

«ПРОДЭКСПО-2017»:

кому на российском рынке жить... хорошо

С 6 по 10 февраля 2017 года в ЦВК «Экспоцентр» пройдет 24-я Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «ПродЭкспо». За более чем 20-летнюю историю выставка стала крупнейшим и авторитетнейшим в России и Восточной Европе международным форумом, оказывающим существенное влияние на формирование и наполнение российского продовольственного рынка. О том, чего ждать участникам и посетителям от предстоящего смотра, мы беседуем с директором выставки Татьяной Пискаревой.



— Татьяна Назаровна, два месяца назад завершился «Агропродмаш». Выставка состоялась и, судя по количеству посетителей, была успешной, несмотря на непростые экономические условия. Характеризуя сегодняшнее состояние российской продовольственной индустрии, отраслевые эксперты используют самые разные определения — и «новой реальности», и «новой нормальности» и т. д. Подчеркивая при этом, что курс на импортозамещение уже принес определенные результаты, но снижение доходов и сокращение потребления вносят свои коррективы в стратегию и тактику дальнейшего развития. Как бы там ни было, именно в таких условиях через два месяца стартует «ПродЭкспо»... По вашим ощущениям, как чувствует себя российский продовольственный рынок?

— Российский продовольственный рынок живет, развивается, и ситуация с формированием экспозиции «ПродЭкспо» это подтверждает. Безусловно, од-

ним из основных факторов, влияющих на российскую пищевую и перерабатывающую промышленность и, соответственно, российский продовольственный рынок, является реализуемый курс на ускоренное импортозамещение, который уже приносит результаты. Например, уже стало очевидным, что российские производители свинины и птицы использовали свой шанс нарастить объемы производства и заменить выпадающий импорт: уровень самообеспеченности по этим отраслям превышает 90%. И сегодня одним из ключевых направлений их дальнейшего развития эксперты называют экспорт. Активно развивается российское сыроделие, причем предприятиями самых разных мощностей: российские производители стараются занять высвободившиеся ниши даже в условиях довольно жесткой конкуренции в этом сегменте с продукцией из Белоруссии. Отдельные подвижки заметны и в других отраслях. Вместе с тем экономная модель потребительского поведения не может не отражаться на предприятиях и одновременно стимулирует производителей всех видов продукции к использованию более эффективных инструментов маркетинга. Отсюда — и желание заявлять о себе на выставке «ПродЭкспо», искать новые контакты и каналы для продвижения продукции на рынок.

— А как перечисленные вами факторы отражаются на формировании выставки?

— За годы своего существования форум «ПродЭкспо» сыграл важную роль в процессе формирования и развития продовольственного сектора российской экономики. Я расцениваю выставку в том числе и как платформу для выработки бизнес-решений: полученные здесь информация и контакты

помогут понять, что реально происходит на российском рынке, каков вектор его развития сегодня и на ближайшую перспективу, и какие шаги предпринимать в дальнейшем.

Секрет популярности выставки «ПродЭкспо» обусловлен ее высокой коммерческой эффективностью. Участие в ней как для начинающих, так и для опытных игроков является одним из главных шагов по продвижению продукции на рынок. После введения эмбарго продовольственный рынок продолжает трансформироваться. В выстраивании новых деловых связей сегодня заинтересованы и производители, и оптовые компании, и торговые сети. Если для производителей как никогда актуальна проблема сбыта, то оптовики и ритейл нуждаются в поиске поставщиков, в том числе региональных, готовых предложить потребителю новый и, самое главное, качественный товар. В данном контексте наша выставка представляет возможности для быстрого и удобного поиска клиентов и партнеров, что помогает не только серьезно сэкономить время на анализе рынка, но и получить полную информацию о самых перспективных и амбициозных проектах отрасли.

— «ПродЭкспо» всегда впечатляет своими масштабами. Каких показателей вы ожидаете от выставки 2017 года?

