

Экспорт белорусской сельхозпродукции и продуктов питания в 2020 году составил \$5,8 млрд



В 2020 г. поставлено на экспорт сельскохозяйственной продукции и продуктов питания на сумму более \$5,8 млрд., что составило 104,3% к уровню 2019 года. В целом прирост валютной выручки сложился в сумме \$240,2 млн. По сравнению с 2019 годом выросли объемы экспорта: молока и молочной продукции – до \$2,4 млрд (темп роста – 102,7%); мяса и мясопродуктов – до \$972,8 млн (104,9%); муки – до \$9,7 млн (168,2%); казеина – до \$10,9 млн (146,2%); масла рапсового – до \$243,9 млн (119,0%); желатина – до \$8,9 млн (109,5%); сахара – до \$152 млн (137,7%); жмыхов (соевых и иных получаемых при изготовлении растительных масел) – до \$190,4 млн (138,0%); шоколада и продуктов, содержащих какао – до \$80,2 млн (103,7%) и некоторых других.

Расширена география экспорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания: 116 стран мира против 104 в 2019 году (плюс 12 стран). По отношению к 2019 году освоены 20 рынков, в том числе: страны Азии и Океании – Кувейт, Непал; страны Африки – Алжир, Джибути, Конго, Мадагаскар, Мали, Марокко, Намибия, Сомали, Сьерра-Леоне, Экваториальная Гвинея, Южный Судан; страны Америки и Карибского бассейна – Парагвай, Сент-Люсия; страны Европейского союза – Ирландия, Кипр, Мальта, Португалия, Хорватия.

Доля Российской Федерации в экспорте сельскохозяйственной продукции и продуктов питания составила 74,4%, снизившись по сравнению с 2019 годом на 5,3% (\$4,3 млрд или 97,4% к уровню 2019 г.).

Доля стран СНГ (без России) в общем объеме экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия увеличилась на 1,9%, и составила 11,8% или \$681 млн (темп роста 124,2%). Доля стран дальнего зарубежья выросла на 3,5% и составила 13,8% или \$796 млн (139,2%). В Китайскую Народную Республику экспортировано продукции на сумму \$255,2 млн (рост в 1,9 раза к уровню 2019 года). В дальнейшем поставки сельскохозяйственной продукции и продуктов питания на китайский рынок планируется осуществлять также с использованием механизма электронной торговли на китайских площадках.

www.mshp.by

Минэкономики прокомментировало указ о поддержке экспорта белорусской продукции

Первый заместитель министра экономики Юрий Чеботарь прокомментировал [указ №39 от 4 февраля 2021 года](#), который предусматривает повышение привлекательности и доступности механизма поддержки экспорта белорусской продукции, сообщает корреспондент БелТА.

«Сегодня правительство работает над мерами стимулирования и поддержки экспорта. Недавно глава государства внес изменения в указ №534 – основной указ по поддержке нашего реального сектора экономики и тех предприятий, которые работают на экспорт. Мы долго изучали потребности наших предприятий, смотрели, что нужно поменять, улучшить. И мы убеждены, что принятые решения актуальны и востребованы», – сказал Юрий Чеботарь.

В частности, право выдачи экспортных кредитов с поддержкой государства будет предоставлено нескольким банкам. Ранее такие полномочия имел только Банк развития. Благодаря этому увеличатся возможности финансирования экспортных сделок. Предприятиям также будет предоставлена возможность страховать экспортные риски не только в «Белэксимгаранте», но и в других страховых компаниях.

Кроме того, для малого бизнеса снят предельный уровень, при котором можно обращаться к экспортному кредитованию. «Раньше это было \$200 тыс., теперь такое пороговое значение снято», – отметил первый замминистра.

Внедрена также возможность кредитования резидентов. «До внесения изменений можно было кредитовать только нерезидентов под закупку нашей продукции. Теперь резидент может кредитоваться под будущее производство товаров. Банк будет обеспечивать соответствующий контроль, что эти товары потом будут экспортироваться. Это так называемая практика предэкспортного кредитования. Мы надеемся, это будет востребовано нашим бизнесом», – рассказал Юрий Чеботарь.

БелТА

Правительство РФ утвердило компенсации хлебопекам

Премьер-министр Российской Федерации Михаил Мишустин подписал постановление о правилах компенсации хлебопекарным предприятиям. Им компенсируют по Р2 тысячи за тонну продукции. Ранее о возможных мерах поддержки хлебопексов сообщал «Ъ».

