

FISHNEWS

Информационно-аналитический журнал
№ 2 (80) 2025

ИЗДАНИЕ МЕДИАХОЛДИНГА FISHNEWS

 **РСКБ**

«Рыбный клуб»
положил начало
диалогу экспертов

Инна САННИКОВА:
Создание культуры
потребления
рыбных консервов —
это наша миссия

«Икорный.ПРО»:
Ориентир на
правильную рыбу



**Иван ФЕТИСОВ: Главный
человек на выставке — посетитель**

Сохраняя ресурсы, думаем о будущем



ФГБУ «Главрыбвод» – крупнейшая и единственная государственная структура, созданная для сохранения водных биологических ресурсов страны.

Рыбоводные заводы ФГБУ «Главрыбвод» ежегодно выпускают в водоемы более 2 млрд штук молоди различных видов рыб.

Это единственная в России организация, осуществляющая искусственное воспроизводство ценных и находящихся под угрозой исчезновения видов рыб: азовская белуга, каспийский лосось, черноморский лосось, сахалинский осетр, байкальский осетр, байкальский омуль.

ФГБУ «Главрыбвод» участвует в реализации двух федеральных проектов в рамках национального проекта «Экология» – «Оздоровление Волги» и «Сохранение озера Байкал».



www.glavrybvod.ru

РЕДАКЦИЯ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Эдуард Владимирович КЛИМОВ,
edd67@mail.ru

СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ FISHNEWS.RU

Главный редактор - Маргарита КРЮЧКОВА,
margarita_kr@bk.ru
Алексей СЕРЕДА,
aleksey@fishnews.ru
Анна ЛИМ,
anna@fishnews.ru

КОРРЕКТОР

Ольга МАЛЫЦЕВА

ВЕРСТКА & ДИЗАЙН

Виталий КОЧЕТКОВ

ФОТО НА ОБЛОЖКЕ

ESG


ФОТОГРАФИИ

Ольга ШУТЬ, Виктор БУКВЕЦКИЙ,
Кристина АНТОНЕНКО, Арина БУРЛАКОВА,
пресс-службы: ESG, «Дальпромрыба»,
«Мореодор», «Икорный.ПРО»,
«Колд Трейд», «Фишеринг Сервис»,
Калининградский филиал Главрыбвода

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ:

ООО МЕДИАХОЛДИНГ «ФИШНЬЮС»

Яна ЯШИНА,
yashina@fishnews.ru,
тел. 8-914-703-68-60

Материалы, отмеченные знаком ,
публикуются на правах рекламы.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ И ПОДПИСКА

Антонина ЛОПАТНИКОВА,
тел. 8-914-707-05-28,
e-mail: antonina@fishnews.ru

Журнал «Fishnews — Новости рыболовства»

№ 1 (79) 2025 г. Издается с 2006 года. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-54280 от 24 мая 2013 года, выданное Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
www.fishnews.ru.

РЕДАКЦИЯ 690091, г. Владивосток, ул. Светланская, 51А, к. 40А. Тел. 8 (423) 226-84-44.

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ

ООО Медиахолдинг «Фишньюс» - Россия, 690091, г. Владивосток, ул. Светланская, 51А, оф. 40А

Журнал распространяется по редакционной подписке. Подписка оформляется только через редакцию. Мнение авторов может не совпадать с позицией редакции. Редакция не предоставляет справочной информации. Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Fishnews — Новости рыболовства», допускается только с письменного согласия редакции. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. Все товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

Тираж 1500 экз. Свободная цена.

Дата выхода в свет: 30.06.2025 г.

Отпечатано в типографии ИП Шульга В.Б. —

г. Владивосток, ул. Русская, 65 корп. 10.

Тел.: 8 (423) 234-59-01.

Знак информационной продукции «16+».

СОДЕРЖАНИЕ

- 2 Иван ФЕТИСОВ: Главный человек на выставке — посетитель**
Генеральный директор Expo Solutions Group о том, как смелые идеи воплощаются в проекты, которые задают тон развитию всей рыбной отрасли
- 8 Форум и выставка в Петербурге: новые форматы и решения**
Что ждет в этом году гостей Международного рыбопромышленного форума и Выставки рыбной индустрии, морепродуктов и технологий (Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia)
- 12 «Рыбный клуб» положил начало диалогу экспертов**
Впервые рыбаки, переработчики, трейдеры, логистика, ритейл смогли обсудить интересные бизнес-кейсы и послушать экспертов на новой площадке для свободного общения участников рыбного рынка
- 20 Инна САННИКОВА: Создание культуры потребления рыбных консервов — это наша миссия**
За что молодежь полюбила консервированного тунца — интервью с генеральным директором компании «Дальпромрыба»
- 26 Рыба стремится к партнерству на троих**
Как повлияли на рыбную полку совместные проекты торговых сетей с рыбаками и почему даже прямые контракты на деле оказываются «танцем на троих», обсудили на полях «Недели российского ритейла»
- 32 Лилия ВАСИЛЬЕВА: Работать в продажах очень интересно**
Руководитель коммерческого отдела Южно-Курильского рыбокомбината о тенденциях по спросу на российский рыбный жир и муку за рубежом
- 38 По пути рыбных открытий**
Участники рынка развеивают мифы, связанные с рыбой и морепродуктами, с помощью современных форматов
- 42 «Икорный.ПРО»: Ориентир на правильную рыбу**
Коммерческий директор компании «Икорный.ПРО» Гузель АХМЕЕВА раскрывает секреты успешного старта в оптовом сегменте рыбного рынка
- 48 Fishnews Online: выбираем самые острые темы**
Коммуникационная платформа медиахолдинга «Фишньюс» вот уже 5 лет собирает экспертов по разным вопросам
- 56 Профессионалы холода для рыбы**
Генеральный директор «Колд Трейд» Павел КЛИМЕНКО об актуальных проектах в отечественном рыбохозяйственном комплексе
- 61 Владморрыбпорт: Мощностей хватает, ждем уловы!**
Как портовики развиваются с учетом нынешних вызовов и что они могут предложить рыбакам
- 66 Тралы меняются вслед за рыбой**
«Фишеринг Сервис» продолжает внедрять современные технологии и делиться опытом с профильными специалистами плавсостава
- 70 Илья ФРОЛОВ: Мы ждем заметное увеличение популяции балтийского сига к 2030 году**
С 2017 года Калининградский филиал Главрыбвода проводит компенсационные мероприятия и помогает восстанавливать запасы балтийского сига
- 73 Главрыбвод помогает рекам Приморья вновь наполниться лососем**
В этом году Приморский филиал Главрыбвода совместил зарыбление в рамках компенсационного ущерба с экологической акцией для школьников — репортаж корреспондента Fishnews
- 76 В отпуске удобнее с Union Pay**
Россельхозбанк выпускает карту «МИР-Union Pay», поддерживающую платежную систему Union Pay
- 77 Участки для промысла: ключевые решения приняты**
Законодатели и правительство определились с основными подходами к перезакреплению рыболовных участков. На что предстоит опираться претендентам на РПУ и их пользователям — в обзоре Fishnews

Иван ФЕТИСОВ: Главный человек на выставке — посетитель

Выставка рыбной индустрии, морепродуктов и технологий (Seafood Expo Russia) за восемь лет превратилась в платформу, задающую тон развитию всей рыбной отрасли, но начиналась она со смелой идеи и убеждения, что российским рыбакам нужна своя площадка для коммуникаций, вспоминает генеральный директор Expo Solutions Group Иван ФЕТИСОВ. В беседе с главным редактором журнала Fishnews Эдуардом КЛИМОВЫМ он рассказал, как удалось выстроить профессиональное сообщество вокруг отраслевого мероприятия, почему важно делать ставку не на массовость, а на качество аудитории, как влияет семейный бизнес на отношения и какое место в мыслях выставочного оператора занимают футбол, «обвес» и визуал.

◀
Иван ФЕТИСОВ,
генеральный директор
Expo Solutions Group



— Иван, я сразу перейду на «ты», потому что мы знакомы очень давно. Выставке в Санкт-Петербурге в этом году исполняется уже восемь лет, но ведь ты начал работать с рыбаками еще раньше? С чего все началось?

— Да, выставке уже восемь лет, а нашей работе в рыбной отрасли — ровно десять. Одним из первых мероприятий, которыми мы занимались, был форум по судостроению в Мурманске в 2016 году. Потом мы участвовали в выставке в Брюсселе, а спустя еще пару месяцев сделали мероприятие «Русский рыбный дом» на Петербургском международном экономическом форуме. Тогда все удивлены были самому формату: у нас был ресторан и шикарная презентационная зона.

В ноябре 2016 года мы приехали на выставку в Циндао (Китай), и там впервые речь зашла о выставке в Санкт-Петербурге. Не сказать, что эта идея у всех нашла понимание, но мы были убеждены: России нужно свое крупное отраслевое мероприятие. Я очень хорошо помню, как Илья Васильевич ШЕСТАКОВ спрашивал: «Ты уверен?» — «Уверен». — «Тогда вперед!»

Для нас как выставочного оператора организация масштабной отраслевой выставки была чем-то новым, причем сразу на таком высоком уровне. Конечно, нам было страшно. Но, если честно, этот страх мы испытываем каждый раз. В течение всех этих лет мы переживаем за любое из наших мероприятий: как оно пройдет.

А тогда, в 2017 году, мы поверили, что все получится, во многом благодаря поддержке Ильи Васильевича, сумевшего убедить и увлечь за собой всю отрасль, и взялись за дело. Не только мы как организаторы, но и руководители рыбопромышленных предприятий, да и весь центральный аппарат Росрыболовства — все сообща участвовали в формировании экспозиции и деловой программы. И эти совместные усилия легли в основание будущей Seafood Expo Russia.

Мы успешно провели две выставки — в 2017 и 2018 годах, а в 2019 году произошел качественный скачок: к нам пришли

трейдеры, которые ранее представлялись только на продуктовых выставках, таких как World Food и «Продэкспо». Даже после пандемии Seafood Expo Russia продолжила бурно развиваться, появилось много новых участников, новых направлений.

Ну а потом случился 2022 год, и многие иностранные компании покинули рынок. С другой стороны, государство стало активнее побуждать рыбаков к обновлению рыбопромыслового флота. Нам пришлось общаться с производителями оборудования, сводить их с рыбаками, искать

у участников возникало много вопросов к расположению и посещаемости стендов. Но сейчас, если посмотреть повнимательней, у нас блок трейдеров и переработчиков потихоньку перемещается в отдельный от рыбаков павильон, стало посвободнее — людям удобнее ходить друг к другу, а сзади мы разместили площадки с оборудованием, и потоки посетителей уравнились.

В этом году мы запускаем новую фишку — техмарафон. Будем заранее формировать группы и целенаправленно показывать им в ходе специальных



Руководитель Росрыболовства Илья ШЕСТАКОВ на трибуне Международного форума «Флот для рыболовства – новый импульс развития». Март 2016 г., Мурманск

новые направления, подключать логистику. Взять хотя бы нашу конференцию по непрерывной холодильной цепи. Мы начали смотреть, что вокруг происходит, искать новые возможности и выстраивать работу внутри отрасли уже совершенно по-другому.

— С какого момента стало понятно, что эта выставка реально представляет всю отрасль, а не только промышленное рыболовство?

— Практически сразу, как мы провели первую выставку. Изучив опыт крупнейших зарубежных мероприятий, мы поняли: всё, что соприкасается с промыслом, тоже обязательно должно присутствовать. Причем сначала мы вынесли в разные блоки оборудование и другие разделы, а потом поняли, что так не работает, нужно перемешивать и искать баланс.

Это было трудно, потому что

туров оборудование для промысла и пищевого производства. Уже рассылает письма судовладельцам и руководителям предприятий переработки, чтобы они отправляли на эти показы своих тралмастеров и технологов.

— В чем главная ценность выставки? В деловых контактах с теми, кто ее посещает, или между теми, кто выставляется?

— Важнее всего контакты «посетитель — участник». Это аксиома, можно сказать, закон выставочной деятельности. Участники выставки платят деньги для того, чтобы в свою очередь заработать еще больше денег. Они надеются получить больше контрактов, подтвердить действующие договоренности, встретить новых клиентов, а друг друга они и так прекрасно знают и могут пообщаться в любое время.

Главный человек на выставке — это посетитель, тот, кто пришел покупать. Чем больше к вам приходит посетителей, тем больше экспозиция на следующий год. Ведь среди посетителей есть не только покупатели, но и компании, которые пока в выставке не участвуют. Они смотрят, как выглядят их конкуренты, как те развиваются и растут из года в год, сколько людей у них на стенде, и рано или поздно тоже встают на выставку.

Любая выставка растет вместе со своими посетителями, они

горжусь с учетом того, что у нас все-таки узкая специализация по сравнению с промышленностью или сельским хозяйством.

Но на том же «Иннопроме» министр присутствует не все дни. А у нас руководитель Росрыболовства именно работает — участвует в дискуссиях на панельных сессиях и круглых столах, проводит много встреч по международным вопросам. В этом уникальность нашей площадки, где в одном месте собраны все блоки — международный, политический, деловой.



Seafood Expo Russia является витриной рыбной отрасли России

в немалой степени формируют экспозицию. Если поток посетителей снижается, значит, организатор недорабатывает.

— Ты упомянул роль главы Росрыболовства Ильи ШЕСТАКОВА. Я вижу, что в каждую выставку он лично очень вовлечен, присутствует каждый день, с утра и до упора работает. Характерно ли такое активное участие для руководителей других отраслей в профильных выставках?

— Крупных профильных выставок не так много. Насколько мне известно, в «Иннопроме» участвует руководитель Минпромторга. Главную сельскохозяйственную выставку «Золотая осень» тоже посещает министр сельского хозяйства. Кроме того, ее курирует зампред правительства, как, кстати, и нашу выставку. И я этим очень

— В Санкт-Петербурге выставка совмещена с Международным рыбопромышленным форумом. Для тебя это одно и то же мероприятие или они все-таки разные? И чья была идея проводить одновременно форум и выставку?

— Нет, для меня разделения нет, выставка и форум изначально были задуманы как одно целое. Когда мы начинали этим заниматься, то сразу говорили, что параллельно с выставкой должно идти мощное деловое мероприятие. Особенно в первый раз. А Илья Васильевич просто разогнал это до масштабов международного форума. И получилось так, что все этим прониклись, вовлеклись, потом волну подхватили СМИ — и в результате такой формат прижился.

— Давай перейдем к зарубежным площадкам. Начнем с

Китай. Идея объединенного национального стенда в Циндао появилась сразу?

— Да, нам это подсказали в руководстве Росрыболовства. Причем сначала мы двигались по пути общей экспозиции с одинаковыми стендами внутри — это более экономичный вариант, но потом некоторые участники захотели сделать пускай дорожке, но по-своему. И последние три года мы пришли к тому, что делаем общий подвес, а под ним своего рода город, где у каждой компании свой дом — в соответствии с ее видением и стратегией. А наша задача — следить, чтобы все это в целом выглядело достойно и красиво.

И такой подход себя оправдывает. Когда мы участвовали в Циндао в третий или в четвертый раз, американцы даже пришли к организаторам выставки и предъявили претензию, мол, почему им не сказали, что Россия выступает так мощно. Для нас это показатель.

— Меняется ли состав российской экспозиции в Китае? Какие тенденции видны?

— Мы ежегодно увеличиваем площадь экспозиции в Циндао. Состав рыбаков при этом практически не меняется, но к нам приходят новые компании из смежных секторов. Сейчас у нас присутствуют рыбопереработчики, в том числе глубокая переработка, транспортные компании — тот же «Дальрефтранс», «Реф-агротранс». Плюс появились компании, которые, например, продают такой компонент, как омега-3, потому что у аудитории в Китае эта добавка очень востребована, продают рыбий жир, рыбную муку. В этом году пошли первые трейдеры, которые стали обращать внимание на экспорт.

Интерес к китайскому рынку растет, и мы стараемся этому соответствовать. Наша организация отслеживает тенденции, делает довольно серьезную аналитику и делится ей с отраслью.

— А что за история с Турцией и Африкой?

— В определенный момент отрасли понадобился новый инструмент для замещения выпадающих объемов экспорта — и мы поверили, что Турция сможет

стать такой удобной площадкой для международной рыбной выставки с уклоном в сторону российских компаний. Но не учли определенную специфику, в том числе связанную с менталитетом и организацией работы в местных ведомствах, другие барьеры.

В итоге мы провели выставку, она получилась хорошая, небольшая, наши компании отработали четко, но продолжать ее из года в год не видим возможности. Поэтому мы свернули этот проект, но оставили для себя как инструмент для продвижения выставки в Санкт-Петербурге и нашей отрасли на зарубежных выставках через те ресурсы, которые у нас остались в Турции.

А по Африке мы предложили бизнесу поучаствовать в Salon Halieutis в Марокко и получили хорошие отзывы, все участники сказали, что готовы поехать и в следующий раз. На этой выставке оказалось очень важным правильно разместить экспозицию ближе к стендам местных ассоциаций, которые активнее всего посещают представители близлежащих стран. Если бы мы заранее учли этот фактор, то наши компании могли бы получить даже больше клиентов, хотя посетителей у российских участников и так было очень много.

До следующей выставки здесь еще два года, поэтому время подготовиться с учетом наработанного опыта точно есть. Мы уверены в перспективах нашей отрасли в Африке, которые растут с Большой африканской экспедицией Росрыболовства, и с удовольствием продолжим заниматься ее продвижением. Российские компании здесь встретили очень тепло и с большим интересом.

— Возвращаясь к российским реалиям, мне кажется, у большинства профильных выставок всё гораздо скромнее в плане визуала. Или я ошибаюсь?

— Без ложной скромности скажу: с нами в этом плане могут сравниться только два мероприятия в стране — это «Иннопром» и ПМЭФ, а в нашем секторе мы, безусловно, номер один.

— Обычно на выставках мы видим ряды разношерстных стендов, а у вас люди креати-

вят, но в рамках единой стилистики. Почему так получается?

— Выставка сама диктует красоту. Это то, что считывается подсознательно, — красиво, понятно, дорого. Да, есть компании, которые хотят продемонстрировать свой вес в отрасли, есть и те, у кого бюджет намного скромнее, но на выставке эта разница не должна бросаться в глаза. Ни в коем случае.

Мы изначально продумали этот момент и предлагаем определенные варианты строительства стендов. В итоге их стоимость может сильно различаться, но в визуале больших отличий дорогого стенда от недорого вы не увидите. Это сделано намеренно, чтобы не было невзрачных мест, которых посетители просто не замечают и проходят мимо.

Мы постоянно думаем над тем, как улучшить выставку, как увеличить ее мощность, в каких еще направлениях выдвигаться...

— А зачем?

— Если из года в год увеличивается и площадь выставки, и количество предприятий-участников, значит, выставка растет. Если же площадь остается той же или даже увеличивается, но количество участников уменьшается, это тупик, стагнация. Значит, ты должен задуматься, что пошло не так.

Пока у нас такой проблемы нет. Люди от нас не уходят, хотя могут взять паузу на год-два. Например, если компания получила большое количество клиентов и ей нужно время, чтобы все это переварить, обработать, допустим, открыть новые производственные площадки.

Какая-то ротация участников, безусловно, есть, но выставка продолжает расти. Раньше это были 30–40% в год, сейчас — 12–17%, но по нынешним временам это неплохо. Значит, мы приняли правильное решение, когда вкладывали деньги в рекламную кампанию, в новые фишки — их очень много.

— Насчет фишек — в прошлом году на выставке мы играли в футбол. В этом году продолжим?

— Я считаю, это была классная идея. Получилось не хуже,

чем Лига чемпионов. Форма, флаги — все красиво. Мы обязательно продолжим!

— А что дает игра? Для чего это нужно?

— А ты обратил внимание, как все обнимались? Вне зависимости от статуса и регалий. В футболе все игроки равны. Одни и те же бутсы, гетры, трусы, футболка с фамилией на спине. То же самое и для болельщиков: все равны, только я болею за белых, а ты болеешь за красных. Мне кажется, футбол — хороший способ объединить и уравнивать рыбохозяйственную отрасль и чиновников. Хотя для выставки, разумеется, футбол — это всего лишь «обвес», украшение, но без него никуда.

— Считается, что на выставке надо только работать.

— Согласен. Но работать тоже можно в комфортных условиях. И мы стараемся обеспечить этот комфорт. Например, любой посетитель выставки рано или поздно устает и хочет где-то сесть. А мы специально освобождаем пространство по периметру, не ставим туда стенды, а устраиваем там лаунж-зоны со стульями и столиками. Это красиво, это удобно, это понятно. Но 95% выставок не думают ни об удобстве посетителей, ни о красоте. Это тоже «обвес», но он позволяет тебе быть лучше этих 95%. Как только ты начинаешь думать о сокращении этого «обвеса», ты уже проиграл.

Мы думаем о том, что человеку нужно, когда он пришел на выставку: что-то поесть, где-то присесть, что-то на чем-то записать, а еще парковки, шаттлы, такси и прочие мелочи. И это дает результат. На нашу выставку удобно приехать, на ней приятно находиться.

— За эти годы ты выстроил целую команду. Наверняка очень многие участники выставки знакомы с твоей женой, а возможно, Зарину ФЕТИСОВУ даже знают лучше, чем тебя. Вовлеченность супруги в бизнес-процессы мешает или помогает?

— Очень помогает.

— А не возникает проблем из-за того, что вы постоянно



В рамках Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia в 2024 г. прошел товарищеский матч по футболу: соревновались команда организаторов во главе с руководителем Росрыболовства Ильей ШЕСТАКОВЫМ и команда участников, капитаном которой стал председатель совета директоров медиахолдинга «Фишньюс» Эдуард КЛИМОВ

но вместе — и на работе, и дома?

— Но мы же не видимся на работе вообще. Максимум можем списаться и договориться пообедать вместе. Всё. А дома мы не обсуждаем работу, дом — это дом, там дети и другие заботы. За эти годы мы научились взаимопониманию, перестали давить друг на друга, и нам стало легче.

— Кто главнее в работе?

— Я. Потому что как ни крути, если ты не заведешь народ, не подашь правильную идею, то ничего не будет. Но Зарина спокойно может сделать форум без меня. Собственно, она его и делает вместе с Екатериной ГРИЦЕНКО, нашим директором деловой программы.

Во всем, что касается форумной части, моя жена выросла быстрее меня. По сути, у нас разделение сфер ответственности. Мой блок — это коммерческий отдел и застройка, то есть технический отдел. Я придумываю все, что касается выставки, генерирую идеи, определяю, в каком направлении двигаться, и так далее.

А все, что относится к такому сложному вопросу, как организация форума... да и не только. Например, скажу честно, в Циндао я до сих пор не понимаю, как выстраивается работа кухни, где совершаются закупки, каким образом набирается персонал, когда и где шьется униформа. Это все — на Зарине. Я ничего этого не знаю.

Вначале, конечно, мы все это делали вместе, когда масштабы были небольшие. Но сейчас только наши стенды в Циндао обслуживает более 200 человек.

— А в Санкт-Петербурге?

— Там мы нанимаем около 400 человек, и из Москвы туда выезжает команда — примерно 40 человек. И это еще не считая застройщиков.

— Я могу представить себе твой график, потому что в принципе живу в покоем. Страна с 11 часовыми поясами. В какое ты время встаешь и в какое ложишься?

— Сейчас чуть попроще стало, но и то последний год. А так обычно в полночь ты работаешь с Камчаткой и Магаданом, потому что там уже утро и можно общаться с людьми. Дальше три-четыре часа сна — и снова за дело, пока на Дальнем Востоке не закончился рабочий день.

Я всегда старался уйти от образа москвича и не считаю приличным звонить своим партнерам после 18 или 19 часов и начинать решать какие-то вопросы. Мне кажется правильным делать это в рабочее время и по возможности подстраиваться под график собеседника. Допустим, если я переписываюсь с коллегами с Дальнего Востока, то знаю, что для них 8 утра — уже нормальное время.

Если честно, я нередко даже специально захожу в

мессенджер в 2 часа ночи для того, чтобы люди понимали, что я в принципе могу поговорить.

— Но невозможно же в таком режиме все это делать.

— Да, сейчас уже в меньшей степени, потому что у нас стало больше сотрудников и я смог делегировать им наших партнеров. Но с себя ответственности я не снимаю.

— Есть ли рыбопромышленные компании, которые ты мог бы назвать своей опорой?

— Боюсь, что этот список будет слишком длинным. Все эти годы с нами были те, кто постоянно участвовал в выставках и других отраслевых мероприятиях, кто поддерживал нас в разные периоды работы. Это десятки людей и компаний. «Антей», «Гидрострой», НБАМР, «Норебо», ОРКЗ №55, «Океанрыбфлот», Русская рыбопромышленная компания, Рыболовецкий колхоз им. В.И. Ленина, Северо-Западный рыбопромышленный консорциум, «Сигма Марин Технолоджи», Тымлатский рыбокомбинат, Южно-Курильский рыбокомбинат. Перечислять можно очень долго.