— Площадь экспозиции в 2017 году составит около 100 000 кв. м, будут задействованы все стационарные выставочные павильоны, плюс предусмотрено возведение дополнительных временных павильонов. В выставке примут участие более 2000 экспонентов из 60 стран. Мы ожидаем свыше 55 тысяч специалистов из всех регионов России. Приrost обеспечат такие салоны, как «Молоко

и молочные продукты», «Бакалея», «Растительные масла и жиры», «Кондитерские изделия», «Чай. Кофе», «Спиртные напитки». Они демонстрируют сегодня наилучшую динамику. Стабильно наполняются салоны мясных изделий и консервации, рыбной продукции, а также безалкогольных напитков. И мы рассчитываем, что в итоге выставка будет представительной и как обычно продемонстрирует широчайший выбор разнообразных продуктов и напитков со всего мира.

— **Я так понимаю, что активность со стороны российских производителей нарастает?**

— Да, мы отмечаем активизацию российских производителей продуктов питания и напитков из самых разных регионов России, от Калининграда до Дальнего Востока и, естественно, Крыма, экспозиция которого будет представлена вином, рыбной продукцией, бакалеей, чаем... Очевидно, что локальные производители понимают, что спрос на их продукцию возрос, и хотят использовать появившуюся возможность осваивать освободившиеся на рынке ниши. И здесь важнейшим инструментом продвижения является участие в самой крупной в России выставке продовольствия. Понимают важность момента и региональные власти: растет число российских региональных экспозиций, в том числе Томской области, Ставропольского края, Республики Адыгея, Вологодской, Кировской, Астраханской, Саратовской, Тамбовской областей и других регионов.

— **А как обстоит дело с международным участием?**

— Коллективными экспозициями будут представлены почти 30 стран. Мы отмечаем, что если вновь выходящие на российский рынок игроки используют «ПродЭкспо» в качестве презентационной площадки и места поиска партнеров, то традиционные участники, в основном европейские, — для сохранения и упрочения ранее завоеванных позиций, пусть и по ограниченному, в силу санкционного режима, видам продукции. В их числе такие страны, как Италия, Испания, Франция, Австрия, Венгрия, Португалия, Болгария, Сербия, Македония, Польша, Латвия и др. Их экспозиции традиционно ориентированы на алкоголь (преимущественно вина, коньяки), растительные масла, консервы, кондитерские и бакалейные изделия, а также отдельные виды рыбной и мясной продукции. Вернулась на нашу выставку Турция — площадь ее экспозиции на «ПродЭкспо-2017», где будет представлена вся номенклатура турецкого продовольственного экспорта, обещает быть третьей по величине после

Китая и Испании. Значительно увеличила экспозиционную площадь и Греция.

Два последних года мы наблюдаем активизацию производителей продуктов питания из азиатских, африканских стран, стран Ближнего Востока и латиноамериканского региона. Как я уже сказала, экспозиция Китая станет самой крупной; после долгого перерыва свою экспозицию представит Корея. Запланировано участие Японии на национальном уровне. С каждым годом растет участие Шри-Ланки, Ирана. Уже традиционно предполагается участие Аргентины, Бразилии, Уругвая, Чили, ЮАР, Туниса и т. д. При этом Тунис увеличил свою экспозицию (в основном это кондитерский сегмент) вдвое по сравнению с прошлым годом. А Уругвай, несмотря на сделанный акцент на мясе, планирует провести масштабную презентацию по всему спектру экспортной продукции.

Активны и страны постсоветского пространства. В частности премьерой станет участие Узбекистана. Армения представит продукцию более 30 компаний. Возвращается на выставку Республика Молдова, которая готовит к показу широкий ассортимент продукции. Как всегда самым масштабным среди участников из стран СНГ будет участие белорусских фирм во всех разделах выставки. Продолжаются переговоры с рядом других стран. Мы видим, что российский рынок продуктов питания и напитков был и по-прежнему остается очень интересным и привлекательным для иностранных компаний. И многие из них оценивают текущую ситуацию именно с точки зрения открытия новых для себя возможностей.