«Размер возмещения составит Р2 тыс. за тонну хлеба и хлебобулочных изделий с коротким сроком хранения (до пяти суток). Организация, получившая компенсацию, должна зафиксировать цены на свою продукцию», — говорится в документе.

В частности, для небольших предприятий, которые выпекают около 15 т хлеба в сутки, объем поддержки составит около Р1 млн за месяц работы. Для крупных (от 60 т продукции в сутки) — более Р3,6 млн. Компенсации будут доводиться до получателей на основании соглашений между Минсельхозом и региональными властями. (Продолжение темы на стр. 38).

Решение о компенсации является одной из мер по сдерживанию цен на базовые продукты питания. Ранее не допустить дальнейшего роста цен потребовал президент Владимир Путин. По данным Российского союза пекарей, пшеничная мука высшего сорта с 1 января по октябрь подорожала на 19%, первого сорта — на 21%, второго — на 18%. При этом хлеб из ржано-пшеничной муки у производителей за год подорожал на 6%, из пшеничной — на 4%.

www.kommersant.ru

В Киеве обсудили перспективы производства инновационных пищевых продуктов



В Киевской областной государственной администрации состоялся круглый стол, в ходе которого обсудили перспективы производства инновационных пищевых продуктов с улучшенными потребительскими качествами. Участие в мероприятии приняли представители территориальных общин, бизнеса, научных учреждений и общественных организаций. Об этом сообщила директор департамента экономики и цифровизации Наталья Погребная 29 января.

Как стало известно, почти 400 предприятий Киевщины работают именно в пищевой индустрии. Речь идет о малом и среднем бизнесе. Доля этих предприятий в общеобластных объемах реализованной промышленной продукции является крупнейшей и составляет 28,7%.

Кроме этого, на них занято почти 8% работников промышленности, а доля их экспорта в общем объеме составляет 41,5%. Учитывая такие тенденции, участники круглого стола проанализировали, как можно усовершенствовать работу этих предприятий и более мощно развить направление производства инновационных пищевых продуктов с улучшенными потребительскими качествами. Речь идет о так называемой функциональной пище.

В ходе обсуждения возникла идея создать региональный кластер функциональной пищи.

Пресс-служба Киевской ОГА

«Дочки-сыночки» и «Мамина радость»: детское питание – безопасное, вкусное и полезное



3 февраля т.г. в Национальной академии наук Беларуси состоялась защита научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОТР), завершенных в 2020 году в рамках отраслевой программы ОНТП «Детское питание. Качество и безопасность».

Государственным предприятием «Белтехнохлеб» успешно выполнено задание по разработке технологии производства специализированных хлебобулочных (сушки и соломка) и мучных кондитерских изделий (печенье и сладости мучные), с пониженным содержанием соли и сахара, предназначенных для коррекции нутриентного дисбаланса у детей школьного возраста.

Разработаны составы специализированных изделий для питания детей школьного возраста линеек «Мамина радость» и «Дочки-сыночки»: 6 наименований сушек, 2 соломки, 3 печенья и 2 сладости мучные. В готовых изделиях обеспечено низкое содержание: натрия (поваренной соли) – не более 0,12 г/100 г продукта; сахара – не более 5 г/100 г (для хлебобулочных изделий); насыщенных жирных кислот – не более 1,5 г/100 г. Изделия с витаминами и кальцием обеспечивают не менее 15% средней суточной потребности нутриентов при употреблении 100 г изделия. При включении в состав изделия пищевых волокон их содержание в 100 г готовой продукции

соответствует критерию «источник» – не менее 3 г/100 г. Для кондитерских изделий достигнуто снижение содержания транс-изомеров жирных кислот до 2% от общего жира.

Разработан пакет документов (ТУ, РЦ, ТИ), позволяющий осуществлять выпуск хлебобулочных и мучных кондитерских изделий специализированных для питания детей школьного возраста.

Выпуск специализированных изделий планируется начать в текущем году на ряде предприятий республики, в том числе филиалах «Барановичский хлебозавод» и «Кобринский хлебозавод» ОАО «Берестейский пекарь», филиале «Жодинский хлебозавод» ОАО «Борисовхлебпром», филиалах «Сморгонский хлебозавод» и «Слонимский хлебозавод» ОАО «Гроднохлебпром».

Соб. инф.

