



# Юбилейная Международная выставка «ПРОДЭКСПО-2008»

**В. Ю. Белова**

**В** Москве в Центральном выставочном комплексе (ЦВК) «Экспоцентр» с 11 по 15 февраля 2008 г. прошла крупнейшая в России и Восточной Европе Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «ПРОДЭКСПО-2008».

«ПРОДЭКСПО» — безусловный лидер Экспоцентра, обладающий всеми высокими титулами выставочного сообщества — знаками Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского Союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

Выставка проходила при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ и Правительства Москвы, а также под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ.

В этом году смотр «ПРОДЭКСПО» отметил свое 15-летие. Многолетняя история его проведения демонстрирует убедительный рост выставки. Первая выставка «ПРОДЭКСПО» прошла в Москве в 1994 г. и имела большой успех. Тогда в ней приняло участие около 450 экспонентов из 39 стран. Причем в экспозиции преобладали иностранные компании.

В 2008 г. экспонентами выставки стали более 2100 участников из 59 стран мира, из которых 70% — ведущие российские предприятия. Эта выставка занимала свыше 80 тыс м<sup>2</sup> площади «Экспоцентра» — это рекордный показатель.

В рамках «ПРОДЭКСПО-2008» были организованы национальные экс-

позиции 34 стран. На государственном уровне крупнейшие экспозиции представили Италия, Испания, Франции, Германия, Венгрия, Польша, Австрия и США. Все активнее заявляют о себе страны Юго-Восточной Азии и Латинской Америки: Китай, Индия, Корея, Малайзия, Таиланд, Мексика, Аргентина, Бразилия и многие другие.

Все эти годы выставка росла как по количеству участников, так и по числу салонов, организуемых в ее рамках, — их насчитывается уже 16. Среди них самыми крупными являются «Мясо и мясные продукты», «Замороженные продукты» и «Молочная продукция».

На прошедшей выставке особенно широко экспонировались мясная и молочная продукция. В соответствии с требованиями рынка были представлены специальные разделы, посвященные продуктам для ресторанов, диетическим и натуральным продуктам для здорового питания.

Продукция ЗАО **«Микояновский мяскокомбинат»** — старейшего предприятия (ему 210 лет), имеющего филиалы в С.-Петербурге, Нижнем Новгороде, Ставрополе, Воронеже, Владимире, Казани, Самаре, Челябинске, Перми, Новосибирске и других городах, традиционно пользуется спросом у российских покупателей.

В выставке активно участвовало ОАО **«Парнас-М»** — ведущее предприятие Северо-Запада России в сфере переработки мяса. На нем были разработаны и внедрены в производство многие популярные сорта «питерских» колбас, в том числе отмеченные наградами в различных номинациях — вареные колбасы «Докторская в

натуральной оболочке», «Парнасская с сыром», а также «шинка «Питерская», сырокопченые колбасы «Губернаторская» и «Виктория».

Среди новинок, представленных **Останкинским мясоперерабатывающим комбинатом**, было много оригинальных полуфабрикатов: любительские трубочки (для жарки), сметанцы с мясом, творогом, вареным сгущенным молоком, блинчики с куриным мясом, печенью, вишневой начинкой, котлеты «Нежные», «Бабушкины» (с панировкой и без), палочки из свинины и др.

Для любителей деликатесной продукции в **ОАО «Царицыно»** разработана серия варено-копченых колбас в оболочках белого цвета, в том числе такие популярные среди покупателей колбасы, как сервелаты «Финский», «Уральский», «Приморский», а также варено-копченая колбаса «Из оленины». В состав ее рецептуры включено более 50% оленины.

В выставке активно участвовал **Ростовский колбасный завод «ТАВР»**. Один из лидеров мясного рынка Юга России представлял серию варено-копченых колбас «Секреты мастеров». Эти оригинальные по вкусу колбасы изготовлены по рецептурам разных стран с применением различных, а не только традиционно используемых классических специй и пряностей. Несмотря на то, что колбасы «Секреты мастеров», такие, как «Старорусская» с хреном и чесноком, сервелат «Немецкий» с горчицей, «Австрийский» с тмином, «Венгерский» с паприкой, салями «Итальянская» с миндалем, «Финская» с можжевельником, «Французская» с



коньяком — новинка на рынке, ежемесячный рост продаж составляет 10–15%.

Торговый дом «Рублевский» представлял целую линейку продукции предприятия **«Рублевские колбасы и деликатесы»** под названиями «Европейские изыски», «Рублевская классика», «Рублевская галерея».