— **Вы уже начали говорить о развитии салонов... Что наиболее примечательное вы могли бы отметить?**

— Экспозицию салона «Мясо и мясные продукты» представят в этот раз более 100 участников из 13 стран, в числе которых Аргентина, Белоруссия, Бразилия, Италия, Китай, Португалия, Россия, США, Франция, Уругвай, Индия, Парагвай, Литва. При этом мы отмечаем существенное наращивание российской части экспозиции. Традиционно широко будут представлены производители мяса птицы: ГАП «Ресурс», «Челны-Бройлер», «Утолина», «Индолина», «Велес-Агро», Витебская бройлерная фабрика, Угличская птицефабрика, «Праксис-Ово». Впервые в выставке примет участие компания «Лобановская индейка». Еще более представительным по сравнению с прошлым годом станет участие крупнейших российских агрохолдингов — производителей мяса: АПХ «Мираторг», «Агро-Белогорье», «Агропромкомплектация», «Останкино»,



«Продо», Агрохолдинг «Охотно». При этом в числе участников и новые компании: «Мясокомбинат "Эко"», «Здоровая ферма», сеть магазинов «Фермач» и др. Конечно же, порадуют экспозициями и именитые переработчики: мясокомбинат «Богатырь» (МК «Столичный»), «Рублевский» и др.

Салон «Молоко и молочные продукты» демонстрирует очень хорошую динамику и объединит свыше 140 компаний из России, Белоруссии, Казахстана, Ирана. В числе российских участников — ведущие производители сыра: Белебеевский молочный комбинат, Торговый дом «Ичалки», «Можгасыр», «Карат» и др. А также такие известные молочные компании, как «Комос Групп», «Экомилк», «Зеленое село», «Ренна-Холдинг», «Ростагрокомплекс», «Фуд Милк», «Нальчикский молочный комбинат». Именно этот салон очень ярко отражает тренд на импортозамещение.

Свыше 130 участников из 9 стран соберет салон консервированной продукции. Свою мясную продукцию представят компании «Главпродукт», «ОВА», «Калининградский тарный комбинат», «Елинский пищекомбинат», «Хаме Фудс», «Барко», «Арго», Скопинский МК, Курганский МК «Стандарт», Барышский МК и др. Овощные консервы и соусы представят предприятия из Краснодарского края, Кабардино-Балкарии, с Дальнего Востока. Второй раз в выставке будет участвовать комбинат по производству пищевых продуктов «Рускон», который специализируется на изготовлении готовых блюд длительного хранения в полимерной упаковке. Кстати, премьером

салона «Рыба. Морепродукты» станет компания «Доброфлот» со своей консервированной продукцией.

Очень интересным обещает быть салон «Чай. Кофе». Мы ожидаем в этом году свыше 100 компаний. В экспозиции будут представлены все чаи мира: из Индии, Испании, Китая, Японии, Шри-Ланки, Турции, Кореи, Вьетнама! В том числе и из России — крымские чаи. А также кофе из Италии и стран-дебютантов выставки: Эквадора, Германии, Болгарии, Кубы.

Значительный рост показывает салон «Бакалея»: более 130 компаний из 13 стран продемонстрируют свою продукцию. Среди них как постоянные участники выставки («Агро-Альянс», «Первая крупная компания», «Доширак», «Байсад», «Ресурс», АФГ «Националь», «Стойленская нива»), так и новые («Дринк Интернейшнл», «Наш продукт», «Азелис», «Лугань»).

Более 300 участников объединит крупнейший салон выставки «Кондитерские изделия. Хлебобулочная продукция». Эксперты отмечают, что потребление кондитерских изделий в России вернулось на докризисный уровень, при этом заметно изменилась структура потребления. Все больше предпочтения отдается упакованным видам сладостей. Это касается печенья, вафель, рулетов, кексов и различных упакованных тортов и пирогов. В кондитерском салоне это нашло свое отражение. Большая часть экспонентов представляет данный ассортимент.

