

Бюллетень рекламный для руководителей предприятий, работающих в АПК России

WWW.AGROPRESS.RU

Агробизнес®

и ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

№ 8

[123] август 2011 г.

МЫ ОТКРЫВАЕМ

ДВЕРИ БИЗНЕСА
ДЛЯ ЗАПАДА И ВОСТОКА
ПРОГРАММЫ

ВО ВСЕХ ОСНОВНЫХ И СТРАТЕГИЧЕСКИХ
НАПРАВЛЕНИЯХ И ОТРАСЛЯХ



основа успеха

ЗНАНИЯ

а основа бизнеса

успех”

www.lvaeurope.com

www.sambros.ru



LEADING VENTURES ASSOCIATES

ЕВРОПЕЙСКИЙ ЛИДЕР В КОРПОРАТИВНЫХ СЕМИНАРАХ ДЛЯ РОССИИ, СНГ И СТРАН БАЛТИИ

**Поможем
вам сохранить
ваше зерно!**

**Быстровозводимые
кольцевые
зернохранилища;**

**Рукава для
хранения зерна;**

**Техника для загрузки
выгрузки зерна;**

**Зерновозы
и бункеры-перегрузатели**

Москва

Тел. +7(495) 740 34 22,

+7 910 444 48 51

e-mail: director@agropress.ru

s-p@mail.ru

- **Весь комплекс электромонтажных работ**
- **Пусконаладочные работы**
- **Монтаж электрооборудования переработки зерна, животноводческих и птицеводческих комплексов**

ООО «Стройэнергомир»

моб. 8 928 155 23 36, 8 928 195 40 56

тел. \ факс (863) 236 98 52

Обязательно сообщите, что Вы видели нашу рекламу в АГРОБИЗНЕСе!

ЗАВОД ПРЕДЛАГАЕТ:

- высокоэффективные полевые прицепные опрыскиватели ОП 2000, ОП 2500 с шириной захвата 18м, 21м, 24м. (комплектующие из Германии, Италии, России),
- транспортеры навозоуборочные ТСН-2,0Б, ТСН-3,0Б, КСНФ-100, запчасти и ремкомплекты;
- клеточные батареи для выращивания бройлеров и кур (любой вместимости) по заказу птицефабрик, СХП, КФХ и частных лиц,
- банко-тару для красок и химических растворителей; а также
- изготавливает металлоконструкции по чертежам Заказчика;
- производит слесарно-сварочные, штамповочные работы.

Для наших партнеров:

- гарантийное и послегарантийное обслуживание,
- сертификаты соответствия,
- переоборудование техники,
- обучение персонала Заказчика

тел. (863) 220 31 48

Запросы по электронной почте ids@aanet.ru

СОДЕРЖАНИЕ

«Гармонизация норм отечественного техрегулирования с международным правом – важный шаг в развитии инновационной экономики России»,
ООО «Союз Машиностроителей России» _____ стр. 5

«Производство почвообрабатывающей техники в России выросло на 60%»,
РАПС «Росагромаш» _____ стр. 6

«Вакуумный перегрузчик-очиститель ОЗВ-110: простые решения сложных задач»,
ООО «КЛЕВЕР» _____ стр. 7

«Сколько стоит маркетинг и реклама?»,
Ольга Молендор, совладелец
КА «WERBUNG-RU.DE»
(Германия) _____ стр. 9

«Блеск и нищета маркетинга и рекламы»,
А.В. Самброс, директор Центра
«САМБРОС КОНСАЛТИНГ» _____ стр. 11

«Минеральные удобрения 2011»,
ООО «Креон» _____ стр. 14

«Польша в Казахстане.
Еще больше пищевых ингредиентов»,
ВК «Itesa» _____ стр. 16

«Зерновая Сибирь»,
ИДК.РУ _____ стр. 18

«Оренбуржье»,
ИДК.РУ _____ стр. 20

«Зерно России и СНГ: внутренний рынок и экспортные возможности»,
ГК «РУСМЕТ» _____ стр. 24

«День Воронежского Поля — 2011»,
ООО «Центр» _____ стр. 26

«Выставка достижений сельского хозяйства»,
ВК «Нижегородская ярмарка» _____ стр. 28

Эффективная зерноперерабатывающая техника Ростсельмаш обладает внушительным функционалом, обеспечит не только комфорт вашей работы на зерноскладе, но и увеличит производительность труда и понизит затраты.

