлении образовательной программы «Организация экспортной деятельности российских предприятий» Российского экспортного центра. Краевой Центр поддержки экспорта заключил соглашение с Российским экспортным центром по реализации программы в Алтайском крае. Запуск проекта запланирован на начало 2016 года.

Важной частью круглого стола стало выступление генерального директора компании - члена Алтайской ТПП и компании-экспортера «Алтайские мельницы» **Владимира Бутина**, который поделился опытом участия в международной торговле по профилю своей деятельности.

Завершили круглый стол начальник отдела пограничного ветеринарного контроля на государственной границе Российской Федерации и транспорте **Валерий Ушаков** и начальник отдела карантинного и фитосанитарного надзора управления Россельхознадзора по Алтайскому краю **Владислав Савков**, которые осветили основные требования ветеринарного и фитосанитарного надзора, предъявляемые к внутрироссийским и экспортным поставкам пищевой продукции.

По итогам круглого стола Алтайская торгово-промышленная палата и Национальный союз экспортеров продовольствия разработают резолюцию, в которую войдут предложения организаторов и участников мероприятия по

продвижению пищевой продукции на мировой рынок. Документ будет направлен в федеральные министерства и ведомства, Торгово-промышленную палату России и другие заинтересованные организации.

Российская гастрономическая неделя в Испании – новый формат сотрудничества

С 1 по 6 октября в Мадриде проходили мероприятия Российской гастрономической недели, организованной Международным эногастрономическим центром (Москва) при поддержке посольства РФ в Испании, Федерального агентства по туризму (Ростуризм), Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО) и Национального союза экспортеров продовольствия.



Российская гастрономическая неделя стала первым столь масштабным событием, показавшим европейцам возможности гастрономического туризма в регионы России и продемонстрировавшим достоинства многогранной российской кухни.

Торжественная церемония открытия Российской гастрономической

недели в посольстве РФ в Испании собрала порядка 180 гостей из числа испанских и российских официальных лиц, видных бизнесменов, деятелей культуры, а также многочисленных представителей СМИ.

В ходе церемонии был подписан договор о сотрудничестве между Национальной ассоциацией хранителей гастрономического наследия и туризма «Очаг» (Россия) и Ассоциацией друзей Королевской гастрономической академии (Испания).



Виртуозное мастерство игры на музыкальных инструментах продемонстрировали юные музыканты, стипендиаты Международного благотворительного фонда Владимира Спивакова А. Покатилов и Д. Кутуев.

На протяжении недели команда российских шеф-поваров из разных регионов страны создавала гастрономические шедевры на кухне знаменитого мадридского ресторана L'Albufera в фешенебельном отеле Melia Castilla.

Уральскую кухню представил шеф-повар В.Олькинцкий из города Екатеринбурга, кухню Юга России - шеф-повар А.Матюха и су-шеф С.Новиков из города Краснодара,

специалитеты татарской кухни подготовили шеф-повара из Казани Р.Камалиев и Р.Хайбуллов. Обед для семей с детьми из блюд кухни Поволжья - дело рук шеф-повара А.Реука из Нижнего Новгорода, а с кухней европейского Севера России мадридцев познакомил шеф-повар М.Шишов из Великого Новгорода.



Среди блюд, вызвавших наибольший интерес, - паштет из куриной печени в глазури из северных ягод с пюре из печеного яблока; тельное из судака с крапивой, приготовленное в блинном тесте, с овощным gratin и грибным соусом; горячая ветчина из свинины с прослойкой из белых грибов и шкварок, трюфель из картофеля и копчёной груши, ризотто из тыквы и моркови со сливочным сыром, мочёные яблоки и соус из кваса; десерт «сыр и колбаса» (тыква в винной карамели и шоколадная масса с орехами со сгущённым молоком, граните из кизила); зур балиш с полбой и бараниной; эчпочмаки; талкыш калеве; томлёный лосось с толчёным картофелем и раковыми шейками под соусом кокиль; щёчки телячьи тушённые с пюре и молодым горошком; и конечно, салат оливье. Сопровождали региональные гастрономические обеды и ужины

природная вода «Жемчужина Байкала», Иван-чай и Устьянские соки из Архангельской области, водка Forty Degrees, а ужин татарской кухни - коллекция водок Татспиртпрома.

Значительный интерес у испанцев вызвал мастер-класс по российским винам. Особая интрига заключалась в том, что комментировал продукцию российских виноделов лично **Х.Пеньин, самый известный винный критик испаноязычного мира** и автор авторитетного ежегодного «Гида Пеньина». С обзорной лекцией о положении дел в российском виноделии выступил Л.Попович, президент Союза виноградарей и виноделов России (СВВР). А затем Х.Пеньин прокомментировал девять образцов российских вин из Краснодарского края и Ростовской области, которые он предварительно отобрал во время визита в Россию. На мастер-классе по российским водкам и дистиллятам международный судья по белым спиртам, президент МЭЦ, Л.Гелибтерман рассказал об истории и традициях крепкого алкоголя в России и продегустировал вместе с собравшимися журналистами, блоггерами и специалистами двенадцать образцов напитков. Тему российских водок продолжила вечеринка Vodka Night, прошедшая при большом наплыве гостей в самом центре Мадрида в историческом пабе La Fontana de Oro. Водка Forty Degrees, в виде разнообразных коктейлей и в чистом виде, в эту ночь правила балом.

В течение двух дней в отеле Melia Castilla проходила Российско-

испанская выставка гастрономических маршрутов, туризма, производителей продуктов питания и напитков. Среди её посетителей были как испанские официальные лица и специалисты, так и широкая публика. Презентационная сессия «Инвестиционные проекты в индустрии туризма и сервиса» представила европейским инвесторам российские региональные проекты «Викинг-парк» (Великий Новгород), «Невская рыба» (Санкт-Петербург), «Гастрономический тур: от царских палат до крестьянской избы» (Ленинградская область) и «Кухня русской классики» (Нижний Новгород). Модераторами сессии выступили Г.И.Курочкина, Торгпред РФ в Испании, и Е.Н.Чурина, председатель экспертного сообщества Агентства Инновационного Развития Регионов.

Гала ужин российской кухни стал финальным аккордом Российской гастрономической недели в Испании и начальной нотой в деле продолжения подобных российских проектов в других странах.

Справка об организаторе:

«Международный эногастрономический центр» (МЭЦ) был основан в Москве в 2007 году. За время существования МЭЦ было организовано и проведено более 10 крупных международных фестивалей и форумов. Партнеры МЭЦ находятся в более чем 50 странах Европы, Северной и Южной Америки, Азии, Африки, Австралии и Океании, а также в 25 регионах России. МЭЦ является аффилированным членом ЮНВТО. Сайт www.icwag.ru

АНОНСЫ

V РОССИЙСКО-ШВЕДСКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ФОРУМ «ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ: КЛЮЧ К СОВРЕМЕННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ»

Даты проведения: 18 – 19 ноября 2015 г.

Место проведения: Торгпредство России в Швеции (г. Стокгольм, Лидингё, Рингвеген 1).

Организаторы: Торговое представительство Российской Федерации в Королевстве Швеция, Министерство экономического развития Российской Федерации, Государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)», Российско-Шведский Деловой совет.

Справочно: Российско-Шведский Деловой совет (РШДС) - эффективный инструмент в развитии экономического и в том числе инвестиционного сотрудничества между Россией и Швецией, созданный 30 марта 2011 г. в ходе XV сессии Российско-Шведского Наблюдательного комитета по торговле и экономическому сотрудничеству. Глава российской части Делового совета - Председатель Государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (ВНЕШЭКОНОМБАНК)» В.А. Дмитриев, глава шведской части – Генеральный директор концерна «Эрикссон» Ханс Вестберг. Цель РШДС - содействие реализации потенциала экономического сотрудничества между

Россией и Швецией на уровне бизнес-структур.

Цель Форума: развитие деловой площадки по вопросам привлечения шведских инвесторов к реализации инвестиционных проектов в России, раскрытие инвестиционного потенциала российских регионов, продвижение инновационных проектов и российского высокотехнологического экспорта, установление прямых контактов со шведскими потенциальными партнерами для совместной реализации конкретных проектов.

Ключевые темы форума:

- инвестиционный потенциал российских регионов: региональные кластеры, технопарки, платформы, отраслевые программы развития (краткие презентации и ответы на вопросы);
- будущее инноваций: взгляд крупных игроков;
- как идеи находят инвесторов: пути привлечения финансирования проектов и стартапов;
- система государственных гарантий для экспортеров в России.
- изучение шведского опыта реализации инновационных проектов и их коммерциализации с привлечением иностранного капитала.

Формат проведения Форума:

Программа предусматривает работу в течение двух дней:

Первый день. Встречи российских участников с представителями шведских компаний по предварительно проработанным проектам и направлениям.

Второй день. Встреча российской делегации с представителями шведской части Российско-Шведского Делового Совета. Пленарная часть: проведение презентаций, дискуссионных панелей, B2B переговоров.

На полях Форума состоится встреча заместителей сопредседателей Российско-Шведского Наблюдательного Комитета по торговле и экономическому сотрудничеству (НК), а также предполагается провести заседание рабочей группы НК по банкам и финансам, что сделает возможным участие в работе Форума членов официальных делегаций.

При подведении итогов Форума предполагается общение с представителями местных («Дагенс Индустри», «Нюа Афферер», «Эстеблишинг Эброуд») и российских (ТАСС) СМИ, подписание документов: протоколов, меморандумов и соглашений в зависимости от степени проработки реализации совместных проектов.

Со шведской стороны к участию в работе Форума привлекаются представители профильных государственных структур, руководители инвестиционных фондов,

банков, международных концернов и высокотехнологических предприятий, крупнейших консалтинговых компаний, представители правительства регионов Швеции, заинтересованных в развитии сотрудничества с Россией.

Участие в Форуме бесплатное.

Рабочий язык мероприятия - английский.

В случае заинтересованности в участии в форуме необходимо направить официальное письмо на имя Торгового представителя России в Швеции А.В. Катасова.

В письме требуется указать:

- наличие предложений по конкретным проектам российско-шведского сотрудничества;

- наличие пожеланий и приоритетов по компаниям для организации b2b встреч в рамках форума;

- если планируется выступление – указать тему;

- предполагаемый количественный состав делегации (предварительно).

Программа форума будет уточняться по мере ее формирования.