В коллекцию включены изделия, выработанные по «советскому» ГОСТу, а также по рецептурам бывших союзных республик и стран Варшавского договора: «Шинка по-белорусски», корейка «Венгерская», «шпик по-домашнему» и другие деликатесы.

Компания **«Можайский двор»** занимается переработкой мяса и производством различных полуфабрикатов. Их ассортимент включает более 60 наименований, изготовленных из высококачественного сырья по домашним рецептам. Эту продукцию реализует ООО «Гурман-ЛД» в разных регионах России.

Одной из особенностей ОАО **«Колбасный завод «Отрадное»** является выработка широкого ассортимента продукции (более 80 видов изделий) «под заказ». Предприятие предлагало новые виды мясных изделий. Это сырокопченые колбаски «Ландегер» и «Дунайские», отличающиеся необычной упаковкой и нестандартным внешним видом продукции, а также группа оригинальных полукопченых колбас под общим названием «Венский вальс».

Среди новинок, представленных известной компанией **«Велком»**, было продемонстрировано много интересных изделий. Особенно высоко посетители оценили группу полуфабрикатов, включающую фарши и рубленые стейки (по различным рецептурам) фиксированной массы в удобной и красивой упаковке.

В работе выставки также принимали участие такие производители мясной продукции, как **«Дмитрогорский продукт»**, **«Малаховский мясокомбинат»**, **«Сибирский гурман»**, **«Сибирский деликатес»**, **«Слонимский мясокомбинат»**, **«Атяшев PREMIUM»** и другие предприятия.

Свои экспозиции на выставке представили иностранные производители

мясной продукции. Многие специалисты, посетившие выставку, заинтересовались сферой деятельности мексиканской компании **Su Karne**, которая является ведущей на рынке своей страны по производству говядины. Она осуществляет комплекс работ по откорму скота, убою, а также его переработку.

Компания Su Karne производит более 16% внутреннего объема говядины в Мексике. Торговая сеть компании имеет более двухсот центров по распространению продукции, точек про-



дажи и самую широко развитую сеть прямых поставок. Компания Su Karne присутствует в основных городах Северной Америки и Азии.

Выставка отличалась и насыщенной деловой программой. В ее рамках прошли III Всероссийский торговый форум «Стратегические вызовы в российской торговле XXI века», II Всероссийский продовольственный форум «Бренд становится хитом. Технологии XXI века» и ряд других мероприятий. Продукцию участников выставки оценивали эксперты Международного дегустационного конкурса «Лучший продукт-2008», конкурсов «Инновационный продукт» и «Выбор сетей».

III Всероссийский торговый форум задавал направления развития российской продовольственной отрасли, ознакомил с последними исследованиями тенденций развития мирового продовольственного рынка. Участниками форума стали

известные аналитики, консультанты, производители, а также специалисты российского маркетинга.

Они рассказывали об инновациях в системах продаж, рекламы и продвижения, представляя лучшие решения и рекламные кампании 2007 г., предлагая практические решения по аудиту и оптимизации программ продвижения продуктов питания и многое другое.

Прошедший в формате интерактивных выступлений Второй продовольственный форум представил оригинальные идеи в области стратегии и тактики продвижения бренда, которые оценивали всемирно признанные эксперты. Форум прошел под девизом «Маркетинг и хиты продаж. Шквал решений».

**Работавший в рамках форума Центр закупок сетей позволил провести переговоры с представителями около 50 крупнейших розничных сетей России, а также Украины, Белоруссии и Казахстана.**

Впервые на выставке «ПРОДЭКСПО-2008» работал Центр «Профессиональное образование и карьера», в котором отраслевые институты знакомили предприятия пищевой промышленности с образовательными программами и специальностями профильных вузов. В рамках выставки функционировал отраслевой кадровый центр, который организовала дирекция выставки совместно с компанией ООО «Персональные решения».

На протяжении всего времени работы выставки в кадровый центр стекалась информация о спросе на квалифицированных специалистов в сфере пищевого производства.

Выставка стала площадкой для эффективного общения между производителями, поставщиками, оптовиками, розничными сетями, магазинами, потребителями.

Союз производителей пищевых ингредиентов организовал в рамках выставки пресс-конференцию **«Кто боится буквы «Е»?»**, собравшую почти 40 представителей из различных СМИ.

На пресс-конференции было отмечено, что недостаточная осведомленность потребителей о пищевых добавках во многом определяется

некомпетентными публикациями в ряде изданий. Известно, что трех- и четырехзначные индексы «Е» присваиваются только хорошо исследованным пищевым добавкам.