Модельный ряд высотных перегрузчиков зерна состоит из 7 различных по производительности и размерам машин, максимальная высота колеблется от 11 до 20,2 м, производительность от 140 до 280 т/ч.

Модель	Y1050	Y1060	Y1070	Y1080	Y1370	Y1385	Y1395
Высота, макс, м	11,0	13,3	14,6	16,8	15,2	18,1	20,2
Размер	10*15м	10*18м	10*21м	10*24м	13*21м	13*26м	13*29м
Производительность	140 т/ч			280 т/ч			
Потребляемая минимальная мощность на ВОМ (540 об/мин)	40 л.с.	48 л.с.	55 л.с.	65 л.с.	80 л.с.	90 л.с.	100 л.с.
Вес	1155 кг	1356 кг	1522 кг	1644 кг	2349 кг	2896 кг	3034 кг



Перегрузчики зерна

Модельный ряд состоит из 16 различных по размерам от 9 до 18,6 м и производительности от 50 до 280 т/ч машин.



Вальцовые и билльные мельницы

Разнообразный модельный ряд, диаметр вальцов регулируемый от 20 до 25 см, пропускная способность варьируется от 1,4 до 8,5 т/ч, как опция магнитная рамка.



Метатель зерна

Самопередвижной МЗС 90 – электрический привод, производительность до 90 т/ч, высота метания более 4,5 метров, дальность полета зерна до 20 м, вращение вокруг своей оси на 135 градусов.



Протравливатели семян

Самопередвижной, электрический привод, производительность до 20 т/ч, повышенная влажность не более 1%, механическая поврежденность семян не более 0,3%, полнота протравливания пшеницы около 100%.



Зерноочистители

До 70 тонн чистого зерна в час, небольшие размеры, мобильность, диаметр ротора от 91 до 122 см, сменная сетка позволит максимально качественно осуществить очистку любого зерна.

Тел: 863 255-20-92,
факс 863 255-20-93
www.rostselmash.com

РОСТСЕЛЬМАШ
Агротехника Профессионалов

ГАРМОНИЗАЦИЯ НОРМ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТЕХРЕГУЛИРОВАНИЯ С МЕЖДУНАРОДНЫМ ПРАВОМ – ВАЖНЫЙ ШАГ В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Заместитель Председателя Комитета при Бюро ЦС «Союза машиностроителей России» по тракторному, сельскохозяйственному, лесозаготовительному, коммунальному и дорожно-строительному машиностроению Наталия Партасова приняла участие в заседании Общественного совета при Министерстве промышленности и торговли Российской Федерации.



На фото: Н.Ю. Партасова.

Гармонизация стандартов техрегулирования Единого экономического пространства стран-участниц Таможенного союза, государств ЕврАзЭС и Европейского Союза в рамках корректировок законодательства, осуществленных Президентом РФ, является значимым условием ускорения интеграционных с международными принципами и подходами процессов, направленных на формирование национальной системы стандартизации и сертификации.

Члены профильного Комитета при Бюро ЦС «Союза машиностроителей России» в составе Рабочей группы Минпромторга России активно участвуют в разработке новых технических ре-

гламентов по сельскохозяйственной технике (тракторам и комбайнам), уделяя особое внимание защите интересов национального сельскохозяйственного машиностроения при проработке данного направления с Минсельхозом России, а также в организации и проведении экспертных слушаний совместно с ведущими мировыми производителями сельхозтехники и оборудования.

«Совершенствование существующей системы российских стандартов техрегулирования и сертификации, унифицированные с европейскими нормами, - прокомментировала итоги заседания Общественного совета заместитель председателя профильного Комитета, вице-президент «Концерн «Трак-

торные заводы» Наталия Партасова, - станет серьезным стимулом технического совершенствования и повышения конкурентоспособности выпускаемой в России машиностроительной продукции!».

Отечественные компании должны не только осознавать, что данный комплекс мер предоставит реальную возможность для глобального выхода российских производителей на экспортные рынки, но и принимать активное участие в формировании этого крайне важного направления промышленной политики государства, - подчеркнула Наталия Партасова.

**Аппарат Комитета
Komitet@tplants.com
29 июля 2011 года**

Для справки:

Комитет при Бюро Центрального совета Общероссийской общественной организации «Союз машиностроителей России» по тракторному, сельскохозяйственному, лесозаготовительному, коммунальному, дорожно-строительному машиностроению (Комитет) был создан 3 апреля 2008 года и является постоянно действующим консультационно-совещательным органом при Бюро Центрального совета «Союз машиностроителей России».