Контактная информация:

Тел.: +46 (8) 765-97-70

Тел. IP: +7(495) 650-89-60

Факс: +46 (8) 765-99-59

E-mail: info@rysslandshandel.se;
torgpredstvo@telia.com

Ирина Кукушкина
Irina.Kukushkina@rysslandshandel.se

Вадим Сапцов
Vadim.Saptsov@rysslandshandel.se

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«СВИНОВОДСТВО-2015»
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ КАК ПЕРВЫЙ ЭТАП СОЗДАНИЯ
ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА
24 - 26 ноября 2015 г., Москва, Россия

ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
- Национальный Союз свиноводов России
- Международная промышленная академия

КОНФЕРЕНЦИЯ ПРОВОДИТСЯ ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

- Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору РФ
- Национальной мясной ассоциации
- Мясного Совета Единого экономического пространства (ЕЭП)

В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ:

- От этапа структурирования отрасли к выходу на глобальные рынки
- Ветеринарное благополучие - основа динамичного развития отрасли и выхода на внешние рынки
- Актуализация требований к качеству мяса на современном этапе развития свиноводства
- Реализация стратегии конкурентоспособности - необходимое условие импортозамещения и создания экспортного потенциала
- Кормление свиней для раскрытия генетического потенциала

В РАМКАХ КОНФЕРЕНЦИИ ПРЕДУСМОТРЕНЫ:

- Выставка, на которой будут представлены стенды отечественных и зарубежных компаний
- Деловые встречи и переговоры
- Выставка-продажа научно-технической литературы

К УЧАСТИЮ В КОНФЕРЕНЦИИ ПРИГЛАШАЮТСЯ:

- Руководители и специалисты агрохолдингов, свиноводческих, мясоперерабатывающих и комбикормовых предприятий
- Руководители и специалисты органов управления АПК субъектов Российской Федерации
- Руководители и специалисты Национального Союза свиноводов, Национальной мясной ассоциации и других отраслевых союзов АПК
- Руководители и специалисты отечественных и зарубежных компаний, фирм и предприятий - производителей оборудования, комплектных линий для свиноводческих и мясоперерабатывающих предприятий и кормопроизводства
- Ученые научно-исследовательских институтов и высших учебных заведений (университетов) России, стран СНГ и дальнего зарубежья

Техническим оператором мероприятия (Оргкомитет конференции) является Международная промышленная академия, в адрес которой следует направлять заявки на участие и организационные вопросы.

Для участия в конференции необходимо до 12 ноября 2015 г. направить заявку установленного образца. По получению заполненного бланка-заявки Оргкомитет направит заявителю счет по факсу или электронной почте.

Профессор Щербакова Ольга Евгеньевна, тел./факс (495)959-71-06,
e-mail:

scherbakovaoe@grainfood.ru

Зав. лабораторией Чукумбаева Маргарита Леонидовна, тел./факс (499)235-46-91,

e-mail: rita@grainfood.ru

Профессор Галкина Лариса Сергеевна - тел.: (495) 959-66-76

Деканат, Карцева Ольга Павловна
- тел./факс (499) 235-95-79,
dekanat@grainfood.ru

СПРАВКИ И ЗАЯВКИ:

Руководитель Центра «Современное производство и использование комбикормов»:

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ХЛЕБОПЕКАРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО - 2015»

30 ноября - 2 декабря 2015 г., Москва, Россия

ОРГАНИЗАТОРЫ:

- Российский Союз пекарей
- Международная промышленная академия
- НИИ хлебопекарной промышленности

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

- Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
- Научно-исследовательского института питания
- Торгово-промышленной палаты Российской Федерации

- Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий
- Союза производителей пищевых ингредиентов

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Современное состояние и перспективы развития хлебопекарного рынка России;
- Ключевые инициативы Российского союза пекарей и приоритеты текущего периода. Потенциальные точки роста в отрасли;

- Технический прогресс, как важнейший фактор инновационного развития хлебопекарного производства в России;

- Научоемкость отрасли или как эффективно внедрять научные достижения в производство;

- Управление ассортиментом и продажами - ключевые факторы роста прибыли;

- Инновационные технологии и оборудование в хлебопекарном производстве: настоящее и будущее отрасли;

- Техническое регулирование в отрасли, его особенности. Первые итоги применения технических регламентов. Стандарты как доказательная база требований технических регламентов;

- Обеспечение безопасности и качества продукции на хлебопекарных предприятиях;

- Требования санитарного законодательства Российской Федерации к хлебопекарной продукции;

- Упаковка и маркировка хлебобулочных изделий: приоритеты, правила, ошибки;

- Современные решения в организации логистики на хлебозаводе;

- Интеллектуальная собственность на хлебопекарном рынке России;

- Квалифицированные кадры для отрасли и пути развития сотрудничества предприятий с

профильными образовательными организациями.

В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Пленарные заседания и тематические фокус сессии

- XV Смотр качества хлеба и хлебобулочных изделий «Инновации и традиции» и Конкурс «Лучший инновационный продукт года»

- Выставка фирм-производителей оборудования, ингредиентов, лабораторных приборов и упаковки

- Выставка продукции хлебопекарных предприятий - участников Смотра

- Выставка-продажа научно-технической литературы

- Мастер-классы фирм-производителей сырья и приборов

СПРАВКИ И ЗАЯВКИ:

Первый проректор Ильина Ольга Александровна

Тел. (495) 959-66-91, e-mail: ilyina@grainfood.ru

Заведующая кафедрой пищевых производств Иунихина Вера Сергеевна

Тел. (495) 959-66-51, e-mail: iunikhina@grainfood.ru

Заведующая Учебно-методическим отделом,

Масальцева Ольга Ивановна,

Тел. (495) 959-71-01, e-mail: masaltseva@grainfood.ru

ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Мировая и региональная политика

ЕАЭС примет ряд защитных мер в связи с присоединением Казахстана к ВТО

Ряд защитных мер планируется принять в Евразийском экономическом союзе в связи с присоединением Казахстана к ВТО. Об этом сообщил член Коллегии (министр) по торговле Евразийской экономической комиссии Андрей Слепнев.

Он пояснил, что в соответствии с условиями присоединения Казахстана к ВТО по многим товарным позициям у казахстанской стороны более низкие ставки таможенных пошлин, чем в едином таможенном тарифе ЕАЭС. В первый год после присоединения Казахстана к ВТО различия затронут около 1,5 тыс. товарных позиций, в том числе сельхозпродукцию, которая относится к группе повышенного риска.

Указывается, что по ряду групп товаров будут введены секторальные специальные защитные меры. В частности, это коснется всей животноводческой продукции, части растениеводческой продукции, сахара и алкоголя. Данные меры будут приняты с тем, чтобы ввозимая в Казахстан по более низким ставкам продукция не попадала на общий рынок ЕАЭС. Кроме того, по словам министра, планируется

применять механизм специальной маркировки товаров. А.Слепнев отметил, что постепенно различия в ставках таможенных пошлин между Казахстаном и остальными странами ЕАЭС будут выравниваться, однако этот процесс продлится не менее 7-10 лет.

ЕАЭС планирует создать дорожную карту сотрудничества с Китаем

Евразийский экономический союз планирует создать дорожную карту сотрудничества с Китаем. Об этом сообщил член коллегии (министр) по промышленности и агропромышленному комплексу Евразийской экономической комиссии Сергей Сидорский.

«Мы можем достичь в торговле с Китаем уже в текущем году объема в \$100 млрд. Ситуация в мире меняется, и Китай признает, что любые отношения с ЕАЭС для него сегодня – стратегическая задача. Это очень важный тезис, который мы должны не только поддержать, но и активно его развивать», – отметил министр ЕЭК.

По словам С.Сидорского, принято решение о координации действий государств - членов союза по

вопросам сопряжения Евразийского экономического союза и экономического Шелкового пути. «Президенты приняли важное решение выйти в ближайшей перспективе на создание дорожной карты с Китаем», – рассказал министр.

Прогноз производства пшеницы в мире в 2015/16 МГ понижен

Аналитики Международного совета по зерну (IGC) понизили прогноз валового сбора пшеницы в мире в 2015/16 МГ на 1,2 млн тонн – до 725,9 млн тонн. Тем не менее, обновленный показатель по-прежнему превышает результат сезоном ранее (720,5 млн тонн).

Понижительная корректировка произошла за счет США – до 55,8 млн тонн против 58,5 млн тонн, озвученных ранее, Австралии – до 24 (25,5), Аргентины – до 10,4 (10,9) млн тонн и Бразилии – до 6,6 (7,1) млн тонн.

В свою очередь, оценка была повышена для Украины – до 26 (25,5) млн тонн, России – до 60,6 (60) млн тонн, Канады – до 26,1 (25,5) млн тонн и стран ЕС – до 161,9 (159,7) млн тонн.

Экспорт пшеницы в мире в 2015/16 МГ озвучивается на уровне 149,9 млн тонн, что на 1,1 млн тонн выше показателя, озвученного ранее, однако, уступает прошлогоднему результату (153,3 млн тонн). Прогноз отгрузок зерновой был повышен для Украины – до 22,1 млн тонн (+1,4 млн тонн к предыдущей оценке), России – до 23,6 млн тонн (+0,5 млн тонн), стран ЕС – до 30 млн тонн (+0,5 млн тонн) и

Бразилии – до 1,4 млн тонн (+0,1 млн тонн). В то же время, США сократят экспорт пшеницы до 22,1 млн тонн (-1,4 млн тонн).

Международный совет по зерну повышает прогноз мирового урожая кукурузы в 2015/16 МГ

В своем обновленном отчете аналитики IGC повысили прогноз валового сбора кукурузы в мире в сезоне-2015/16 на 2,8 млн тонн – до 969,7 млн тонн, что, тем не менее, существенно ниже показателя 2014/15 МГ (1,01 млрд тонн).

Повышательная корректировка затронула США – до 342,3 млн тонн против 340 млн тонн, озвученных ранее, Бразилию – до 81,4 (78) млн тонн и ЕС – до 65,7 (65,5) млн тонн. В то же время, рассматриваемый показатель был понижен для Украины – до 23 (24,5) млн тонн и ЮАР – до 12,5 (13) млн тонн.