Могу сказать только, что без ежедневного общения внутри отрасли никогда ничего бы не было и не будет. Я знаю десятки выставок, которые отделились от той отрасли, где они работали, и эти выставки закрылись.


'24
**VII GLOBAL FISHERY FORUM
& SEAFOOD EXPO RUSSIA**

GLOBAL
FISHERY FORUM and

17-19 SEPTEMBER



Форум и выставка в Петербурге: новые форматы и решения

С 22 по 24 октября Санкт-Петербург вновь станет центром притяжения для профессионалов рыбного хозяйства со всей России и из-за рубежа. На Международном рыбопромышленном форуме и Выставке рыбной индустрии, морепродуктов и технологий (Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia) не только подведут итоги работы отрасли за год, но и зададут новые векторы развития.

SEAFOOD EXPO RUSSIA

MBER'24



ФЕДЕРАЛ
ПО РЫ



В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЕ И СБЫТ

Одной из ключевых тем программы и экспозиции вновь станет продвижение рыбной продукции на внутреннем и внешнем рынках. Устойчивый рост производства требует современных подходов к логистике, сбыту и работе с конечным потребителем. Обсуждение этих вопросов не ограничивается питерскими мероприятиями: диалог между производителями, переработчиками, логистическими компаниями, дистрибьюторами и розничным сегментом ведется в течение всего года. Это и профессиональные дискуссии в рамках Рыбного клуба, и инициированные Рыбным союзом дегустации, и другие форматы экспертных обсуждений.

«Участие в работе отрасли на протяжении всего года помогает нам оставаться в русле развития рыбохозяйственного комплекса. Мы с удовольствием включаемся в диалог между разными звеньями товаропроводящей цепи, чтобы дополнять программу эффективными форматами, в которых заинтересованы как поставщики, так и ритейл. Это позволяет посмотреть на вопросы потребления с точки зрения каждого участника рынка и предложить им более эффективные форматы взаимодействия, которые рождаются в том числе по результатам таких содер-

жательных дискуссий», — отмечает Иван ФЕТИСОВ, генеральный директор Expo Solutions Group — оператора форума и выставки в Санкт-Петербурге.

Организаторы мероприятия активно работают с профессиональным сообществом и отраслевыми объединениями, чтобы формировать программу, учитывающую самые актуальные задачи и тренды. Результатом становятся практико-ориентированные сессии о том, как выстроить эффективную товаропроводящую цепочку, повысить привлекательность продукции, адаптироваться к запросам потребителей и оптимизировать производственные процессы.

В этом году на выставке состоится награждение победителей конкурса упаковки рыбной продукции Fish Pack. Он акцентирует внимание на современных решениях в оформлении и представлении продукта. Упаковка уже давно перестала быть просто средством защиты — сегодня она влияет на восприятие качества, удобство транспортировки и экологичность.

Победителей конкурса определит профессиональное жюри. В его состав войдут представители отраслевых ассоциаций и СМИ, ритейла, также ожидается участие независимых экспертов в области упаковки и соответствия техническим регламентам.



На FISH TECH GLOBAL можно будет увидеть всё оборудование для рыбохозяйственного комплекса

FISH TECH GLOBAL: ВСЁ ДЛЯ ОТРАСЛИ

Дальнейшее развитие получит и специализированная экспозиция FISH TECH GLOBAL, посвященная технологическому обеспечению добычи, производства, упаковки и логистики рыбной продукции. FISH TECH GLOBAL охватит широкий спектр направлений — от промыслового судостроения и судоремонта до оборудования для пищевой и перерабатывающей промышленности, хранения и контроля условий транспортировки, сертификации, маркировки и предоставления других сервисов на пути следования рыбной продукции до потребителя.

Такой подход позволит воспроизвести на площадке выставки весь производственный цикл — от строительства судна до приготовления и потребления продукции. Также планируется обсудить важнейшие этапы всех этих процессов в рамках деловой программы.

Одним из ключевых элементов экспозиции станет технический марафон. Пройдут туры по стендам участников, технические специалисты которых подробно расскажут о представляемых решениях. Это формат, ориентированный на профессиональную аудиторию: судовладельцев, переработчиков, технологов, логистов, инженеров и специалистов



Специализированная экспозиция AQUA FARM GLOBAL объединит всех представителей индустрии аквакультуры

по снабжению. Они смогут не просто познакомиться с новыми технологиями, но и задать конкретные вопросы, получить практические рекомендации и наладить контакт с поставщиками. Такие туры сделают экспозицию более содержательной и эффективной с точки зрения бизнес-коммуникаций.

AQUA FARM GLOBAL: ОТ САДКА ДО ПРИЛАВКА

Еще одной новинкой выставки станет специализированная экспозиция AQUA FARM GLOBAL, которая объединит всех представителей индустрии аквакультуры. Вместо фокусировки на отдельных аспектах рыбоводства AQUA FARM GLOBAL представит систему практических решений — как научно-технических, так и экономических — для выращивания рыбы и морепродуктов в проточных и замкнутых системах водоснабжения.

Центральным элементом экспозиции по-прежнему будет установка замкнутого водоснабжения с живой рыбой и оборудованием от участников выставки. Вокруг УЗВ будут располагаться стенды рыбоводных хозяйств, производителей оборудования, поставщиков кормов, ветеринарных препаратов, посадочного материала и других продуктов и технологий.

Уникальной особенностью AQUA FARM GLOBAL станет ее интеграция в общую структуру выставки. Это позволит показать не изолированный сектор, а связанный с остальными звеньями отрасли сегмент. На одной площадке можно будет проследить путь выращенной продукции — от оборудования и технологий разведения до упаковки, логистики и выхода в торговые сети.

Такой формат создает дополнительную ценность как для производителей, так и для переработчиков и дистрибьюторов, заинтересованных в стабильных поставках качественного сырья. Интеграция экспозиции также подчеркивает, что современная аквакультура — не только производственный сектор, но и важная часть промышленной инфраструктуры рыбохозяйственного комплекса.

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Традиционно важное место в программе займут вопросы международного сотрудничества. Смещение внешнеэкономических акцентов стимулирует укрепление позиций России в Азии и организацию устойчивых торговых отношений с новыми рынками.

В этом контексте особое значение приобретает взаимодействие с Африкой. Интерес к ней значительно возрос в связи с проведением Большой африканской экспедиции Росрыболовства. Рейсы, организованные Всероссийским НИИ рыбного хозяйства и океанографии, уже собрали большой объем научных данных. Они могут стать основой новых совместных инициатив в области промысла, переработки, технического оснащения, кадрового обеспечения и других вопросов научно-технического сотрудничества.

Также большой интерес вызывает развитие связей с государствами Ближнего Востока. Эти страны демонстрируют устойчивый спрос на качественную рыбную продукцию и проявляют активность в вопросах модернизации собственной рыбной отрасли. Государства Аравийского полуострова выражают потребности не только в импорте рыбы и морепродуктов, но и в трансфере российских технологий в сфере аквакультуры, переработки, контроля качества и логистики.

Все большее значение приобретает совместная работа с ближневосточными странами по обеспечению продовольственной безопасности и развитию устойчивых цепочек поставок. Это открывает новые возможности для российских производителей, переработчиков и трейдеров.

В прошлом году свою продукцию и услуги на Seafood Expo Russia представили 423 экспонента — на 73 участника больше, чем годом ранее. Форум и выставку посетили 19 367 специалистов из 76 государств и 83 регионов России.

Это подтвердило: мероприятие не только является важнейшей площадкой отечественного рыбохозяйственного комплекса, но и заняло прочное место в мировом календаре событий рыб-



Взаимодействие со странами Ближнего Востока открывает новые возможности для российских производителей, переработчиков и трейдеров

ной отрасли. Благодаря высокой вовлеченности в процессы, постоянному диалогу с профессиональным сообществом и фокусу на практические задачи, Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia ежегодно помогают представителям рыбного хозяйства совместно вырабатывать ключевые решения.

ИЗ ПИТЕРА — В КИТАЙ

Сразу после форума и выставки в Санкт-Петербурге российские предприятия отправятся на China Fisheries & Seafood Expo в китайский Циндао. Круп-


нейшая в Азии выставка рыбной отрасли состоится 29–31 октября, в этом году она пройдет в 28-й раз. Участие в составе российского павильона примут более 50 компаний на площади свыше 1,5 тыс. кв. м.

Важной частью экспозиции РФ снова станет гастрономическая зона: там посетители смогут попробовать продукцию участников в формате дегустаций и мастер-классов. В прошлом году кулинарный проект доказал свою эффективность для привлечения покупателей не только из Китая, но и из Южной Кореи, Вьетнама, Таиланда и других стран АТР. □

Сайт форума и выставки в Санкт-Петербурге — <https://seafoodexporussia.com>
Страница российского павильона в Циндао — <https://rusfishexpo.ru/china/>



China Fisheries & Seafood Expo пройдет в Циндао 28-й раз



Анна ЛИМ
Ольга ЩЕДРОВА

«Рыбный клуб» положил начало диалогу экспертов



РЫБНЫЙ КЛУБ: ДИАЛОГ ЭКСПЕРТОВ

Первая встреча «Рыбного клуба» в Москве собрала более 100 представителей всех секторов рыбного рынка. Рыбаки, переработчики, трейдеры, логистика, ритейл смогли напрямую пообщаться друг с другом, обсудить острые вопросы и обменяться полезным опытом.



Большой интерес вызвали маркетинговые исследования. Аналитики выделили ключевые тренды потребления и обратили внимание на самые перспективные категории

ШАГ НАВСТРЕЧУ ДРУГ ДРУГУ

В Москве 11 апреля прошла первая встреча «Рыбного клуба» — новой площадки для свободного общения участников рыбного рынка. Поговорить в неформальной обстановке с коллегами из смежных отраслей, обсудить интересные бизнес-кейсы, послушать аналитиков и экспертов пришли более 100 руководителей и специалистов из 60 компаний.

Хотя на встрече присутствовали такие крупные рыбодобывающие группы, как «Гидрострой», Русская рыбопромышленная компания, «Норебо», Северо-Западный рыбопромышленный консорциум, «ФОР», «Тихрыбком», гораздо больше было тех, кого Федеральная антимонопольная служба в свое время окрестила «серой зоной». Это переработчики, оптовики, импортеры, логистические компании, торговые сети — те самые «посредники», жадностью которых различные ведомства так любят объяснять рост цены на рыбную продукцию по пути от рыбака до полки и которых почему-то до сих пор не принято считать частью — и важнейшей — российского рыбохозяйственного комплекса.

Организаторами мероприятия выступили медиахолдинг «Фишньюс» и отраслевой конгрессно-выставочный оператор Expo Solutions Group (ESG) при поддержке Рыбного союза. В «Рыбном клубе» собрались рыбаки и те, кто пытается «нажиться» на рыбаках, — так представил участников встречи друг другу председатель совета ди-



Иван ФЕТИСОВ
(Expo Solutions Group)

ректоров медиахолдинга «Фишньюс» Эдуард КЛИМОВ.

«Мы предложили собраться представителям разных направлений рынка, чтобы рыбаки «заглянули в бездну». Специально просили прийти коммерсантов — тех, кто продает рыбу. И чтобы так называемая бездна — это логисты, трейдеры, рыбопереработка — в свою очередь взглядела в рыбаков», — прокомментировал он концепцию клуба.

ЛИШНИЕ ЗВЕНЬЯ — МИФ!

Одним из примеров, когда стороны смогли увидеть друг друга, стала договоренность Русской рыбопромышленной компании (РРПК) и X5 Group о прямых поставках дальневосточного минтая в торговую сеть «Перекресток». «По итогам 2024 года продажи минтая не в рублях, а даже в объемах выросли в три раза — за счет качества и ассортимента», — рассказала участникам клуба о первых результатах сотрудничества директор по развитию категорий «Фрукты, овощи и ультрафреш» «Перекрестка» Александра СУХАРЕВА.

Она подчеркнула, что прямую взаимодействие ритейла с



Ведущие «Рыбного клуба»: Эдуард КЛИМОВ (Fishnews) и Александр ПАНИН (Рыбный союз)

рыбаком на данном этапе все-таки невозможно, прежде всего потому, что сети работают с конечным продуктом, а рыбаки поставляют сырье. Именно поэтому в реализации проекта Х5 и РРПК участвуют и рыбопереработчики в лице компании «Агама».

Гендиректор РРПК Савелий КАРПУХИН заявил, что задача рыбака — наиболее эффективно извлечь рыбу из воды и переработать ее на борту. «Мы делаем промышленный полуфабрикат — блочное филе минтая в коробках по 22 кг, в каждой коробке — три блока по 7,5 кг. Люди в таком виде рыбу не покупают. Между гофрокартонным ящиком на 22 кг и тем, что хочет видеть избалованный москвич в «Азбуке вкуса» или в «Перекрестке», лежит большая дистанция, поэтому нам нужны коллеги из «Агамы», чтобы сделать продукты для конечного потребителя», — отметил представитель рыбопромышленного гиганта.

Руководитель компании «Агама Истра» Владимир ГОРЕЛОВ назвал трехстороннее взаимодействие шагом вперед для сетей. «Такой проект позволяет выстраивать длительные отношения, смотреть вперед и зани-

маться тем, чтобы обеспечивать покупателей хорошим продуктом, а не думать о том, как сделать подешевле в ущерб качеству», — добавил он.

Участники кейса назвали заблуждением расхожее мнение, что спрямление цепочки поставок позволит снизить цену для конечного потребителя. «Цена не всегда сокращается, может быть

даже наоборот. Что точно сокращается, так это количество льда в продукции. А цена — далеко не факт», — указала Александра Сухарева.

Такого рода заблуждения, как и в целом непонимание и чиновниками, и потребителями роли каждого из участников товаропроводящей цепи, встречается часто, обратил внимание председатель Рыбного союза Александр ПАНИН. Отсюда и разговоры о «лишних» звеньях.

Усугубляет ситуацию отсутствие четкой и понятной позиции по ряду острых тем, например при объяснении формирования наценки на рыбу. Это может привести к негативным последствиям для всех участников рынка, поскольку в отсутствие консолидированной позиции бизнеса государство может навязать отрасли быстрые и малопривлекательные решения вроде регулирования цен, мер тарифного регулирования импортно-экспортных операций, биржевой торговли и так далее.

«Критически важно объединить усилия всех участников товаропроводящей цепи в формировании общей информационной повестки, а также совместными усилиями развенчивать навязанные мифы, нарративы



Станислав ОСТАПЧЕНКО
(АО «Русское море»)



Светлана ФЕДОСЕЕВА (ТД «Меридиан») и Дмитрий МЕНЩИКОВ (Группа компаний «Тунайча»)

и некорректные исторические параллели, вместо того чтобы перекладывать ответственность за объективный рост цен друг на друга», — высказал мнение Александр Панин.

ПОТРЕБИТЕЛЬ ЖАЖДЕТ РАЗНООБРАЗИЯ

Активное обсуждение развернулось вокруг противопоставления отечественной и импортной рыбы. Выяснилось, что наличие зарубежных поставок рыбы и морепродуктов вызвано вовсе не заговором импортеров, переработчиков и сетей или нехваткой у них патриотизма, а желанием потребителей видеть разный и максимально широкий ассортимент. Ведь ни тунец, ни королевские креветки, не говоря уже о более экзотических дарах моря, в российских водах не водятся, а такие объекты промысла, как, например, скумбрия, хотя и добываются, но в недостаточных объемах.

С другой стороны, переработка нередко жалуется на дефицит на рынке тех видов рыбы, которые одинаково востребованы и внутри страны, и за рубежом. Классический пример — горбуша и другие тихоокеанские лососи: среди причин роста цен на красную рыбу регулярно фигурируют поставки на экспорт. Правда, по мнению экспертов, шансы на вмешательство государства здесь минимальные:

ведь рост стоимости экспорта в том числе рыбпродукции — одна из главных задач, поставленных Минсельхозу.

В то же время далеко не все ресурсы, облавливаемые российскими рыбаками, пользуются спросом на внутреннем рынке. Директор по продажам УК «ФОР» Елена МОШКОВА привела пример с мойвой, уловы которой в прошлом году, несмотря на невысокую стоимость этой рыбы, продавались крайне плохо. Схожим образом сейчас обстоят дела с другой недорогой рыбой — путассу. Хотя в этой ситуации вопрос скорее к эффективности всей системы управления отечественным рыболовством и его стоит адресовать регулятору.

Общая позиция на уровне бизнеса между рыбаками и их покупателями вряд ли достижима, но участники клуба все же согласились, что любые искусственные ограничения вроде повышения пошлин на импортную рыбу или ограничения экспорта, как бы соблазнительно ни выглядели в моменте, в долговременной перспективе не идут рынку на пользу.

ГОТОВАЯ ЕДА — ДРАЙВЕР ДЛЯ ВСЕГО РЫНКА

Большой интерес вызвали маркетинговые исследования, представленные компаниями

NTech, «Купер» и «СберМаркетинг». Аналитики выделили ключевые тренды потребления, составили рейтинг сильнейших брендов и обратили внимание на самые перспективные категории. По оценке NTech, развивать стоит не рыбу в целом, а конкретные продукты. И продукты эти должны быть вкусными и качественными, порционными и простыми в приготовлении — этим критериям удовлетворяют такие звезды прошлого года, как онигири с рыбными начинками или краб-роллы (сурими с сыром).

С выводом о решающем значении форм-фактора согласились представители подразделения X5 по производству готовой еды для торговых сетей. По их словам, онигири буквально взорвали рынок наряду с сэндвичами, растет популярность и салатов с рыбой и морепродуктами. И в этом тоже кроются возможности, поскольку готовая еда востребована у молодежи.

Через интернет рыбу чаще всего приобретают в виде филе и полуфабрикатов, хотя в целом онлайн-продажи этой категории пока не слишком развиты, обратил внимание директор развития бизнеса компании «Купер» Николай БРУЯКА. По его словам, рыбу покупают реже, чем мясную или молочную продукцию, но средний чек в этой категории выше.



Темир ЖОЛДАСОВ и Валерий БАРЧЕНКО («Рефагро»)

В топе продаж — белая рыба, на нее приходится более 70%. Лидер здесь предсказуемо минтай, причем самый популярный товар — замороженное филе без кожи весом 400 г. Размер порции — важный фактор, поскольку в целом среди онлайн-покупок чаще всего встречается рыбная продукция в упаковках до 300 г.

Масштабное исследование барьеров и драйверов роста потребления продуктов рыбной категории провели в «СберМаркетинге». Потенциал для увеличения потребления рыбы на внутреннем рынке есть, отметила руководитель направления по исследованиям и аналитике Мария ИСТОМИНА, поскольку 63% респондентов заявляют о желании есть рыбу чаще, а 73% хотели бы чаще пробовать новые виды рыбы. При этом решающую роль в выборе потребителей играет вкус, сильно опережая даже фактор пользы для здоровья.

По данным «СберМаркетинга», консервы и заморозка остаются основными рыбными категориями по объему потребления, однако темпы роста у готовой еды выше. Основным барьером на пути покупки является непонимание потребителя, что с рыбой делать, особенно если речь идет о тушке. Вывод: нужно объяснять людям эту категорию, упрощать процесс готовки и управлять качеством в тарелке.

НОВЫЙ ОПЫТ БИЗНЕС-ОБЩЕНИЯ

В завершение программной части Эдуард КЛИМОВ попросил представителей рыбопереработки и ритейла высказать мнение об инициативе ФАС обязать рыбаков часть уловов продавать на внутренний рынок через биржу. Оказалось, что потенциальные покупатели восторга от такой перспективы не испытывают. Торговые сети повторили, что рыба в том виде, в каком она поступает от рыбаков, им не интересна. Переработчиков же сильно смущает невозможность предварительно удостовериться в качестве предлагаемой рыбной продукции.

Формат «свободного микрофона» и общение в кулуарах позволяли участникам «Рыбного клуба» по ходу встречи открыто говорить обо всем, что наболело, дополнять и уточнять спикеров, обсуждать инсайты и делиться опытом. Неудивительно, что по завершении мероприятия очень многие сразу интересовались: «А когда следующая встреча?» Отзывы представителей бизнеса тоже говорят о востребованности такого горизонтального общения.

Савелий КАРПУХИН сравнил встречу со знаменитым Groundfish Forum — одним из

главных деловых событий мировой рыбной индустрии, где собираются крупнейшие компании сектора со всего мира без галстуков и барьеров, чтобы поговорить о развитии рынка. «Для РРПК важно поддерживать «Рыбный клуб» как коммуникационную и деловую площадку для открытого выражения мнений бизнеса, которые точно должны превращаться в активные новые партнерства и долгосрочные контракты», — отметил руководитель компании.

На важность живого разговора с коллегами, партнерами, конкурентами в бизнесе и обсуждения общих для рыбаков вопросов обратила внимание и Елена МОШКОВА. «Мне понравился формат общения — за столами, с доступом к микрофону и возможностью в перерыве или после встречи переговорить неформально. Понравилось, что было много исследований, аналитики. Замечательно, что все презентации после мероприятия были отправлены участникам на электронную почту», — поделилась впечатлениями представитель УК «ФОР».

По мнению генерального директора «Тихрыбком Групп» Вадима ЕРМОЛАЕВА, новая площадка интересна для предпринимателей еще и тем, что участники клуба рассматривали не только отраслевые проблемы,



▲
Яна ЯШИНА (Медиахолдинг Fishnews): Надеюсь, через год мы снова все вместе соберемся в Москве!

но и успешные кейсы, эффективные коллаборации, выявляли перспективные точки роста. «Нет политизированности, а есть границы ответственности всех участников: добытчиков-промысловиков, логистов и трейдеров, торговых сетей — и все это понимают, — подчеркнул он. — Во время дискуссии мы все еще раз отметили, что уже давно нет никаких посредников, виноватых в росте цен. Дикая рыба и морепродукты не могут быть дешевыми. Цена формируется объемом добычи, эффективностью менеджмента и грамотным маркетингом».

Новый опыт общения внутри отрасли положительно оценили и рыбопереработчики. «В открытом и непринужденном диалоге получилось обсудить важные для участников рыбного рынка вопросы, а также запланировать новые форматы сотрудничества и проекты, завести интересные профессиональные знакомства. Хорошая идея, считаю, должна стать традицией!» — выразила мнение директор по маркетингу ТД «Меридиан» Екатерина КУЛЕНКО.

«Интересный формат, чтобы сверить часы: у кого что происходит — на рынке и в целом в отрасли, поговорить о проблемах и вызовах. Формат такой точно нужен — очень полезно. Это прямой разговор и много рабочих коммуникаций», — считает гендиректор «Русского моря» Станислав ОСТАПЧЕНКО.

Николай БРУЯКА отметил

высокую практическую ценность мероприятия. «Это действительно эффективная площадка для выстраивания совместных инициатив по развитию онлайн-продаж рыбы и рыбной продукции, особенно среди молодой аудитории, — дал оценку дискуссии директор развития бизнеса «Купер». — Современная молодежь с высоким уровнем дохода все чаще делегирует выбор продуктов сервисам доставки, доверяя им даже такой сложный выбор, как рыба».

За дальнейшее общение на равных выступают и торговые сети. «Диалог точно нужно продолжать, — уверен директор по взаимодействию с бизнес-ассоциациями и сообществами Х5 Максим АРЕФЬЕВ. — Так разные участники всей товаропроводящей цепи становятся понятнее друг другу, а их взаимодействие эффективнее и полезнее. «Рыбный клуб» дает возможность обменяться идеями и протестировать их на жизнеспособность и полезность. Только так можно добиться прорывных результатов для отрасли и, главное, для потребителя».

«Форматы «Рыбного клуба» и Seafood Expo Russia удачно дополнили друг друга, — подвел черту под мероприятием гендиректор ESG Иван ФЕТИСОВ. — На выставке в Санкт-Петербурге участники всегда заняты работой с клиентами, к вам просто не подойти! Здесь же со всеми можно пообщаться: с рыбаками, сетями,

трейдерами, переработчиками. Сама атмосфера располагает к открытому общению между первыми лицами компаний. Благодарен всем, кто поверил нам и принял участие в первой встрече. Уверен, они станут регулярными».