В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2011 ГОДА ПРОИЗВОДСТВО ПОЧВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ТЕХНИКИ В РОССИИ ВЫРОСЛО НА 60%

Такие данные озвучены сегодня на встрече руководителей компаний-производителей почвообрабатывающей техники в Самаре. Организатором мероприятия выступила Российская ассоциация производителей сельхозтехники «Росагромаш».

11 ведущих российских и зарубежных компаний приняли участие в деловой встрече, цель которой, по словам директора Ассоциации «Росагромаш» Евгения Корчевого, обсудить и рассмотреть возможности увеличения объемов производства почвообрабатывающей техники в РФ.

«Данный сегмент крайне важен для отечественного сельхозмашиностроения и традиционно производство почвообрабатывающей техники представлено сильными российскими компаниями, выпускающими высококачественную и конкурентоспособную продукцию. Это такие производители как: «Белагромаш-сервис», «Корммаш», «Сибирский агропромышлен-

ный дом», «БДМ-Агро», «Экспериментальный завод», «Евротехника-Амазоне», «Грязинский культиваторный завод» и многие другие», – говорит директор Ассоциации «Росагромаш» Евгений Корчевый.

По данным Ассоциации «Росагромаш» в первом полугодии 2011 года производство отечественной почвообрабатывающей техники выросло на 60% и достигло 62 млн. дол. США.

Вместе с тем, импорт вырос на 106%, а отгрузки отечественных производителей напротив, сократились на 32%. Заметно снизились продажи российских машин и на экспорт (– 25%) – до 2,3 млн. дол.

Во многом положительные

результаты российских компаний в производстве почвообрабатывающей техники были нивелированы за счет допуска зарубежных производителей к государственному механизму субсидирования закупок сельхозтехники и отсутствия в России четкой государственной поддержки экспорта.

Во встрече производителей почвообрабатывающей техники также приняли участие представители Минпромторга России, Минсельхоза Самарской области и Поволжской машиноиспытательной станции. В рамках проходящего мероприятия его участники посетили завод «Евротехника-Амазоне», ознакомились с его производством и выпускаемой продукцией.

 **ПРОМБИОФИТ**
Бизнес для малого бизнеса
+7(495) 641-04-27
www.prombio.com

ОБОРУДОВАНИЕ:

- Фасовочное
- Упаковочное
- Этикетировочное
- Технологическое

ГОТОВЫЕ ПРОИЗВОДСТВА
“под ключ”

**ОТКРОЙТЕ СОБСТВЕННОЕ
ПРОИЗВОДСТВО!**



Мёд
Молоко
Майонез
Масло
Джем
Вода
Сок

Крем
Гель
Мазь
Мыло
Краска
Шампунь
Растворитель

и многое другое!

ВАКУУМНЫЙ ПЕРЕГРУЗЧИК-ОЧИСТИТЕЛЬ ОЗВ-110: ПРОСТЫЕ РЕШЕНИЯ СЛОЖНЫХ ЗАДАЧ



После окончания уборки урожая на повестке дня оказываются эффективные работы с зерном. Транспортировка и перегрузка – это этапы, на которых можно потерять некоторую часть урожая. Безусловно, никому из аграриев не хочется, чтобы количество так старательно собранного зерна сократилось, или его качество ухудшилось. Этого можно избежать, если правильно подойти к выбору техники, которая производит перегрузку зерна с поля в транспортное средство и далее в места хранения.

Для погрузочных работ аграрии, в основном, используют несколько видов машин, функции которых так или иначе связаны с перемещением зерна. Это стационарные и мобильные перегрузчики зерна и зернометатели с различными возможностями и набором опций.

Ростсельмаш представляет вакуумный перегрузчик-очиститель зерна ОЗВ-110, комплексное решение в зернопереработке. Машина предназначена для перегрузки урожая из транспортного средства в хранилище, вагона, баржи, склады напольного хранения, в транспортное средство или же из зернохранилища в другое зернохранилище с одновременной очисткой семян от пыли. Инновационные технологии в функции «перегрузка» в соединении с дополнительной возможностью легкой очистки зерна позволяют в разы увеличить эффективность работы по сравнению с другими машинами, такими как зернометатели, мобильные и стационарные транспортеры. Рассмотрим каждую группу отдельно.

