

Новые тренды — НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Компания «Асти Групп» в очередной раз провела саммит «Аграрная политика России»

Татьяна ЗИМИНА

Почти 20 лет выставочная компания «Асти Групп» организует масштабные профессиональные международные мероприятия в сфере производства продуктов питания. Сегодня она реализует 17 проектов, в числе которых одна из наиболее значимых в России выставок — «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / Meat & Poultry Russia». С 2015 г. в рамках этого форума проходит саммит «Аграрная политика России», который стал важной площадкой для взаимодействия представителей бизнеса, науки и власти. В минувшем году ограничения, связанные с пандемией коронавирусной инфекции, не позволили собрать специалистов АПК на выставке, но саммит организаторы провели с большим успехом.

Руководителем, вдохновителем и генератором новых идей в команде «Асти Групп» все годы ее деятельности остается президент компании Наринэ Багманян. Большой опыт организации мероприятий в России и других странах, сотрудничество с крупнейшими мировыми компаниями позволил этой незаурядной женщине осуществить в нашей стране маркетинговые проекты, которые по своей яркости, качеству, уровню реализации не уступают зарубежным. В своих интервью Наринэ не раз говорила, что ставит перед собой цель в каждое мероприятие привносить что-то новое, раскрывать наиболее актуальные вопросы отрасли. И это один из секретов популярности выставок и форумов, проводимых «Асти Групп». Их насыщенность, возможность получить полезную информацию, пообщаться с коллегами привлекает представителей агробизнеса, которые съезжаются на мероприятия из всех регионов страны. Проведенный осенью 2020 г. саммит не стал исключением, хотя пришелся на очень сложный период и был организован в «гибридном» формате: часть слушателей и спикеров присутствовали в зале, а те, кто не смог посетить форум лично, подключились к онлайн-трансляции. Всего в мероприятии приняли участие 807 специалистов отрасли.

В центре внимания на саммите была тема, которая сегодня в АПК, несомненно, вышла на передний план: безопасность и качество продукции.

— Пандемия стала переломным моментом, побуждающим нас принимать решение о производстве «правильного», безопасного продукта. Россия в по-



Д. Жуковский (слева) и В. Калашников (ПАО «Ростелеком»)



Н. Багманян



Е. Лучкина



А. Газизов (МЦСуС «Халляль»)

следние годы стала одной из передовых по органическому сельскому хозяйству стран, и слоган саммита теперь звучит по-новому: «Безопасность от поля до стола». Ведь на качество продукции влияет каждый этап производства, начиная от выращивания зерна. А от того, какая еда попадает на стол человека, зависит его иммунитет, — сказала Н. Багманян, открывая мероприятие.

Вопрос безопасности и качества тесно связан с вопросом эффективности предприятий в нынешних условиях. Эта тема тоже стала одной из ключевых на форуме. Директор по аграрной политике Высшей школы экономики Евгения Серова отметила, что дополнительные риски для производителей создает не только пандемия, но и такие факторы, как рост антибиотикорезистентности бактерий, распространение заболеваний, например африканской чумы свиней и т.д. Кроме того, современных потребителей все больше интересуют особенности производства продукции. Так, в странах Евросоюза обращают внимание на уровень вредных выбросов на предприятии. На отечест-

венных животноводческих комплексах эмиссия на единицу аграрной продукции на 60% выше, чем на европейских фермах, так что российские компании в ближайшее время вряд ли будут допущены на этот рынок. Также в числе актуальных трендов, о которых рассказала Е. Серова, — фуд-дизайн, то есть производство продуктов с особыми свойствами, персонализированное питание, новые формы выпуска товаров.

В связи с ростом курса доллара и падением доходов населения из-за пандемии потребительский спрос переориентировался с дорогих видов мяса на мясо птицы — самый дешевый источник животного белка, заметил руководитель ФГБУ «Центр Агроаналитики» Дмитрий Авельцов.

С ним согласился исполнительный директор ООО «Ринкон Менеджмент» Константин Корнеев. Он подчеркнул, что сейчас не самое лучшее время для вывода на рынок новых продуктов с высокой добавленной стоимостью. Целесообразно, по его убеждению, развивать сотрудничество с торговыми сетями, ведь они остаются одним из глав-

ных каналов сбыта, а также увеличивать срок годности продуктов, чтобы наращивать онлайн-продажи, которые сегодня в тренде. Кроме того, необходимо снижать себестоимость продукции и повышать эффективность производства. Прежде всего, продолжил эксперт, надо обеспечивать ветеринарную и экологическую безопасность, чтобы исключить падёж поголовья. Важно вкладывать средства в компьютерные технологии для улучшения организации управления производством. Экспорт продукции — тоже хороший способ увеличения прибыли, но нужно помнить, что главным рынком сбыта для отечественных компаний остается внутренний рынок. Поэтому следует обеспечивать высокое качество товаров, не только предназначенных для экспорта, но и реализуемых российским потребителям, подчеркнул К. Корнеев.