Генеральный директор медиахолдинга «Фишнюс» Яна ЯШИНА пообещала, что после успешного опыта московской встречи «Рыбный клуб» продолжит свою работу, в том числе в онлайн-режиме. «Как один из организаторов этого мероприятия мы осознаем всю важность вопросов, поднятых участниками клуба, — отметила она. — Медиахолдинг «Фишнюс» является безусловным лидером в медиапространстве рыбохозяйственного комплекса РФ, трибуной, с которой актуальные вопросы доводятся до широкого круга лиц, включая ветви законодательной и исполнительной власти, надзорных органов и широкого круга экспертов. Мы рады продолжить эту работу с отраслевыми предприятиями и ассоциациями, включая членов Рыбного союза, на площадке Fishnews Online, где мы разрабатываем актуальные темы, готовим материалы, аналитику и комментарии. Многие компании уже знакомы с нашим проектом «Сильная переработка — гордость отрасли», который вынесен в отдельную рубрику на сайте Fishnews, и участвуют в нем в качестве экспертов. Надеюсь, через год мы снова все вместе соберемся в Москве!»



22-24
ОКТАБРЯ'25
— САНКТ-ПЕТЕРБУРГ —



GLOBAL and SEAFOOD **FISHERY FORUM EXPO RUSSIA**

F I S H E R Y • A Q U A C U L T U R E • P R O C E S S I N G

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫБОПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ
И ВЫСТАВКА РЫБНОЙ ИНДУСТРИИ, МОРЕПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

ПЕРИОДИЧНОСТЬ:
ЕЖЕГОДНО
ПЛОЩАДЬ:
26 000 м²

ПОСЕТИТЕЛИ:
19 367 СПЕЦИАЛИСТОВ
ИЗ **83 РЕГИОНОВ РОССИИ**
И **76 СТРАН МИРА**

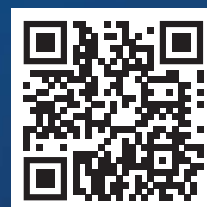
УЧАСТНИКИ:
423 КОМПАНИИ
ИЗ **43 РЕГИОНОВ РОССИИ**
И **13 СТРАН МИРА**



ОТРАСЛЕВОЙ
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ОПЕРАТОР

EXPO SOLUTIONS GROUP
+7 (495) 215-06-75
INFO@RUSFISHEXPO.COM
[T.ME/SEAFOODEXPORUSSIA](https://t.me/SEAFOODEXPORUSSIA)
WWW.SEAFOODEXPORUSSIA.COM

18+



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ



»
Инна САННИКОВА,
генеральный директор
компании «Дальпромрыба»

Инна САННИКОВА: Создание культуры потребления рыбных консервов — это наша миссия

В дискуссиях о том, как повысить потребление рыбы в России, рыбным консервам уделяется мало внимания. Этот продукт до сих пор сильно недооценен, хотя при правильной подаче он вполне отвечает современному запросу на здоровое питание и может легко встроиться в ритм жизни и рацион жителей больших городов, считает генеральный директор компании «Дальпромрыба» Инна САННИКОВА. В интервью журналу Fishnews она рассказала, за что молодежь полюбила консервированного тунца, как связаны изменения климата и потребительские предпочтения и почему производителям рыбных консервов стоит активнее вовлекаться в продвижение и прицельно растить лояльную аудиторию.

— На недавней встрече «Рыбного клуба» аналитики NTech отнесли рыбные консервы к «черным дырам» — категориям, которые и в физическом, и в денежном выражении растут хуже рынка в целом. Согласны ли вы с такой оценкой? На ваш взгляд, как сейчас себя чувствует сектор рыбных консервов?

— Я не согласна с этой точкой зрения. Данные Nielsen показывают, что рыбные консервы тоже начали расти, пусть и с некоторым запозданием по отношению к росту FMCG-категории в целом, который начался где-то в конце 2023 года, когда в регионы пришли деньги. Причем этот рост происходил не только за счет инфляции, но и в килограммах, то есть увеличилось потребление.

Потом курс рубля изменился, ключевая ставка выросла. Производителям стало гораздо сложнее находить оборотные средства, чтобы поддерживать бизнес на плаву, и они начали поднимать цены, хотя рыбники всегда делают это последними. Традиционная аудитория рыбных консервов — люди, которые не могут себе позволить рыбу в другом виде (замороженном или свежем), — ощутила это повышение цен на себе и отреагировала соответственно.

Действительно, последние три квартала наблюдается снижение категории рыбных консервов в килограммах. В первом квартале 2025 года падение год к году составило 14% в натуральном выражении, при этом по деньгам есть рост на 3,5%. Но если посмотреть аналитику «Инфолайн», то видно, что в текущем году рост выручки замедляется для всей категории «Продукты питания»: за январь-февраль она выросла всего на 4,5%, что очень близко к показателям консервов.

Поэтому не могу сказать, что рыбные консервы ведут себя как-то по-особенному по отношению ко всем остальным продовольственным товарам. Они не растут так стремительно, как энергетики, вода и какие-то категории удовольствия, но это абсолютно точно и не «черная дыра».

На мой взгляд, гораздо тревожнее тот факт, что у рыбных консервов низкая пенетрация среди молодежи в возрасте от 18 до 25 лет: даже для тунца это всего 10%. Молодое поколение консервы не привлекают. И это большая проблема для категории, потому что те, кто потребляет рыбные консервы сейчас, постепенно уходят, а новых потребителей она не растит.

— Какие еще изменения вы видите в структуре потребления рыбных консервов? И с чем они связаны?

— Если рассматривать структуру потребления по видам

Мы стараемся сделать наш продукт модным, чтобы он выделялся из общей массы рыбных консервов, в частности поэтому выпускаем его в стеклянных банках. Это привлекает в категорию молодую аудиторию: если уж молодежь ест тунца, то она ест его из нашей стеклянной банки.

рыбы, то тунец растет быстрее других видов рыб. Еще год назад его доля на рынке была 15,6%, но в первом квартале 2025 года она взлетела до 20,9% и в деньгах вышла на второе место.

Что касается лидерства, тут все стабильно. Всем известно, что в России первое место в категории рыбных консервов, суммарно около 40% в натуральном выражении, занимают продукты из кильки — килька в томатном соусе и шпроты. А дальнейшие позиции в рейтинге популярности консервов во многом зависят от того, какая рыба приплыла к российским берегам.

Так, долгое время очень популярной была сайра, пока ее уловы не сократились до минимума. Потом сайру заменила сардина — дешевая рыба, с которой можно варить популярные в потреблении супы. В прошлом году, причем это произошло в немалой степени благодаря поддержке со стороны ритейла, резко выросла популярность консервированной горбуши — с 9% до 16%. Это опять-таки следствие высокой путины.

Потребительские предпочтения, безусловно, со временем меняются. Но, допустим, у той же кильки в томатном соусе всегда будет свой потребитель, потому что это самая дешевая покупка.

Условно говоря, за 100 рублей вы покупаете кусок хлеба и консерву. Это доступно для самых малообеспеченных слоев населения, поэтому такая продукция стабильно занимает немалую долю на рынке.

Мы видим, что россияне до сих пор покупают много шпрот, хотя как раз эта ситуация, на наш взгляд, может измениться уже к 2030 году. Во-первых, у молодежи шпроты не пользуются такой популярностью, как у предыдущих поколений. Во-вторых, начинает сказываться влияние такого глобального фактора, как климатические изменения.

В холодное время года люди с удовольствием едят жирную рыбу, в том числе в качестве закуски к алкогольным напиткам, поэтому в первый и последний квартал

года продажи шпрот обычно на максимуме. Но чем теплее будут наши зимы, тем ниже окажется потребление жирной рыбы. Что и произошло в этом году — доля шпрот в зимний период не выросла так, как ожидалось.

Напротив, могли бы расти, причем без привязки к сезонным факторам, консервы из печени трески. Благодаря высокому содержанию омега-3 и различным витаминам потребители воспринимают печень трески как полезный продукт, и спрос на него остается высоким. Продажи этих консервов упали только из-за того, что очень



Инна САННИКОВА: Я считаю, что рост потребления рыбы и улучшение коммуникации с потребителем — общая задача всех участников производственной цепочки. В этом смысле мы рады инициативе государства популяризировать рыбную продукцию и призываем подключиться к ней всех, в том числе предприятия HoReCa и ритейл

подорожало сырье. Квоты на вылов трески каждый год уменьшаются, соответственно, печени никогда не бывает в избытке и цены на нее растут. Тем не менее люди продолжают искать ее и покупать.

— Но росту популярности консервов из тунца не мешает даже отсутствие в России тунцевого промысла. Почему же эта продукция так заходит аудитории?

— Если мы говорим о совсем дешевом макрелевом тунце, то это рыба, которая отчасти заменила ту же сайру. Но в более премиальном сегменте рост тунца напрямую связан с активностью производителей. Во многом это заслуга «Дальпромрыбы», поскольку мы считаем своей миссией популяризацию и создание культуры потребления рыбных консервов, в том числе из тунца.

Рыбные консервы полезны, вкусны и гораздо более интерес-

ны, чем многие привыкли думать. Три года назад мы перезапустили наш бренд «Магуро» с продукцией из тунца и все это время работаем над ее продвижением. Категория тунца не традиционна для России. Главная проблема для потребителя — понять, каким образом эту продукцию можно и нужно употреблять в пищу. И мы помогаем ему в этом разными способами, обучая приготовлению разнообразных блюд.

На встрече «Рыбного клуба», которую вы упомянули, представители «СберМаркетинга» рассказали об инсайте, который они обнаружили по результатам опросов и который касается рыбной продукции в целом. Люди не покупают рыбу, потому что плохо представляют, что с ней делать: не знают, как и с чем ее есть, как готовить, боятся приготовить ее невкусно. Это отношение распространяется и на рыбные консервы.

С тунцом в этом плане еще сложнее, потому что, повторюсь, это не традиционная рыба для нашей страны, да еще и не жирная. Поэтому мы на протяжении трех лет планомерно ведем работу над тем, чтобы приблизить тунца к массовой аудитории. Мы печатаем рецепты несложных блюд непосредственно на банке с консервированным тунцом, а по QR-коду на этикетке можно перейти на сайт, где таких рецептов десятки. Размещаем наружную рекламу. Участвуем в проектах с известными шеф-поварами, включая популярные кулинарные телешоу, такие как «Адский шеф», «Просто кухня», «Стать шефом». Мы обучаем людей, как потреблять тунца. Отсюда и наш слоган: «Готовь как гуру с тунцом «Магуро».

Помимо просветительского направления, мы активно развиваем дистрибуцию, в том числе в Интернете. Работаем с маркетплейсами, осваиваем инструменты и

механики, которые они предлагают. Онлайн-полка в отличие от физической позволяет представить весь ассортимент, показать различные вариации вкусов. Мы экспериментируем с предложением рыбных консервов как дополнения к тому набору, который пользователь уже положил в корзину.

В традиционной рознице наша продукция уже представлена в большинстве федеральных сетей. Получается, что мы растем сами и одновременно растим всю категорию рыбных консервов.

И такой подход работает: мы видим это по росту узнаваемости нашего бренда. Мы стараемся сделать наш продукт модным, чтобы он выделялся из общей массы рыбных консервов, в частности поэтому выпускаем его в стеклянных банках. Это привлекает в категорию молодую аудиторию: если уж молодежь ест тунца, то она ест его из нашей стеклянной банки.

Жаль только, что популяризацией рыбных консервов мы занимаемся практически в одиночку. Почти никто из коллег по цеху не уделяет этому особого внимания. Даже в рекламе рыбных консервов, если ее делают, как правило, используются образы моря, лодки, рыбаков — вместо понятных ситуаций потребления продукции.

— Производителей и импортеров консервированного тунца на рынке хватает. Почему же мало кто из них заинтересован в продвижении?

— Потому что участники рынка не видят необходимости вкладывать средства в рекламу и в продвижение. В тунце неслучайно очень высокая доля частных марок — 60%. Многие сети сами привозят тунца, ставят на полку и этим ограничиваются, не рассказывают о продукции и никак не продвигают ее. Сколько привезли — столько продали.

И это большая ошибка. Ведь продать такие консервы можно только тем людям, кто уже хоть чуть-чуть знаком с тунцом. Эта аудитория обеспечивает текущий спрос, но привести новых потребителей в категорию таким путем невозможно.

— И со временем категория начнет деградировать?

— Она уже деградирует. Полка уменьшается. Рыбные консервы нередко делят полку вместе с мясными консервами, с чем я не согласна, потому что это одинако-

например, курицей или индейкой.

Но если консервщики развернутся, поднимут цены и часть прибыли вложат в продвижение категории, все может сильно измениться. Ведь проблема не в продажах, а в том, что потребление не растет и другие белковые категории занимают место традиционной для России рыбной консервации.

Я считаю, что рост потребления рыбы и улучшение коммуникации с потребителем — общая задача всех участников производственной цепочки. В этом смысле мы рады инициативе государства популяризовать рыбную продукцию и призываем подключиться к ней всех, в том числе предприятия HoReCa и ритейл. Если все будут участвовать в этом процессе, то, конечно, категория оздоровится. Правда, для этого придется запускать новые продукты. Нормально расти и развиваться, оставаясь в границах традиционных жестяных банок, у консервов вряд ли получится.

— Торговые сети тоже постоянно говорят о желании потребителей видеть на полках новинок. В какой степени этот запрос могут удовлетворить производители рыбных консервов?

— Компания «Дальпромрыба» является частью большого тайского холдинга Thai Union, который специализируется в первую очередь на тунце и обладает глобальной

экспертизой в этой сфере. Мы часто ориентируемся на опыт наших тайских коллег: они делают много интересных продуктов, например, выпускают салаты, у которых на упаковке указано высокое содержание протеина, экспериментируют с новыми форматами.

Но в основном мы придумываем свои инновации самостоятельно. Например, «страновая» линейка тунца в различных соусах — это наша собственная разработка. Идея родилась почти случайно. Мы привлекали специалистов для улучшения наших паштетов, а в процессе работы они сделали соусы и поместили



➤ Рыбные консервы полезны, вкусны и гораздо более интересны, чем многие привыкли думать



вые баночки, одинаковая подача, глазу не за что зацепиться. Как может человек, который до этого не имел дела с консервированным тунцом, заинтересоваться продуктом и понять, что с ним делать?

В большинстве случаев рыбаки стараются конкурировать только ценой. В «Рыбном клубе» мы услышали, что даже крупные бренды в рыбном сегменте отказываются от рекламных кампаний и просто предлагают первую цену. Отсутствие добавленной ценности на рыбные консервы делает их в глазах потребителя массовым, не закрывающим потребности продуктом, который легко заменить,

туда наши продукты. Мы вынесли новинки на суд потребителей и после положительных отзывов и высокого показателя «желание купить новый продукт» запустили их в производство.

Другая идея, которую мы успешно реализовали, — это линейка заправок Fish Chef. Это практически готовые блюда, к которым остается добавить пару ингредиентов. Например, заправка с тунцом для салата «Нисуаз», заправка «Наполитана» с томатным соусом для пасты, заправка «По-мексикански» для лепешек. Как видите, мы выбрали яркие и популярные блюда, а прямо на банке указано, как их можно приготовить.

Для потребителя такие линейки — понятная коммуникация, а для нас это еще один способ расширения рынка и повышения спроса в целом на тунец. Чем шире ассортимент, тем выше продажи, в том числе и основного продукта в натуральной заливке.

Еще одной инновацией стал запуск в этом году каш с тунцом — перловой и гречневой. Оказалось, что такой продукт очень востребован. Такие каши даже греть не обязательно, потому что в тунце нет жира — можно есть прямо из банки. Мы стараемся продвинуть эти новинки в том числе через телевизионную рекламу. Интерес у сетей большой, посмотрим, какими будут продажи.

— Получается, вы заходите на территорию готовой еды?

— Да, Ready-to-Eat — это тоже большое пространство для тунца. Мы выбрали каши, потому что это традиционное для России блюдо, но в таком прочтении оно может понравиться и молодежи.

Правда, надо решить, что делать с упаковкой. Мы думаем над этим, потому что консервная банка при всех ее преимуществах абсолютно не подходит молодой аудитории. Молодежь покупает тунца в стеклянной банке, потому что это круто, современно, удобно открывать, меньше запахов и, главное, виден продукт. А люди хотят видеть, что они едят, рынок готовой еды их к этому уже приучил. Сейчас даже крупнейшие производители овощных консервов начали переходить на стекло.

Поэтому инновации в рыбных консервах возможны. И это очень благодарная история. На самом

деле у нас много идей, часть из них мы не запускаем только из-за экономической нецелесообразности.

— А вы учитываете потребительские тренды при разработке конкретных продуктовых линеек и их выводе на рынок?

— Конечно, всё это учитывается, и мы стараемся поддерживать постоянную связь с нашей аудиторией. Например, год назад мы проводили фокус-группу, чтобы понять, какую пользу они видят в тунце, и выявили неожиданный инсайт. Оказалось, что о пользе рыбы люди не слишком задумываются, зато хотят есть много, вкусно и без вреда для фигуры — это тоже проявление глобального тренда на ЗОЖ.

Такая концепция нашла большой отклик у потребителей. Мы запустили несколько рекламных роликов, где говорится, что тунец — это вкусный и полезный источник белка, его можно есть сколько угодно и тебе за это ничего не будет.

Рыба — это полезный животный белок, который может быть реальной альтернативой мясу, а сухость тунца — это не недостаток, а преимущество: на 100 граммов рыбы мы получаем 20 граммов белка и нулевое содержание жира. Важно осознать, что ты ешь полезную пищу, которая соответствует рекомендациям по здоровому питанию и образу жизни.

Людей ведь нередко отпугивает сам термин «консервы». Хотя на самом деле за исключением минимального количества соли в составе консервов нет никаких консервантов, а большой срок годности обеспечивается высокой температурой при автоклавировании. Сейчас некоторые диетологи уже рекомендуют включать в здоровый рацион рыбные консервы, а тунец, который почти не содержит жира, в этом случае очевидный выбор.

В принципе для продвижения можно использовать практически любой тренд. Например, сейчас в России входит в моду флекситариянство, я об этом рассказывала на одной из конференций. Это более гибкий подход к питанию, чем традиционное вегетарианство, он подразумевает ограничения по мясу, но рыбы, как и овощей, можно есть сколько угодно. Поэтому это хороший выбор для людей, ко-

торым в силу возраста, особенностей здоровья или образа жизни не подходит вегетарианская диета, где сложно обеспечить достаточное количество белка.

Еще один важный тренд, который, мне кажется, будет растить тунец, — это глобальное потепление. Я уже говорила о связи холодных зим и спроса на жирную рыбу. Чем теплее климат, тем больше люди будут есть овощей и фруктов. И эти категории растут очень быстро. Но одних овощей и фруктов для полноценного питания недостаточно, нужен будет легкий белок. И это шанс для рыбы. Особенно если все участники рынка наконец-то возьмутся за руки и сделают рыбную полку по-настоящему привлекательной.

— Вы упомянули утвержденный в 2024 году правительством план действий по повышению внутреннего потребления рыбы. Как вам кажется, какую роль в его реализации могут сыграть рыбные консервы?

— Рыбные консервы могут стать значимым фактором потребления, если они войдут в рацион большинства россиян. Если люди будут есть тунца, скажем, не раз в три месяца, как сейчас, а хотя бы раз в месяц, то частота потребления вырастит и саму категорию.

К сожалению, пока предпосылок для этого мало. Одной из причин, как мне кажется, является слабая представленность рыбных блюд в фастфуде. Люди стараются экономить свое время, заказывают готовую еду или берут что-то навынос. Но если в меню кафе или на полке магазина не будет позиций, в составе которых есть рыба, в том числе консервированная, то каким образом массовый потребитель узнает, что это удобно, быстро и вкусно?

Уровень потребления рыбы у нас в стране — 24 кг на человека в год, при этом консервов в этом объеме всего 1,5 кг, что очень мало. Эти цифры могут вырасти кратно, если рыбные консервы станут компонентом нескольких популярных блюд в ресторанах быстрого питания. Поэтому главная задача рыбных производителей — найти решение, как интегрировать свой продукт в готовую еду, потому что этот сегмент развивается стремительно. Если эту задачу удастся решить, общее потребление рыбы тоже вырастет.



Анна ЛИМ

Рыба стремится к партнерству на троих

Как повлияли на рыбную полку совместные проекты торговых сетей с рыбаками и почему даже прямые контракты на деле оказываются «танцем на троих», обсудили участники экспертной сессии, прошедшей 2 июня в Центре международной торговли в рамках «Недели российского ритейла».

ДИЮ

2023 ГГ.

продуктов
у, а к концу
категории
х консервов)
и,
жении

категории,

Российской Федерации



ПОКУПАТЕЛЬ РАЗВЕРНУЛСЯ К ДАЛЬНЕВОСТОЧНОЙ РЫБЕ

Накануне форума «Неделя российского ритейла» Всероссийская ассоциация рыбопромышленников (ВАРПЭ) опубликовала данные совместного исследования с аналитической компанией «Нильсен», которые говорят о постепенном восстановлении объема продаж рыбы и морепродуктов в России в 2024 году и начале 2025 года. С выводов этого исследования предложил начать дискуссию участникам экспертной сессии «Эволюция рыбной полки: от моря до прилавка без посредников» президент ВАРПЭ Герман ЗВЕРЕВ.

«Первый вывод: российский рыбный рынок начал расти после стагнации в натуральном и денежном выражении, — заявил руководитель крупнейшей отраслевой ассоциации, модерировавший сессию. — Второй важный вывод: на российском рыбном рынке в целом ряде категорий совершенно новым значимым фактором является увеличение доли брендов рыбодобывающих вертикально интегрированных компаний. Компаний, которые и добывают рыбу, и перерабатывают рыбу».



Президент ВАРПЭ Герман ЗВЕРЕВ и директор по развитию категорий «Фрукты, овощи и ультрафреш» торговой сети «Перекресток» Александра СУХАРЕВА

Именно на насыщение внутреннего рынка рыбной продукцией был нацелен проект «Доступная рыба», реализуемый при поддержке правительства Камчатского края, рассказал директор департамента развития рыбохозяйственного комплекса Корпорации развития Дальнего Востока и Арктики (КРДВ) Дмитрий КЛЮНЕЕВ. По его словам, в результате соглашений между рыбодобывающими предприятиями Камчатки и федеральными сетями в 2023 году на полки попало более 4 тыс. тонн рыбопродукции, в 2024 году этот объем превысил 7 тыс. тонн, а в текущем году объем заявок от ритейлеров уже составляет около 12 тыс. тонн.

Дальнейшее развитие проекта КРДВ видит в его масштабировании на все рыбодобывающие регионы и расширении ассортимента поставляемой продукции. «Рыбаков необходимо стимулировать производить непосредственно под нужды конечного потребителя», — высказал мнение Дмитрий Ключнев.

ТРЕТИЙ НЕ ЛИШНИЙ

Несмотря на относительный успех камчатского проекта, рыбопромышленные компании не



Дмитрий КЛЮНЕЕВ, директор департамента развития рыбохозяйственного комплекса Корпорации развития Дальнего Востока и Арктики (КРДВ)

всегда могут иметь дело с розницей, поскольку сразу же сталкиваются с множеством нехарактерных для их бизнеса задач. По большому счету рыбаки умеют только ловить много рыбы и изготавливать из нее продукцию, которую можно перевозить и использовать как сырье для дальнейшей переработки, считает коммерческий директор «Океан-рыбфлота» Андрей БУЗИН.

По его словам, рыбодобывчики при всем желании не могут позволить себе кредитовать покупателей, организовывать логистику по земле, выпускать на судах большой ассортимент розничной продукции и быстро его менять, фасовать продукцию в килограммовую упаковку, как и содержать большой отдел продаж.

«Розница от нас требует хорошую цену — такую же, как у трейдеров. При этом она хочет отсрочку в отличие от трейдеров. Трейдеры платят авансом. Розница хочет маленькие партии. Маленькая партия для нас — это контейнер или фура. Хочет финансирование рекламных акций. Хочет, чтобы мы обеспечили остаточные сроки, забирали товар, когда у него заканчиваются сроки, отвечали за качество все это время и так далее», — привел неполный перечень требований к поставщикам представитель камчатской компании.

Часть таких запросов, вроде разбивки партии по дням, доставки в магазины по твердому графику или возвратов продукции по любым причинам, он и вовсе охарактеризовал как нереальные. Рыбаки готовы работать с розницей, но на тех же условиях, включая финансовые, что и с



Директор по маркетингу компании Unifrost Наталья КРАПИЛЬ и исполнительный директор СЗРК Сергей НЕСВЕТОВ

трейдерами. «Если вы хотите избавиться от трейдеров, то маржу надо делить, а не забирать полностью. Мы не готовы отдать ее вам всю, потому что на нас это тоже ляжет дополнительной нагрузкой», — подытожил Андрей Бузин.

В налаживании прямого взаимодействия с рыбаками есть сложности, согласна директор по развитию категорий «Фрукты, овощи и ультрафреш» торговой сети «Перекресток» Александра СУХАРЕВА. «Это стоимость денег: надо закупать большими партиями, когда идет путина, отсутствие у рыбаков возможности предпродажной подготовки, электронный документооборот и в целом договорное сопровождение — это отдельная история», — привела она примеры.

