



04 сентября 2020г. Санкт-Петербургский институт управления и пищевых технологий (СПИУПТ) в рамках деловой программы международной выставки-ярмарки «Агрорусь-2020» в Санкт-Петербурге провел стратегическую сессию **«Развитие отечественного продовольственного рынка: многоформатная торговля, маркетинг и брендинг продукции АПК»** и круглый стол **«Маркировка сельскохозяйственной продукции. Новые нормативные требования»**.



В программе стратегической сессии основное внимание уделено вопросам развития региональных рынков России и продвижению продукции АПК, контролю качества и безопасности продовольственного сырья и продуктов питания, выявлению фальсифицированной продукции.

Модератор мероприятия - ректор СПИУПТ О.И. Пономарева, открывая заседание, подчеркнула: «Тема стратегической сессии выбрана не случайно. Сбалансированное развитие продовольственного рынка всех без исключения регионов России является необходимым условием, определяющим уровень и качество жизни населения. Продовольственный рынок представляет собой систему экономических отношений, складывающихся в сфере производства, транспортировки, хранения и реализации продовольствия. Основным трендом в сфере АПК РФ-2020 является производство органической продукции. К субъектам продовольственного рынка относятся сельхозпроизводители всех форм собственности, пищевые и перерабатывающие предприятия, торговля и потребители, то есть все те, кто определяет спрос и предложение. Сбалансированное развитие региональных продовольственных рынков является не только важным фактором повышения обеспеченности населения продуктами питания, но и условием формирования единого рыночного пространства, достижения социальной стабильности».

С приветствием к участникам стратегической сессии обратился заместитель председателя Комитета по агропродовольственному и рыбохозяйственному комплексу (АПК) Ленинградской области - начальник департамента координации целевых программ, пищевой, перерабатывающей промышленности и рыночной инфраструктуры А.В. Варенов. Развитие регионального продовольственного рынка постоянно находится в центре внимания Правительства Ленинградской области и Комитета по АПК. Приняты новые и продолжают действовать программы господдержки сельхозтоваропроизводителей, фермерских и личных крестьянских хозяйств, а также начинающих производителей на этапе стартапов. Экспозиция предприятий Ленинградской области на международной промышленной выставке-ярмарке «Агрорусь-2020» убедительно демонстрирует достигнутые успехи в решении задач продовольственной безопасности региона.

Вопросам предотвращения недобросовестной конкуренции и результатам проверок, по выявлению продукции, несоответствующей требованиям технических регламентов Евразийского экономического союза было посвящено выступление представителя Управления Роспотребнадзора по городу Санкт-Петербургу, заслуженного санитарного врача Российской Федерации Г.А.



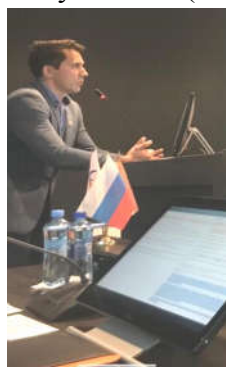
Дмитриевой. По результатам проверок в 2019г. как утверждал докладчик, наиболее часто (почти в 65% случаев) производители нарушают

положения ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции:

- недостоверное декларирование продукции;
- нарушение условий хранения продукции;
- плохое санитарное состояние производственных помещений,
- доведение до потребителя недостоверной информации.

Прозвучали рекомендации производителям в случае получения предписания по результатам проверок.

Одним из требований пищевой безопасности является обеспечение прослеживаемости в цепочке поставок. Производители продукции животного происхождения испытывают определенные трудности в связи с обязательным требованием по оформлению ветеринарных сопроводительных документов (ВСД) в электронной форме. Об изменениях в ВСД с июня 2020г. говорил ведущий ветеринарный врач Управления ветеринарии Ленинградской области Т.И. Марков: «Для оказания помощи производителям продуктов питания, в т.ч. использующим сырье животного происхождения, в оформлении ВСД и применению требований Приказа Министерства сельского хозяйства России от 02.04.2020г. №177 в Управлении ветеринарии создан мониторинговый центр».



В продвижении товаров и услуг, а также в повышении имиджа городов и территорий России существенную роль играет брендинг, который обеспечивает индивидуальность и запоминаемость товара. Брендинг, как маркетинговая тактика, помогает сформировать образ компании в глазах покупателей, сообщает об уникальности, умножает ценность продукта и формирует доверие потребителей.

Вопросам региональных брендов продукции АПК было посвящено выступление старшего вице-президента, исполнительного директора Ленинградской областной торгово-промышленной палаты И.Ю. Панченко.