О тенденциях в экспорте аграрной продукции рассказала генеральный директор МЭА «Свои люди» Юлия Ханталина. Так, в Китае традиционно закупают крылья и лапы птицы, но в по-



следнее время ассортимент поставок расширяется. Китайские покупатели постепенно привыкают к потреблению других частей тушки птицы. Это положительный фактор, поскольку, как отметили некоторые эксперты, реализация только крыльев и лап не избавит наш рынок от излишков продукции.

Возвращаясь к проблеме спроса, директор по работе с клиентами отдела исследований потребительской панели GFK Rus Анастасия Джафарова сказала, что наиболее актуальные сегодня тренды можно обозначить как «Жизнь без сложностей» и «В поисках уверенности и безопасности». Люди стали чаще приобретать продукты в онлайн-магазинах и готовить дома, стремятся оптимизировать бюджет, отказываясь от лишнего, а также покупать товары в экологичной упаковке.

Такой тренд вполне обоснован. Масштабы загрязнения планеты поистине угрожающие, и большую опасность представляют твердые отходы, к которым относится упаковочный материал. Генеральный директор компании Dream Catchers Эдуард Хатуев рассказал, что в России на переработку поступает только 2% твердых отходов, еще 4% отправляют на мусоросжигательные заводы, а 96% остаются на свалках. К слову, в Европе перерабатывают 40% отходов. Переход на экологичную упаковку поможет не только решить проблему загрязнения окружающей среды, но и повысить прибыль от продажи товаров премиум-сегмента. Уже достаточно большое количество людей, особенно поколения миллениалов, готовы переплачивать за продукты в упаковке из экологичных материалов.

Кроме того, популярность набирают товары в упаковке с социальной рекламой, а также магазины, где продукцию продают на развес без использования упаковки. Хотя из-за эпизоотической обстановки в мире отказаться от одноразовой упаковки нам удастся еще не скоро, отметила исполнительный директор Национального союза мясопереработчиков Екатерина Лучкина. Тренд на упакованные товары с фиксированным весом связан с необходимостью в обеспечении безопасности продукции.

Генеральный директор Vatel Marketing Роман Калинин считает, что формирование потребительских трендов связано вовсе не с истинными предпочтениями покупателей, а с грамотной работой маркетинговых служб производителей. Подтверждение этому — появление разных трендов в различных регионах страны. Ждать повышения спроса бессмысленно, нужно сформировать его, подчеркнул эксперт. При этом не надо пытаться создать продукт, который сразу обретет популярность. Необходимо оперативно выводить на рынок новые товары, оценивать спрос на них и принимать решение о целесообразности производства.

Добиться высокой эффективности предприятия без внедрения технологий цифровизации сегодня, пожалуй, уже невозможно. Для обсуждения этого актуального тренда на саммите совместно с ПАО «Ростелеком» была организована отдельная сессия, участники которой представили передовые технологические решения для управления производственным процессом на животноводческих фермах, а также для

обеспечения биобезопасности. Директор направления отраслевых сервисов компании «Ростелеком» Денис Жуковский отметил, что сейчас Россия находится на 15-м месте в мире по внедрению технологий цифровизации в АПК. В последнее время они становятся все доступнее благодаря повышению мобильности данных.

— Сегодня компаниям нужны новые инструменты для решения текущих проблем бизнеса, и пандемия сделала эту потребность еще более острой. Традиционные подходы оказываются неэффективными в условиях меняющегося рынка. Однако мы рассматриваем это как благоприятный фактор, поскольку у предприятий появился стимул сделать важные шаги и заложить основу для развития производства на ближайшие годы. Все, что необходимо компаниям сейчас, — владеть актуальными данными, полученными из первоисточников. Возможность найти информацию предоставляют такие мероприятия, как нынешний саммит, — заключила, подводя итоги форума, Н. Багманян.

Следующий саммит состоится 25–27 мая 2021 г. в МВЦ «Крокус Экспо» в рамках Международной выставки передовых технологий и решений для агропромышленного комплекса «Meat & Poultry Industry Russia / VIV 2021». Организаторы и участники верят, что больше ничто не помешает провести оба мероприятия в привычном формате и специалисты смогут не только получить на них самую актуальную и полезную информацию, но и насладиться живым общением с коллегами и экспертами отрасли.

ЖР