Ключ к успеху, по опыту ритейлера, не в том, чтобы заставлять рыбаков делать то, что для них сложно, а в полноценном вовлечении их в сотрудничество. Именно такой подход позволил «Перекрестку» вместе с Русской рыбопромышленной компанией (РРПК) и «Агамой» реализовать в прошлом году проект по поставкам минтая. «Мы поняли, что кто-то должен быть третьим, который возьмет все эти проблемные моменты, проблемную часть товаро-



Андрей БУЗИН, коммерческий директор АО «Океанрыбфлот»

проводящей цепочки на себя», — рассказала Александра Сухарева.

В результате удалось расширить ассортимент представленной в «Перекрестке» рыбопродукции и повысить ее качество. «У нас изначально не было ожидания, что сократится себестоимость. Ведь мы понимали, что мы растим качество и у нас продукция с меньшим содержанием льда, поэтому у нас справедливый стакан себестоимости, и мы справедливо делим эффективность вместе с нашими партне-

рами», — уточнила представитель торговой сети.

Цепочка, выстроенная с «Перекрестком», привела к тому, что на полку попадает действительно очень свежий, качественный продукт, подтвердил коммерческий директор РРПК Олег МОСКВИН. По его словам, этот проект стал одной из причин увеличения продаж минтая на российском рынке.

«Рост по филе у РРПК в 2024 году к 2023 году составил почти 50%», — уточнил представитель компании. В планах производителя — повторить этот путь с другими продуктами, в частности с сурими и икрой минтая.

Настоящим прорывом назвал участие в прямых поставках тихоокеанских лососей с Дальнего Востока директор по управлению категориями Ultra Fresh Food торговой сети «Лента» Роман ЗЕЛИХОВ. «Если в 2022 году доля продаж дальневосточной красной рыбы была два с небольшим процента, то за три года мы увеличили ее до десяти процентов. Вроде цифра не пугает, но это рост практически в пять раз», — проинформировал он участников сессии.

«Лента» также не стала навязывать рыбакам стандартные требования к поставкам. «Мы



Олег МОСКВИН, коммерческий директор РРПК

пошли по тому пути, что каждый занимается тем делом, которым он умеет заниматься. Рыбаки добывают, мы продаем. Нашли партнеров, которые осуществляют нам весь спектр услуг по хранению, доставке, маркировке и всем аспектам, необходимым для того, чтобы реализовывать товар на наших полках», — поделился опытом представитель ритейлера. Он отметил, что прямые договоренности позволяют обеим сторонам четко понимать объем и обеспечивают постоянное прогнозируемое качество товара.

Как и КРДВ, «Лента» считает важным расширение ассортимента, поскольку со стороны потребителя есть запрос на более удобный формат продукта. «От тушек люди идут к филе, к медальонам. А в случае с дальневосточной рыбой, для того чтобы обеспечить высокое качество для требовательных клиентов, необходимо это делать на месте. Соответственно, хотелось бы, чтобы рыбодобывающие компании больше смотрели в сторону переработки на Дальнем Востоке, и мы готовы поддерживать этот сегмент», — заявил Роман Зелихов.

Необходимость в промежуточных звеньях между рыбопромышленниками и розницей возникает, даже когда речь идет не о рыбе, а о более нишевой продукции, такой как крабы. По словам исполнительного директора Северо-Западного рыбопромышленного консорциума (СЗРК) Сергея НЕСВЕТОВА, отношения сетей и рыбаков действительно начали меняться, появился вза-

имный интерес, выросли за последние два года и продажи краба на внутреннем рынке.

«Причина этого роста, наверное, в том, что для танца нужны двое, а в общем, как выяснилось, уже и трое, как нам убедительно доказал „Перекресток“, — выразил мнение представитель СЗРК.

В составе консорциума роль такого «третьего» выполняет компания «Новая Аляска», которая занимается переработкой крабовой продукции и общением с сетями.

«У рыбаков — задачи одни, у сетей — другие, они очень плохо стыкуются, и всегда должен быть еще третий, кто эти вещи сразу сращивает, кто делает потребительскую упаковку, кто делает продукт, который хотят покупать люди», — констатировал Сергей Несветов.



Кирилл КОСТЫНА, управляющий директор департамента крупного бизнеса Россельхозбанка

РЫНКУ НУЖНО БОЛЬШЕ ОБЩЕНИЯ

Хотя торговые сети регулярно жалуются на дефицит новинок и ярких брендов, оказаться на полке с необычным продуктом совсем непросто, даже если он попадает в те самые категории Ready-to-Cook и Ready-to-Eat, к которым приковано внимание всех маркетологов, обратила внимание директор московского филиала DEFA Group Яна САРЫЧЕВА.

«Мы в 2021 году завезли из Вьетнама в нашу страну прекрасный продукт — креветку в панировке, изготовленную из охлажденного сырья. Мы завезли



Яна САРЫЧЕВА, директор московского филиала DEFA Group

новый продукт на рынке — креветочные шарики. Но, к сожалению, в сетях мы до сих пор плохо представлены, хотя растем кратно и очень много продаем в неорганизованную розницу», — рассказала она об опыте неудачного взаимодействия с ритейлом.

Для того чтобы развивать рынок, нужны усилия всех сторон, считает директор по маркетингу Unifrost Наталья КРАПИЛЬ. По ее словам, координация участников рынка позволит разработать общую стратегию и планы развития, сформировать календарь мероприятий.

«Это нам даст гораздо меньшую фрагментированность в медиаинвестициях. Мы можем сформировать общий бюджет на продвижение, можем сформировать бюджет на категорийные проекты, — отметила представитель Unifrost. — Мы вместе могли бы это использовать для того, чтобы стимулировать людей есть наши продукты».

Призыв к более плотному общению нашел отклик и у других экспертов. Роман Зелихов предложил привлечь к дискуссии о развитии категории рыбы и морепродуктов трейдеров, а президент Ассоциации рыбохозяйственных предприятий Приморья Георгий МАРТЫНОВ добавил к этому списку логистические компании и портовиков.

Отраслевую сессию в рамках «Недели российского ритейла» ВАРПЭ организует уже четвертый год подряд. До этого вопросы развития «рыбной полки» на полях форума не обсуждались.



КАМЧАТСКИЙ МЕРИДИАН

торговый дом

Профессионалы с многолетним опытом
в добыче, переработке и дистрибуции
рыбной продукции



Оптовые поставки свежемороженой рыбы и морепродуктов

Дикая рыба из экологически чистых
районов Камчатки и Сахалина

Доставляем в любую точку мира

- Транспортно-логистические услуги
- Морские и сухопутные перевозки
- Таможенная очистка
- Оформление рыбопродукции в органах Россельхознадзора
- Оформление ветеринарно-сопроводительных документов
- Оформление экспортных сертификатов



+7 (423) 228-69-80
+7 (423) 228-10-42
komotdel@td-km.ru

ОТДЕЛ ЭКСПОРТА
+7 (423) 228-10-42 доб.207
export@td-km.ru

На правах рекламы

Лилия ВАСИЛЬЕВА: Работать в продажах очень интересно

Для успешной продажи продукции профильным подразделениям рыбопромышленных компаний порой приходится находить нетривиальные решения. Как меняется экспортный рынок для добытчиков, какие тенденции наблюдаются по спросу на рыбный жир и муку и что помогает в проведении зарубежных переговоров, в интервью журналу Fishnews рассказала руководитель коммерческого отдела Южно-Курильского рыбокомбината Лилия ВАСИЛЬЕВА.



Лилия ВАСИЛЬЕВА,
руководитель
коммерческого отдела
Южно-Курильского
рыбокомбината

— **Лилия, с какими видами рыбной продукции работает Южно-Курильский рыбокомбинат?**

— Один из основных видов водных биоресурсов, которые поставляет наше предприятие, — это минтай, его лимиты составляют порядка 27 тыс. тонн в год. Мы также работаем с треской, камбалой, навагой, сардинной-иваси: она служит сырьем для нашего завода по производству рыбной муки и жира.

Голец, корюшка, тихоокеанский кальмар, лемонема, морской окунь. Один из стратегических для нас объектов — кета. Наш рыболовный завод помогает в ее воспроизводстве. Уже три года мы наблюдали промысловые возвраты от деятельности ЛРЗ.

Из примерно 20 видов рыб Южно-Курильский рыбокомбинат производит порядка 50 наименований продукции.

— **А куда идет продукция компании?**

— Примерно с 2020 по 2023 годы основные объемы направлялись на внутренний рынок. Экспортная составляющая, безусловно, была, но небольшая — порядка 30% от поставок предприятия в целом. С 2024 года этот сегмент стал расти и составил более 60%. Поставки осуществляются в Китай: то, что он не съест сам, переработает и отправит на другие рынки. Работаем мы и с иными странами Азиатско-Тихоокеанского региона: Южной Кореей, Вьетнамом, Таиландом. Отправляем продукцию в Белоруссию и Казахстан. Недавно открыли для себя Чили и Оман.

И конечно, важнейшим остается российский рынок, здесь основные направления для реализации — это Урал и Центральная Россия.

— **Несколько лет назад Южно-Курильский рыбокомбинат запустил на острове Кунашир завод по выпуску рыбной муки и жира — мы много писали об этом проекте, в том числе еще на стадии его подготовки. Кто**

сегодня покупает продукцию предприятия? Эксперты говорят, что рыбная мука и жир — востребованная категория, которая будет нужна и развивающейся российской аквакультуре.

— Я уже упомянула, что экспортная составляющая у нас увеличилась в 2024 году практически в два раза. И более 80% в общем объеме экспорта компании приходится на долю рыбной муки и жира. В основном продукция поставляется в Китай.

Главным образом мы работаем с конечными покупателями — это более 90% наших партнеров. Речь идет о заводах, которые вы-

тельно занимаются и производством.

— **То есть вы стремитесь работать с производителями. Почему так?**

— Рынок рыбной муки и рыбьего жира достаточно узкий. Мы стараемся, чтобы наша продукция позиционировалась как бренд. Очень трепетно относимся к качеству продукции, постоянно улучшаем производство. Проводим аудит с участием иностранных делегаций. Мы обмениваемся опытом и стараемся, чтобы наши покупатели были такими же производственниками. Просим от них обратную связь,

просим протоколы входящего контроля, чтобы сравнить их со своими протоколами, ведь у нас также есть лаборатория, участвующая в контроле качества.

То есть нам хочется работать с людьми, которые помогут нам улучшать продукт и развиваться дальше.

— **С введением санкций стали активнее говорить о необходимости импортозамещения в производстве кормов для аквакультуры и других отраслей АПК. В России появляются новые предприятия по выпуску кормов. Наблюдается ли с 2022 года рост интереса к рыбной муке и жиру со стороны внутреннего рынка?**

— Безусловно. Мы участвуем в профильных мероприятиях: в октябре были на выставке «КормВет», до этого — на конференции в Петрозаводске. Производство кормов растет: это

продукция не только для аквакультуры, но и для обеспечения КРС и других направлений. Увеличивается в том числе и количество небольших предприятий по выпуску кормов. Расширяются стабильные, известные производители — такие как «Акварекс», «ЛимКорм».

И у российских производителей кормов мы видим интерес к отечественной рыбной муке и жиру. В основном мы работаем с крупными предприятиями, но и достаточно велика заинтересованность со стороны небольших

У российских производителей кормов мы видим интерес к отечественной рыбной муке и жиру. Но нас беспокоит, что в этот бизнес приходят те, кто меняет одну сферу за другой, глубоко не погружаясь в дело. Цена ошибки здесь очень высока, и заниматься выпуском кормов должны профессионалы.

пускают корма — для аквакультуры, крупного рогатого скота, птицы, домашних животных, а также о предприятиях, которые перерабатывают наш товар и получают продукцию с измененными качественными характеристиками. Например, жир с медицинскими показателями.

То есть в приоритете партнеры, которые могут из нашего сырья непосредственно что-то произвести. Безусловно, в пуле покупателей есть и трейдеры, но мы стараемся, чтобы это были закупщики, которые дополни-

производителей. Мы все время находимся в контакте с потенциальными партнерами.

Беспокоит, что в этот бизнес приходят те, кто меняет одну сферу за другой, глубоко не погружаясь в дело. Цена ошибки здесь очень высока, и занимаясь выпуском кормов должны профессионалы.

— В последние годы рынки поставок рыбной продукции серьезно перенастраиваются. Все помнят пандемию, когда Китай стал вводить ограничения и мороженный минтай пошел через Южную Корею. Сильно изменились затраты на логистику. Через несколько лет новую встряску вызвали санкции. Как поменялась география сбыта продукции ЮКРК? Какие новые для себя страны открыли, с кем, может быть, ведете переговоры и хотели бы начать работу в ближайшее время?

— Отрасль достаточно зависима от импорта: начиная от ЗИП и заканчивая стоимостью логистической составляющей. Все это непосредственно влияет на стоимость продукции. Основная причина, по которой меняются логистические цепочки и география поставок, — это стоимость продукции. Нам приходится встраиваться в эту динамично развивающуюся ситуацию. И в том числе учитывать, что многие из стран из-за санкций отказываются принимать продукцию российского производства.

Мы переориентировались на дружественные страны АТР, постоянно прорабатываем вопросы доставки выпускаемой нами продукции на рынки Белоруссии и Казахстана, поскольку на Дальнем Востоке практически одна транспортная компания занимается такими перевозками и то не всегда — в зависимости от сезона.

Мы освоили рынок Омана. Развернулись в сторону Латинской Америки: стали первыми, кто отправил свой рыбий жир в Чили (а эта страна — один из основных поставщиков такой продукции в мире).

Ведем переговоры с Перу — ключевым поставщиком рыбной муки для всего мира, здесь тоже заинтересованы в сотрудничестве с нами.

— А какую продукцию поставляли в Оман? Рыбий жир?

— В эту страну у нас в прошлом году ушла партия рыбьего жира. С партнерами из Омана мы в постоянном контакте с целью долгосрочного и перспективного для обеих сторон сотрудничества.

— То есть сейчас для вас это очень важное направление — производство и реализация муки и жира?

— Да, здесь у нас своя стратегия. Многие рыбопромышленники зачастую недооценивают муку и жир, считая их просто побочными продуктами производства. У нас иная позиция. Мы уделяем мучной и жировой продукции пристальное внимание, улучшаем ее качество, занимаемся популяризацией, раскруткой нашего бренда. Мы уже видим результат этой работы и продолжаем движение в этом направлении.

— Следующий вопрос напрямую связан с географией поставок рыбной продукции. Южно-Курильский рыбокомбинат активно участвует в выставках. В каких мероприятиях принимали участие за последний год?

— Обычно мы представлены на Международном рыбопромышленном форуме и Выставке рыбной индустрии, морепродуктов и технологий (Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia) в Санкт-Петербурге, на рыбопромышленной выставке China Fisheries and Seafood Expo в Циндао. Периодически мы участвуем в зарубежных миссиях: так мы побывали на Gulfood в Объединенных Арабских Эмиратах.

Также мы участвуем в специализированных кормовых выставках «КомВет», «Зерно. Комбикорма. Ветеринария». Буквально недавно вернулись из Китая, где участвовали в выставке, которую устраивала кормовая ассоциация страны.

— Когда участвуешь в выставках, видишь некий срез ситуации в рыбной отрасли или в пищевой промышленности, если это многопрофильная выставочная площадка. Например, мы отмечали, что крупные компании начали производить

продукцию для конечного потребителя, а холдинги, которые изначально занимались промыслом, стали диверсифицироваться, пробовать свои силы в судостроении, судоремонте, аквакультуре и т.д. Какие тенденции отмечаете вы? И какие страны на зарубежных выставках проявляют интерес к российской рыбе?

— Соглашусь с тем, что наблюдается тренд в сторону выпуска товаров с высокой добавленной стоимостью продукции для полки. Покупателям все больше хочется видеть продукт, который можно сразу использовать для приготовления. А это скин-упаковка, порции, маркировка для розницы и т.д.

В последние два года очень много внимания нашей продукции уделяет Ближний Восток. После того как мы побывали с миссией в Дубае, я получала активный отклик от потенциальных покупателей. Там ассортиментная линейка вообще максимально приближена к супермаркету, тем не менее местные покупатели искали возможности для приобретения нашей рыбы. Они понимают, что дикая рыба — экологически чистый продукт.

Немаловажно также, что потенциальные покупатели отдают предпочтение продукции, которая сопровождается определенными сертификатами и отвечает требованиям экологической безопасности.

— При подготовке к переговорам экспертные организации советуют изучать бизнес-этикет той страны, с бизнесом которой предполагается установить или развивать партнерские отношения. Какие рекомендации здесь вы могли бы дать коллегам по отрасли? На что важно обратить внимание?

— На самом деле все достаточно индивидуально и зависит от коммуникаций. А мой совет: в любой ситуации оставаться человеком. Если вы ведете себя по-человечески, открыты и открытостью, вам (ну, может быть, за редким исключением) ответят тем же.

И также куда бы вы ни поехали, где бы ни проводили переговоры, безусловным плюсом

будет оставаться изучение, хотя бы поверхностное, культуры страны.

— **Федеральное правительство в феврале утвердило программу продвижения российской продукции на экспортном направлении под брендом «Сделано в России». Как вы считаете, для российской рыбы и морепродуктов необходимо такое продвижение как национального продукта? Или наша рыбная продукция уже и так узнаваема за рубежом?**

— Как бы много ни было людей, которые знают нашу рыбу, всегда останется множество тех, кто о ней вообще ничего не слышал. Сколько бы мы ни ездили в тот же Китай, всегда находится масса потенциальных покупателей, которые понятия не имели, что Россия выпускает продукцию с безусловным конкурентным преимуществом.

Поэтому несмотря на то, что речь идет о высоком качестве продукции и наш российский товар узнаваем, в общем-то, во всем мире, польза от таких мероприятий есть. Организация в том числе деловых миссий, формирование устойчивых партнерских связей с заинтересованными иностранными государствами — все это вносит свою лепту в продвижение российских продуктов на мировом рынке и непосредственно поможет производителям в реализации продукции, в расширении географии поставок.

— **То есть хорошо, что на государственном уровне работают структуры, которые целенаправленно занимаются развитием поставок, — такие как РЭЦ, региональные центры поддержки экспорта?**

— Это достаточно интересный инструмент. Думаю, лет через пять всё, что промаркировано знаком «Сделано в России», будет считаться качественным и экологически безопасным.

— **Другие государства также используют продвижение продукции под страновым брендом.**

— Да, такие практики есть. Например, американские производители рыбной муки на меш-

ках крупно указывают: «Сделано в США». То есть они считают, что это бренд.

— **Какие основные вопросы вы считаете важным решить для развития российского рыбного экспорта?**

— Это расширение рынков сбыта для таких продуктов, как филе минтая. Основным местом реализации для этой продукции была Европа, однако из-за санкций доступ туда затруднен. Поэтому поиск возможностей для продаж филе очень актуален.

Второй вопрос — это решение проблемы взаиморасчетов, потому что далеко не все страны готовы задействовать национальные валюты. Также покупатели могут отказаться от приобретения какого-либо вида продукции из-за опасения вторичных санкций.

По-прежнему остается открытым вопрос аттестации новых площадок для реализации продукции в Евросоюз. Страна импорта при направлении заявки на согласование аттестации новой площадки просто игнорирует запрос.

Еще одна важная тема — удорожание логистики. Оно происходит из-за отсутствия конкурентной среды, возникшего после ухода с российского рынка основных морских линий. Остаются монополисты, которые регулируют тарифы так, как регулируют. И стоимость перевозок увеличилась в разы. Кроме того, на стоимость логистики влияет непосредственно трафик. То есть транспортным компаниям тоже приходится преодолевать непреодолимые препятствия, когда путь вместо двух недель занимает два месяца. Естественно, это сказывается на издержках и увеличивает стоимость фрахта. А это, в свою очередь, приводит к удорожанию продукции.

— **Когда мы общаемся с компаниями, все примерно один и тот же набор проблем называют: платежи, удорожание логистики. Это среди самых часто звучащих ответов на вопрос о трудностях экспорта.**

Но от таких непростых тем хочется все-таки вернуться к позитивному. Как вы пришли в

профессию? Как работаете в ЮКРК?

— В рыбную отрасль я пришла в 2008 году. Это был определенный эксперимент, потому что университет я окончила с дипломом юриста и затем три года успешно трудилась в самой крупной страховой компании Владивостока. Ушла оттуда с должности начальника юротдела: молодость, нужно что-то новое пробовать, развиваться.

Приняла предложение рыбодобывающей компании — со своей плавбазой, СТРами, снабжением. Все как полагается. Меня тогда предупредили, что рыбная отрасль так просто не отпускает: если ты сюда попал, то уже не уйдешь — так и получилось.

Что касается торговли рыбной продукцией, то в этой сфере я оказалась спонтанно. Это был 2012 год. Работала юристом в транспортной компании, занимавшейся морским транспортом. Так получилось, что перепрофилировалась. Это стал достаточно крупный федеральный трейдер, я была руководителем дальневосточного подразделения. С тех пор и работаю в сфере продаж рыбной продукции.

Если говорить о ЮКРК, то работа в моей должности предполагает умение коммуницировать и организовывать людей, знание основ не только производственного цикла, но и психологии. Здесь совмещается, казалось бы, несочетаемое: работа с цифрами, с одной стороны, и с другой — творческий процесс, когда ты превращаешься в маркетолога, рекламщика. При этом ты еще погружаешься в рынок логистики, должен ориентироваться в тарифах, направлениях, географии поставок. Тебе необходимо понимать потребности рынка в целом и каждого покупателя, знать нормативную базу.

Большое уважение вызывает наш руководитель — Константин Викторович КОРОБКОВ. Общение с ним — это всегда возможность увеличить обзор на 360 градусов.

Моя работа очень интересная. Иногда бывает и сложно, но я занимаюсь любимым делом, и это важно.