Объемы мирового экспорта кукурузы в 2015/16 МГ озвучиваются на уровне 124,9 млн тонн, что практически соответствует прошлогоднему показателю (124,8 млн тонн). Аналитики повысили прогноз отгрузок для Бразилии – до 28,6 млн тонн против озвученных ранее 27,9 млн тонн, Парагвая – 3 (2,3) млн тонн и ЕС – до 2 (1,9) млн тонн. В свою очередь, прогноз экспорта кукурузы был понижен для Украины – до 16 (17) млн тонн и Индии – до 1,5 (2) млн тонн.

USDA повышает прогноз мирового урожая сои в 2015/16 МГ

Эксперты USDA в своем последнем отчете повысили оценку производства соевых бобов в мире в 2015/16 МГ до 320,49 млн тонн против 319,61 млн тонн, озвученных ранее, что также превосходит результат прошлого сезона (318,95 млн тонн).

Повышательная корректировка затронула Бразилию – до 100 (97) млн тонн. В свою очередь, для США рассматриваемый показатель был понижен – до 105,81 (107,1) млн тонн. Для Аргентины прогноз сохранился без изменений – 57 (60,8) млн тонн.

Прогноз мирового экспорта сои в сезоне-2015/16 был повышен до 126,77 (126,48) млн тонн.

Мировые запасы сои в 2015/16 МГ прогнозируются на уровне 85,14 млн тонн, что демонстрирует рост на 160 тыс. тонн по сравнению с показателем,

озвученным месяцем ранее, а также существенно превышает прошлогодний результат (77,97 млн тонн).

В 2015/16 МГ предложение сахара в мире будет недостаточным

Согласно данным аналитиков ASR Group, в 2015/16 МГ на мировом рынке сахара может наблюдаться недостаточное предложение продукции. Так, эксперты оценивают нехватку сахара в мире на уровне 2,7 млн тонн.

Причиной данной ситуации, как отмечают аналитики, станет снижение запасов продукции на фоне низких цен на нее. Кроме того, снижение производства сахара в ЕС и Китае на фоне роста спроса на него также будет способствовать сокращению запасов продукции.

Ближнее зарубежье

Кабмин Украины одобрил отмену дополнительного импортного сбора с 1 января 2016 года

Кабинет министров Украины на заседании 21 октября одобрил отмену дополнительного импортного сбора с 1 января 2016 г. Об этом заявил министр экономического развития и торговли Украины Айварас Абромавичус.

Он отметил, что соответствующий законопроект «О признании утратившим силу Закона

Украины «О мерах по стабилизации платежного баланса Украины в соответствии со статьей XII Генерального соглашения по тарифам и торговле 1994 г.» будет передан на рассмотрение в Верховную Раду Украины в ближайшее время.

А.Абромавичус добавил, что дополнительный импортный сбор был применен как один из инструментов для достижения макроэкономической стабилизации.

Украинские предприятия сокращают производство круп и их экспорт

Согласно данным Государственной службы статистики, по итогам 2014 г. в Украине было произведено 349,7 тыс. тонн крупяной продукции, что на 5% уступает показателю 2013 г. (367,1 тыс. тонн). Об этом в своем докладе в рамках конференции «Мука и крупы: сырье, рынок, технологии» сообщил директор ассоциации «Мукомолы Украины», руководитель службы бизнес-проектов ИА «АПК-Информ» Родион Рыбчинский.

При этом он отметил, что в пятерку основных видов круп в 2014 г. вошли гречневая, кукурузная, пшеничная, гороховая и ячменные крупы, доля которых суммарно составила 78% общего производства круп.

«При этом существенно снизились объемы производства рисовых круп, которые в 2014 г. достигли всего 23,5 тыс. тонн против 49,8 тыс. тонн в 2013 г», - добавил Р.Рыбчинский.

Основными причинами указанного падения докладчик назвал снижение спроса на фоне сокращения численности населения и его покупательной способности, а также сокращение производства некоторых зерновых культур.

Также эксперт отметил планомерное снижение объемов экспортных поставок круп из Украины.

«Так, если в 2012/13 МГ из Украины было экспортировано 101,8 тыс. тонн круп, то в 2013/14 МГ данный

показатель снизился до 92,8 тыс. тонн, а в 2014/15 МГ – до 59,5 тыс. тонн», - резюмировал Р.Рыбчинский.

Политика развития АПК Казахстана будет скорректирована с акцентом на меры «зеленой корзины» в рамках ВТО

Политика развития агропромышленного комплекса Казахстана относительно формирования модели новой структурной экономики будет скорректирована с акцентом на меры «зеленой корзины» в рамках Всемирной торговой организации. Об этом рассказал первый заместитель председателя правления АО «Институт экономических исследований» Асет Иргалиев.

«Политика развития АПК будет скорректирована с акцентом на меры «зеленой корзины» в рамках ВТО. К категории мер «зеленой корзины» относятся конкретные правительственные программы, предусматривающие предоставление таких услуг общего характера, как, например, проведение научных исследований, подготовка кадров, маркетинг и продвижение товаров, развитие инфраструктуры, включая прокладку дорог и линий электроснабжения, обустройство водоснабжения, строительство портовых сооружений, плотин и т.д. Также сюда относятся расходы на создание государственных резервов для обеспечения продовольственной

безопасности и расходы на предоставление продовольственной помощи нуждающейся части населения», – сказал А.Иргалиев.

При этом он отметил, что мероприятия в рамках «желтой корзины» включают все меры господдержки, имеющие влияние на конкурентную среду, т.е. прямым или косвенным образом снижающие себестоимость или рыночную цену производимой продукции.

«В настоящее время в Казахстане около 80% от общего финансирования отрасли занимают меры «желтой корзины», соответственно на меры «зеленой корзины» приходится всего лишь 20%. Тогда как в развитых странах большее внимание уделяется финансированию мер «зеленой корзины», – подчеркнул А.Иргалиев.

Казахстан рассматривает возможность присоединения к Кернской группе

Казахстан рассматривает возможность присоединиться к международной ассоциации стран-экспортеров сельскохозяйственной продукции «Кернская группа». Об этом сообщил министр сельского хозяйства РК Асылжан Мамытбеков/

«Мы очень подробно изучали и брали во главу угла всех этих изменений (новые правила субсидирования в сельском хозяйстве) именно опыт Кернской группы, который принципиально отличается от тех стран, которые вместо развития преследуют

иную цель – сдерживание роста производства», – сказал А.Мамытбеков.

Министр проинформировал, что в Европе есть проблема перепроизводства, и в некоторых странах государство платит только для того, чтобы фермер не сеял или не увеличивал свое поголовье. «В странах Кернской группы стоит задача, которая совпадает с нашей, – именно по увеличению объемов производства, увеличению эффективности производительности труда в сельском хозяйстве. Соответственно, для нас этот опыт был бы особо важен, и мы сейчас очень серьезно рассматриваем вопрос о возможности присоединения Казахстана к Кернской группе», – рассказал А.Мамытбеков.

Он отметил, что точную дату присоединения Казахстана к организации пока назвать сложно. «После изучения этой процедуры будут уже ясны сроки и порядок присоединения», – добавил глава Минсельхоза.

Справочно: Кернская группа - группа стран-экспортеров сельскохозяйственной продукции, сформированная в 1986 году в г.Кернс (Австралия)..

В группе состоит 20 стран: Аргентина, Австралия, Боливия, Бразилия, Вьетнам, Канада, Чили, Колумбия, Коста-Рика, Гватемала, Индонезия, Малайзия, Новая Зеландия, Пакистан, Парагвай, Перу, Филиппины, ЮАР, Таиланд и Уругвай.

Казахстан, Туркменистан и Иран согласовали единые ставки для контейнерных поездов

АО «НК «Казахстан темир жолы», Министерство железнодорожного транспорта Туркменистана и Железные дороги Исламской Республики Иран достигли договоренности об установлении с 15 октября 2015 г. единых ставок по территориям Казахстана, Туркменистана и Ирана для контейнерных поездов из Китая в Иран и транзитом через его территорию.

Отмечается, что реализация данной меры позволит привлечь грузопотоки с морского транспорта и повысить привлекательность сухопутных трансконтинентальных коридоров.

Также были согласованы льготные тарифные условия по территориям сторон на перевозки зерна из Казахстана в Иран и транзитом через Иран в направлении порта Бендер-Аббас.

«Предоставленные льготные тарифные условия для казахстанского экспорта будут способствовать освоению новых рынков Индии и стран Персидского залива. При этом стороны согласились, что будут стремиться к установлению единых комплексных ставок на 2016 г. по своим территориям по мере наращивания объемов перевозок грузов в вагонах и контейнерах».

Представители бизнеса создадут Казахстанско-Китайскую ассоциацию предпринимателей продовольственной индустрии

Представители бизнеса договорились о создании Казахстанско-Китайской ассоциации предпринимателей продовольственной индустрии.

Ассоциация будет заниматься регулированием вопросов распределения квот на импорт пшеницы и муки в Китай (в частности в Синьцзян-Уйгурский автономный р-н), а также возможных торговых споров между предпринимателями стран.

Главной задачей бизнес-объединения будет оперативное информирование предпринимателей о товарах, пользующихся особым спросом в Синьцзян-Уйгурском автономном районе Китая.

В Кыргызстане принята программа обеспечения продбезопасности

В Кыргызстане принята Программа по обеспечению продовольственной безопасности и питания на 2015-2017 гг.

Программа призвана обеспечить наличие продовольствия в стране путем развития АПК и регулирования импорта-экспорта продтоваров. Для реализации программы необходимо 2,28 млрд сомов.

По словам премьер-министра страны Темира Сариева, Кыргызстан

обеспечивает себя только тремя из девяти базовых продуктов питания.

«Базовыми определены девять продуктов: хлебопродукты в пересчете на зерно, картофель, овощи и фрукты, плоды и ягоды, мясо, молоко сырое, сахар, яйца и масло растительное. Проблема у нас в недостаточном уровне самообеспеченности основными видами», – отметил он.

Туркменистан ограничит импорт некоторых видов продовольствия

Вопросы ограничения объемов импорта в Туркменистан некоторых видов продовольственной продукции и создания производств, замещающих импорт этих товаров, был рассмотрен на заседании туркменского правительства.

Как сообщил вице-премьер правительства Туркменистана Пальван Таганов, основную часть ввозимой в Туркменистан продукции составляют товары производственно-технического назначения. Доля импорта продовольствия равна 6,1%. По итогам семи месяцев с.г., 61,8% реализованных в стране колбасных изделий было произведено в Туркменистане.