ОЗВ-110 И ЗЕРНОМЕТАТЕЛИ

Многие аграрии используют зернометатели в качестве перегрузчиков. Главное отличие метателей от транспортеров зерна заключается в способе работы с материалом. Если перегрузчики переносят его по специальным шнекам, то метатели перебрасывают на определенное расстояние. Причем дальность перемещения (в районе 20 м.) строго ограничена конструкцией машины, и увеличить её уже не получится. Дальность перемещения зерна с помощью ОЗВ-110 может достигать 30 м. (при использовании комплекта дополнительных шлангами). Без удлинителья дальность перегрузчика-очистителя составляет 4 м.

Поток зерна, исходящий из метателя, также отличается от потока зерна из транспортера – он хаотичен и малоорганизован, сильно пылит, что создает дополнительные неудобства при работе. ОЗВ-110 в этом отношении идеален – чистая, чет-

ко направленная работа приведет к таким же образцовым результатам без повреждения зерна.

ОЗВ-110 И СТАЦИОНАРНЫЕ ПЕРЕГРУЗЧИКИ ЗЕРНА

Стационарные перегрузчики используются при погрузочных работах с зерном в силосные башни, бункеры и хранилища. Различают надсилосный (надскладской), подсилосный (подскладской), реверсивный и двусторонний перегрузчики (в зависимости от места приема и способа подачи зерна на ленту). Однако, независимо от вида, они массивны и неподвижны. Это существенно ограничивает диапазон использования перегрузчиков.

В отличие от стационарных, вакуумный перегрузчик-очиститель зерна ОЗВ-110 является передвижным (полуприцепной) и очень компактным. ОЗВ имеет длину всего 2,43 м, ширину – 2,36 м, высоту – 2,4 м. Такие небольшие габаритные размеры позволяют занимать минимум пространства для хранения и, соответ-

ственно, транспортировать машину по необходимости к месту работы с зерновым материалом, что невозможно в случае со стационарными машинами. В свою очередь, перегрузчик-очиститель может крепиться при силосном хранилище и выступать в качестве стационарного транспортера. При этом монтаж осуществляется предельно оперативно.

Вакуумный перегрузчик-очиститель выполняет такие функции, как перегрузка зерна из транспортного средства в зернохранилище, вагоны, баржи, склады напольного хранения, из зернохранилища в транспортное средство или же из зернохранилища в другое зернохранилище. Также ОЗВ-110 производит загрузку и выгрузку складов.

Благодаря испытанному форсированному нагнетательному вентилятору высота перегрузки зерна при эксплуатации ОЗВ может достигать 30 м. (с дополнительной комплектацией). Длина также может регулироваться с помощью специальных гибких шлангов. Это позволяет работать ещё мобильнее и функциональнее. Такие возможности являются преимуществом перед стационарными ленточными перегрузчиками.

ОЗВ-110 И ДРУГИЕ МОБИЛЬНЫЕ ПЕРЕГРУЗЧИКИ

Круг применения мобильных транспортеров очень ши-



ро, что уже является существенным преимуществом. Однако выбрать из всех многочисленных моделей одну бывает достаточно сложно. Руководствоваться здесь лучше всего техническими характеристиками и предоставляемыми дополнительными возможностями. Производительность, в данном случае, один из самых главных критериев качества перегрузчиков зерна. У ОЗВ-110 она составляет 110 т/ч, что является высоким показателем для машин такого класса.

Отличием от других перегрузчиков является наличие дополнительного функционала машины Ростсельмаш. ОЗВ-110 имеет богатую комплектацию двумя наборами шлангов – длиной 8,8 м. (для основной зерновой массы) и 5,7 м. (для остатков зерна). Благодаря последней происходит подбор урожая по последнему зернышку, и потери исключаются. Такая возможность есть лишь у редких машин.

Дополнительной функци-

ей ОЗВ-110 является и очистка зерна от пыли. Система «воздушной подушки» не только устраняет поверхностные загрязнения зерна, но и сохраняет качество и ценность культур, а также ликвидирует распространение пыли вокруг машины во время её эксплуатации.

Очиститель-перегрузчик зерна ОЗВ-110 имеет специальную высокоэффективную шумоглушительную систему, которая снижает интенсивность шумов более, чем на 50% без какого-либо воздействия на производительность машины. Это важно, потому что основным неприятным моментом при работе со многими перегрузчиками и очистителями зерна является шум. Иногда его громкость заставляет отходить на много метров от машины.

Дополнительные функции только обогащают результаты работы ОЗВ-110 и делают его комплексной машиной, для которой решение сложных задач по перегрузке зерна становится простым.