Премьерой выставки станет салон «Халяль», организуемый совместно с Международным центром стандартизации и сертификации «Халяль» Совета муфтиев России. Его экспозиция соберет более 40 производителей. Это, кстати, новая примета времени: наращивание

экспортного потенциала и первые шаги наших производителей на зарубежных рынках, главным образом стран, где необходимо подтверждение халяльности поставляемой продукции. Также впервые на выставке будет организован конкурс «Лучший "халяль"-продукт», основной задачей которого является предоставление потребителям необходимой информации о качестве продуктов данной категории.

В очередной раз прозвучит и тема здорового питания в рамках «ЭкоБиоСалона», который объединит 60 компаний — поставщиков натуральных, экологически чистых пищевых продуктов, предназначенных для лечебного, диетического, профилактического питания.

— **Вы уже упомянули про вина в коллективных экспозициях. А как обстоит дело в целом с салонами напитков?**

— Что касается салона «Соки, воды. Безалкогольные напитки», то здесь мы наблюдаем существенное преобладание в числе участников производителей и дистрибьютеров минеральной воды. При этом уменьшилось количество компаний, представляющих соковую продукцию. Что является отражением структуры рынка безалкогольных напитков: в 2016 году бутилированная вода (минеральная/газированная) стала наиболее востребованной, на ее долю приходится более 65% общего объема продаж.

Экспозиция салона «Спиртные напитки» расположится в пяти павильонах и объединит стенды крупнейших производителей и дистрибьютеров из самых разных стран. В целом можно отметить сокращение в числе участников производителей и поставщиков водки, в то время как набирает обороты раздел коньяков, демонстрирует значительный рост раздел пива. Причем пиво разных ценовых категорий, включая, например

пиво класса люкс из Монако. Конечно, экспозиция российских пивоваров будет весьма представительной, учитывая, что в этом году количество новых участников резко возросло. Как, впрочем, и в разделе вин: крымские и краснодарские вина, вина Ставропольского края будут представлены очень широко. В числе многочисленных участников Винный Дом «Советский» (Крым), «Вина Ливадии» (Крым), Евпаторийский завод классических вин, «Кубанская лоза» и другие. Стоит отметить, что помимо традиционных производителей вина из ведущих стран мира — Франции, Италии, Испании, Португалии, ЮАР, Венгрии, Австрии и ряда других — экспозиция этого года пополнится алкоголем из Японии и Китая.

— **Считается, что участие в «ПродЭкспо» — это прямой путь на полки сетей. Кроме того, крупнейшие сетевые операторы, работающие на российском продовольственном рынке, активно привлекаются к участию в бизнес-программах выставки. Что ожидает посетителей и участников деловой программы «ПродЭкспо-2017»?**

— Деловая программа форума ежегодно включает в себя семинары, практикумы, конференции, круглые столы, посвященные обсуждению самых важных проблем, стоящих перед сегментом или его отдельными отраслями, и выработке путей для их решения. Подобный обмен опытом особенно важен в современных условиях, когда предприятия продовольственного сектора вынуждены реформировать производство с целью его оптимизации при сохранении качества продукции. Главные темы деловой программы — это живые отклики на ситуацию в отрасли. В мероприятиях примут участие ключевые игроки продовольственного рынка, топ-менеджеры агрохолдингов, корпораций, крупных торговых сетей, представители Минсельхоза России, Россельхознадзора, Государственной Думы РФ, а также зарубежные делегации. В «Центре закупок сетей» состоятся прямые переговоры поставщиков продуктов питания и напитков и представителей ведущих федеральных и региональных ритейлеров.

— **Татьяна Назаровна, что бы вы пожелали всем участникам российско-продовольственного рынка в канун Нового года?**

— Здоровья, удачи, успеха в бизнесе, высокого спроса и хороших возможностей для его максимального удовлетворения.

— **Спасибо за интервью.**

Беседовала Наталья Гусева