Надежный партнер — в своей стране

осрз

ОХОТСКИЙ СУДОРЕМОНТНЫЙ ЗАВОД

Обслуживание и ремонт судов

- **весь спектр судоремонтных работ**
- **замеры толщин корпусных конструкций**
на судах и морских сооружениях
- **замеры толщин и освидетельствование**
подводной части судов и морских сооружений
- **помощь при освидетельствовании судов (сюрвей)**
- **водолазные работы**

Охотский судоремонтный завод

682480, Хабаровский край,
Охотский район, раб. пос. Охотск,
ул. Вострцова, д. 1/14

690017, Приморский край,
г. Владивосток, ул. Минеров, 7

8 (904) 627-84-11
8 (924) 138-39-89
ohotsk_srz@mail.ru

На правах рекламы

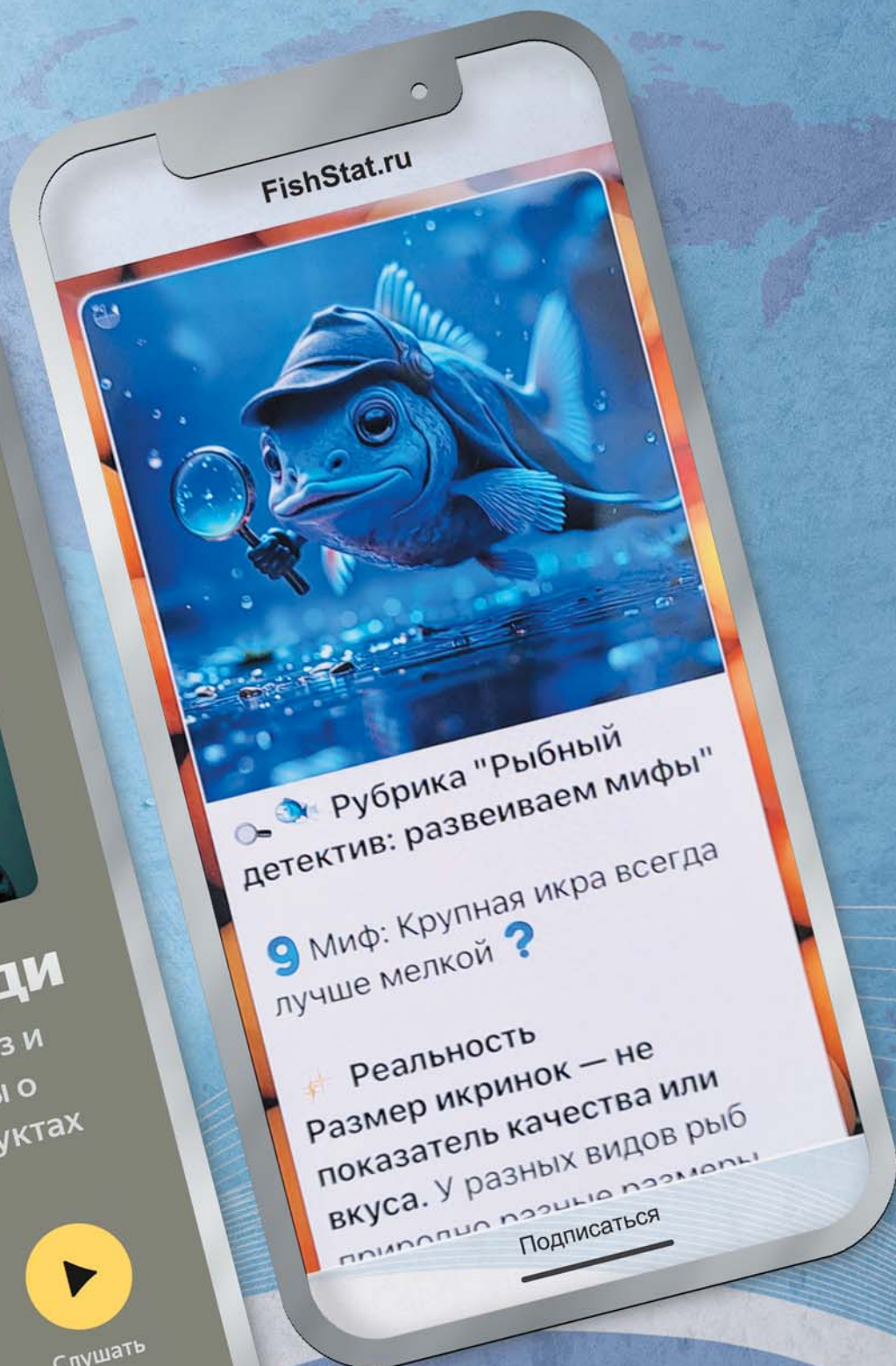
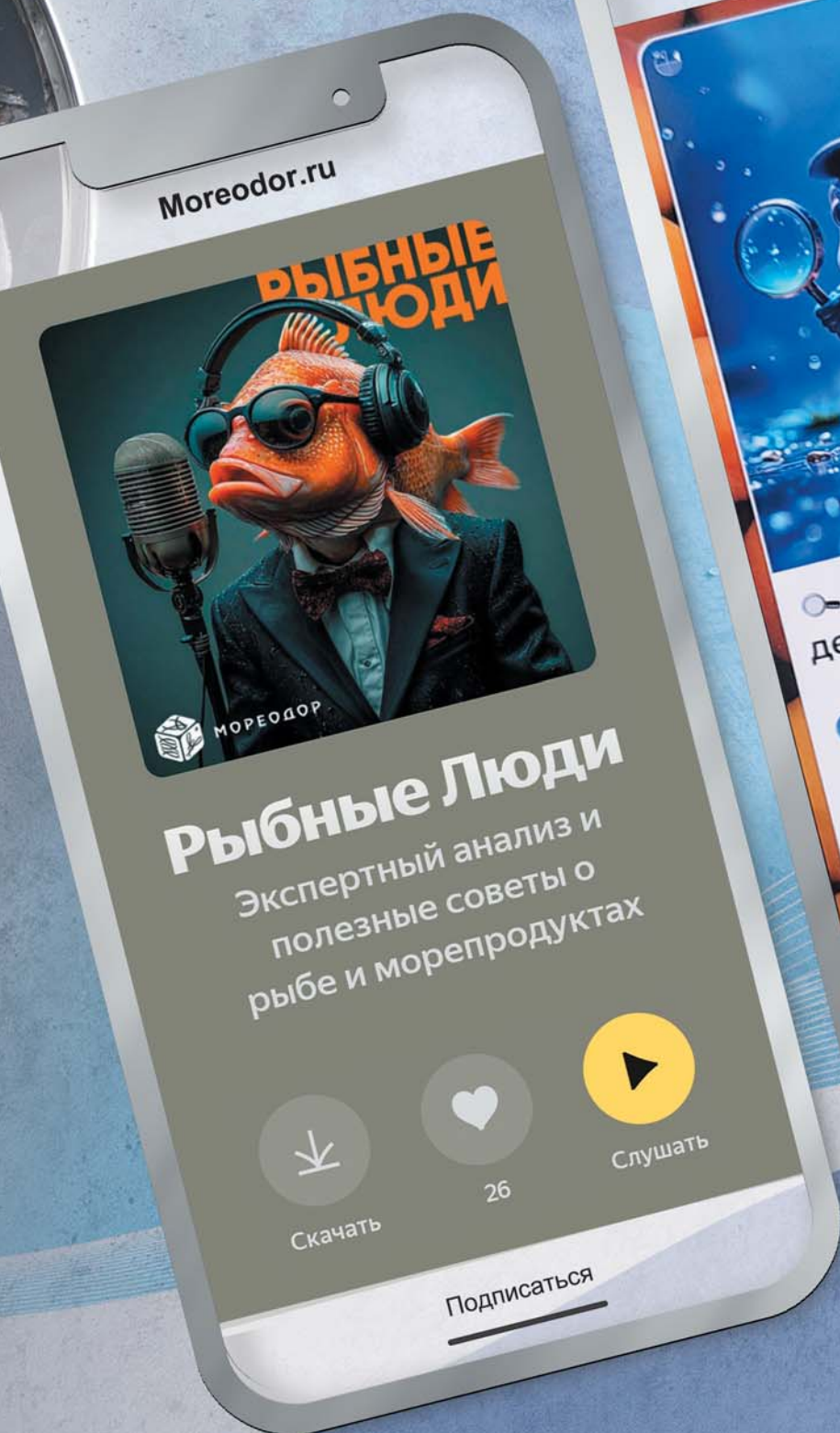




Маргарита КРЮЧКОВА

По пути рыбных открытий

Участники рынка развеивают мифы,
связанные с рыбой и морепродуктами,
с помощью современных форматов





Компании и отраслевые объединения стремятся обеспечить потребителя правдивой и доступной информацией о рыбе и морепродуктах

Рыба и морепродукты — категории, к которым, безусловно, потребители проявляют интерес. 63% россиян хотели бы есть рыбу чаще — такой результат показали исследования, проведенные «СберМаркетинг» совместно с партнерами.

Однако далеко не всегда потребитель знает, что с рыбой и морепродуктами делать. Согласно все тому же исследованию именно непонимание, какую рыбу выбрать, среди барьеров для покупки замороженной продукции: 7% участников заявили, что не знают, как выбрать рыбу. 5% не понимают, как готовить этот продукт.

Рыба и морепродукты разнообразны. Однако это никак не подчеркнуто в коммуникациях с потребителями, рассказала руководитель направления аналитики и исследований «СберМаркетинга» Мария ИСТОМИНА в видеоподкасте MEDIA MIX Talks. И это еще один примечательный момент с точки зрения продвижения продукта.

Рыбная отрасль полна мифов, которые формируют потребительские предпочтения, влияют на цены и даже затрудняют развитие рынка.

Современному покупателю не хватает доступной информации о разнообразии рыбы и морепродуктов, о том, как их правильно выбирать и потреблять, — таким

мнением поделилось большинство (53%) участников опроса, организованного Fishnews. Еще 33% считают, что таких материалов достаточно, но вот над их формой и содержанием можно было бы поработать. И только 14% голосовавших заявили, что информации достаточно.

На этот раз на страницах журнала мы решили поделиться любопытными форматами, которые компании используют для того, чтобы развеивать распространенные заблуждения, связанные с рыбой и морепродуктами, и профессионально рассказывать об этом продукте.

НАСТОЯЩИЙ ДЕТЕКТИВ В РЫБЕ

Создатели платформы для оптовых продаж рыбной продукции FishStat задействовали для продвижения телеграм-канал. При этом в нем публикуется не только информация о самой электронной системе и ее возможностях, но и новости отрасли. Кроме того, здесь запустили

постоянную рубрику «Рыбный детектив», призванную развеивать заблуждения на потребительском рынке.

«Рыбная отрасль полна мифов, которые формируют потребительские предпочтения, влияют на цены и даже затрудняют развитие рынка. Давайте разберемся, где правда, а где стереотип!» — приглашают создатели рубрики.

«Расследование» они начинают с популярного стереотипа: чем рыба дороже, тем она полезнее. Бюджетные виды могут не уступать по полезности премиальным, обращают внимание авторы «Рыбного детектива».

Правда ли, что замороженная продукция хуже охлажденной, а крупная креветка лучше и насыщеннее по вкусу, чем более мелкая? Какую роль в сохранении рыбы играет упаковка, у каких видов лосося икра крупнее, а у каких мельче и является ли размер в этом случае показателем вкуса и качества? На все эти вопросы даются ответы в рубрике.

В постах также приводятся советы потребителям по выбору продуктов. Информация дается коротко и четко, а своеобразная фишка — оформленные в едином стиле искусственного интеллекта иллюстрации к публикациям.

Рыба — это очень вкусно и полезно, и нужно больше рассказывать россиянам о ее разнообразии, о том, как ориентироваться в этом выборе, как использовать продукт в повседневном и праздничном рационе — благо, есть множество возможностей для такой коммуникации с потребителем, считает основатель FishStat Евгений КАРПОВ.

ГОЛОСОМ ПОДКАСТОВ

Привлекает внимание формат, который выбрал для популяризации рыбы и морепродуктов трейдер «Мореодор». Компания с февраля выпускает подкаст «Рыбные люди». Каждый из выпусков посвящен какому-либо виду рыбы, морепродуктов или продукции. Небольшие — продолжительность в среднем около пяти минут — аудиосюжеты рассказывают об экзотических позициях и помо-

гают взглянуть с неожиданной стороны на уже привычные виды рыбы.

Так, пилотный выпуск подкаста призван заинтересовать отечественного потребителя минтаем. Эту рыбу многие знают, но не все оценили по достоинству, отмечают в программе.

Подкасты рассказывают, где и как добывают или выращивают те или иные виды рыбы и морепродуктов, какое место они занимают в кухне и культуре народов мира.

Практически каждый выпуск «цепляет» каким-то любопытным фактом. Например, авторы отмечают, что коренные народы на Аляске использовали икру не только как пищу, но и как лекарственное средство для укрепления организма, а также объясняют, что общего у креветок и напитков-энергетиков (и те, и другие содержат таурин). Слушатели могут узнать и об интересных особенностях биологии морских обитателей.

Формат подкаста используется и для борьбы с «рыбными» стереотипами. Так, в одном из выпусков авторы рассказывают, какие технологии позволяют избежать сухости продукта из минтая и что икра — это компонент блюд не только для праздников.

Эта информация сочетается с рекомендациями, как правильно выбрать рыбу и морепродукты, как их правильно хранить и готовить. Слушателям дают советы, какие блюда из тех или иных даров моря стоит попробовать.

Создатели рассчитывают, что аудиопрограмма будет интересна как поклонникам рыбы и морепродуктов, так и тем, чья профессиональная деятель-

ность напрямую связана с этими продуктами.

Один из дополнительных эпизодов подкаста построили в формате диалога с экспертом по устрицам — «не просто деликатесе, а целой культуре». Руководитель направления живых морепродуктов компании ответил на вопросы: в каком виде можно потреблять устрицы, где в России находятся фермы по выращиванию этих моллюсков и где они добываются в диком виде, а также имеет ли устрица розовая Джоли какое-то отношение к звезде телеэкранов.

«Название «Рыбные люди» выбрано не случайно. Оно отражает суть подкаста, который посвящен знаниям людей из различных областей рыбной индустрии, объединенных одной страстью — любовью к рыбе и морепродуктам. Каждый ведущий и гость нашего подкаста — эксперт в своем деле, будь то маркетинг, технологии, закупки или кулинария, и готов поделиться своими уникальными знаниями и опытом», — рассказали в компании «Мореодор».

На формате подкаста остановились, исходя из удобства аудитории: слушать такие ролики можно, не отвлекаясь от других дел.

Многообразие даров моря авторы «Рыбных людей» показывают, выпуская серию программ о разных видах той или иной рыбы. Например, уже готова информация о тунце. Обещают рассказать и о многообразии камбал.

Выпуски выкладываются в телеграм-канале компании. Можно следить за проектом и в приложении «Яндекс Музыка».



Fishnews.ru

РЫБА ДЛЯ РОССИЯН

Какие усилия бизнес и государство предпринимают для повышения потребления рыбной продукции в стране, Fishnews регулярно рассказывает на своем сайте в специальной рубрике — «Рыба для россиян». Здесь вы можете прочитать о событийном маркетинге и комплексных программах в этой сфере, целевых ориентирах и проблемных вопросах, с которыми сталкиваются участники рынка.



«Икорный.ПРО»: Ориентир на правильную рыбу

На российском рыбном рынке нечасто появляются яркие компании, которые всего за год занимают заметное место в оптовом сегменте. Тем более — на фоне нестабильной логистики, высокой конкуренции и сжимающейся потребительской корзины. Однако опыт компании «Икорный.ПРО» показывает, что профессионализм и экспертиза востребованы везде и всегда, а для рыбной сферы так и вовсе являются обязательным условием.



Гузель АХМЕЕВА,
коммерческий директор
компании «Икорный.ПРО»

ПРОФИ НЕ ТОЛЬКО В ЛОСОСЕ

«Торговое подразделение у нас официально появилось 1 апреля 2024 года и на тот момент носило имя нашего самого известного бренда — «Дикий Улов». Наши учредители уже много лет занимались ритейлом — это сеть магазинов морепродуктов «Икорный» и интернет-магазин. Нашим партнером является рыбодобывающая компания «Амур Пасифик», которая осуществляет промысел горбуши и кеты на севере Хабаровского края. У нас была своя логистическая структура и, главное, была команда профессионалов с очень сильной экспертизой в закупе рыбопродукции. Все эти факторы позволили принять решение о создании компании именно для оптовой торговли», — рассказывает коммерческий директор «Икорный.ПРО» Гузель АХМЕЕВА.

Новая компания сразу начала активно выстраивать работу с поставщиками, выступая не только в качестве агента хабаровских рыбаков, но и как партнер других дальневосточных промыслов. Своим клиентам в западной части страны она смогла предложить все наиболее востребованные позиции дальневосточной рыбы, отнюдь не ограничивая ассортимент тихоокеанскими лососями. В каталоге дистрибьютора присутствовала и белорыбца, в первую очередь минтай и филе минтая, и сельдь, и кальмар, и корюшка, и мойва. За неполный первый год работы удалось реализовать более 6 тыс. тонн рыбопродукции.

«Мы изначально позиционировали себя как эксперты по лососю и продолжаем двигаться в этом русле, — отмечает Гу-

зель Ахмеева. — Сравнительно недавно стали активно прорабатывать филе минтая. На наш взгляд, этот продукт набирает популярность на российском рынке: и объемы производства большие, и потребление у населения растет, поэтому мы стараемся, чтобы у нас эта позиция была всегда».

В этом году компания начала сотрудничать и с мурманскими

Мы не просто продаем рыбу, а формируем устойчивые партнерские связи, которые особенно ценны в условиях рыночной турбулентности. И смотрим глобально: не просто кто и что покупает, но и каковы прогнозы науки, сколько добывают, какой объем уходит на экспорт. Все эти факторы сильно влияют на рынок. Поэтому мы глубоко погружаемся в каждый промысел, мониторим, какие суда выходят на путину, какие ежесуточные уловы, как меняется промысловая обстановка.

рыболовными компаниями — таким образом ее ассортимент дополнили атлантическая рыба и морепродукты. «В основном это филейная группа — филе трески, которое пользуется очень большой популярностью, филе пикши. Сейчас запустили продажи креветки. Ориентируемся по промыслу: что идет на берег,

то мы сразу же закупаем и ведем в Москву для реализации», — комментирует представитель дистрибьютора.

По мере расширения стало очевидно: деятельность компании выходит за пределы прежнего названия, и отсылка к торговой марке «Дикий Улов» уже не помогает, а скорее сужает представление о возможностях дистрибьютора. Новый бренд — «Икорный.ПРО» — стал логичным продолжением выбранного курса: он сохраняет связь с узнаваемым розничным направлением и одновременно подчеркивает профессиональный, системный подход к работе в B2B-сегменте.

ПРИОРИТЕТ ИНТЕРЕСАМ КЛИЕНТА

По оценкам профильных ассоциаций, в оптовом звене между рыбаком и розницей ведут деятельность более 2 тыс. трейдеров. В таких условиях найти свое лицо и завоевать доверие и уважение контрагентов под силу далеко не каждому. «Мы закупаем напрямую только у рыбодобытчиков. Можно сказать, выступаем в роли первой руки. Это позволяет нам определять цену, контролировать качество и предоставлять клиенту исчерпывающую информацию о конкретной партии», — говорит Гузель Ахмеева.

По ее словам, клиенты видят и ценят профессионализм и компетенции сотрудников «Икорный.ПРО», их знание рынка, умение слышать людей и вникать в детали. Такой подход позволяет не просто продавать рыбу, а формировать устойчивые партнерские связи, которые особенно ценны в условиях рыночной турбулентности.

Ситуация на рыбном рынке во многом похожа на биржу. «Ты постоянно анализируешь,

как на Уолл-стрит, куда движется та или иная позиция: вверх или вниз, хорошая путина или плохая, — делится опытом коммерческий директор компании. — Причем нужно смотреть глобально, не просто кто и что покупает и какие объемы присутствуют в том числе в западной части страны, но и каковы прогнозы науки, сколько добывают, какой объем уходит на экспорт. Все эти факторы сильно влияют на рынок. Поэтому мы глубоко погружаемся в каждый промысел, мониторим, какие суда выходят на путину, какие ежесуточные уловы, как меняется промысловая обстановка».

Эту информацию специалисты «Икорный.ПРО», как правило, транслируют клиентам компании. «У нас есть покупатели, которые и так всё знают, они сами обладают сильной экспертизой. Но немало и таких, кому нужны прямые рекомендации. По лососю мы получили много хороших отзывов от клиентов именно потому, что видели: путина складывается хуже ожиданий, и буквально заставляли их принимать решение и покупать», — приводит пример Гузель Ахмеева.

По ее словам, компания старается тщательно изучать потребности своих клиентов. «Нам важно понимать, на какой продукции они работают, какие объемы им нужны. Например, если это переработчик, мы понимаем, какой у него план закупа на производстве, для того чтобы в нужное время правильно сделать предложение. Учитываем особенности наших покупателей и в том, что касается оплаты», — отмечает представитель дистрибьютора.

Схема работы с клиентами у «Икорный.ПРО» может отличаться в каждом конкретном случае: кто-то готов заключить контракт на предстоящую путину за несколько месяцев и сразу внести предоплату, а у кого-то нет такой возможности. Кейсы бывают самые разные. Но в зависимости от запроса покупатель получает полный набор услуг: подбор ассортимента, формирование индивидуальных условий, логистическое сопровождение, контроль качества на каждом этапе.



Гузель АХМЕЕВА:
Мы закупаем
напрямую только
у рыбоводытчиков.
Это позволяет нам
определять цену,
контролировать
качество
и предоставлять
клиенту
исчерпывающую
информацию
о конкретной партии.

ЛОГИСТИКА БЕЗ БАРЬЕРОВ

С самого начала команда «Икорный.ПРО» ставила задачу работать с разными категориями покупателей — от крупных переработчиков и торговых сетей до трейдеров и представителей сегмента HoReCa. Такая диверсификация расширяет возможности для сбыта продукции и позволяет подстраховаться в условиях экономически нестабильной ситуации в стране. А динамичный рост клиентской базы явно свидетельствует об отсутствии «лишних» посредников на внутрироссийском рыбном рынке.

«Среди наших основных клиентов, прежде всего, можно выделить рыбопереработчиков. Вторая важная группа — это другие торговые компа-

нии, в том числе очень крупные, которые присутствуют на рынке уже не один десяток лет. Было очень приятно, что такие мастодонты тоже видят в нас надежных поставщиков. И третья категория — это мелкий опт, те организации, которые непосредственно работают с небольшими рынками, ярмарками и другими розничными форматами», — говорит Гузель Ахмеева.

Одно из сильнейших звеньев в системе — логистика. Логистический отдел позволяет осуществлять полное сопровождение сделки от моря до склада или распределительного центра клиента, в том числе с использованием субсидируемых маршрутов. При этом «Икорный.ПРО» не ограничивает себя крупными объемами и при необходимости работает с мелким и средним оптом: это часть стратегии по повышению доступности качественной рыбы на внутреннем рынке.

«У нас имеются складские мощности как на Дальнем Востоке, так и в европейской части России, — поясняет коммерческий директор компании. — Поэтому мы можем отгружать рыбопродукцию с Дальнего Востока напрямую клиентам в регионы либо везти ее сюда, в Москву, для того чтобы осуществлять мелкооптовую реализацию».

Размер партии для «Икорный.ПРО» не является критическим фактором. «Мы — за максимальный сервис для клиента, поэтому везем и 20 тонн, и 5 тонн, и 1 тонну, и даже 300 кг. Если нужно, отправляем и самолетами с Дальнего Востока, в прошлую лососевую путину так было и с икрой, и с ястыками, и с рыбопродукцией», — добавляет Гузель Ахмеева.

В компании положительно оценивают госпрограмму субсидирования железнодоро-

жных перевозок рыбы с Дальнего Востока. Для недорогих видов, таких как минтай или сардина-иваси, слишком затратная логистика — это реальная проблема, которая отражается на потреблении рыбопродукции.

«Субсидия очень сильно влияет на цену, — отмечает представитель «Икорный.ПРО». — По нашему опыту, даже небольшое ее снижение позволяет увеличить продажи такой рыбопродукции. Для

Пока основной пул клиентов компании сосредоточен в центральных регионах, но уже нынешним летом «Икорный.ПРО» планирует открыть мини-офис с отделом продаж во Владивостоке, чтобы охватить и всю восточную часть страны вплоть до Урала. Это даст возможность оперативно реагировать на запросы из регионов с большой разницей во времени относительно Москвы.

опта это существенная разница. Поэтому мы целиком и полностью поддерживаем субсидирование перевозок рыбы».

НОВЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ

Пока основной пул клиентов компании сосредоточен в центральных регионах, но уже нынешним летом «Икорный.

ПРО» планирует открыть мини-офис с отделом продаж во Владивостоке, чтобы охватить и всю восточную часть страны вплоть до Урала. Это даст возможность оперативно реагировать на запросы из регионов с большой разницей во времени относительно Москвы.

У руководства компании есть планы и по экспорту. «Мы обязательно пойдем в страны ЕАЭС, такие как Беларусь, Казахстан, — в плане логистики никаких преград для этого нет», — говорит Гузель Ахмеева.

Следующий важный шаг для дистрибьютора — расширение взаимодействия с федеральными торговыми сетями. «Весной «Икорный.ПРО» начал поставки икры в «Азбуку Вкуса», — рассказывает коммерческий директор компании. — Кроме того, у нас подписаны контракты с «Верным» и с X5 Retail, в частности мы уже делаем продукцию для торговой сети «Перекресток», в том числе для их СТМ».

Дикая рыба заслуживает достойного присутствия на полках сетевых магазинов, считают в компании. «С учетом того, насколько это полезная продукция и какие объемы добывают наши рыбаки, нам кажется важным доносить ценность российской рыбы до максимально широкой аудитории. К сожалению, сейчас рыбная полка в рознице далеко не всегда выполняет эту функцию. Но мы надеемся, что в будущем эта ситуация

изменится, в том числе нашими усилиями, и ритейл сможет сделать качественное предложение потребителю», — подчеркивает Гузель Ахмеева. □

ООО «Икорный.ПРО»

Москва, Головинское шоссе, 3
БЦ «Флагман», 5 этаж, оф. 512
тел.: +7 (495) 180-2888
e-mail: office@tdikiyulov.ru
dikiyulov.com

29-31
ОКТАБРЯ'25



**China
Fisheries
& Seafood
Expo**

• вылов • переработка • оборудование • логистика • услуги



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАВИЛЬОН РОССИИ

КИТАЙ / ЦИНДАО
ПАВИЛЬОН В7

1 500 м²

ПЛОЩАДЬ ЭКСПОЗИЦИИ

50

КОМПАНИЙ



Станьте частью
российской национальной
экспозиции и получите
доступ к крупнейшему в мире
рынку рыбы и морепродуктов!



ОТРАСЛЕВОЙ
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ОПЕРАТОР

RUSFISHEXPO.COM

На правах рекламы

Fishnews Online: выбираем самые острые темы

**Коммуникационная платформа
медиахолдинга «Фишньюс» вот уже 5 лет
собирает экспертов по разным вопросам**

Помочь информационному обмену между организациями рыбной промышленности, а также между рыбной отраслью и смежными направлениями — такую задачу ставили мы перед собой, создавая коммуникационную площадку Fishnews Online. Она позволяет оперативно собрать экспертов из разных регионов и обсудить актуальные вопросы.