Вице-премьер отметил, что в Туркменистане в достаточном объеме производятся колбасные изделия, консервированная, плодоовощная продукция, фруктовые соки и безалкогольные напитки, что говорит о возможности ограничить объем ввоза импортных аналогов и обеспечения внутреннего рынка товарами местного производства.

Президент Туркменистана Гурбангулы Бердымухамедов одобрил предложения по таможенным пошлинам на некоторые виды продовольственной продукции, ввозимой из других стран, и отметил важность принятия практических мер для создания новых предприятий по выпуску продовольственных товаров на основе местного сырья.

Правительство Молдовы упростило процедуру экспорта продуктов животного происхождения

Правительство Молдовы одобрило 16 сентября Регламент создания единого окна для выдачи документов при экспорте продукции животного происхождения, передает «Инфотаг».

Как сообщил министр сельского хозяйства и пищевой промышленности Ион Сула, документ предусматривает послабления как для физических, так и юридических лиц.

«Речь о снижении расходов при экспорте и проверке документов со стороны ответственных органов. Если ранее сумма расходов превышала 1 тыс. леев, то теперь она будет на уровне 400 леев. Кроме того, экономические агенты смогут подавать заявления на выдачу документов электронным способом», – пояснил он.

По словам министра, регламент направлен на борьбу с излишней бюрократией между экономическими агентами и Национальным агентством по продовольственной безопасности.

Дальнее зарубежье

ЮАР повышает пошлину на импорт пшеницы до рекордного уровня

Правительство ЮАР приняло решение повысить пошлину на импорт пшеницы на 17% – до 911,2 рэндов (\$66) за тонну. Данный тариф является рекордно высоким.

Указывается, что решение столь значительно повысить пошлину на импорт пшеницы вызвано желанием властей ЮАР поддержать местных производителей зерновой на фоне падения цен на данную продукцию на мировом рынке.

Индия повышает пошлину на импорт пшеницы

Правительство Индии приняло решение повысить пошлину на импорт пшеницы до 25% против 15%, действующих ранее. Данное решение было принято с целью сокращения импорта привлекательной по цене австралийской и французской продукции.

Действие указанного тарифа продлится до 31 марта 2016 г.

Индия повысила пошлины на импорт растительных масел

Правительство Индии приняло решение повысить пошлины на импорт

сырых и рафинированных масел в страну на 5%. Так, новый тариф для сырых масел составляет 12,5%, для рафинированных – 20%. Данное решение было принято ввиду желания властей Индии повысить уровень самообеспечения страны указанной продукцией и сократить ее импорт.

При этом операторы рынка считают, что рост пошлин не окажет существенного влияния на объемы импорта растительных масел в Индию. Кроме того, объемы переработки масличных в Индии сокращаются, тогда как потребление масел ежегодно увеличивается на 5,5%, что не позволит стране сократить импорт продукции.

Индонезия запретит импорт кукурузы через частных импортеров

Правительство страны планирует временно запретить с 2016 г. частным импортерам, поставляющим кукурузу для кормовых целей, закупать зерновую на внешних рынках. Правом импорта продукции будет обладать лишь госоператор Bulog.

Указывается, что данное решение является частью политики, нацеленной на самообеспечение Индонезии.

*По материалам
информационного агентства
«АПК-Информ»*

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

МЁД АЛТАЯ



Мёд ценнейший продукт, который дарит нам природа. Он содержит аминокислоты, витамины (всего около 300 органических и минеральных веществ). В его состав в небольших количествах входят пыльца, маточное молочко, перга, в природе не существует лучшего средства, способного доставить количество микроэлементов и витаминов, необходимых для повышения сопротивляемости организма к действию вредоносных факторов и воздействию различных заболеваний.

Мёд является национальным русским продуктом, хотя, по сравнению с другими странами, мы потребляем его значительно меньше. В последнее время отношение к мёду стало

меняться, сейчас мёд становится не только полезным продуктом, который потребляют в случае простуды или в холодное время года, но и лакомством, десертом. Поклонники полезного питания повышенное внимание уделяют экопродуктам, в первую очередь обращают внимание на полезность продукта и отказываются от сахара в пользу мёда.

Фирма «Мёд Алтай» на рынке с 1994 года. Занимается реализацией алтайского мёда, пчелопродукции, медовых композиций по всем регионам России. Её постоянными партнёрами являются регионы Сибири, Севера, Урала и Центральная часть России. А продукция этого предприятия неоднократно получала призовые

места, дипломы, медали на всероссийских ярмарках и фестивалях.

Основное направление деятельности компании - разработка и производство линии натуральной оздоровительной продукции на основе апи- и фитосырья Алтая.

Цель работы предприятия - создание вместе с НИИ Пчеловодства г.Рыбное, АГТУ им. Ползунова и Биокластера, комплекса высококачественных и эффективных продуктов, сохраняющих силу природы, способствующих оптимальному поддержанию функций человеческого организма и продлению долголетия.

Главный девиз компании: «Традиции Алтая - гордость края». Основной продукт компании - алтайский мёд с дикоросов: разнотравье, таёжный, горный. А также мёд с моноплантациями монофлёрный: гречишный, подсолнечниковый, мёд дягиля.

В 2008 году «Мёд Алтая» представила совершенно инновационный продукт на рынке мёд с экстрактом ягод: черники, облепихи, брусники и клюквы, получаемый путём смешивания мёда с вытяжкой из ягод. За 7 лет ассортимент медовых композиций расширился до 25 позиций. Среди них такие виды: мёд с кедровой

крошкой, мёд с имбирём, мёд с расторопшей, мёд с золотым корнем, мёд с красным корнем, мёд с шиповником и т.д.

Мёд с вытяжками трав и ягод является достойной заменой кондитерских изделий и джемов.

За последние год продажи мёда с добавками увеличились примерно на 25%. В составе большинства медовых композиций – экстракты лекарственных растений, обладающих конкретными лечебными свойствами. Такие препараты предназначены для улучшения работы отдельных органов или функциональных систем организма. Мёд многократно повышает терапевтический эффект растений, так как положительно действует на общий жизненный тонус человека.

Ведётся работа по слиянию двух направлений: апи- и фито-, которые в итоге должны успешно дополнять друг друга. И в совокупности дать совершенно новый натуральный продукт. Благодаря новым технологиям с рецептурами и вкусами компания расширяет ассортимент натуральных продуктов питания для ежедневного потребления.



«СОЛЬ ЖИЗНИ» - СОЛИ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ



Компания «Соль жизни» - победитель престижного конкурса «Московский предприниматель» - производит уникальные по своим свойствам полезные продукты для здорового рациона современного человека.

Не все знают, но обычная соль, которая присутствует на столе практически в каждой квартире, может вызывать зависимость, подобно никотину или наркотикам. К такому выводу пришла группа американских и австралийских ученых, доказавших, что соль стимулирует клетки мозга, так же как табак или наркотические вещества. Если человек привык к соли, то ее недостаток запускает в организме те же механизмы, что и при любой другой зависимости: мы становимся раздражительны и возбудимы – по сути,

у человека начинается самая настоящая «солевая ломка»!

Но стоит ли уступать организму, который настойчиво просит соли? Вопрос спорный: ведь при среднесуточной норме в 5–6 г этого вещества современный человек потребляет с пищей в среднем в 15 раз больше! Получается, что за год человек съедает где-то около 3 кг соли. Конечно же, это гораздо больше, чем нужно.

Именно эту задачу и решили специалисты компании «Соль жизни», разработав уникальный продукт – солезаменитель. Солезаменители "Соль Жизни" являются натуральной альтернативой обычной пищевой соли (поваренной, морской, каменной, александрийской, розовой, чёрной и т.п.). Все перечисленные соли представляют одну доминанту - 99,4% - 100% -натрий хлор.

Современные исследования показывают превышение этой нормы у человека до 25-35 грамм, прямого и косвенного потребления в сутки. Это предопределяет появление целого ряда тяжелых заболеваний.

Фитоминеральные соли заменители "Соль Жизни" предлагают другое минеральное соотношение из солей калия, магния, натрия, пряных трав и специальных специй.

В нашем случае, соли натрия существенно уменьшены - до 40%, без каких-либо потерь вкуса. О благотворном воздействии солей калия и магния на сердечно-сосудистую систему уже широко известно. Пример, рекламируемый Панангин на телевидении.

Нельзя не отметить особую роль хитозана, который «Соль жизни» включает в свои композиции. Доказано, что он связывает хлор и выводит его из организма, стабилизирует кровяное давление и воздействует на жировые отложения, выводит токсины и т.д..

Все ингредиенты в солях заменителях имеют стандартизированный уровень макро-микроэлементов, подтвержденный сертификатом лаборатории "Независимого института сертификации и качества".

В составе "Соли Жизни" обязательным условием является не случайное (как иногда считают дилетанты), а закономерное использование растительного сырья, как антиоксидантной основы продуктов.

Исследования, осуществлённые в медицинских центрах Европы и Америки доказывают, что антиоксидантное значение пряных трав и специй на 300% выше, чем у ягод и овощей и на 600%, чем у орехов.

Таким образом, вся линейка продуктов "Соль Жизни" обладает важнейшими пищевыми характеристиками и не имеет аналогов на Российском рынке. Обладает доказательной полезностью и очевидной выгодой для здоровья каждого человека. Неспроста наша продукция по достоинству оценена и признана ведущими диетологами страны.

Но компания не остановилась на достигнутом. Проблема неправильного питания стала приобретать и другие креативные решения.

Под маркой «Соль жизни» были разработаны продукты для тех, кто постоянно занят, кто не может выкроить несколько часов в день для приготовления полноценного обеда или ужина.

Разработаны органические, экологически чистые супы для быстрого приготовления. Первая пилотная партия разлетелась с рекордной скоростью: те, кто вынужден питаться быстро, оценили в полной мере, что «скорость может быть здоровой».

В настоящее время «Соль земли» изучает возможность реализации своей продукции не только на внутреннем, но и на внешнем рынке.

НАШИ ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

О ВОЗМОЖНОСТЯХ ПОСТАВОК В РОССИЮ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В адрес Национального союза экспортеров продовольствия поступили предложения о возможностях поставок в Россию следующего оборудования португальского или португальско - испанского производства:

1. Оборудование по забою скота и птицы.

2. Полуавтоматические линии по производству, разделке, фасовке и упаковке продукции из рыбы и мяса.