Техническая информация

Всасывающая труба, см	15,24
Длина, м	2,52
Ширина, м	2,36
Транспортная высота, м	2,49
Высота разгрузочной рамы (может быть увеличена), м	3,7
Скорость ВОМ, об/мин	1000
Рекомендуемая мощность трактора (в л.с.)	110
Мощность, тонн/час, до	95



Ольга Молендор – магистр психологии, маркетолог, автор рекламных текстов, редактор, совладелец креативного агентства WERBUNG.RU.DE в Германии

САМЫЙ ГЛАВНЫЙ ПЛАН!

Многие предприниматели живут по принципам: «Есть прибыль – тратим деньги на рекламу», «Малейшие трудности в бизнесе, нет свободных денег – рекламу снимаем». Эффективным такой метод назвать трудно, так как, делая рекламу только месяц или два, вы не только не увеличите прибыль, но действительно потратите их впустую. Что же я предлагаю? Влезать в долги, брать кредиты, чтобы напечатать фирменные визитки и дать объявление в газете? Конечно, нет.

Маркетинговые затраты необходимо планировать каждый год. Но не нужно писать длинные, объемные планы на десять страниц, описывая финансовые мечты в «розовом цвете». Маркетинговый годовой план должен состоять из основной цели и нескольких задач, выполнить которые необходимо, что-

СКОЛЬКО СТОИТ МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА?

Некоторые говорят, что реклама – это выброшенные на ветер деньги; другие утверждают, что затраты на рекламу – это инвестиции. Я же считаю, что только эффективная реклама может быть надежным вкладом, ведь в данном случае вы сможете получить прибыль с каждого вложенного в рекламу евро. Давайте посчитаем маркетинговый бюджет вместе...

бы достичь желаемого финансового результата. Внимание! Цели должны быть конкретными, достижимыми, определенными во времени и понятными по исполнению (т.е. инструмент реализации должен быть заложен уже в цели). Сравните: «Фирма N планирует в 2011 году стать фирмой номер один, победив всех конкурентов» или «Фирма N планирует до конца 2011 года за счет обучения менеджеров продаж и ведения дополнительного сервиса для своих клиентов оторваться от основных конкурентов – фирм А, В, С – и увеличить прибыли на 30%». Какая маркетинговая цель более понятна? Согласитесь, вторая. Такой стратегический план дает ориентир для всей фирмы, но намного важнее планы квартальные, в которых нужно прописывать мероприятия, проекты, задачи на конкретный период времени.

Обычно я делаю для своих клиентов план и маркетин-

говый бюджет на год, но каждые 90 дней готовлю маркетинговый план конкретных действий, которые необходимо сделать для достижения годового результата. И эта схема работает со всеми фирмами и формами бизнеса, независимо от того, сколько у вас сотрудников (может, у вас бизнес из одного человека), хотите ли вы увеличить оборот до 100 000 евро или до 5 000 000 евро! Главное, знать, как вкладывать деньги в рекламу, чтобы она приносила результат. Поговорим о маркетинговом бюджете.

МЫ ДЕЛИЛИ АПЕЛЬСИН...

Итак, сколько же инвестировать в рекламу? Можно потратить 5000 евро и не получить ни одного клиента, а можно вложить 500 евро и получить шквал звонков. Существует несколько методов определения маркетингового бюджета. Самый простой – процентный. Для его опре-

деления нужно оттолкнуться от планируемого объема продаж и взять от него определенный процент. Некоторые эксперты рекомендуют для новых фирм, стремящихся зайти на рынок, планировать на рекламу от 5 до 8%. Если фирма уже имеет некоторый опыт на рынке, наработанный круг клиентов, то процент на маркетинг должен стремиться к 3–1% от общего объема продаж. Проверьте, как обстоят дела у вас? Больше или меньше? Но не спешите кардинально все менять, к бюджетированию нужно тоже подходить, отталкиваясь от задач бизнеса.

Ставьте большую цель, дробите на мелкие задачи до тех пор, пока не будет понятно, сколько стоит достижение той или иной подзадачи. То есть от красивой и общей цели «увеличения оборота на 30%» в бюджете нужно дойти до уровня планирования каналов рекламы, затрат на печатную продукцию, участие в выставках, затрат на дизайнера, пиар-менеджера, рекламных кампаний и т.д. Теперь сложите все полученные суммы, не забыв заложить 5–10% в резерв, – и все, бюджет готов! Именно такой бюджет принесет вам наибольший эффект, он же может быстро реагировать на изменения рыночной ситуации. Например, если вы увидите, что конкуренты активизировались, то всегда сможете сделать оперативное предложение, перекинув часть запланированных денег с будущего на текущий месяц. Но можно ли заниматься рекламой без бюджета?

