

Мороженое без границ

Личное общение лучше виртуального

Представители двух польских компаний **Евгений Муравьев** из **ИНМЕРО** и **Бартош Петрушка** из **ВИСАБА** побывали в двухнедельной командировке в России. Проехав на автомобиле почти 8500 километров по маршруту Рыбник-Рига-Москва-Пенза-Самара-Оренбург—Уфа-Пермь-Киров—Иошкар-Ола-Казань-Нижний Новгород-Москва-Рыбник, они посетили более двадцати предприятий-производителей мороженого. Публикуем интервью с ними о впечатлениях от этого вояжа.

— Евгений, по публикуемым отчетам и бумажным сводкам не всегда можно точно оценить положение дел. Вы побывали во многих городах России. Каковы ваши выводы о положении дел на рынке мороженого?

— Лето не очень баловало мороженщиков. Главный продажный сезон далеко не везде, как говорят, удался. Но зато мы заметили большую активность по подготовке к сезону зима-весна 2009 года. Во время бесед на фабриках мороженого специалисты, основываясь на опыте этого года, охотно рассказывали о том, что будут производить зимой-весной, какие виды мороженого будут продаваться в новом сезоне. Нам очень понравилось настроение и подход к делу Юрия Сафронова (фабрика «САМ-ПО», Самара), Олега Гнусарькова («Калинов



мост», Дзержинск), Алексея Дробинина («АльтерВЕСТ»), Константина Кислицина («Серебрянный снег», Уфа), владельца торговой марки «НАШЕ» из Пензы, генерального директора ОАО «Холод» Эйдлина Леонида Павловича, которые точно знают, что нужно на рынке завтра!

Интересно, что региональное мороженое можно было увидеть в продаже даже в отдаленных областях. К нашему удивлению практически во всех городах, где мы побывали, в продаже было семейное мороженое в ванночках европейской группы компаний «Ронкадин» (R&R ice-cream) по цене 320 рублей за один литр. Российское же мороженое в такой же литровой ванночке стоило порядка 220 рублей.

Большинство понимает, что будущее — за мороженым высокого качества. Но тогда повышается цена. Как снизить издержки? Нельзя покупать какую-нибудь линию под один вид мороженого. Нужно искать универсальное оборудование, при использовании которого на конвейере меньше рабочих, меньше проблем при переходе с одного вида мороженого на другое. Практически всех заинтересовала линия МУЛЬТИ-ЛАЙН компании ИНМЕРО. На ней можно производить брикеты любого размера, стаканчики, рожки, рулеты, различные виды семейного мороженого, ванночки и, конечно, торты. Так же интересен оказался фруктопитатель для работы массы с БОЛЬШИМИ

добавками (размером до 2-3 см), с которым он обращается очень аккуратно, их не давит. Понравилась и предлагаемая нами линия БРИК-ЛАЙН, на которой изготавливают брикеты с вафлями, печеньем, экструзионные линии ИНМЕР-ЛАЙН и ротационные автоматы.

– *Как реагируют в регионах на известия о том, что на наш рынок уже вошел западный гигант «Юнилевер», на муссирующиеся слухи о скором расширении его основного соперника – «Нестле»? Выживут ли небольшие наши производства?*

– Выживут, конечно, не все. Так, по слухам, Саранская фабрика мороженого и в Ульяновске не очень перспективно себя чувствуют.

А многие расширяют производство, начинают заниматься дополнительно заморозкой рыбы и других продуктов. Мороженщики начали не только понимать, что нужно в межсезонное время продавать что-то еще, кроме мороженого, но и приступают к активным действиям. Например, комбинат в Ижевске набирает темпы, становится прибыльным, расширяя ассортимент рыбных изделий, добавляя другие продукты... В мороженое они почти не инвестируют.

– *Бартош, а для Вас что было интересно в этой поездке?*



– Я в России одиннадцатый раз. Но все-таки это был, пожалуй, по-настоящему первый раз. Как для оценки рынка, так и для осознания того, что такое Россия.

Я поставляю упаковку в Германию, Испанию, Румынию, Польшу, Литву, а прежде всего, на Украину. Правильная политика производителей мороженого в этих странах заключается в том, что миллионные обороты на импульсном мороженом не могут существовать без продажи семейного мороженого, тортов и класса премиум. Я увидел, что в России сделан большой поворот в эту сторону. (Причем, большое внимание начали уделять упаковке). Думаю, что в ближайшие два-три года товарооборот этих продуктов вырастет значительно.

Образцы нашей упаковки понравились многим. Это и овальные ванночки, и прямоугольные, и новая упаковка от фирмы ВИСАБА для тортов, которая рассчитана на автоматическую подачу. Чтобы испытать ее качество, Юрий Владимирович Сафронов («САМ-ПО») в начале беседы положил упаковку вместе с мороженым в ларь. Прошло три часа наших переговоров, он ее вытащил, начал мять... Не треснула! Осталась такой же гибкой.

Не могу не сказать о своих впечатлениях от этого путешествия. Огромная и прекрасная Россия! А каждый город – это маленькое открытие. Очень понравились Уфа, Казань, Нижний

Новгород. Старинная архитектура в хорошем состоянии. В Уфе попали на уикэнд, где провели два вечера под шатрами, с живой музыкой... И к нашему удивлению – бесплатно! То, что часто в Польше слышится о славянской душе, об открытости и сердечности обыкновенных людей в России, решительно подтверждается! Даже больше: улыбки, добродушие поразили мое воображение. Что бы я добавил европейского сюда? Конечно, безвизовое путешествие! Без заграничных паспортов, без таможни. После такой поездки очень четко понимаешь, что границы – только для политиков, а нам, обыкновенным людям, бизнесменам – это только помехи.

– *Евгений, а Вы что к этому можете добавить?*

– Я могу только еще раз вспомнить отменные шашлыки, пельмени со сметаной и русскую баню, которые помогали нам держаться в форме. Ежедневно мы проезжали от 400 до 800 км. Незабываемая поездка! А помогали нам в этом радиостанции которые мы слушали. Особенно песня группы «Бандерос» – Манхэттен.

– *Но ведь это не первое Ваше путешествие по России.*

– И, конечно, не последнее!

Беседовал В.Василевский