3. Оборудование по переработке яблок и груш в пюре, детское питание, компоты, чай и др., включая контроль за упаковкой и качеством.

4. Оборудование по производству сахара из сахарной свеклы, мощностью до 1 млн т в год.

5. Оборудование по переработке молока в сыры, йогурты, детское питание и др.

Данное оборудование может быть поставлено на условиях льготного кредитования банками Португалии и Испании (на сроки от 5 до 10 лет со ставками от 5% до 8% годовых) против предоставления соответствующей контргарантии российского первоклассного банка.

Банковская система Португалии может принимать контргарантии следующих российских банков (включая региональные отделения): Абсолют Банк, Банк Санкт-Петербург, Челиндбанк, Юникредит Банк, Банк Евразия, Росбанк, Внешторгбанк, Транскапиталбанк, МДМ Банк, Промсвязьбанк, Сбербанк, Банк СКБ, Уралтрансбанк, Райффайзен Банк, Внешэкономбанк.

Португальская сторона просит обратить внимание на то, что все сделки будут обсуждаться отдельно, и соответствующие условия предоставления кредитов могут отличаться друг от друга.

В случае заинтересованности в приобретении оборудования португальские поставщики готовы рассмотреть возможность командирования делегации для ознакомления и обсуждения возможности сотрудничества на месте.

По вопросам дальнейшей работы по данной инициативе, а также по другим направлениям сотрудничества с португальскими партнерами в сфере АПК просьба обращаться в Национальный союз экспортеров продовольствия.

KALOGIROS S.A.



KALOGIROS S.A.

Компания «KALOGIROS S.A.» находится на 318 км на национальной трассе Афины-Салоники, в Велестино, г. Волос, Греция. Наша компания существует с 1950 года и является семейным предприятием. В настоящее время мы работаем на новых производственных площадях (построены в 2004 г.) на самом современном оборудовании, соответствующем мировым стандартам производства.

Компания «KALOGIROS» тщательно отбирает оливки для производства, сохраняя высокую репутацию этого греческого продукта в мире.

Компания имеет следующие сертификаты качества: ISO 9001: 2008, ISO 22000: 2005, IFS, HACCP, мы также имеем возможность производить кошерную продукцию.

Складские помещения «KALOGIROS S.A.» являются одними из наиболее емких в Греции, поэтому клиенты компании могут быть уверены, что продукция всегда будет в наличии. Компания имеет возможность продавать оливки в любой упаковке: от небольших стеклянных банок до жестяных контейнеров.

Контактные данные:

KALOGIROS SA

Компания по переработке и упаковке оливок

Велестино, Волос, 37500, Греция

Тел: (0030) 24250 22990

Факс: (0030) 24250 23253

Email:

kalogirosolives@gmail.com и j.kalogiros@kalogirosolives.com

Website:

www.kalogirosolives.com

Контактное лицо: Джон Калогирос (Mr John Kalogiros)

**СОЮЗ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КООПЕРАТИВОВ
АО «ЛАКОНИЯ, ГРЕЦИЯ»**



Союз был основан 1940 в греческом городе Спарта, столице греческой префектуры Лакония, и на данный момент объединяет 70 местных кооперативов и представляет интересы 16516 производителей.

Миссией Союза является содействие местному сельскому хозяйству путем распространения и продвижения известного сорта греческого оливкового масла «Экстра Вирджин», произведенного и расфасованного членами Союза сельскохозяйственных кооперативов АО «Лакония, Греция».

Огромный успех высококачественного местного оливкового масла предопределяется естественными условиями региона Лаконии, которые позволяли его жителям с

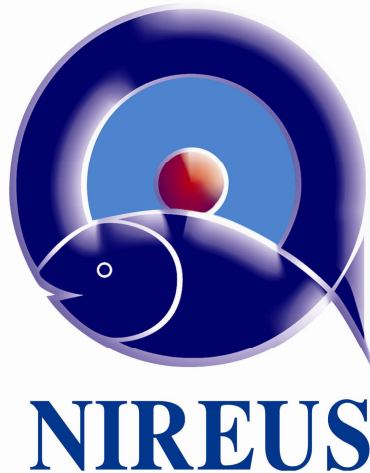
древности культивировать оливковые деревья. Весенние и летние дождливые и солнечные дни, зимний холод и скалистая земля позволяют Союзу не только продолжать эту традицию, но и развивать ее путем применения новых методов.

Продукция Союза имеет сертификацию ISO-9001, ISO-22000 и распространяется в Греции, а также на европейском и мировом рынках.

Главный офис

Греция, Лакония, 23100,
г. Спарта, ул. Леониду, 113
Тел: 00302731024940
Факс: 0030271021911
Email: easlsale@otenet.gr
Website: www.easlakonia.gr
Заместитель генерального
директора: Николаос
Мильякос
(Mr.Nikolaos Miliakos)

NIREUS AQUACULTURE S.A.



Компания NIREUS SA является мировым лидером в сфере средиземноморской аквакультуры. В основном, мы выращиваем морского леща, европейского морского окуня, горбыля и пагруса.

Мы также имеем большой опыт в области производства ювенальной продукции, корма для рыб и оборудования для аквакультур.

Мы следуем лучшим практикам и гарантируем качество, эффективность, высокий уровень обслуживания и индивидуальный подход, применяя наши ноу-хау и опираясь на многолетний опыт

присутствия на мировом рыбном рынке.

Контактное лицо: Антонис Граменос, коммерческий директор

(Mr. Antonis Grammenos, Commercial Director)

NIREUS AQUACULTURE S.A.

1-й км пр. Коропиу-Варис
194 00 Коропи- Аттика,
Греция

T: +30 210 66 24 280

F: +30 210 66 26 804

Email:

a.grammenos@nireus.com

www.nireus.com

НОВОСТИ ВЫСТАВОЧНОЙ СФЕРЫ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА SISAB-2016



21-й выпуск SISAB PORTUGAL 2016 – Международной Выставки Португальских Вин и Продуктов Питания – будет проводиться с 29 февраля по 2 марта 2016 г. в Лиссабоне, Португалия. Эта инициатива признается на международном рынке как «Крупнейшая Ежегодная Выставка сектора, специализирующаяся на импорте португальских продуктов питания и напитков», где можно также познакомиться с представителями таких дополнительных отраслей как Керамика, Столовые приборы, Пластик (кухонные принадлежности), Логистика, Порты, Транспорт, Ресторанный бизнес и др.

В 2016 году SISAB PORTUGAL рассчитывает на участие 600 важнейших португальских производителей из 28 отраслей, что представляет собой крупнейший показ престижных марок и продуктов высочайшего качества, с ожидаемым приростом 30%.

Доступ на ярмарку открыт только для профессионалов.

Число участников последней выставки выросло на 32% относительно прошлых лет и превзошло самые смелые ожидания ее организаторов.

Постоянный рост выставки на протяжении последних лет создал ей славу самой крупной экспозиции португальских продуктов в следующих направлениях: Вина, Безалкогольные напитки, Рыба и Морепродукты, Мясо и Мясная Гастрономия, Молочные продукты и Сыры, Кондитерская продукция, Фрукты, Овощи, Био-продукты, Гамма Гурмэ, Оливковые масла.

Посещение SISAB PORTUGAL дает возможность установить контакты с ключевыми персонами в данном секторе - производителями, руководителями, коммерческими директорами, директорами по экспорту и маркетингу португальских компаний.

На выставке будут работать переводчики, владеющие русским, португальским и английским языками.

Для посетителей SISAB будут организованы профессиональные и тематические экскурсии на предприятия АПК в различные регионы Португалии.

По вопросам посещения SISAB PORTUGAL 2016 просим обращаться в Национальный союз экспортеров продовольствия.

ЛУЧШИЕ ВИНА ИТАЛИИ ПРЕДСТАВИТ В МОСКВЕ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ХОЛДИНГ GAMBERO ROSSO

trebicchieri 2015/2016

Профессионалы вновь смогут оценить лучшие итальянские вина по версии известного итальянского издательского холдинга Gambero Rosso, получившие высшую оценку Tre Bicchieri («Три Бокала») в издании эногастрономического справочника Gambero Rosso 2016 года – Vini d'Italia.



Каждый год 45 тысяч итальянских вин проходят строгий отбор, в котором принимают участия 20 тысяч профессиональных дегустаторов. Таким образом, определяются лучшие вина, которые помечаются «тремя бокалами». Затем из них выбирается группа из 60 производителей, которая отправляется в мировое турне.

В рамках Tre Bicchieri World Tour 2015/2016, направленного на поддержку и продвижение итальянских вин высочайшего качества по всему миру – самые выдающиеся, эксклюзивные и статусные вина всего на один день приезжают в мировые столицы.

В Москве презентация состоится 19 ноября в залах DI Telegraph в здании Центрального Телеграфа, расположенном в самом центре Москвы по адресу: ул. Тверская, д.7 (вход со стороны Газетного переулка), 9 подъезд, 5 этаж.



В 14.00 состоится официальное открытие, а с 15.00 до 19.00 последует

круговая обзорная дегустация лучших итальянских вин, получивших «Три бокала».

При поддержке выставочной компании «Асти Групп» Tre Bicchieri World Tour продемонстрирует российскому профессиональному винному сообществу широчайшую палитру лучших вин Италии из регионов Альто Адидже, Апулия, Абруццо, Валле-д'Аоста и Базиликата, Венето,

Кампания, Лигурия, Ломбардия, Молизе и Калабрия, Пьемонт, Сардиния, Сицилия, Тоскана, Трентино, Умбрия, Фриули, Эмилия Романья и других.

Регистрация специалистов на сайте www.astigroup.ru обязательна. Справки по тел.: +7 (495) 797 6914 или e-mail: wine@astigroup.ru.

РОССИЙСКИЕ ЭКСПОРТЕРЫ ПРИМУТ УЧАСТИЕ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ВЫСТАВКАХ GFIA И VIV MEA 2016 В АБУ-ДАБИ

Выставочная компания «Асти Групп» приглашает специалистов агропромышленного комплекса принять участие в Глобальном форуме по инновациям в области сельского хозяйства GFIA и выставке VIV MEA 2016 в Абу-Даби, ОАЭ.