В этом году платформе исполнилось пять лет. Темы для конференций — проходят ли они в онлайн- или офлайн-формате — мы выбираем, исходя из новостной повестки и запроса предприятий и бизнес-объединений.



Маргарита КРЮЧКОВА,
главный редактор Fishnews.ru



**FISHNEWS
ONLINE** ▶



По итогам конференций в специальной рубрике Fishnews Online за пять лет вышло более 300 публикаций. Какие тенденции в отрасли можно отметить за время работы коммуникационной платформы? Что волновало и волнует профессиональное сообщество? Рассказываем в нашем материале.

ДОСТУП К ЛОСОСЕВЫМ РЕСУРСАМ

Одна из самых обсуждаемых тем за пять лет работы Fishnews Online — это принципы закрепления рыболовных участков. Именно на нашей коммуникационной платформе Координационный совет рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока формировал позицию и предложения по проектам законодательных изменений в сфере распределения участков. В 2021 году уже перед третьим чтением удалось остановить принятие законопроекта, который грозил отправить участки на аукционы.

Чуть позже отраслевой регулятор заявил о намерении вернуться к принципам закрепления рыболовных участков, и прежде всего речь шла об акваториях для добычи тихоокеанских лососей. В итоге законодатели предусмотрели: предприятия, уже работавшие на участках, могут переоформить РЛУ без торгов — конкурсов и аукционов. Но вот на автоматическое перезаключение договоров государство не пошло, решив, что пользователи должны пополнить бюджет. Размеры платы за переоформление бизнес оценивает как весьма существенные, хотя небольших послаблений добиться все-таки удалось (в виде,

например, трехлетней рассрочки платежа вместо двухлетней).

Также те, кто рассчитывает осваивать анадромные виды рыб (а это в том числе лосось), по новым договорам должны участвовать в социально-экономическом развитии территорий на основании соглашений с регионами. А это тоже денежные вливания со стороны предприятий.

Возможности привлечения заемного финансирования для закрепления участков на новый срок на площадке Fishnews Online не единожды обсуждали руководители рыбохозяйственных ассоциаций и представители крупнейших российских банков.

Конференции показали: в свете предстоящего перезаключения четкие прогнозы по лососевым путинам и снятие рисков по границам участков волнуют не только рыбопромышленников, но и банковских экспертов.

Не столкнутся ли предприятия с проблемой, когда они перезаключают договор и вносят плату либо же отдают немалые деньги за участок на аукционе, а потом выясняется, что границы РЛУ не отвечают обновленным требованиям? На эту проблему также обращали внимание в отраслевом сообществе.

Основная кампания по перезаключению договоров на рыболовные участки еще впереди. Нюансов будет много, считают в Координационном совете рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока. Безусловно, к этим вопросам эксперты будут обращаться и на конференциях Fishnews Online.

ИНВЕСТИКВОТЫ И АУКЦИОНЫ

Платформа Fishnews Online стала «свидетелем» изменений федерального законодательства о принципах закрепления долей квот на вылов. Наш коммуникационный проект был запущен спустя год после введения в отрасли нового вида квот — добычи крабов в инвестиционных целях. В 2019 году прошел первый аукцион по закреплению таких долей — с обязательствами по строительству промыслового флота на российских заводах.

В 2020 году на онлайн-конференции руководители отраслевых ассоциаций как раз делились, какие сложности связаны с первыми крабовыми торгами, и высказывали опасения, что аукционный механизм распространится на другие объекты промысла.

Прогнозы бизнеса сбылись: исторический принцип распределения квот продолжил размываться. В конце 2022 года вышел федеральный закон о втором этапе программы инвестиционных квот (правда, ввели его только на Дальневосточном бассейне) и продолжении крабовых аукционов. Список видов квот в законодательстве разросся до 14 позиций.

Государство, таким образом, продолжило распространять в отрасли принцип, когда доступ



Сергей НЕСВЕТОВ

Fishnews Online из таких площадок, которые точно нужны

Медиахолдинг «Фишньюс» объединяет разные форматы для информационного обеспечения рыбной отрасли, и один из самых интересных проектов — коммуникационная площадка Fishnews Online, считает исполнительный директор СЗРК Сергей Несветов.

На платформе Fishnews Online регулярно проходят конференции экспертов рыбной промышленности и смежных сфер по разным темам. Материалы по итогам обсуждения публикуются на сайте Fishnews в специальной рубрике. Встречи проводятся уже в течение пяти лет — в онлайн- и офлайн-формате.

Исполнительный директор Северо-Западного рыбопромышленного консорциума стал одним из первых участников Fishnews Online и участвовал во встречах по разным вопросам.

Среди наиболее интересных тем для обсуждения на платформе читатели Fishnews выделяют продвижение рыбной продукции на внутреннем рынке. Такой отклик вполне закономерен, считает Сергей Несветов. Людям интересны истории успеха. «У кого что получилось: интересный опыт, задумки и идеи, которые удалось реализовать», — отметил исполнительный директор СЗРК.

В целом медиахолдинг «Фишньюс» сегодня объединяет самые разные информационно-коммуникационные средства: это и Fishnews Online, и сайт, и газета, и журнал. «Это большая работа, и большой профессионализм», — подчеркнул Сергей Несветов.



МОРЕОДОР

Добро пожаловать на борт МОРЕОДОР!

Работаем с 2010 года

20+

стран-партнёров

400+

уникальных
товарных позиций

2500+

клиентов

- 📍 Москва
- 📍 Санкт-Петербург
- 📍 Нижний Новгород
- 📍 Владивосток

- Многолетний опыт в рыбной индустрии
- Количество позиций в ассортименте больше, чем в среднем по рынку
- Длительное сотрудничество с иностранными поставщиками
- Стабильные показатели, обеспечение непрерывности продаж

На регулярной основе расширяем ассортимент закупок и импортируем в Россию ранее не представленные на рынке рыбу и морепродукты.



+7 (495) 231-42-49



info@moreodor.ru

Юридический адрес: 117292, г. Москва, ул. Профсоюзная,
д.3, офис 412

На правах рекламы



moreodor.ru

к ресурсу предоставляется при вложениях в реализацию инвестиционных проектов. В рамках программы инвестквот (а этим способом распределяются в основном квоты на добычу рыбы, в том числе самого массового объекта российского промысла — минтая) осваивать объемы можно только после завершения строительства, для крабов принцип несколько иной: право на вылов предоставляется еще до сдачи судна или берегового комплекса, но серьезных финансовых вложений требует победа на аукционе.

На конференциях Fishnews Online инвесторы и руководители отраслевых объединений высказывались, какие изменения нужно вносить в правовую базу по «квотам в обмен на инвестиции». Практика показала, что требуется поменять. Так, предусмотрено начало процесса распределения инвестквот при высокой технической готовности судна. Пошло государство и на увеличение предельного срока строительства краболовов — с пяти до семи лет, правда, с предоставлением банковской гарантии не меньше 1 млрд рублей.

Если с началом реализации программы больше всего говорилось о проблемах и задержках в строительстве флота, то в последние два года на слуху также и ситуация, в которой оказались компании, построившие под инвестквоты береговые заводы. Росрыболовство решило оштрафовать участников программы, ссылаясь на невыполнение обязательств по производству продукции. Судебные разбирательства продолжаются, а в правовую базу по контролю выполнения обязательств в рамках программы инвестквот правительство в апреле внесло изменения.

ЭТА НЕПРОСТАЯ «ПРИБРЕЖКА»

Последние большие изменения по регулированию прибрежного рыболовства вносились в законодательство в 2016 году. И о сформированной тогда концепции «прибрежки» в профессиональном сообществе говорят как о достаточно логичной: предприятия доставляют пойманную рыбу на берег, обеспечивая



Лев БОЧАРОВ

Fishnews Online показал свою необходимость и эффективность

Проект Fishnews Online за пять лет стал важной площадкой для оперативного обмена мнениями отраслевых объединений и выработки согласованных позиций по важнейшим проблемам рыбного хозяйства, подчеркивает советник президента ВАРПЭ, профессор Лев БОЧАРОВ.

Такая коммуникация особенно важна при работе над совершенствованием законодательной базы рыбного хозяйства, подчеркнул Лев Бочаров.

Он напомнил, что в рамках Fishnews Online работает Координационный совет рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока, который состоит из руководителей объединений — опытных и неравнодушных специалистов. Способы наделения рыбаков квотами, обновление добывающего флота, плата за биоресурсы, продвижение отечественной рыбопродукции на внутреннем и зарубежном рынках, прибрежный промысел, лов лососевых, аквакультура — эти и многие другие направления находятся в центре внимания КС.

Собеседник Fishnews обратил внимание, что рыбное хозяйство России не сводится только к рыболовству. Поэтому участники видеоконференций постоянно обращаются к вопросам финансирования программ развития предприятий, создания современной переработки сырья, логистики рыбной продукции, отраслевой науки и другим темам. «Постоянной практикой конференций стало приглашение серьезных специалистов и руководителей из смежных отраслей. Результаты таких обсуждений работают в обе стороны, принося пользу всем заинтересованным участникам», — отметил советник президента Всероссийской ассоциации рыбопромышленников.

Он указал на роль «Фишньюс» в организации четкой и продуктивной работы коммуникационной площадки. «Это не раз отмечали руководители рыбацких ассоциаций. Кроме того, немалое значение имеет высокопрофессиональное, своевременное, а главное — заинтересованное освещение обсуждаемых проблем рыбопромышленников мощными информационными ресурсами медиахолдинга», — добавил Лев Бочаров.



Иван ФЕТИСОВ

Fishnews Online привлекает большое внимание

Результаты обсуждений вопросов рыбной промышленности на площадке Fishnews Online всегда на слуху и вызывают активный интерес, отмечает генеральный директор Expo Solutions Group Иван ФЕТИСОВ. Отраслевой выставочный оператор регулярно рассказывает на конференциях «Фишньюс» о возможностях продвижения в России и за рубежом.

«Я всегда очень внимательно читаю материалы по итогам конференций Fishnews Online. И вообще могу сказать, что публикации об этих встречах вызывают большой интерес, люди их обсуждают», — рассказал генеральный директор Expo Solutions Group Иван Фетисов.

Отраслевой выставочный оператор — ESG — ежегодно рассказывает на конференциях «Фишньюс», какие возможности для продвижения российской рыбы и морепродуктов открываются на Выставке рыбной индустрии, морепродуктов и технологий в Санкт-Петербурге, рыбопромышленной выставке в Циндао и на других площадках.

«Например, в конце прошлого года на Fishnews Online мы поделились деталями: какие изменения ждут осенью участников и гостей выставки Seafood Expo Russia», — напомнил Иван Фетисов.

Интересно, что к конференциям «Фишньюс» подключаются не только добытчики, но и, например, рыбопереработчики — в перспективе было бы интересно участвовать и следить за обсуждениями с привлечением ритейла, считает глава Expo Solutions Group.

Напомним, что в этом году коммуникационному проекту Fishnews Online исполнилось пять лет. На площадке проходят конференции экспертов рыбной отрасли и смежных сфер. Все публикации по итогам обсуждения собираются на сайте «Фишньюс» в специальной рубрике.

Среди пяти главных тем пятилетки — регулирование в рыбной промышленности, развитие внутреннего потребления рыбопродукции, раскрытие экспортного потенциала отрасли.

сырье для перерабатывающих производств либо насыщая продуктом внутренний рынок (или и то, и другое), а взамен получают дополнительные объемы для освоения.

Тем не менее прибрежное рыболовство регулярно попадает в «штормовые условия» — с протоколами от пограничников и судебными рассмотрениями. В 2020 году «прибрежники» столкнулись с тем, что, оказывается, не должны производить продукцию на судах. Предприятия Северного бассейна на конференциях Fishnews Online объясняли, что обработка необходима для сохранения рыбы, а также обсуждали возможные решения проблемы. В итоге в 2021 году законодатели уточнили, что при осуществлении «прибрежки» на судах допускается производство живой, свежей и охлажденной рыбной продукции, виды которой определяются федеральным правительством. Страсти, однако, на этом не закончились.

С конца 2024 года проблемы «прибрежников» уже трижды становились темой конференций Fishnews Online. Речь шла о возможности выпускать востребованную продукцию из рыбных субпродуктов, а также об опасном прецеденте на Северном бассейне, когда пограничный орган предъявил предприятию претензию в связи с отправкой продукции берегового завода на внешний рынок. Работа в режиме прибрежного промысла продолжает оставаться зоной высокого риска.

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА

С 2021 года Fishnews Online развивается как площадка для обсуждения вопросов не только рыбодобывающих предприятий, но и переработки и дистрибуции рыбы и морепродуктов. А также как платформа для коммуникаций тех, кто рыбу добывает, и тех, кто превращает ее в полочный продукт и помогает доставить до конечного потребителя.

Такой подход отразил в том числе интерес предприятий к развитию рынка внутри страны. Рыбопромышленные компании — как самостоятельно, так и в составе отраслевых объединений — запустили специальные программы по наращиванию спроса

со стороны отечественных потребителей. В пример здесь можно привести программу Ассоциации добытчиков минтая по продвижению категорийного бренда «Дальневосточный минтай». По данным АДМ, потребление минтая в России выросло до рекордного уровня и достигло 30% от вылова.

В прошлом году на федеральном уровне принята дорожная карта по увеличению внутреннего потребления рыбной продукции: предполагается, что к 2030 году этот показатель должен составлять не менее 28 кг на человека.

Совместно с представителями Рыбного союза на наших конференциях обсуждалось, какие барьеры мешают развитию внутреннего рынка рыбы и морепродуктов и какие решения поддержали бы рыбопереработку и стимулировали бы увеличение потребления. В частности, эксперты обращали внимание на интерес ритейла к новинкам, в том числе в рыбном ассортименте. Также среди тенденций — рост спроса на продукцию, готовую к употреблению. Представители рыбоперерабатывающей индустрии отмечали необходимость работы с молодежной аудиторией, за которой будущее рынка. Развитию отрасли также поможет возвращение сильных брендов, указывали специалисты.

НЕПОТОПЛЯЕМАЯ ИДЕЯ «РЫБНЫХ БИРЖ»

Каким образом реализовать свою продукцию — жизненно важный для предприятий вопрос. И вполне объяснимо, почему любые предложения ограничить возможности производителей всегда вызывают волнения.

Идея обязательных «рыбных бирж» появляется в публичном пространстве практически ежегодно. И это побуждает предприятия высказывать свою позицию, в том числе на площадке Fishnews Online.

В нынешнем году Федеральная антимонопольная служба вновь озвучила предложение установить минимальные объемы продаж отдельных видов продукции из водных биоресурсов на организованных торгах. Также появилась инициатива по обязательной регистрации внебиржевых договоров по рыбной продукции.



Вячеслав КВАШНИН

Fishnews Online помогает решать актуальные вопросы

Онлайн-конференции — отличная платформа для обсуждения путей развития рыбной отрасли, в том числе в логистической сфере, отмечает заместитель генерального директора ВМРП Вячеслав КВАШНИН.

Специалисты Владивостокского морского рыбного порта — постоянные участники конференций на площадке Fishnews Online.

«Платформа «Фишньюс» способствует решению актуальных проблем рыбной отрасли и регулярно собирает ведущих экспертов. Владивостокский морской рыбный порт является постоянным участником дискуссионной площадки. Нам есть чем гордиться и есть что предложить рыбодобывающим компаниям в области стивидорных услуг и мультимодальных логистических сервисов», — заявил заместитель генерального директора предприятия.

Он добавил, что онлайн-конференции помогают обсуждать внедрение инноваций в рыбопромышленном комплексе и повышение эффективности перевозок рыбных грузов.

Сторонники «рыбных бирж» объясняют свои инициативы борьбой за прозрачные ценовые индикаторы, а также обещают, что участники рынка будут защищены от недобросовестных контрагентов. Отраслевое сообщество, в свою очередь, недоумевает, как появление дополнительного посредника в лице биржи сократит товаропроводящую цепочку и как дополнительная нагрузка поможет производителям.

Мы выделили лишь несколько наиболее востребованных тем на площадке Fishnews Online. Общий список гораздо шире. На платформе эксперты обсуждали и обсуждают возможности и проблемы экспорта, подготовку к ключевым путям, поддержку отраслевой науки, регулирование промысла и многое другое.

**Кренование и взвешивание.
Разработка документации
по остойчивости и непотопляемости**



Работы производятся
в соответствии с требованиями
Российского Морского
Регистра Судоходства

Инструкция по загрузке.
Наставление по креплению грузов.
План управления балластными водами.
Замеры остаточных толщин элементов корпуса, оценка
технического состояния по программе РМРС.
Расчеты прочности корпуса судна и конструкций.
Расчет допускаемых остаточных характеристик конструкции корпуса.
Расчет усиления корпуса для ледовых нагрузок.

**Разработка проектов и технической документации
по всем направлениям судовой тематики в объеме
переклассификации, ремонта, модернизации
и переоборудовании судов.**

Проекты по установке радио- и навигационного оборудования.
Судовые планы энергоэффективности судна.
Составление судовых планов, наставлений, буклетов (СОЛАС, ПМЗ).



ПРОЕКТНАЯ КОМПАНИЯ
ПОЛИТЕСТ

Владивосток (Россия)
690012, г. Владивосток, а/я 12/140
ул. Калинина, 42, корп. 36, к. 5,9
Тел./факс: 8 (423) 227-97-68
Тел.: 8 (914) 791-94-40
E-mail: npkp@bk.ru

Пусан (Корея)
3 Floor, GS Square Building, 6-5, Jungang-daero
196 Beon-gil, Dong-gu, Busan, Korea, 48821.
Tel.: (82-51) 468-2596, Fax: (82-51) 468-2597
E-mail: npkpbusan@hotmail.com, declickorea@gmail.com
Mob.: (82) 10-3596-2572



◀
Павел КЛИМЕНКО,
генеральный директор
«Колд Трейд»



Живой краб из Баренцево моря стал ездить на очень большие расстояния

КОМПЛЕКСЫ ДЛЯ «АНТЕЯ» И РРПК

— Павел Борисович, ранее журнал Fishnews рассказал читателям о создании вашей компанией собственной системы для мультимодальных перевозок живого краба, а затем — о планах ее дальнейшей модернизации по просьбе заказчиков. Расскажите, на каком сейчас этапе этот процесс?

— Я хочу напомнить, что наши системы для мультимодальных перевозок оказались востребованы компаниями, добывающими краба в Баренцевом море. Изначально наше оборудование проектировалось и изготавливалось по заказу группы компаний «Антей», которая эксплуатирует его с 2022 года. А в 2023 году мы заключили контракт на поставку аналогичного оборудования с Северо-Западным рыбопромышленным консорциумом (СЗРПК).

В первое время живых крабов доставляли на грузовиках из Мурманска в Москву, где есть перерядержка, из которой продукция попадала к конечному адресату. Впоследствии, помимо столицы, стали возить гораздо дальше — в Китай, во Владивосток.

Затем по предложению СЗРПК мы занялись модернизацией наших систем. Пожелания рыбопромышленников заключались в увеличении сроков и объемов перевозок.

В результате были разработаны и изготовлены две новых модификации систем. Первая позволяет увеличить объем перевозки в одном контейнере с 4



Новая модификация позволяет увеличить объем перевозки в одном контейнере с 4 до 10 тонн со временем содержания — до двух суток

до 10 тонн со временем содержания — до двух суток.

Вторая модификация заточена на увеличение дальности перевозок и на повышение сохранности живых крабов. Мы добавили ультрафиолетовые лампы, озонирование и дополнительные угольные фильтры. Апгрейд позволяет гарантированно возить в сохранности крабов на дальние расстояния, например Мурманск — Китай или Мурманск — Владивосток.

Новые системы прошли первичные испытания. Сейчас ждем апробации нашего оборудования на живом крабе, когда заказчик приступит к освоению своих квот, выделенных на текущий год. Теперь рыбаки смогут перевозить больше краба с меньшими затратами.

ХОЛОДИЛЬНИКИ ДЛЯ РОСРЕЗЕРВА

— С середины 2010-х годов в разных уголках нашей страны компания «Колд Трейд» строила холодильные склады долгосрочного хранения по заказу Росрезерва. Причем изначально вы изготавливали свое компрессорное и емкостное

НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ ХОЛОДА ДЛЯ КРУПНОГО БИЗНЕСА



**НАДЕЖНОСТЬ
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**



**ПРОМЫШЛЕННОЕ
ХОЛОДИЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ**



**ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ПОСТАВКА
МОНТАЖ
ВВОД В ЭКСПЛУАТАЦИЮ**

☎ 8(812)449-90-40, 8(812)449-90-41
головной офис: 190000, Санкт-Петербург,
ул. Галерная, 20, офис 306
завод: 238460, Калининградская обл.,
пос. Совхозное, ул. Мастерская, 4

**РЫБА/МЯСО/ПТИЦА
НЕФТЕХИМИЧЕСКИЕ
ОБЪЕКТЫ**

**СОБСТВЕННОЕ
ПРОИЗВОДСТВО
В РОССИИ**

оборудование на базе европейских комплектующих. А когда были введены антиросийские санкции, вы выбрали себе китайского поставщика — Bingshan Engineering. Согласился ли заказчик на замену поставщика, удалось ли пересогласовать с ним новые проекты?

— Да, мы через государственную экспертизу пересогласовали документы. Bingshan Engineering выпускает высококачественное и надежное оборудование, ничем не уступающее европейским аналогам.

Я лично в этом убедился, когда в 2021 году мы строили морозильные мощности на 15 тыс. тонн для рыбоперерабатывающего завода компании «Доброфлот» в городе Большой Камень под Владивостоком. На существующем филиальном производстве как раз использовалось оборудование Bingshan Engineering. Я побывал в машинном отделении, поговорил с персоналом завода и пришел к выводу о высоком качестве этих агрегатов.

Для работы с Bingshan Engineering в России мы сертифицировали это оборудование по всем предусмотренным нашим законодательством нормативам.

Что касается серии со строительством складов Росрезерва, то у нас подписаны контракты на три очередных промышленных холодильника — в Южно-Сахалинске, Петропавловске-Камчатском и городе Луга Ленинградской области. Работа идет полным ходом. Так, по объекту в Южно-Сахалинске мы уже практически закрыли договор поставки (приход контейнеров с последней партией оборудования запланирован на начало июня 2025 года) и сейчас ожидаем окончания строительства и готовности объекта к началу наших монтажных работ. □

ООО «Колд Трейд»

190000, Санкт-Петербург
тел.: +7 (812) 449-90-40
тел./факс: +7 (812) 449-90-41
coldtrade.spb.ru
info@coldtrade.spb.ru



ЗАКАЗЧИКИ И ВЫПОЛНЕННЫЕ ПРОЕКТЫ компании «Колд Трейд» в рыбной отрасли

В разное время компания реализовала заказы рыбопромышленных предприятий Камчатки (артель «Народы Севера», колхозы «Красный труженик», «Ударник», «Командор», РК им. В.И. Ленина), Сахалина и Курил (колхоз «Дружба», ЗАО «Курильский рыбак», Южно-Курильский рыбокомбинат), а также заводов «Доброфлота» в Приморье и Туле.

НЕКОТОРЫЕ РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ

- Промышленный холодильник на 15 тыс. тонн для рыбоперерабатывающего завода группы компаний «Доброфлот» в Большом Камне (Приморский край). Объект включает в себя девять низкотемпературных камер хранения готовой замороженной продукции с температурой -25°C и общую охлаждаемую зону экспедиции с температурой $+5^{\circ}\text{C}$. Общая площадь здания — 9 тыс. кв. метров. На объекте применена энергоэффективная централизованная аммиачная система холодоснабжения с насосной подачей жидкого аммиака в приборы охлаждения.

- Модернизация морозильного оборудования на типовых СРТМ (стеркодерах) Южно-Курильского рыбокомбината. Дефицит места не позволял поставить дополнительные агрегаты для наращивания выпуска продукции. Специалисты «Колд Трейд» за счет инженерных решений на 20% повысили производительность оборудования.

- Введение в строй рефрижераторного производственно-складского комплекса в Хабаровске на 25 тыс. тонн. Площадь объекта — 10 тыс. кв. метров, высота — 16 метров. Десять мультитемпературных камер позволяют одновременно хранить товарные партии рыбы, мяса и овощей. Кроме того, в комплексе предусмотрено охлаждаемое производственное помещение для глубокой переработки продукции.

- Реконструкция системы холодоснабжения берегового рыбоперерабатывающего завода Южно-Курильского рыбокомбината в Южно-Курильске. Демонтаж старого оборудования, поставка нового и создание современного холодильного комплекса, оснащенного программой мониторинга и удаленного управления.



Алексей СЕРЕДА

Владморрыбпорт: Мощностей хватает, ждем уловы!