ОАО «Слуцкий хлебозавод» автоматизирует производство



На ОАО «Слуцкий хлебозавод» в декабре 2020 года успешно реализован проект по автоматизации системы подачи сахара с распределением на производственные участки, благодаря чему в настоящее время осуществляется контроль веса, дозировка и учет сахара в хлебном и кондитерском цехах в автоматическом режиме.

Ранее при подаче сахара на производство, а это порядка 28 тонн в месяц, применялся ручной труд. Сегодня сахар поставляется на хлебозавод в бигбегах емкостью по 1000 кг каждый. Только за счет этого достигается экономия на стоимости сахара до 20% по сравнению с упакованным в мешки.

На первом этапе осуществляется разгрузка и просеивание с металлодетекцией сахара из бигбегов в производственные накопительные бункеры объемом 5 тонн каждый. Далее оператору достаточно просто нажать кнопку, чтобы отмерить требуемое количество сахара согласно заданной рецептуре.

Проект реализован всего за 1,5 месяца белорусской компанией – ЗАО «Довайна». (Читайте подробнее на стр. 20). Экономический эффект от внедрения составляет 90000 рублей в месяц, которые будут направлены на модернизацию производства и внедрение современных энерго- и ресурсосберегающих технологий.

Соб. инф.

Минприроды: 0 полном отказе от пластика речи не идет



До 2030 года в Беларуси запланировано создание сети из 30 межрегиональных современных объектов для сортировки, использования, а также экологически безопасного захоронения твердых коммунальных отходов. Об этом 21 января т.г. на пресс-конференции заявил заместитель начальника главного управления регулирования обращения с отходами, биологического и ландшафтного разнообразия, начальник управления регулирования обращения с отходами Минприроды **Максим Тарасов**. На этих объектах также будет предусмотрено компостирование отходов.

«Пластиковый стаканчик разлагается от 100 до 500 лет, а бумажный — от 4 до 6 месяцев. Такая посуда пригодна к компостированию. И потом будет вовлечена в хозяйственный оборот, например, в виде плодородного слоя гумуса», — привел пример Максим Тарасов.

Специалист отметил, что вопрос перехода на экологически безопасную упаковку, а также поэтапный отказ от использования полимерной упаковки сейчас очень актуален. Масштабное применение пластика — глобальная проблема во всем мире.

В целях снижения негативного воздействия пластиковой упаковки и ее отходов на окружающую среду в Беларуси проводится работа по ограничению использования такой упаковки с ее замещением на экологически безопасную, в том числе из стекла и бумаги. В частности, с 1 января этого года введен запрет на продажу и использование одноразовой пластиковой посуды в заведениях общественного питания. Под ограничение попали вилки, ложки, ножи, палочки для размешивания, стаканы, соломинки, тарелки, чашки, а также упаковка продуктов общественного питания и пищевых продуктов (контейнеры, лотки, коробки, коррексы), за исключением упаковки для кулинарных полуфабрикатов и кондитерских изделий. Чтобы стимулировать бизнес переходить на экологически безопасную упаковку, с 1 апреля была вдвое, со 180 до 90 рублей за тонну, снижена плата, вносимая производителями и поставщиками за организацию сбора и обезвреживания, использования биоразлагаемой

упаковки. И в то же время увеличен размер платы сбора за полимерную упаковку. С 1 января этот сбор составил 360 рублей за тонну.

Максим Тарасов анонсировал разработку ряда государственных стандартов в области установления требований к экологически безопасной упаковке, в том числе к биоразлагаемой.

Соб. Инф.

В Беларуси введено лицензирование импорта картонной и бумажной упаковки



В Беларуси введено лицензирование импорта картонной и бумажной упаковки. Это предусмотрено постановлением Совета Министров от 8 февраля 2021 года №76, сообщили БелТА в пресс-службе концерна «Беллесбумпром».

Документ устанавливает, что ввоз в Беларусь отдельных видов картонной и бумажной упаковки при помещении под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления будет проводиться по разовым лицензиям. Выдавать такие лицензии будет МАРТ по согласованию с концерном «Беллесбумпром».

Согласно документу, МИДу необходимо в установленном порядке уведомить ЕЭК о принятой мере, а также внести на рассмотрение ЕЭК предложение о применении другими государствами – членами ЕАЭС аналогичных мер.