По мнению экспертов, к настоящему времени сложились весьма благоприятные условия для продвижения российского продовольствия на внешний рынок. Это вызвано развитием экспортного потенциала АПК, появлением новых форм государственной поддержки экспортеров, а также низким курсом рубля. Российские предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности все более активно ищут новые рынки сбыта своей продукции. Именно поэтому участие российской делегации в этих крупнейших международных событиях призвано внести свой вклад в развитие

экспортного потенциала отечественного агропромышленного сектора экономики.



GFIA и VIV MEA 2016 соберут на одной площадке, в Национальном выставочном центре Абу-Даби (ADNEC), представителей агробизнеса, политиков и инвесторов, которые поделятся своим опытом, знаниями, исследовательскими достижениями, а также рассмотрят ряд ключевых вопросов, касающихся будущего мирового сельского хозяйства и производства пищевых продуктов. Как известно, на GFIA съезжаются

покупатели и продавцы со всего мира, заинтересованные в глобальных поставках сельскохозяйственной продукции в различные регионы не только Юго-Восточной Азии, но и всего мира, а задача VIV MEA – объединить международных поставщиков и региональных производителей мяса птицы, яиц, рыбы и молока для их работы в регионах Ближнего Востока, Африки, Индии и Центральной Азии.

По мнению международных экспертов VIV MEA очень органично дополнит GFIA в плане активации международных усилий в использовании инновационных и эффективных решений для развития сельского хозяйства и производства продуктов питания.

VIV MEA 2016 откроется на 1 день раньше – 15 февраля – и завершит свою работу вместе с GFIA 17 февраля. Для российских компаний будет организован коллективный стенд, что позволит производителям представить образцы своей продукции, принять участие в работе круглого стола, на котором будут обсуждаться вопросы

организации экспорта в регионы Ближнего Востока, Африки, Индии, Центральной Азии, с участием экспортной группы ОАЭ и представителей профильных министерств. Также запланированы деловые встречи и переговоры с представителями бизнеса из зарубежных стран по вопросам двустороннего сотрудничества.

К участию в выставке приглашаются: предприятия-производители продукции для АПК, агрохолдинги, птицефабрики, животноводческие комплексы, мясокомбинаты, заинтересованные в экспорте своей продукции на внешние рынки.

Дополнительная информация по тел.: +7 (495) 797 6914 и e-mail: info@vivrussia.ru

*Пресс-служба выставочной
компании «Асти Групп»*

АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ СИБИРИ

18–20 ноября,

г. Красноярск, ул. Авиаторов, 19, МВДЦ «Сибирь»

С 18 по 20 ноября в Красноярске будет работать ежегодный Агропромышленный форум Сибири – главная региональная площадка, на которой подводятся итоги

сельскохозяйственного сезона, демонстрируются лучшие технологические достижения и заключаются выгодные сделки.

Выставочных проектов подобного формата в России немного, и

красноярская выставка по праву в числе лидеров. Это обусловлено высокими показателями работы агрокомплекса – успешный выставочный проект развивается только в успешном регионе. Так, уже не первый год Красноярский край является лидером среди регионов Сибири и Дальнего Востока по урожайности на один гектар. По словам заместителя председателя правительства края – министра сельского хозяйства Леонида Шорохова, за последнее время краевые аграрии достигли серьезных успехов не только в производстве, но и в переработке. «Лучшие переработчики из различных районов края представили высококачественную продукцию, которая пока что недостаточно представлена в магазинах краевого центра.

Помимо уменьшения конкуренции ввиду продовольственного «эмбарго», наращиванию объемов производства важнейших видов продовольствия способствовали меры, принимаемые производителями по модернизации производства, улучшению качества и расширению ассортимента, внедрению инновационных технологий.

Среди участников форума – компании, занятые в сфере производства, реализации и услуг в области сельхозтехники, оборудования для растениеводства, животноводства, фермерских хозяйств. Большое внимание будет уделено вопросам биоэнергетики и агрохимии, проектирования, строительства и

реконструкции сельскохозяйственных сооружений, агрологистике, лизингу, кредитованию и инвестициям в АПК.

На одной из площадок краевые аграрии и садоводы продемонстрируют конкретные достижения сельскохозяйственного сезона – на ярмарке свежих продуктов «Осень». Здесь традиционно будет представлен широчайший ассортимент продуктов питания и напитков от ведущих фермерских хозяйств, сельхозпредприятий, птицефабрик, животноводческих хозяйств, пасек и торговых сетей Красноярска и Красноярского края.

Помимо масштабной выставки, в рамках Агропромышленного форума предусмотрена широкая деловая программа с обсуждением ключевых вопросов дальнейшего развития АПК Красноярского края. Кроме того, в рамках форума состоится конкурс «Лучший продовольственный товар в Красноярском крае».

Организатор – ВК «Красноярская ярмарка».

Официальная поддержка – Министерство сельского хозяйства Красноярского края.

Директорат:

Алена Бараникова – директор форума

Светлана Арефьева – менеджер форума

тел.: (391) 22-88-407, 22-88-605
agro@krasfair.ru

УЧАСТНИКАМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ К ЭКСПОРТУ

В каждом государстве существует своя правовая система и отличные от российских юридические требования и нормы. Они регулируют импортные процедуры, налогообложение и таможенные пошлины, вопросы рекрутинга, защиту интеллектуальной собственности, порядок заключения договоров и соглашений. Мы выделили основные юридические аспекты экспорта, которые необходимо знать при подготовке к внешнеэкономической деятельности.

Начнем с основного – с товара. Вы должны четко определить для себя, какой товар вы будете экспортировать, достаточен ли товарооборот на предприятии, чтобы покрыть все расходы и минимизировать риски (покрыть убытки в случае непредвиденных расходов и потерь).

Когда вы планируете начать экспортировать или импортировать товары, вам необходимо проверить, требует ли товар, его назначение или страна ввоза лицензию или разрешение на ввоз/вывоз.

Существуют органы регулирования экспорта военных и военизированных товаров, предметов искусства, растений и животных, лекарств и химических веществ.

Лицензионные требования и условия зависят от потенциального использования товаров, например, если это товар военного назначения или двойного назначения, и от того, куда вы экспортируете.

Также во всех странах существуют регулирующие органы на импорт ряда товаров, в частности на растения и животные, продукты питания. При этом необходимость получения разрешения или его возможность зависит от того, откуда вы импортируете.

Экспорт и импорт таких товаров без надлежащей лицензии противозаконен. Официальное разрешение необходимо даже на временный ввоз/вывоз данных категорий товаров, например, в качестве демонстрационного экземпляра на выставку.

Более того, товар должен быть сертифицирован и соответствовать международным стандартам качества. Некоторые страны требуют соблюдения национальных требований к товарам и наличие сертификата качества.

Следующий важный аспект – это **выбор контрагентов**. У многих экспортеров существует стереотип о том, что иностранный контрагент добросовестнее российского. Однако это далеко не всегда так. Среди

иностранцев тоже встречаются мошенники.

Существует два наиболее безопасных способа выбора контрагента.

Во-первых, при самостоятельном поиске иностранных контрагентов, не поленитесь проверить их деятельность и деловую репутацию.

Один наш клиент обратился к нам с просьбой провести подобную проверку (форензик) по отношению к своему иностранному дистрибьютору, который самостоятельно отозвался на сайте нашего клиента-поставщика. В результате финансового расследования мы выяснили, что данный покупатель не имеет достаточных финансовых средств на счете, чтобы заплатить за товар. Анализ деловой репутации и деловых отношений данного дистрибьютора показал, что против данного дистрибьютора возбуждено дело в Германии, поскольку он нарушил условия договора с немецким поставщиком, не оплатил полученный им товар, более того, не собирался ни отдавать, ни компенсировать.

Таким образом, мы уберегли клиента от мошенника.

Во-вторых, вы можете обратиться к Торгово-промышленным палатам страны ввоза товара за помощью в поиске добросовестного и наиболее подходящего контрагента.

Даже после проверки контрагента большое значение имеет вопрос гарантии против неплатежа за поставленный товар.

Первым способом гарантии против неплатежа является правильный

выбор формы расчета за товар или условия платежа. Такой выбор основывается на определенных факторах, таких как платежеспособность и надежность партнера, условия конкуренции, спрос на товар, а также политических аспектах, среди которых особое внимание следует обращать на стабильность ситуации в мире и режим валютного регулирования.

Наиболее надежной гарантией являются банковские (bank guarantee) и правительственные соглашения. Они рассматриваются как юридически независимые дополнения к договорам купли-продажи. Банковская гарантия – это документ, выданный банком, по которому он гарантирует выполнение условий договора собственными средствами. Это гарантирует кредитоспособность клиента банка. В случае невыполнения клиентом своих договорных обязательств по платежу банк обязан выплатить вам как экспортеру соответствующую сумму согласно условиям соглашения. Возможны также гарантии крупных экономически крепких предприятий.

Третий важный вопрос, требующий тщательной подготовки и анализа – это **договор**.

Идеальный договор – это тот договор, который устраивает обе стороны, и обеспечивает отсутствие желания и возможности каждой из сторон нарушить или не соблюсти его условия.

Основной камень преткновения – это способ оплаты поставляемого товара. Центральный банк России

рекомендует оплату после поставки, и наш опыт подтверждает, что согласно распространенной международной практике, эффективно работает система платежа, при которой поставщик предоставляет товарный кредит покупателю.

Наличие обеспечения кредита, например, поручительство, обеспечивает соблюдение условий кредита.

Ограничения, установленные законодательством страны импорта, могут существенно усложнить исполнение обязательств по внешнеторговому договору так же, как и незнание тех норм и законов, которые могут облегчить экспортную деятельность. Договор должен составляться согласно закону РФ, а также закону стране импорта. Поэтому необходимо учесть законодательство той страны, в которую планируется ввоз товара.

В спорных ситуациях или при несоблюдении условий договора вы можете подать в Арбитраж иск на другую сторону. Исходя из нашей практики, хотим отметить, что Арбитражные суды, созданные на базе Торгово-промышленных палат, менее коррумпированы. Более того, имейте в виду, что при ведении внешнеэкономической деятельности с иностранными контрагентами, при ввозе товара в другую страну, скорее всего суд будет проходить именно в стране импорта, а не в России.

Отсюда вытекает **вопрос документооборота**. Как в договоре оговариваются продавец, покупатель,

товар, стоимость, порядок, форма и сроки расчетов, условия поставки товара, момент перехода права собственности от продавца к покупателю.