Для Владивостокского морского рыбного порта сезон «А» минтаевой путины прошел с довольно высокими результатами, теперь компания готовится к перевалке и хранению уловов лосося. Владморрыбпорт продолжает работать над ускорением и улучшением качества своих услуг: закупается современная техника, строятся новые складские площадки. Как портовики развиваются с учетом нынешних вызовов и тенденций и что они могут предложить рыбакам, узнал корреспондент журнала Fishnews.



В этом году через причалы Владморрыбпорта уже прошло более 37 тыс. тонн минтая

МИНТАЯ ПРИНЯЛИ МНОГО

«Мы всегда были в первых рядах по перевалке рыбопродукции, и нынешняя минтаевая путина не стала исключением: через причалы Владморрыбпорта прошло более 37 тыс. тонн этой рыбы. По сравнению с прошлым годом, довольно большие объемы минтая были размещены на наших холодильниках», — отмечает руководитель управления по договорам, маркетингу и взаимодействию со СМИ Татьяна Антипьева.

Холодильников у Владморрыбпорта два: один новый, построенный в 2022 году, другой — холодильник № 2 — 1968 года постройки, но регулярно проходящий модернизацию. В сезон «А» путины в Охотском море активно задействовали обе площадки — там размещали продукцию из минтая, чтобы затем оперативно отправить ее в разные регионы страны. Сейчас минтай продол-

жает поступать в порт, хотя, конечно, менее интенсивно.

«Постоянно держим в резерве подвижной состав, чтобы предоставлять его клиентам под загрузку. В зимнее время также активно используются не только рефрижераторные секции, но и термоса. Мы отправляем рыбу как по железной дороге, так и автомобильным транспортом», — подчеркивает Татьяна Антипьева.

ЛОСОСЮ ГОТОВЯТ ХОЛОДИЛЬНИК

Для портовиков «красная» путина — самый активный период, к ней готовятся в течение года. К июлю Владморрыбпорт собирается закончить ремонт камер первого этажа холодильника № 2, чтобы всю его емкость — почти 15,9 тыс. тонн — отвести под приемку лосося.

На этот год ученые прогнозируют для Дальнего Востока

вылов около 312 тыс. тонн тихоокеанских лососей. Планируется, что большая часть красной рыбы, которая прибудет в столицу Приморья в июле, августе и сентябре, разместится на складах Владморрыбпорта.

«У нас есть также договоры с тыловыми холодильниками Владивостока, — обращает внимание Татьяна Антипьева. — Мы принимаем рыбопродукцию клиентов и в случае необходимости размещаем на сторонних складах. Часть расходов Владморрыбпорт берет на себя, мы понимаем, что участвуем в глобальной задаче — обеспечении продовольственной безопасности страны».

Одним из весомых преимуществ Владморрыбпорта является собственный контейнерный терминал с парком рефконтейнеров. Рыбопродукцию, которая приходит с Камчатки и Сахалина, в порту перегружают в контейнеры, а затем отправляют на

линейных судах на экспорт — в страны АТР. Также компания активно использует собственные терминалы, в частности «Фреш терминал» на станции Угольная. Оттуда рыба отправляется по железной дороге на запад России.

Многие рыбопромышленники пользуются услугами Владморрыбпорта на постоянной основе. Например, компания «Викта», которая каждый сезон перегружает через причалы от 10 тыс. до 20 тыс. тонн продукции из лосося. Рыбу «Викты» в порту принимают, хранят, а затем отправляют различными видами транспорта.

«Современный морской порт. Широкий спектр обрабатываемых грузов и хорошая организация работы. Подобрана команда из профессионалов своего дела», — отзывается компания о Владморрыбпорте.

«Мы оказываем полный комплекс услуг — начиная от швартовки судов и заканчивая отправкой рыбопродукции конечному потребителю, — подчеркивает Татьяна Антипова. — В период лососевой путины используем все причалы: суда в порту разгружают уловы и принимают грузы снабжения, чтобы вновь выйти в рейс. Флот, который у нас обслуживается, никогда не ждет на рейде, мы швартуем суда собственными буксирами».

СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНИКА ПОД СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

«Буксирный флот» Владморрыбпорта недавно пополнился новым судном «Леонид Мехед». Оно работает в паре с буксиром «Владимир Сунгоркин» такого же типа.

«Главная характеристика буксира — мощность. По сравнению с нашими буксирами «Юркий», «Волевой», «Булаево», которые тоже в строю, «Леонид Мехед» и «Владимир Сунгоркин» гораздо мощнее и, кроме того, оснащены современным оборудованием, — рассказывает главный механик порта Сергей ЕПУР. — Это позволяет более безопасно швартовать суда, снижая риски повреждения как самого флота, так и причальных гидротехнических сооружений».

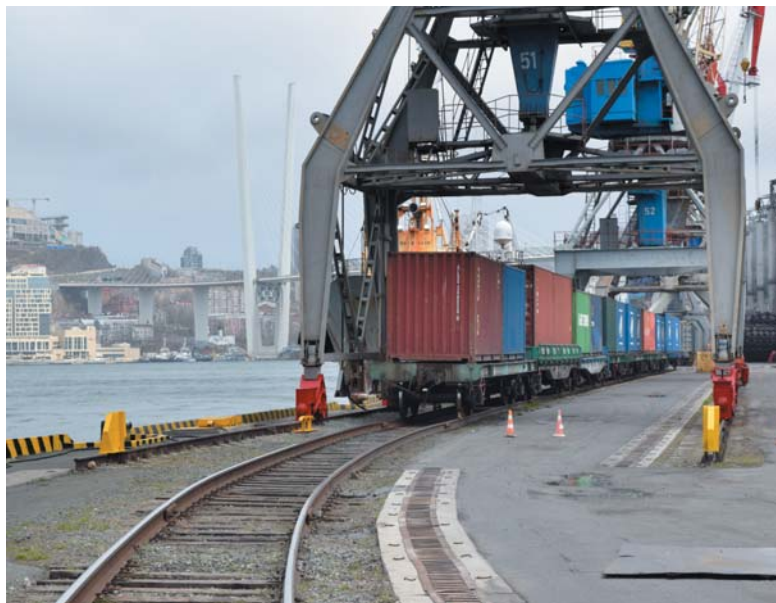
По словам Сергея Епура, краны, которые достались порту в наследство с советских времен, устарели и морально, и физически. Компания постепенно обновляет их парк в соответствии со специально разработанной стратегией.

«Первое время приходилось, учитывая финансовые возможности, производить модернизацию имеющейся техники, но теперь мы приобретаем новую. Начали в 2020 году, когда купи-

ли порталный кран серии «Витязь», который гораздо лучше по техническим характеристикам, чем прежние краны», — отмечает собеседник Fishnews.

Затем, исходя из процедур закупок и политической ситуации, компания стала ориентироваться на китайскую технику. Так, из КНР в порт прибыли четыре порталных крана грузоподъемностью 60 тонн.

«У них вылет стрелы — 38 м, при полном вылете грузоподъем-



Больше возможностей

В этом году технопарк Владморрыбпорта значительно увеличится. Из Китая придут:

Два контейнерных крана RMG SANY грузоподъемностью 45 тонн. На своей площадке они будут производить погрузо-разгрузочные работы с железнодорожными платформами с одной стороны и автотранспортом — с другой. Таким образом значительно ускорится формирование составов с рыбопродукцией и прочими товарами.

Два контейнерных погрузчика-ричстакера SANY SRSC45E3 грузоподъемностью 45 тонн. Эта современная модель с электроприводом может работать без подзарядки до 10 часов, а полностью заряжается аккумулятор за 1,5 часа. Таким образом, с возможностью подзарядки в технологические перерывы погрузчики смогут работать непрерывно, полноценно заменив две дизельные машины.

Вилочные электропогрузчики: пятнадцать SANY CP30C6 грузоподъемностью 3 тонны и два SANY SCP50C6 грузоподъемностью 5 тонн.

Погрузчик с телескопируемой стрелой SANY STH13250 максимальной грузоподъемностью 25 тонн, вылетом стрелы до 10 м и навесным оборудованием (вилами и насадкой для рулонов). Он позволит работать в контейнерах, не заезжая внутрь.

Восемь терминальных тягачей SANY SM4600T0BEV на электротяге с полуприцепами QUEST грузоподъемностью 67,5 тонны. Их задействуют для перевозки контейнеров разных размеров, пробег тягача на одной зарядке составит около 120 км.

ность плавно снижается до 45–50 тонн. Размещения этих кранов таковы, что мы можем обрабатывать контейнерные суда класса «Панамакс». То есть и высота подъема, и вылет дают возможность нам делать то, что раньше не позволяли даже полученные в 2012 году немецкие краны Liebherr. С китайскими кранами мы можем дотянуться и поднять любой контейнер любого веса», — подчеркивает главный механик.

А в конце 2023 года из Китая пришли три контейнерных козловых крана. Их по техзаданию изготовил завод SANY как аналог кранов Kalmar шведско-финского производства. Краны SANY успешно работают и даже имеют преимущества перед европейскими: китайская техника может функционировать не только от бортовой дизель-генераторной станции, но и от берегового электропитания.

«Более чем достойная замена. Наши партнеры — китайские заводы — очень быстро переориентируются на требования клиентов и непрерывно развиваются. Сейчас они внедряют в управление кранов много «цифры», что значительно повышает надежность оборудования, — отмечает Сергей Епур. — Конечно, для такой техники нужен очень квалифицированный персонал, стараниями отдела кадров мы решаем этот вопрос».

Обновление парка продолжается: так, порт ожидает поставку двух новых контейнерных кранов. А также погрузчиков разных типов и терминальных тягачей, работающих на литий-ионных батареях.

«Раньше всю спецтехнику делали с двигателями внутреннего сгорания. Сейчас это стало «не модно», и многие на те же самые машины начали ставить литий-ионные аккумуляторы. Это неправильно. Наша техника уже разработана как специализированная, эксплуатируемая с электрическими энергоустановками», — акцентирует Сергей Епур.

В компании подчеркивают: благодаря экологичности всех этих машин их задействуют прежде всего для работы с рыбной продукцией.

Сейчас в порту решают вопрос с электропитанием для но-



Сергей ЕПУР,
главный механик порта



Татьяна АНТИПЬЕВА,
руководитель управления
по договорам и маркетингу

вой техники — определяют места установки и подключения зарядных станций. Кроме того, чтобы продлить срок службы погрузчиков, улучшают условия их эксплуатации, делают поверхности ровнее. От технологии применения аэродромных плит переходят на заливающийся монолит.

На этом закупки не завершатся: предстоит заменить, например, легкие порталные краны венгерского производства 1970-80-х годов на специализированные контейнерные перегружатели. В целом обновление технопарка у компании распланировано до 2028 года.

ДЕЛО ЗА РЫБАКАМИ

Сегодня Владморрыбпорт может выгружать до 2 тыс. тонн рыбопродукции в день. «Новая техника позволяет обрабатывать уловы на всех причалах порта», — обращает внимание Татьяна Антипова.

Сергей Епур добавляет, что, приобретая специализированную технику для работы с контейнерами, например терминальные тягачи, компания высвобождает другие свои мощности — магистральные тягачи.

«Соответственно, увеличиваем грузооборот обычных и рефрижераторных контейнеров, которые мы перевозим в свои сухие порты. Там можно гораздо быстрее сформировать состав для отправки на запад. Это тоже конкурентное преимущество», — подчеркивает главный механик.

«Наверное, нет такого количества рыбопродукции, которое мы не смогли бы принять. Владморрыбпорт готов хоть один работать на приемке уловов в Приморье (конечно, у нас есть конкуренты, это нормально). Но главный вопрос — само наличие рыбы. Поэтому пусть рыбопромышленники везут ее сюда, а мы готовы оказать все нужные услуги: и разгрузим, и поместим на хранение, и отправим, куда нужно», — резюмирует Татьяна Антипова. □

ОАО «Владморрыбпорт»

690012, Россия, г. Владивосток,
ул. Берёзовая, д. 25
www.fishport.ru
info@fishport.ru
+7 (423) 277-26-81



Владивостокский
морской
рыбный порт

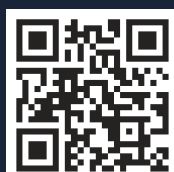
Один из лидеров по перевалке рыбопродукции в России

ОАО «Владморрыбпорт» предоставляет услуги по перевалке, хранению и мультимодальной перевозке рыбных грузов из зон вылова до конечного получателя

Технические возможности обработки грузов

8 млн.т	различных грузов
620 тыс. т	рыбопродукции
508 тыс.	сухих и рефрижераторных контейнеров (ТЭУ)

ул. Березовая, 25,
г. Владивосток, 690012
info@fishport.ru
+ 7 (423)227-22-10



www.fishport.ru



Андрей Николаевич ФЁДОРОВ,
заслуженный работник рыбного
хозяйства Российской Федерации,
член президиума Союза
рыбопромышленников Запада.
Директор ООО «Фишеринг Сервис»

Новая генерация тралов – 2025

Тралы меняются вслед за изменением поведения рыбы

С течением времени растут общероссийские уловы, меняется ситуация на промысле и, как следствие, меняются запросы рыбаков к орудиям лова. Производителям промвооружения необходимо держать руку на пульсе и оперативно реагировать на новые вызовы.

Компания «Фишеринг Сервис» третий год использует искусственный интеллект (ИИ) для совершенствования своих тралов линейки «Атлантика» — тралов, которые работают во всех океанах планеты.

О последних тенденциях на промысле, об обучении профильных специалистов плавсостава и о месте ИИ в будущем рыболовства корреспонденту Fishnews рассказал директор «Фишеринг Сервис» Андрей ФЁДОРОВ.



▲
Флагманский специалист «Фишеринг Сервис» Александр ГРЫЗУЛЁВ
комментирует особенности настройки тралов «Атлантика»

— **Андрей Николаевич, какие тенденции сейчас наблюдаются на рынке промыслового вооружения? Какие модели «Атлантики» в настоящее время наиболее востребованы?**

— Если говорить о нашем главном по объемам вылова бассейне — Дальневосточном, то самой массовой по количеству заказов моделью стала «Атлантика-2200». Число 2200 означает периметр трала в метрах. Примечательно, что еще три-четыре года назад эту модель на Дальнем Востоке практически не использовали.

— **Почему же «Атлантика-2200» стала востребованной на промысле?**

— Со временем рыба меняет свое поведение. Это результат отбора, который происходит во всех районах Мирового океана с большим промысловым прессингом на популяции: и в Северной Атлантике, и в Африке, и в Тихом океане. В российской зоне Дальнего Востока происходит такой же отбор, хотя и с лагом в 10–15 лет по сравнению с Северной Атлантикой.

Методы лова сейчас эффективны, предприятия добывают очень много. Поэтому неизбежно вылавливается рыба медленная, а также склонная сбиваться в плотные скопления. Мы такую рыбу вылавливаем. И рыба вынуждена менять свое поведение. Остаются размножаться те особи, которые быстрее движутся и если сбиваются в скопления, то в более разреженные. Не в полуметре друг от друга, а в трех-пяти метрах. Чтобы добывать такую рыбу, приходится увеличивать размер орудий лова.

Поэтому на Дальнем Востоке сейчас стала популярна «Атлантика-2200», показавшая очень хорошую уловистость на разреженных скоплениях. Аналогичную тенденцию мы наблюдаем в Северной Атлантике. Но здесь уже в ходу тралы с периметром 2600 метров. Траления делают затяжными, по 10–11 часов.

Я хочу отметить, что средний уровень квалификации рыбаков растет по всей стране. И на Дальнем Востоке, и на Севере, и на других бассейнах. Об этом говорят растущие в целом среднегодовые уловы России. Сравните то, сколько вылавливают в последние годы с тем, сколько

добывали, скажем, 10–15 лет назад. Мы рады, что вклад в общее дело вносят и наши «Атлантики».

— **Рассчитываете ли вы расширять объемы продаж?**

— Да, во всяком случае, на российском рынке и на рынках дружественных стран. Нам есть куда двигаться дальше. Мы начали работать в Мурманске, продолжаем во Владивостоке и Петропавловске-Камчатском.

А если говорить о Северной Атлантике, то на лове окуня мы полностью вытеснили с российского рынка иностранных производителей. Российские компании вели добычу этой рыбы тралами «Глория» еще с 1990-х годов, и никому не удавалось их переворужить. Но в прошлом сезоне осенью мы поставили для «Груп-



Представители РРПК и «Океанрыбфлота» на испытаниях в Калининградском гидроканале, май 2025 г.

пы ФОР» на лов окуня тралы из наших высококачественных материалов. В результате эффективность лова выросла почти на 20% в среднем, это небывалое явление для такого специфического объекта промысла.

— **Вы упомянули об экспорте на рынки дружественных стран...**

— За нами традиционно остаются Марокко, Мавритания, Ангола, Намибия, Южная Африка. Отгрузки промыслового вооружения туда как шли, так и идут. В этом году мы вновь были представлены на рыбохозяйственной выс-

тавке Salon Halieutis в Марокко. Результат — загрузка производства на месяц новыми заказами.

ОБУЧЕНИЕ

— **По поводу квалификации рыбаков: пять лет назад компания «Фишеринг Сервис» восстановила гидроток в Калининграде. С тех пор он используется как для тестирования и разработки новых моделей промыслового вооружения, так и для повышения квалификации промысловых специалистов. Как продвигается учеба?**

— Руководители компаний все чаще и чаще присылают к нам на обучение своих специалистов. С начала этого года и до конца мая мы провели уже шесть обучающих семинаров. Много приезжает промысловиков с Дальнего Востока.

Мы к этому очень хорошо относимся, потому что те знания, которые мы даем, специалисты промысла самостоятельно получить не могут. А у нас в программу обучения входит два дня занятий в гидроток, когда промысловики могут свободно общаться с нашими специалистами технологической группы, которые строят тралы. Здесь разбираются все нестандартные ситуации, возникающие при добыче, подыскиваются ответы на сложные вопросы. Это серьезно увеличивает уверенность промысловиков.

РАЗРАБОТКА ТРАЛОВ

— **Продолжает ли «Фишеринг Сервис» разработку новых орудий лова?**

— Это непрерывный процесс. Мы совершенствуем уже существующие модели — по заявкам рыбаков либо в качестве реагирования на меняющиеся тенденции на промысле. В основном сейчас ведется работа над сетными частями тралов.

Далеко не первый год мы используем для моделирования искусственный интеллект. ИИ анализирует отличие одной модели от другой и рекомендует, что надо усовершенствовать. Помогает найти баланс в конструкции. Наиболее эффективно работают те орудия лова, где соблюден баланс между канатной и сетной частью. Искусственный интеллект и помогает нам найти этот баланс.



Ключ к успеху — механизация

Важнейший фактор — это скорость потока внутри орудия лова. Для эффективной работы принципиально важно сохранить скорость воды внутри трала как можно ближе к той, что снаружи.

Рыба внутри трала плывет головой вперед — в том же направлении, куда движется орудие лова. Потихоньку уставая, рыба скатывается в траловый мешок. При неправильной конструкции трала внутри него появляется зона, где скорость потока воды падает — вода плохо выходит сквозь ячеи, поток замедляется.

Скажем, если судно буксирует трал со скоростью четыре узла, то внутри трала скорость тоже должна быть четыре узла. Но если внутри скорость потока будет один-два узла, то рыба будет останавливаться и пытаться выходить. В таком случае она спокойно начинает двигаться против потока, пытается пробраться сквозь ячею, появляется обьечейка.

Мы с использованием ИИ проводили исследования скорости потоков в орудиях лова и сейчас имеем самые передовые и надежные знания в этой области.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ НА ПРОМЫСЛЕ

— Какие направления в рыбодобыче считаете перспективными?

— Я думаю, что в ближайшем будущем нас ждет расширение использования ИИ в промысловой

деятельности. Так, в настоящее время в нашем гидролотке группа преподавателей, аспирантов и студентов Калининградского государственного технического университета (КГТУ) под руководством проректора по отраслевой научно-методической деятельности Александра Алексеевича НЕДОСТУПА проводит испытания системы траления с использованием ИИ. На материалах этой работы сейчас защищаются две кандидатские диссертации.

Первоначально мы, как практики, относились к этой идее с некоторым скепсисом, однако позднее пришли к выводам, что в дальнейшем их наработки рыбаки смогут использовать в деле.

Идея заключается в том, что ИИ должен координировать работу всех важных узлов на промысле — навигационного и промыслового оборудования, двигателя, лебедки, гидравлики. По замыслу, штурман должен будет довести судно до района промысла, отдать трал и дальше доверить добычу ИИ.

Практика тралений с использованием ИИ позволит уменьшить нагрузку на штурманов и существенно повысит эффективность лова.

Дело в том, что искусственный интеллект обладает абсолютной памятью. Он будет анализировать свои успешные и неуспешные заходы на косяки, настройки и все остальное. И делать оптимальный выбор.

— На транспортном флоте вовсе идет работа по внедрению безэкипажных, полностью автономных судов. Некоторые уже успешно эксплуатируются. Я правильно понимаю, что в нашем случае речь не идет о том, чтобы промысловые суда работали вообще без экипажа?

— Пока что этого не предполагается. Невозможно отказаться от палубной команды, потому что нет и не будет технологий автоматического отключения траловых досок, срочного ремонта орудий лова на борту и многих других действий, которые выполняют промысловики в ручном режиме. Пока речь идет о том, чтобы разгрузить штурманов на промысле.

— Что показали испытания в гидролотке?

— В гидролотке все уже нормально отработано. Сейчас мы выделили порядка трех-четырех тонн материалов для изготовления тралов побольше для натурных испытаний на Виштынецком озере, где находится научно-исследовательская база Калининградского технического университета. □

ООО «Фишеринг Сервис»
236039, г. Калининград,
ул. Багратиона, 119-1
тел.: + 7 (4012) 63-10-40
e-mail: office@fishering.com
<https://www.fishering.com>

Арина БУРЛАКОВА

➤
Илья ФРОЛОВ,
Врио заместителя начальника
Калининградского филиала
Главрыбвода

Илья ФРОЛОВ: Мы ждем заметное увеличение популяции балтийского сига к 2030 году

С 2017 года Калининградский филиал Главрыбвода проводит компенсационные мероприятия и помогает восстанавливать запасы балтийского сига. Благодаря масштабной модернизации мощностей сегодня учреждение может выращивать около 1,4 млн штук молоди навеской 10 граммов. Врио заместителя начальника учреждения — начальника филиала Илья ФРОЛОВ в интервью журналу Fishnews рассказал, как меняется ситуация с запасами сига, сколько молоди планируется выпустить в этом году и какие еще мероприятия проводятся в регионе для сохранения природы.



Экспериментальный рыбоводный цех для выращивания балтийского сига

— **Илья Михайлович, сколько заводов есть у Калининградского филиала Главрыбвода?**

— Мы вошли в систему Главрыбвода в 2017 году. Сегодня у нашего филиала есть два предприятия: Экспериментальный рыбоводный цех, расположенный на Куршской косе в поселке Лесном, и садковая линия в поселке Ушаково.

Хочу отметить, что наш филиал является самым маленьким в системе Главрыбвода по количеству сотрудников. Общий состав — всего 35 человек. Несмотря на это, эффективность у нас очень высокая. При сравнительно небольшом количестве работников в год мы выпускаем более 1 млн экземпляров молоди.

— **Какую рыбу вы выращиваете на своих предприятиях?**

— Сегодня мы занимаемся только балтийским сегом. В ближайшие годы хотим также начать работать с форелью, но к реализации этого плана еще предстоит приступить.

— **Какие цели по воспроизводству стоят перед филиалом в этом году? Когда планируется начать и завершить выпуски?**

— Важно отметить, что мы занимаемся воспроизводством сига только для компенсации ущерба от хозяйственной деятельности. В этом году планируем выпустить в районе 1 млн экземпляров малька — около 900 тыс. экземпляров навеской 10 граммов и более

100 тыс. экземпляров навеской 1 грамм.

Размер мальков определяется в соответствии с расчетом ущерба. Какую рыбу предприятиям необходимо выпустить, такую мы для них и выращиваем.

Предварительно выпуски мы планируем начать в середине июня, а закончить ближе к октябрю.



Молодь балтийского сига

— **Как сегодня обстоят дела с популяциями балтийского сига?**

— Наш экспериментальный цех работает с 2009 года. Все это время мы самостоятельно занимаемся отловом производителей.

В 2009 году поймать производителя сига в естественном водоеме было очень сложно. Нам попадалось 1–2 экземпляра в день. До 2022 года шло значительное увеличение популяции. Мы считаем, что это начала подходить уже наша рыба. Постепенно от-

лов производителей увеличился до 120 экземпляров в день.

Кроме того, сиг уже вошел в промышленные уловы. Согласно официальным данным, рыбаки добывали до 3–4 тонн этой рыбы.