Президент Союза производителей пищевых ингредиентов проф. А.П. Нечаев отметил, что именно использование пищевых добавок, ароматизаторов, БАД и др. позволяет создать широкий ассортимент пищевых продуктов необходимого качества.

Пищевые ингредиенты выполняют зачастую сразу несколько функций, например консерванты не только предотвращают микробиологическую порчу, но и позволяют увеличить сроки хранения. Подсластители дают возможность заменить сахар людям, больным диабетом, а также позволяют избежать увеличения массы тела.

Без регуляторов кислотности, загустителей, эмульгаторов невозможно получить целую гамму продуктов: колбас, соусов, заменителей сливок, многих других продуктов функционального назначения.

Следует отметить, что главной задачей специалистов при использовании пищевых добавок является их грамотное применение и правильное соотношение, особенно при использовании комплексных добавок, которые предназначаются только для конкретного вида изделий.

В рамках обширной деловой программы выставки прошло обсуждение с последующей дегустацией

последних разработок отечественных производителей пищевых добавок, вкусовых и ароматических средств.

Проведенная дегустация очень убедительно показала большие возможности отечественных производителей добавок. Большой интерес и одобрение вызвала мясная продукция, изготовленная с комплексными пищевыми добавками компании «Аромарос-М». Приятно отметить, что многие из представленных инновационных добавок уже используются мясоперерабатывающими предприятиями России и стран СНГ. Компания «Аромарос-М» динамично развивается, с каждым годом стремительно растет число ее клиентов, начиная с 10 в 1995 г. и свыше 1000 в настоящее время.

Конкурсная программа «ПРОДЭКСПО-2008» включала ведущий отраслевой конкурс **«Лучший продукт»**, конкурсы **«Инновационный продукт»** и **«Выбор сетей»**, многоотраслевой конкурс **«Лучшее предприятие XXI века»**, а также отраслевой конкурс на лучшую упаковку для пищевой продукции **«ПродЭкстраПак»**.

Отраслевой конкурс «Лучший продукт» в течение долгих лет является одним из главных мероприятий выставки и значимым событием для российской пищевой отрасли. Конкурс организуется фирмой «Агроэксперс-сервис» при активном участии и поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

Конкурс «Инновационный продукт» проводился по четырем номинациям: инновации в технологии, в составе продукта, в упаковке, в удобстве потребления — «convenient food». В конкурсе приняли участие 49 компаний со 129 продуктами. Победители были награждены золотыми и серебряными медалями.

В рамках выставки «ПРОДЭКСПО-2008» среди компаний, работающих в сфере продовольствия, прошла церемония награждения победителей конкурса «Лучшее предприятие XXI века». Золотой медалью в номинации «Лучший руководитель года» был награжден **Н. Г. Агурбаш** — генеральный директор компании ООО **«Фирма «Мортадель»**, которая

была удостоена диплома I степени в номинации «За сохранение традиций» и диплома II степени в номинации «За применение экологически чистых натуральных материалов».

Дипломы I степени в номинации «За популярность бренда» получили ООО **«Мартин»** и ООО **«БРОЙЛЕР ЭМ»** (за бренд «Житник»).

В номинации «Лидер в сфере диетических продуктов» дипломом I степени была награждена компания ООО **«АГФарм»**.

В третий раз на выставке Центром упаковки, этикетки, дизайна, Национальной конфедерацией упаковщиков и журналом «Тара и упаковка» был организован конкурс на лучшую упаковку и этикетку для пищевой продукции — **«ПродЭкстраПак»**. В конкурсе приняли участие дизайнеры упаковки, производители и поставщики упаковочной и этикеточной продукции, производители и поставщики продуктов питания и напитков.

По итогам работы жюри награды конкурса присуждены ООО **«Пит-Продукт»** — за комплект упаковок для колбасной продукции «Докторская классическая» и «Брауншвейгская», а также ЗАО **«ГОТЭК-ЛИТАР»** — за розничный контейнер (литая тара из макулатуры) и др.

С экспозицией юбилейной выставки «ПРОДЭКСПО-2008» ознакомились свыше 45000 посетителей, 92% из которых — специалисты, представившие предприятия агропромышленного комплекса из всех регионов России, дальнего и ближнего зарубежья.

Большинство экспонентов довольны результатами выставки, свыше 80% из них заявили о готовности участвовать в выставке следующего года.

*Приглашаем вас, дорогие читатели, в качестве экспонентов и посетителей на международную выставку «ПРОДЭКСПО-2009», которая состоится в Москве в Экспоцентре 11 февраля 2009 г.*

*Фотографии А.Д. Кошелева*