«Принятие этой меры обусловлено ростом импорта бумажной и картонной упаковки в Беларусь (в том числе из Украины), что привело к снижению объемов выпуска аналогичных видов продукции целлюлозно-бумажных предприятий страны и Беллесбумпрома и обусловило недозагрузку существующих производственных мощностей. Так, объем импорта ящиков и коробок из гофрированной бумаги или картона из Украины за последние 5 лет вырос в 1,7 раза, мешков и пакетов – в 2,9 раза. Значительный рост объемов импорта зачастую сопровождался более низким уровнем ввозных цен, который спровоцировал снижение конкурентоспособности белорусских товаров и замещение их импортными аналогами», – обратили внимание в пресс-службе.

В концерне подчеркнули, что производственные мощности организаций Беллесбумпрома позволяют обеспечить потребности страны в картонной и бумажной упаковке и полностью заместить импорт аналогичной продукции из Украины (на сумму порядка \$15,6 млн). Постановление вступает в силу через 10 дней после его официального опубликования и действует в течение шести месяцев.

БелТА

Новая съедобная ложка



Новая съедобная ложка получила название Spoonie. Дисконтные супермаркеты ALDI NORD и ALDI SÜD представляют Spoonie в эксклюзивном сотрудничестве с шоколадным десертом MadewithLuve. Пудинг и ложка веганские, без глютена и без лактозы.

Интегрированная ложка является продуктом запуска Spoontainable и изготовлена из переработанных пищевых отходов. При ее производстве, например, можно использовать побочные продукты производства шоколада. Согласно заявлению основателей компании Амели Вермеера и Джулии Пехотта, материал для Spoonie полностью состоит из растительного сырья и производится на 100% с нейтральным климатом.

Съедобная ложка крепится к упаковке десерта бумажной лентой. «Мы придумали эту версию навечно только для этого совместного проекта. Таким образом, мы можем гибко реагировать на запуск продукта, а также проверять, есть ли другие продукты, которые можно сочетать со съедобной ложкой», – говорит Нина Курт, менеджер по корпоративной ответственности ALDI SÜD.

www.interpack.com



3 важных тренда с конференции «Брендинг&Ребрендинг как инструмент повышения продаж»

27 января в рамках международной выставки DairyTech прошла конференция «Брендинг&Ребрендинг как инструмент повышения продаж». В ходе мероприятия аналитики и

руководители предприятий поделились опытом внедрения новых продуктов и развитием успешных торговых марок.

Вера Мозговая, сооснователь маркетингового агентства V-Brand, отмечает: «Меня беспокоит, что далеко не все маркетологи и бренд-менеджеры осознают, что самое главное слово в работе — изменение. Нам важно принять тот факт, что мир стремится вперед настолько сильно, что мы не имеем права оставаться теми, кем были вчера».

На мероприятии эксперт рассказала о важнейших трендах, которые необходимо учитывать при работе с продуктами. **1й тренд — «Диджитализация», или Цифровизация.** Необходимо осознавать, что все в этом мире будет посчитано — спасибо Google и Yandex. Все пользователи будут идентифицированы: информация об их запросах и перемещениях будет известна. И это вопрос времени, что будет посчитано в первую очередь, а что — во вторую. Примером диджитализации является performance-маркетинг. **2й тренд — Инфантилизация, или упрощение.** Ускорение мира, увеличение количества информации, повышение уровня стресса приводит к тому, что мозг старается отдохнуть. Нобелевский лауреат Даниел Канеман утверждал, что человек сдается перед напором информации и начинает действовать и принимать решения иррационально, выбирая путь наименьшего сопротивления. Потребитель пользуется той информацией, которая не жжет энергию мозга, и выбирает то, что называется TorofMind — информацию в вершине сознания. Человек превращается в своем поведении в ребенка. В 2010-х маркетологи говорили, что человек превращается в 10 – 12-летнего ребенка. В 2021 году с появлением Тик-Тока, Инстаграма — это скорее 6 – 7-летний ребенок. YouTube утверждает, что за 8 секунд зритель понимает, будет он смотреть видео или нет. **Инфантилизация сводится к тому, что люди хотят хлеба и зрелищ, гарантированного удовольствия и счастья.** 3й тренд — Упаковка как искусство &unboxingjourney. Боб Хейз, почетный профессор Гарвардской школы бизнеса, утверждал: «Вчера конкурировали ценами. Сегодня качеством. Завтра будут дизайном». Исследование LBS (London Business School) предоставило интересные цифры: 1%, вложенный в дизайн, увеличивает прибыль на 3%. Люди хотят видеть старый добрый магазин на диване с элементами шоу. В продолжение второго тренда, говорящего о желании потребителей получить хлеба и зрелищ.

www.produkt.by