Однако последние два сезона у нас появились проблемы с отловом производителей. Мы считаем, что это связано с изменением климата. Сиг — проходная рыба, предпочитающая холодную воду. Большую часть времени он живет в море, а в Куршский залив заходит на нерест в ноябре-декабре, когда температура воды находится в районе 4–7 градусов. Только в эти периоды образуются скопления, в которых его можно отлавливать.

При этом последние два года в Калининградской области лето и осень были аномально теплыми, воздух в сентябре прогревался до +30 градусов, вода в море очень медленно остывала. Поэтому рыба не понимала, когда идти на нерест, и уловы закономерно сократились.

Мы надеемся, что в ближайшее время ситуация изменится в лучшую сторону. Несмотря на проблемы с отловом производителей в последние сезоны, количество взрослых особей сига все же несравнимо больше, чем в 2009–2012 годах. Но при этом заметно меньше, чем наблюдалось в 2020–2022 годах.

Чтобы в будущем избежать проблем с нехваткой диких производителей, сейчас мы работаем над созданием своего маточного стада. Но основную ставку все

равно будем делать на отлов производителей из естественной среды обитания в целях сохранения генетического разнообразия популяции.

— На каком этапе находится работа по формированию своего маточного стада?

— Работы по его созданию ведутся три года. Ежегодно мы оставляем небольшое количество рыб для нашего стада. Сейчас у нас уже есть двухгодовики. Возможность заняться этим появилась после постройки садковой линии.

— Какая деятельность негативно влияет на рыбные запасы и среду их обитания в Калининградской области?

— Примерно 99% — это нарушение среды обитания и условий существования водных биологических ресурсов в море в результате строительства, добычи природных ресурсов и берегоукрепительных работ. Предприятия, ведущие такие виды деятельности, обязаны компенсировать ущерб водным биоресурсам путем выпуска молоди рыб в количествах, предусмотренных расчетом ущерба.

— Выполняет ли Калининградский филиал какие-то работы в рамках госзадания?

— По госзаданию мы проводим рыбохозяйственную мелиорацию. Также занимаемся оценкой воздействия антропогенной деятельности на рыбные ресурсы в водных объектах рыбохозяйственного значения Калининградской области.

— С какими учреждениями вы сотрудничаете в своей деятельности? В чем это взаимодействие заключается?

— Мы много сотрудничаем с Западно-Балтийским территориальным управлением Росрыболовства. Его сотрудники часто помогают нам, особенно во время отлова производителей.

Также взаимодействуем с Атлантическим филиалом Всероссийского НИИ рыбного хозяйства и океанографии, например, в качестве научной поддержки нашей деятельности. Ученые АтлантНИРО в свое время были разработчиками технологии искусственного воспроизводства сига. Сегодня, конечно, многие процессы изменились, однако «первопроходцами» выступали

как раз специалисты Атлантического филиала.

Ведем работу и с Калининградским государственным техническим университетом (КГТУ). Мы предоставляем вузу места для практики, при необходимости обеспечиваем студентов научной работой и материалом для исследований, а КГТУ в свою очередь поставляет нам кадры.

Еще мы сотрудничаем с региональными властями, в частности с региональным агентством по рыболовству. Взаимодействуем в области мелиорации и аквакультуры.

— Сейчас в рыбной отрасли наблюдается серьезный дефицит кадров. Сталкивается ли Калининградский филиал с нехваткой рыбоводов?

— На сегодняшний день нехватки специалистов у нас нет. Однако становится заметна проблема старения кадров. КГТУ выпускает достаточно много ихтиологов, но, к сожалению, молодежь не очень стремится идти работать в нашу отрасль. Нам бы хотелось привлекать больше молодых специалистов, обучать их и готовить новое поколение профессионалов.

— Известно, почему выпускники не хотят идти на рыбоводческие предприятия?

— Сложно сказать однозначно. Скорее всего, молодежь не устраивают заработная плата и условия труда. Рыбовод — это физически тяжелая профессия, очень много приходится работать руками. Думаю, причины связаны с этим.

— Какой объем производственных мощностей есть сегодня у филиала? Планируется ли их увеличить?

— За последние несколько лет мы провели масштабную модернизацию наших предприятий икратно увеличили их производственные мощности.

Если в 2017 году мощности предприятия позволяли выпустить около 150 тыс. штук молоди сига-граммовика, то с 2023 года этот показатель превышает 1 млн экземпляров навеской 10 граммов. Возврат первых выпущенных десятиграммовиков и увеличение вылова мы ожидаем где-то через 5–6 лет.

В 2020–2022 годах мы провели большой комплекс работ в системе УЗВ в нашем экспериментальном рыбоводном цехе. Были построены

несколько дополнительных цехов, увеличены бассейновые мощности, модернизированы технологии, установлены более эффективные биологические и механические фильтры, изменена система подогрева воды. В итоге мощности по УЗВ увеличились более чем в четыре раза.

Однако бассейновая система УЗВ позволяет проводить инкубацию и выращивать молодь не больше 1 грамма. Тогда в 2023–2024 годах мы ввели в строй новое для нас предприятие — садковую линию. Сейчас она включает в себя более 150 садков размером 4 на 4 метра, где мы можем вырастить около 1,4 млн штук молоди навеской 10 граммов. Для сравнения: до 2022 года мы выращивали только граммовиков, средние выпуски которых составляли 200–250 тыс. экземпляров.

Нынешний объем производственных мощностей Калининградского филиала Главрыбвода полностью закрывает потребности региона, поэтому расширение и глобальная модернизация предприятий в ближайшее время не планируется. Сейчас идет активная работа по повышению эффективности и полному освоению того, что мы ввели в строй за последние годы.

— В организации каких экологических акций участвует Калининградский филиал Главрыбвода?

— Калининградский филиал в общем занимается вопросами экологии. Например, на регулярной основе мы организуем на своих предприятиях экскурсии для школьников и студентов. Во время таких встреч не только показываем работу рыбоводных заводов, но и также объясняем важность сохранения биоразнообразия.

— Какие особенности работы в регионе вы можете отметить?

— Существуют определенные транспортно-логистические трудности при доставке оборудования и кормов. Например, раньше мы закупали корма у европейских производителей, а последние несколько лет сотрудничаем с российскими поставщиками. Стоимость доставки отечественных кормов в Калининградскую область значительно выше. Соответственно, и общая себестоимость производства увеличилась.



Арина БУРЛАКОВА

Главрыбвод помогает рекам Приморья вновь наполниться лососем

Приморский филиал Главрыбвода 28 мая выпустил в реку Шкотовка около 1,4 млн сеголеток кеты. В этом году зарыбление в рамках компенсационного ущерба совместили с экологической акцией для школьников. Участие в мероприятии приняли старшеклассники Владивостока. Ребятам рассказали о важности бережного отношения к природе и дали возможность попробовать себя в роли рыбоводов.



Школьники выпустили мальков в реку Шкотовка и загадали желания

ВОССТАНОВИТЬ ЗАПАСЫ

В Приморском крае действует два постоянных завода Главрыбвода — Рязановский экспериментально-производственный рыбоводный завод и Барабашевский лососевый рыбоводный завод. Проведенный мониторинг более 20 тыс. нерестовых рек региона показал, что в центральном и южном Приморье запасы лососевых находятся в депрессивном состоянии, где-то дикие производители даже не встречаются.

По словам специалистов, на запасы негативно влияет браконьерство. Реки протекают близко к населенным пунктам. Доступность водных объектов для людей приводит к тому, что некоторые жители поселков нелегально вылавливают рыбу для продажи. Это серьезно подрывает популяции лосося. Также определенный биологический ущерб наносят различные предприятия.

Чтобы возродить популяцию кеты, было решено построить временные

мобильные рыбоводные цеха (ВМРЦ). Сейчас в регионе их два. Один был построен в 2021 году в поселке Терней на реке Серебрянка, второй — годом позже в Шкотовском районе на реке Шкотовка.

Работы по спасению лосося стартуют осенью. В сентябре специалисты начинают отлов производителей, пойманных особей выдерживают в садках. В октябре-ноябре рыбоводы получают от самок икру, оплодотворяют ее и раскладывают в инкубаторы.

В течение всего инкубационного периода сотрудники цеха контролируют, как идет процесс,

мониторят проточность воды и содержание в ней кислорода. Воду для выращивания берут из естественного источника — реки, рассказал Fishnews руководитель Приморского филиала Главрыбвода Александр РАВИЧ. Это позволяет мальку запомнить «родные» места и вернуться туда для нереста.

Когда икра достигает стадии глазка, начинается выборка производственного отхода. К январю появляются личинки, которых переселяют в специальный пруд, а уже в мае подросшие сеголетки навеской 0,6–0,8 г готовы к скату в море. Важно не допустить перерастания мальков выше 1 г, иначе начнется период смолтификации и рыбки, не успевшие скатиться в море, погибнут, подчеркнул замруководителя филиала Павел ПАСЕЧНИК.

ПРИБОЩАЯ МОЛОДЕЖЬ

На Шкотовке «выпускные» проходят в последнюю очередь. Низкая температура воды не позволяет сделать это раньше. В



До нужной навески мальки подрастают в специальном пруду



Ребята смогли попробовать себя в роли рыбоводов

этом году на зарыбление в рамках компенсационных мероприятий пригласили лицеистов Дальневосточного государственного технического рыбохозяйственного университета (Дальрыбвтуза) и школьников Владивостока.

Сотрудники филиала провели для старшеклассников лекцию, во время которой рассказали о тонкостях работы рыбовода и показали, какой путь проходит икринка, чтобы стать мальком. Затем ребят пригласили на экскурсию в цех. Они узнали, чем отличается инкубация в разных аппаратах, и даже сами попробовали заложить икру, правда, ненастоящую.

После экскурсии школьникам предложили поучаствовать в выпусках. Часть мальков посадили в пакеты с водой и раздали ребятам. Старшеклассники придумали имена своим рыбкам и выпустили их в реку, загадав желания.

Затем сотрудники филиала убрали перегородки в пруду, чтобы оставшиеся в водоеме мальки могли самостоятельно уплыть в реку. По словам специалистов, из всего выпуска через 3–4 года вернется около 1% лососа.

В конце мероприятия каждому старшекласснику выдали

сертификат — «Паспорт морского эколога».

По мнению руководителя научно-производственного департамента марикультуры Дальрыбвтуза Анастасии ПОЛИТАЕВОЙ, подобные мероприятия — это отличная возможность для школьников интегрироваться

в профессию, если они хотят в будущем работать в рыбохозяйственной отрасли. Она также добавила, что Дальрыбвтуз очень плотно сотрудничает с Главрыбводом. Студенты проходят практику на предприятиях регионального филиала, пишут научные работы, а после выпуска могут туда трудоустроиться.

ЧТО ДАЛЬШЕ

В этом году в Серебрянку уже начали возвращаться рыбы первых выпусков. Специалисты оценивают промежуточные результаты положительно. В 2026–2027 годах ожидается возврат первого поколения на Шкотовке.

По словам Павла Пасечника, для полного восстановления популяции в среднем нужно провести 6–8 выпусков, чтобы был стабильный возврат. Также ученые будут проводить мониторинг возвращенной рыбы и самозаполняемость нерестилищ.

В будущем Главрыбвод планирует построить еще один временный цех в поселке Ольга на реке Партизанская. Также сотрудники краевого филиала будут смотреть, где еще можно продолжить эту работу.



Руководитель Приморского филиала Главрыбвода Александр РАВИЧ



В отпуске удобнее с Union Pay

Россельхозбанк выпускает карту «МИР-Union Pay», поддерживающую платежную систему Union Pay. Помимо возможностей по оплате товаров и услуг за границей, по этой карте доступен кешбэк, который начисляется баллами в рамках программы лояльности.

«Карты «МИР-Union Pay» РСХБ одновременно работают в отечественной платежной системе «МИР» в России, за пределами страны — в системе Union Pay. С ними удобно совершать покупки за границей с автоматической конвертацией по официальному курсу платежной системы. А если человек никуда не едет, то наша карта незаменима при оплате товаров на иностранных сайтах», — сказала директор Приморского регионального филиала РСХБ Елена БАКУМЕНКО.

Китай демонстрирует особую динамику роста операций по картам Union Pay. За первый квартал 2025 года объем операций по россий-

ским картам Union Pay составил свыше 40 млн китайских юаней только в Приморье. Российские путешественники активно используют карты в крупных городах: Пекине, Шанхае, Гуанчжоу, а также в провинциях Юньнань и Сычуань. Объем выпущенных карт платежной системы Union Pay в филиале с начала 2025 года насчитывает порядка 2,7 тыс. штук.

С картой «МИР-Union Pay» можно делать покупки не только в Китае, но и в ОАЭ, Италии и еще 180 странах мира, снимать наличные. Карта выпускается и обслуживается бесплатно. По ней можно получать до 15% кешбэка за покупки в России и за рубежом (начисляется баллами в рамках программы лояльности). Преимуществом карты является возможность выпуска разных валютных счетов: евро, доллары, рубли, юани, — что позволяет платить в любой валюте. □

 **РСХБ**

АО «Россельхозбанк»

Генеральная лицензия Банка России № 3349 от 12.08.2015 г.



Участки для промысла: ключевые решения приняты

Законодатели и правительство определились с основными подходами к перезакреплению рыболовных участков. А значит, к тому, на каких условиях будет предоставляться доступ к лососевым ресурсам.

Базовые изменения по распределению рыболовных участков руководство страны предусмотрело в федеральном законе, который вышел в 2023 году. Конкурсы для закрепления оставили только для рыболовных участков традиционно промысла коренных малочисленных народов. Во всех остальных случаях новые и высвободившиеся РЛУ будут отправляться на электронные аукционы: победителя в этом случае определит предложенная цена.

Государство при этом все же решило предоставить действующим пользователям возможность перезаключить договоры без торгов, но с рядом условий. И наибольший резонанс вызвало такое требование, как внесение платы за перезакрепление.

ПЛАТА ЗА ПЕРЕЗАКРЕПЛЕНИЕ: К ЧЕМУ ПРИШЛИ

Проект постановления о правилах расчета и взимания платы за перезаключение договора на рыболовные участки Минсельхоз РФ представил в конце 2023 года. Документ вызвал бурную реакцию, особенно в Камчатском крае, на который приходится основные объемы добычи тихоокеанских лососей в стране. Отраслевое сообщество взволновало перспектива единовременной уплаты немалой суммы.

В июле 2024 года правительство выпустило постановление, определяющее принципы определения размера и вынесения платежа за перезакрепление. И участки для промышленной добычи анадромных рыб (а это и тихоокеанские лососи) оказались на особом счету: в формулу для таких РЛУ заложили

удваивающий коэффициент. Также при расчетах платежей для участков промышленного лова используется расчетная сумма сбора за водные биоресурсы (для ее определения берется среднегодовой вылов за предыдущие четыре года)

Перезаключать договоры на рыболовные участки предполагается с оплатой на сорок лет вперед, между тем добыча рыбы — это высокорисковый бизнес. Добытчики назвали предусмотренные правила взимания платы «драконовскими» и заявили, что идея закона — дать возможность добросовестным пользователям участков продолжать работу — фактически сводится на нет.

и количество лет, на которые заключается договор.

Уплату в рассрочку для пользователей тогда все-таки предусмотрели, но фактически всего на два года: 40% размера платы подлежали внесению при заключении до-

говора, 30% — не позже года со дня заключения, 30% — не позже двух лет. То есть 70% всей суммы нужно было заплатить в первый год.

Добытчики назвали предусмотренные условия «драконовскими» и заявили, что идея закона — дать возможность добросовестным пользователям участков продолжать работу — фактически сводится на нет. Представители рыбопромышленного комплекса Камчатского края указывали на то, что при таких выплатах средний срок окупаемости стремится к общему периоду, на который заключается договор, а то и превышает это время. Камчатка направила по проблематике рыболовных участков более 1500 обращений в федеральные органы власти.

Плату по утвержденной в июле 2024 года формуле отраслевые эксперты оценили в сумму порядка 200 млрд рублей.

Перезаключить договоры предполагается с платой на сорок лет вперед, между тем добыча рыбы — это высокорисковый бизнес, отмечали в рыбохозяйственных ассоциациях.

Вопрос платы опять стал подниматься на разных площадках, в том числе парламента. В итоге в конце апреля 2025 правительство все-таки внесло изменения в правила расчета и взимания платы за перезакрепление рыболовных участков. Новшества

оказалось три. Во-первых, при определении расчетной суммы сбора за водные биоресурсы решили использовать ставки в размере, установленном на 2024 год. А это значит, без коэффициента-дефлятора, который повысил платежи для ры-

бодобывающих предприятий с нынешнего года.

Во-вторых, правительство решило сделать скидку организаторам любительской рыбалки и предусмотрело для участков, рассчитанных на эти цели, использование в формуле корректирующего коэффициента 0,25.

И наконец, пересмотрены принципы рассрочки. Теперь 25% размера платы должны вноситься при заключении договора; 15% — не позднее года со дня заключения договора; 30% — не позднее двух лет; 30% — не позднее трех лет. То есть в первый год должно быть уплачено уже не 70%, а 40% суммы.

«Рассчитываем, что предлагаемое регулирование позволит повысить устойчивость отрасли и будет содействовать сохранению рабочих мест в наших регионах», — прокомментировал изменения правил глава правительства Михаил МИШУСТИН.

Отказ от коэффициента-дефлятора позволит сэкономить рыбопромышленным предприятиям свыше 20 млрд рублей, корректирующий коэффициент для участков любительской рыбалки снизит возможную сумму платы в четыре раза — такие цифры привел на заседании Совета Федерации председатель Комитета СФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Александр ДВОЙНЫХ.

Удваивающий коэффициент в формуле платы за перезакрепление участков для промысла анадромных рыб при этом остался.

Большинство участников опроса, организованного Fishnews, считают, что изменения в правилах расчета и взимания платежей обеспечит

некоторое послабление для пользователей участков, но небольшое — этот ответ набрал 86% голосов. И только 14% заявили, что поправки существенно снизят нагрузку на бизнес.

В список обязательств для пользователей участков входят участие в благоустройстве общественных пространств и инфраструктуры, реализация рыбопродукции по региональным программам, трудоустройство местных жителей, береговая переработка, создание условий для практики будущих кадров рыбной отрасли. А также борьба с браконьерством и другими нарушениями в сфере сохранения водных биоресурсов.

ИЗМЕНИЛОСЬ И МНОГОЕ ДРУГОЕ

Принятый в 2023 году федеральный закон требовал от правительства не только определиться с подходами к расчету платежей за пере-

закрепление. Кабмин также установил и другие правила, по которым должны работать пользователи рыболовных участков.

Так, в случае с участками для вылова анадромных рыб требуется еще выполнять соглашение об участии в социально-экономическом развитии субъекта Федерации — заключаются такие договоренности с региональными властями.

Обязательства в рамках соглашений определяются на региональном уровне, но список возможных направлений установлен федеральным центром. Это может быть участие в благоустройстве общественных пространств и инфраструктуры, реализация рыбопродукции по региональным программам, другое включение в программы по социально-экономическому развитию региона, трудоустройство местных жителей, береговая переработка, создание условий для практики будущих кадров рыбной отрасли. По распоряжению правительства РФ, при перезакреплении участка без торгов размер обязательств должен составлять от 10% до 20% платы за перезакрепление договора.

Новым обязательством для пользователей участков становится производственный контроль: предприятиям необходимо организовывать борьбу с браконьерством и другими нарушениями в сфере сохранения водных биоресурсов. Правительство установило правила для такой работы.

Также кабмин выпустил правила, по которым должны проводиться аукционы по закреплению рыболовных участков. Для расчета начальной цены участков промысла анадромных здесь тоже предусмотрели особую формулу.

Весной рыболовные участки для добычи лосося уже опробовали новую процедуру торгов. Причем на электронные аукционы выставлялись участки как для промышленного рыболовства, так и для организации любительской рыбалки. Это РЛУ на Камчатке, в Сахалинской области и Приморском крае. Однако почти по всем торгам, которые организовывались на середину июня, как таковая процедура аукциона не состоялась: заявок на участие либо не поступало, либо был единственный заявитель.

ТОНКОСТИ СРОКОВ

Подходы к плате за перезакрепление стали не единственным острым вопросом для рыбопромышленных предприятий. Закон 2023 года предусмотрел, что для перезаключения нужно подать заявку не менее чем за два месяца до завершения срока действия договора на РЛУ. Таким образом, переоформление увязывалось с датой окончания срока действия конкретного договора (а они заключались в разные периоды).

Однако в январе 2024 года Федеральное агентство по рыболовству сообщило, что кампанию по перезакреплению участков планируется провести в общие сроки — вне зависимости от завершения срока действия того или иного договора. При этом ведомство сразу же заявило, что переоформление намечено совсем скоро — уже в 2025 году.

Соответствующий законопроект правительство внес-

ло в Госдуму в декабре 2024 года. Инициатива предусматривала переоформление договоров до 30 декабря 2025 года. В феврале проект закона был принят в первом чтении.

Регионы, где проходит добыча лососей, и отраслевые ассоциации между тем настаивали, что завершение кампании нужно отложить до конца следующего года, чтобы снизить нагрузку на предприятия. Об этом, в частности, шла речь на парламентских слушаниях в марте.

Определенный временной льготой пользователи участков получили, но не настолько значительный. Принятый закон установил для перезаключения договоров, действующих на 1 сентября 2025 года, следующие временные рамки: если предприятие готово пойти на предложенных условиях на перезакрепление без торгов, то заявка на перезаключение должна быть подана не позже 1 апреля 2026 года, а новый договор заключен не позже 1 июня 2026 года.

Так как ранее заключенные договоры прекратят свое действие раньше времени, разработчики законопроекта решили суммировать остающийся срок и двадцатилетний период. Количество лет для заключения договора в формуле расчета платы, судя по тексту нового закона, при этом будет браться за 20.

Если пользователь решит не перезаключать договор на предложенных государством условиях, то договор будет действовать до конца своего срока. Затем по новым правилам участок высвобождается и отправляется либо на электронный аукцион (если это РЛУ для промышленного рыболовства или организации любительской рыбалки), либо на конкурс (если это участок для традиционного рыболовства коренных малочисленных народов).

В новом законе также

определен порядок расторжения договора, если плата за перезакрепление не внесена в установленный срок. В этом случае договор будет расторгаться в одностороннем режиме.

Парламенты целого ряда регионов — Приморского, Камчатского, Забайкальского, Хабаровского краев, Чукотского автономного округа, Амурской и Магаданской областей предлагали продлить перезаключение до 30 декабря 2026 года, однако эта поправка не прошла.

Зампред Госдумы Ирина ЯРОВАЯ, когда изменения ко второму чтению законопроекта рассматривались на заседании профильного комитета, предложила осенью, уже по итогам путины 2025 года, вернуться к вопросам срока.

Парламентский контроль за перезаключением договоров рыбопромышленникам пообещали и в Совете Федерации.

«Также предлагаем в период осенней сессии провести парламентские слушания на данную тему, к тому моменту мы уже увидим результаты путины 2025 года», — заявил при рассмотрении закона на заседании верхней палаты парламента Александр Двойных. Спикер Совета Федерации Валентина Матвиенко поддержала эту идею.

При этом госорганы подчеркивали, что пользователи участков сами будут принимать решение: перезаключать ли договор в такие сроки и с такой платой или дорабатывать до конца действия уже заключенного договора. Закон оставляет право предприятиям «на взвешенное решение о способе заключения нового договора», ссылались в правительстве.

В любом случае уже сейчас понятно: новые принципы закрепления участков для промысла приведут к изменениям в лососевом секторе.



ДАЛЪРЫБА

ОСНОВАНО В 1959 ГОДУ

Живем морем 60 лет

☎ +7 (432) 222-46-40
📠 +7 (432) 222-02-19

📍 600990, Россия, Владивосток,
ул. Светланская, 51а

✉ first@dalryba.ru
🌐 www.dalryba.ru

На правах рекламы

DALREFTRANS INNOVATIVE COLD CHAIN



5000
рефрижераторных
контейнеров



800 единиц
специализированного
подвижного состава



25 регулярных
морских
сервисов



9 регулярных
ж/д сервисов



Собственный СВХ
в порту г. Владивосток



Перевозка в одном
рефконтейнере на всём
пути следования

«ООО «ДАЛЬРЕФТРАНС» ОСУЩЕСТВЛЯЕТ ПЕРЕВОЗКУ СКОРОПОРТЯЩИХСЯ ГРУЗОВ В СОСТАВЕ ТГ FESCO. ЕДИНСТВЕННЫЙ ОПЕРАТОР НА РЫНКЕ РЕФРИЖЕРАТОРНЫХ ПЕРЕВОЗОК, КОТОРЫЙ ОСУЩЕСТВЛЯЕТ ДОСТАВКУ ГРУЗОВ ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ НА СОБСТВЕННЫХ АКТИВАХ



8 (800) 73 777 88



dalreftrans@fesco.com

РЕКЛАМА