Мы настаиваем на том, чтобы все платежи осуществлялись только тем, кто является покупателем. Если договор подписан между двумя сторонами, то и деньги должен передавать именно покупатель, указанный в договоре.

Аналогично с документами, подтверждающими передачу товара. Никому иному, кроме покупателя. Единственным исключением, когда в документе, подтверждающем передачу товара, есть прямое указание покупателя о передаче товара конкретному лицу. Но, повторимся, отсутствие каких-либо третьих лиц уменьшает риски.

Тут же хочется подчеркнуть значение, которое играет четкое оформление документов. Многие российские бизнесмены, занимающиеся не только внешнеэкономической деятельностью, но и деятельностью внутри страны, зачастую пренебрегают или ленятся оформлением документов должным образом. Однако такой шаг обеспечит вас надежной доказательной базой против недобросовестности контрагента.

Вопросы интеллектуальной собственности требуют особого внимания. Часто можно наблюдать случаи, когда продукция российских компаний, идущая на экспорт, не обеспечена достаточной патентной и авторской защитой.

Мы рекомендуем до начала обсуждения с иностранными партнерами деталей поставки убедиться, что поставляемые товары, услуги, технологии не будут нарушать каких-либо иностранных прав и будут сами защищены в той стране или тех странах, куда предполагается осуществлять поставки.

Именно до начала переговоров с контрагентом! Всегда хочется верить в добросовестность партнеров, но, к сожалению, как было уже сказано, иностранные партнеры далеко не всегда бывают полностью добросовестны и лояльны к своим контрагентам. В нашей практике бывали случаи, когда, узнав о деталях поставки, иностранный контрагент регистрировал в своей стране и в свою пользу права на объекты интеллектуальной деятельности, которые предполагал поставлять его российский партнер.

Печально, что из-за небрежного отношения к этим вопросам или нежелания нести дополнительные расходы российские экспортеры иногда теряют много больше и вынуждены защищать свои права в иностранных судах.

Следует регистрировать патенты на интеллектуальную собственность во всех странах, в которые планируете экспортировать. Таким образом, вы не только защитите свои права на объекты интеллектуальной собственности, но и обеспечите их конкурентоспособной ценой за рубежом.

Большую сложность представляет собой экспорт объектов

интеллектуальной собственности. Специфичность заключается в том, что Таможенный кодекс РФ не предполагает экспорт как таковых результатов интеллектуальной деятельности. Поэтому в такой ситуации вопрос налогообложения зависит от того, к какой категории отнесет экспортер передаваемую интеллектуальную собственность.

Он может оформить её как экспорт услуг. Тогда реализация данных услуг будет облагаться НДС, только если они оказаны на территории РФ. Иначе объект налогообложения отсутствует.

Второй вариант – это таможенный режим экспорта товаров. В данном случае необходимо зарегистрировать интеллектуальную собственность на любой электронный носитель, который и будет являться передаваемым имуществом. Соответственно, в договоре купли-продажи товаров будет фигурировать этот носитель с информацией.

Однако в таком случае важно не указывать в договоре на то, что иностранный контрагент приобретает объект интеллектуальной собственности, содержащийся на носителе, для последующего распространения или использования.

Однажды мы защищали клиента в суде, после того, как подобная ситуация была квалифицирована как уступка имущественных прав (на объекты интеллектуальной собственности) за плату, а не как продажу движимого имущества. Только путем предоставления всех документов

сделки, в том числе банковских, удалось доказать в суде, что операция была по передаче движимого имущества, то есть носителя.

Абсолютно иным способом должен оформляться экспорт объекта интеллектуальной собственности, если покупатель желает закрепить за собой какие-либо права на приобретаемый им объект. Тогда сделку лучше оформить отдельным лицензионным соглашением. Оно должно быть независимым от сделки по продаже экземпляра программы.

Таким образом, к вопросу **налогообложения и таможенной стоимости** необходимо подходить задолго до начала внешнеэкономической деятельности, чтобы тщательно подготовить необходимые документы, рассчитать таможенную стоимость, облагаемые налоги и пошлины.

И последнее, но не маловажное, это вопрос государственной поддержки экспорта. В настоящее время в России на государственном уровне реализуется ряд программ по финансовой поддержке экспортоориентированных малых и средних предприятий: от частичного финансирования участия в выставках и организации деловых поездок до страхования экспортных кредитов.

Стоит помнить, что подобного рода отношения также необходимо оформить на бумаге.

*К.Н. Семенко
управляющий партнер "Холдсвей" и
"Адвокатского кабинета К.Н. Семенко",
holdsway.ru*

Об авторе: *Константин Николаевич Семенко является признанным специалистом в юридическом сопровождении внешнеэкономической деятельности. К.Н.Семенко удостоен памятной медали П.А.Столыпина и диплома участника финального тура конкурса на соискание Высшей общественной награды в сфере производства продовольствия "За изобилие и процветание России" в номинации "За развитие экспортного потенциала России".*

Адвокатский кабинет К.Н. Семенко – участник Национального союза экспортеров продовольствия, совместно с компанией «Холдсвей» и «Л.Ло и Партнеры» входит в группу компаний Мозейк Груп, которой также руководит К.Н.Семенко.

К.Н.Семенко ведет масштабную работу по защите интересов российских экспортеров по целому ряду направлений: совершенствование нормативно-правовой базы регулирования экспорта, разработка коммерческой документации, юридическое сопровождение поставки на экспорт удобрений, разработка технической документации поставки на экспорт морских судов российского производства.

Также ведется большая работа по оформлению прав на результат интеллектуальной деятельности (промышленные образцы, товарные знаки, дизайн упаковки), используемые во внешнеэкономической деятельности.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

СТРАТЕГИЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА. ЧТО ВЫБРАТЬ: ЭКСПОРТ ИЛИ РИТЕЙЛ?

*Когда оказывается, что ты разделяешь
мнение большинства, самое время
остановиться и подумать.
Марк Твен*

В своей деятельности каждый производитель проходит приблизительно одни и те же этапы:

Запуск бизнеса – когда не понятно, что и как делать, что выпускать, как решить все вопросы и что же за продукт получится в результате.

Выход на рынок – производство в основном налажено, идет активный поиск каналов сбыта, реклама и продвижение бренда.

Стабильная работа в штатном режиме – производство налажено, определены основные каналы сбыта, прибыль идет.

Кризис сделал невозможной продолжение спокойной и стабильной деятельности. Для того, чтобы выжить, производитель должен развивать свой бизнес, делать его более эффективным, выводить товар на новые рынки, побеждать конкурентов, привлекать новых покупателей.

Но бизнес в России, с точки зрения производителей, достаточно своеобразен. Если стоит вопрос об увеличении объемов продаж, все они рано или поздно приходят к принятию

решения о необходимости поставки товаров в розничные сети. При этом считают, что поставлять товары надо сразу в максимальное количество сетей по всей стране. В идеале – в крупные федеральные сети, насчитывающие не одну тысячу торговых точек.

Чем опасен такой подход к развитию бизнеса?

Как известно, чем более крупным оптом продается товар, тем больше скидка покупателю. Работа с большими контрактами с розничными сетями так же подразумевает снижение доходности.

Рассмотрим пример:

Производитель имеет возможность производить продукции на 10 млн. рублей. До начала проекта он реализовал свой товар в традиционную розницу на сумму 7 млн. руб., при этом наценка была 18%, совокупные расходы на обслуживание канала сбыта 10%.

В этом случае прибыль составляла 8% или 560 тыс. рублей в месяц.

Но загрузка производства составляла 70%, и было принято решение идти в ритейл.

В результате долгих и трудоемких переговоров был подписан контракт на поставку в розничную сеть на 5 млн. При этом наценка составила 12%, а расходы по обслуживанию канала сбыта, с учетом премий и продвижения, 9%.

Прибыль составила 150 тыс. рублей.

Но для получения этой прибыли часть товара (на 2 млн. руб.) пришлось забрать из традиционных каналов сбыта, потеряв на этом 160 тыс. рублей (8% от 2 млн.).

В результате, даже на первом этапе проект дал убыток 10 тыс. рублей.

Допустим, что товар у производителя был отличный и продажи в сети выросли до 7 млн. рублей.

Прибыль в результате составила:

Традиционная розница: 240 тыс. руб. (8% от 3 млн. руб.).

Ритейл: 210 тыс. руб. (3% от 7 млн. руб.)

В результате развития проекта по поставкам продукции в розничные сети при увеличении объема продаж с 7 (только традиционная розница) до 10 млн. рублей (3 млн. традиционная, 7 млн. сети) прибыль упала с 560 до 450 тыс. рублей.

Казалось бы, это даже не математика и экономика, а арифметика. Тем не менее, многие производители к таким подсчетам подходят через год – два после начала работы с ритейлом.

Но ведь других вариантов нет!

Маленькие магазины разоряются и перестают платить за товар. Доля розничных сетей неуклонно

растет. При этом производители стараются работать с надежными каналами сбыта, т.е. с розничными сетями. А розничные сети, являясь надежным каналом сбыта с высоким объемом закупок, требуют большие скидки.

Значит, производитель должен идти в крупные федеральные сети? Иного пути нет?

Изучив ситуацию на внутреннем рынке, а так же возможности, которые предоставляет сложившаяся ситуация, удачным решением для многих производителей продуктов питания является развития экспорта.

Но производители боятся выходить на внешние рынки.

Объяснений, как правило, несколько:

1. На российском рынке я работаю давно и знаю, как и с кем здесь можно договориться. Иностранные рынки для меня совершенно не знакомы.

Есть масса ведомств и организаций, в том числе Минэкономразвития, Минпромторг, Национальный союз экспортеров продовольствия, отраслевые союзы на сайтах которых есть информация об экспортном потенциале различных стран.

Кроме того, существует такая услуга, как исследование экспортного потенциала продукта.

Российские торговые представительства в странах экспорта с удовольствием помогут начинающему экспортеру.

2. Экспортная деятельность подразумевает, что в штате фирмы есть специалист по ВЭД. У нас нет денег оплату такого специалиста.

Все не так сложно. Требования к экспортному контракту, правила сертификации и величина таможенных пошлин в зависимости от кода по ТН ВЭД не является закрытой информацией. Есть множество логистических компаний, которые рассчитают стоимость доставки продукции в любую точку мира. Таможенные брокеры растаможат товар. Этот рынок высоко конкурентный и цены держатся на приемлемом уровне.