Российским предприятиям АПК за последние годы удалось не только значительно увеличить объемы выпускаемой продукции, но и закрепить за собой звание производителей качественных, полезных и доступных товаров. Во многом это следствие работы программ по продвижению продукции, которые стартовали во многих регионах страны.



В Российской Федерации для маркировки продукции, обладающей особыми свойствами, связанными с природными условиями и другими факторами той или иной территории, используется специальное обозначение – наименование места происхождения товара, в том числе в отношении продуктов питания, которые регистрируются Роспатентом на основании заключения Минсельхоза России».



Какие особенности имеет продовольственный рынок сегодня? Какие предпочтения имеет покупатель и можно ли их корректировать для интенсификации рынка? Ответ на эти и другие вопросы развития рынка продовольствия предложила руководитель научно-исследовательской компании «Лаборатория трендов» и член Гильдии Маркетологов России Е.В. Пономарева. По результатам выборочных аудитов рынков, проведенных «Лабораторией трендов», определены

факторы, сдерживающие развитие продовольственного рынка, среди которых слабое использование упаковки как преимущества, слабые коммуникации с потребителями, минимум привязки к образу жизни потребителя и ситуациям потребления, невнятные конкурентные преимущества, слабое использование интернет-«сарафана». Сегодня на рынке начинаются качественные изменения на рынке. Для производителей продуктов питания полезна информация о потребительских трендах: усиление тренда осознанного потребления, мода на ЗОЖ, новые пищевые привычки, здоровое питание и употребление в пищу органик продукции.

Анализ пищевых привычек жителей мегаполисов обнаружил у значительной части населения склонность к гастрономическим экспериментам и новые критерии выбора продуктов питания. Производителям пищевых продуктов выявленные тенденции необходимо развивать, пересматривая ассортиментную линейку и увеличивая объемы производства востребованной продукции.

## В рамках стратегической сессии проведен круглый стол «Маркировка сельскохозяйственной продукции. Новые нормативные требования».

Требования к маркировке сельскохозяйственной продукции, сырья и пищевой продукции обсуждены в сообщении эксперта по стандартизации, начальника лаборатории Санкт-Петербургского института управления и пищевых технологий Е.П. Еякиной. Знание положений ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» обеспечивает выпускаемой продукции конкурентоспособность на продовольственном рынке. Лаборатория стандартизации СПИУПТ по запросам производителей проводит экспертизу маркировки выпускаемой продукции и оказывает консультативную помощь в случае выявленных нарушений и несоблюдения требований нормативных документов.



Дополнительным фактором воздействия на развитие рынка, который сформирован от потребителя и имеет мировую тенденцию является органическое производство продуктов питания. Это направление имеет стремительный темп роста: увеличение объема мирового рынка органических продуктов с 2000 по 2016 гг. произошло в пятикратном объеме. По оценке экспертов к 2025 г. объем российского рынка органической продукции составит 15–20% от мирового производства сельскохозяйственной продукции. На текущий момент времени доля России в производстве и потреблении органической продукции в общем объеме и в расчете на душу населения на низка, что является дополнительной причиной для формирования политики производства и потребления такой продукции для населения России.

Вопросы экомаркировки и экологической сертификации были освещены ведущим экспертом



Экологического союза Ю.В. Гусевой. Покупатель нового поколения серьезно заботится о здоровье. Его волнует экологичность состава продукции и социальная ответственность бизнеса. 73% хотят знать о влиянии продуктов, которые производят компании, на свое здоровье и окружающую среду. Потребители готовы платить больше за органические продукты (41%), товары, не наносящие вред природе (38%) и поддерживающие социальную ответственность (30%). В докладе обсуждены знаки экомаркировки, в т.ч. «Листок жизни» и стандарты системы «Листок жизни» - экомаркировка 1 типа. Основными требованиями стандартов для продукции АПК являются:

- прослеживаемость основного сырья;
- запрет на искусственные ароматизаторы и красители, усилители вкуса, подсластители, заменители молочного жира, ГМО компоненты;
- программа лабораторных испытаний по широкому перечню показателей (антибиотики, пестициды, микотоксины, радионуклиды, тяжелые металлы, стойкие органические загрязнители);
- упаковка должна быть перерабатываемой, использование материалов из вторичного сырья;
- информация на этикетке корректна, не вводит в заблуждение.

В ходе стратегической сессии и круглого стола неоднократно возникали профессиональные дискуссии и активный обмен мнениями между участниками и выступающими. С учетом актуальности и важности темы развития продовольственного рынка для региональных производителей продуктов питания принято решение продолжить ее обсуждение в рамках конференции «Качество и безопасность пищевой продукции», которую СПИУПТ традиционно и ежегодно в октябре месяце проводит в Санкт-Петербурге.