3. Для встреч с партнерами необходимо ездить за рубеж. Это очень большие расходы.

Совершенно не обязательно. Есть три варианта экспорта:

3.1. Вы находите партнера в России, который сам будет заниматься экспортом и реализацией товара за границей. Вариант для тех, кто тестирует экспортный потенциал своих товаров.

В этом случае дорогостоящие командировки не нужны.

3.2. Вы сами экспортируете товар и передаете его посредникам за границей. Наиболее распространенный способ экспорта.

Как правило, для подписания таких контрактов необходимы одна-две встречи, остальные вопросы решаются удаленно (Skype, электронная почта и т.д.).

3.3. Вы полностью контролируете сбытовую цепочку до торговой точки и конечного потребителя. Этот вариант приемлем для крупных компаний, производящих известные и востребованные в стране экспорта товары.

В этом случае придется открывать представительство, в котором будут работать местные специалисты и которое будет само себя окупать.

4. Экспортом могут заниматься только большие предприятия, способные выбросить на международные рынки большой объем товара.

В соответствии с п. 3 на экспорт можно отправить даже одну упаковку продукции, если удастся найти партнера, который займется ее таможенным оформлением, транспортировкой и реализацией.

5. Экспортные поставки предполагают очень большие отсрочки, а денег и так не хватает. А государственное финансирование могут получить только крупные компании.

Минэкономразвития проводит много программ по поддержке экспорта. Практически любая компания может найти для себя подходящий вариант финансирования поставок и страхования рисков.

6. Не понятно, куда и по какой цене поставлять товар. Какие придется понести дополнительные расходы.

Это, пожалуй, самый сложный вопрос. Для ответа на него есть два пути:

передать товар экспортеру, который сам будет заниматься реализацией и определять цены, отдавая вам минимум

провести исследование целевых рынков самостоятельно или с привлечением специализирующихся на этом компаний. На основании проведенного исследования сформировать экономическую модель для экспорта и выбрать способ осуществления экспортной деятельности. В этом случае доход производителя будет значительно выше.

7. Заниматься экспортом очень рискованно.

Риски по экспортной деятельности, в отличие от торговли на внутреннем рынке, можно застраховать. При этом стоимость страховки можно заложить в цену. Высокая конкуренция на внутреннем рынке не дает такой возможности.

Как видно из комментариев, все страхи импортера «не такие уж и страшные». Если правильно подойти к подготовке экспортной деятельности, экспортом может заниматься практически любой производитель.

Но я хочу написать не об этом. Как правило, экспорт является альтернативой работы с федеральными розничными сетями. А так ли просто работать с ритейлом? Какие риски и трудности существуют при этом варианте развития производителя.

1. Незнание рынка и менеджеров розничных сетей.

Розничные сети работают по своим, достаточно жестким правилам. Найти контакт баера очень не просто. Форумы производителей пестрят просьбами: «Дате координаты закупщика..., не могу связаться с закупщиком ...» и т.д. Не думаю, что если производитель никогда не работал с ритейлом, он знает, в какие сети поставлять именно его товар, как и с кем вести переговоры.

2. Экспортная деятельность подразумевает, что в штате фирмы есть специалист по ВЭД (как выяснилось, не обязательно).

А работа с ритейлом не предполагает наличия в штате или привлечения высококвалифицированного специалиста именно в этой области? Или вести переговоры «на высшем уровне» будет торговый представитель, который до этого общался только с ИП Сидоров и ООО «Василек»? Какова будет эффективность таких переговоров?

Отличие работы с розничными сетями от внешнеэкономической деятельности в том, что настоящих специалистов единицы, а сайтов, которые дают реально работающие пошаговые алгоритмы практически не существует. Каждый производитель выбирает свои сети и свой путь развития методом достаточно дорогостоящих проб и ошибок.

3. Для встреч с партнерами необходимо ездить за рубеж. Это очень большие расходы.

Расходы на подписание международного контракта могут оказаться в разы меньше, чем расходы на начало работы с розничной сетью. Для подписания контракта необходимо провести 5 – 6 личных встреч с менеджером сети. При этом офис, где проводятся переговоры, может находиться за сотни километров от производителя.

4. Экспортом могут заниматься только большие предприятия, способные выбросить на международные рынки большой объем товара.

Как видно, пробовать заниматься экспортом можно и при небольшом количестве свободного товара. Контракт с ритейлом – это изменение всей схемы работы, инвестиции в технологии, изменение структуры сбыта, потеря традиционных клиентов, большие объемы и снижение доходности. Практически всегда!

5. При экспорте есть много вариантов льготного финансирования.

Поставщики внутри страны получают кредиты на общих основаниях. Да, в России отсрочки оплаты поставленной продукции жестко регулируются законом о торговле. При этом риск неоплаты с ТОП 10 ритейлеров не высок. А вот розничные сети второго и третьего эшелона постоянно нарушают сроки оплат, а иногда и банкротятся. Так что все

потери и оплату «дорогих» кредитов производитель берет на себя.

6. Не ясно что, куда и по какой цене поставлять.

Как уже было сказано, экономику поставок на экспорт просчитать достаточно просто. Существенная часть экономики сотрудничества с ритейлом «спрятана» в так называемую «бэк маржу». Узнать о реальном объеме премий, расходов на продвижение, компенсаций логистических расходов можно только проведя переговоры с сетью. У каждого поставщика свои условия и прочитать о них в интернете невозможно. Формируя ценовую модель сотрудничества поставщик руководствуется своим опытом и знанием рынка. Или все делает «наобум» и потом несет убытки.

7. Риски производителей на внутреннем рынке несет исключительно сами производители. А заложить риски в стоимость не позволяет высокая конкуренция.

Так какая же стратегия развития бизнеса в кризис лучше:

- остаться в своей нише, ничего не менять и пересидеть кризис?
- как все пытаться начать работать с розничными сетями?
- пользуясь снижением курса рубля и государственной поддержкой постараться выйти на внешние рынки?

Каждый производитель выбирает свой путь сам!



Рекомендации следующие:

1. Глубоко изучите вопрос (товар, рынок, правила работы и т.д.).
2. Составьте план с указанием сроков, показателей, исполнителей. Лучше несколько вариантов в зависимости от того, как будут разворачиваться события.
3. Не стесняйтесь привлекать специалистов. Аутсорсинг – это передача функций, которые вы не можете выполнить сами тем, кто это сделает быстрее, качественнее и дешевле.
4. Не бегите туда же, куда бегут все. Остановитесь, просчитайте каждый свой шаг и идите своим путем. К прибыли и большим продажам!

С.А.Илюха,
 Генеральный директор
 консалтингового агентства
 «Лига Коммерсантов»

Об авторе: Сергей Александрович Илюха, кандидат технических наук, более 50 публикаций по технической тематике, 3 патента на изобретения, опыт работы в торговле более 10 лет на должностях финансового директора оптовой бакалейной компании, директора по маркетингу алкогольной дистрибьюторской компании, более 8 лет на должности финансового директора крупнейшей региональной сети в Подмосковье. Являясь финансовым директором, параллельно курировал ряд направлений коммерческой деятельности.

В разные этапы работы вел все контракты с так называемыми «федеральными» производителями («Кока Кола», «Пепси Ко», «Марс», «Нестле», «Балтика» и т.п.), был координатором закупочного союза федерального объединения независимых региональных сетей.

Руководил производством товаров под частными марками и выводом их на рынок. В настоящее время руководит консалтинговой фирмой.

Математическое и финансовое образование, опыт работы во всех сегментах торговли позволили автору сформировать собственное мнение о состоянии и перспективах развития внутренней и внешней торговли в России.

АГРОС

«АГРОС» - ежеквартальное издание, ориентированное на развитие внешнеэкономических связей в сфере АПК.

Журнал выходит с 1998 г. и издается при поддержке Национального союза экспортёров продовольствия.

«АГРОС» - победитель конкурса «Лучший российский экспортёр» в номинации «За содействие в продвижении экспорта – лучшее СМИ, освещающее вопросы российского экспорта».

Журнал содержит актуальную деловую информацию по следующим вопросам:

- основные события в области внешних связей в сфере АПК;
- анонсы международных мероприятий;
- экспортно-импортная политика зарубежных стран;
- новости выставочной сферы;
- организация и практика внешней торговли (оценки, прогнозы, консультации).

Издание распространяется среди российских организаций и предприятий АПК, экспортёров и импортёров, розничных сетей, заинтересованных министерств и ведомств. Кроме того, получателями издания являются посольства иностранных государств в Москве, а также посольства и торговые представительства России в зарубежных странах.

С последними выпусками журнала можно ознакомиться на сайте Национального союза экспортёров продовольствия www.prodexport.ru и на портале Министерства экономического развития России www.ved.gov.ru

Размещение в журнале «АГРОС» информации о своей деятельности даёт возможность распространять ее не только по России, но и за рубежом и доводить ее до сведения потенциальных партнеров в различных странах мира.

По вопросам размещения статей и рекламы просим обращаться по тел./факсу:

+ 7 (495) 354-39-08,

E-mail: nfeu2000@mail.ru

AGROS

AGROS is a quarterly publication aimed at the development of foreign trade in agricultural and food products.

The magazine is published since 1998 and now it is published with the support of the National Union of Food Exporters.

AGROS is a winner of the Contest "Best Russian Exporter" in the nomination "Assistance in promoting exports - the best media covering the issues of Russian exports."

Journal contains business information on the following issues:

- key developments in Russian foreign agricultural policy;
- announcements;
- new developments in the export and import policy of foreign countries;
- organization and practice of foreign trade;
- exhibition news;
- investment potential of Russian regions;
- organization and practice of foreign trade (estimates, forecasts, consultations).

The publication is distributed to Russian organizations and enterprises, exporters and importers, retailers, concerned ministries and agencies, as well as to foreign embassies in Moscow, and Russian embassies and trade missions in foreign countries.

An electronic version of the journal is available online on the website of the National Union of Food Exporters www.prodexport.ru, as well as on the website of the Ministry of Economic Development of Russia www.ved.gov.ru

Foreign companies are welcome to publish information on various products and services and thus to bring such information to potential partners in different regions of Russia.

If you are interested in publishing articles and advertising, please contact us:

Tel . / Fax : + 7 (495) 354-39-08

E-mail: nfeu2000@mail.ru