МАРКЕТИНГ БЕЗ БЮДЖЕТА

Если клиент не получает от вас никакого маркетингового сообщения в течение 90 дней, то он уже не является вашим клиентом. Вы же помните, в майском номере Exrus.eu мы говорили, что удачно размещенное объявление в газете – это еще не маркетинг. Сюда входит ценообразование, повышение квалификации менеджеров, разработка программ лояльности для постоянных покупателей, поиск новых клиентов и т.д. Если по каким-то причинам у вас случился дефицит средств на маркетинг, допустим на два месяца, вам стоит заняться следующим.

Во-первых, проанализируйте, почему средства на маркетинг и рекламу закончились? Перерасход? Перенаправили деньги на закупку оборудования? Что-то еще?

Во-вторых, как поймете причины, сконцентрируйтесь на маркетинговых мероприятиях, которые не требуют инвестирования. Приведите в порядок базу данных, создайте электронные версии рекламных материалов – например, презентацию вашей фирмы в PowerPoint. Активной используйте бесплатные ресурсы Интернета (Twitter, Facebook), подготовьте клиентам интересные предложения и отправьте по электронной почте. Попробуйте договориться с местным изданием, чтобы открыть тематическую профильную рубрику. Если тема будет интересна, возможно, вас пригласят бесплатно. Представ-

ляете, как повысится доверие клиентов, если они увидят вас как эксперта области!

В-третьих, начните использовать приемы «партизанского» маркетинга, которые обычно почти ничего не стоят. Например, вы можете найти новых партнеров и продвигать друг друга. Что я имею в виду? Если вы владеете парикмахерской, то можете обменяться визитками, листовками (еще из старых запасов) с магазинами косметики, маникюрными салонами и т.д. Такое партнерство всегда экономически выгодно. Кто может стать партнером для вас? А может, вам стоит заняться и активными продажами по телефону, чем переживать по поводу того, что нет денег на рекламу?

В-четвертых, займитесь самообразованием в области маркетинга. Читайте, собирайте идеи, анализируйте конкурентов и свои шаги, удачную рекламу; проведите небольшое исследование среди клиентов, узнайте, что им важно, что они хотят. Весь этот опыт пригодится, когда появятся средства на маркетинг и рекламу.

Очень хотела рассказать вам сегодня еще и о способах измерения эффективности рекламы, но не смогла все уместить. Поэтому следующую статью посвятим именно этому. Ведь вы же хотите, чтобы ваш маркетинг действительно оправдывал каждый вложенный в него евро?!

**Материал опубликован
в №77 журнала EXRUS.EU
(Германия)
<http://exrus.eu/>**



«БЛЕСК» И «НИЩЕТА» МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ

*Комментарий статьи Ольги МОЛЕНДОР
«Сколько стоит маркетинг и реклама?»*

САМБРОС Александр Викторович
Директор Центра САМБРОС КОНСАЛТИНГ

Данная статья вызвала мой живой интерес. Работая в сфере маркетинга с 1995 года, последние 11 лет я тщательно изучаю формы и методы работы зарубежных компаний. Прежде всего, меня интересует то, чему можно поучиться у представителей «западного» и «восточного» бизнеса. Также меня очень интересует то, в чем даже ведущие зарубежные компании допускают ошибки, и какова цена таких ошибок для их бизнеса.

Итак, разбираемся в том, что предлагает зарубежный специалист, публикуя свою статью в уважаемом европейском журнале.

Легкое недоумение возникает сразу же, при чтении заголовка. Оно усиливается, как только глаза «пробегают» первый абзац. Нет, не показалось! Действительно, европейский магистр психологии, маркетолог, автор рекламных текстов, редактор и совладелец креативного агентства, ставит знак равенства между терминами «маркетинг» и «реклама». Ну и дела!

Согласно написанному,

маркетинговый бюджет является всего лишь на всего расходами на рекламу. А куда же подевались остальные составляющие маркетинга? Разбежались «кто – куда»?

Далее следуют действительно очень разумные мысли. Безусловно, принцип «есть прибыль – тратим деньги на рекламу, ... трудности в бизнесе...- рекламу снимаем», ни прагматичным, ни профессиональным, не назовешь! А ведь так поступают сплошь и рядом!

Более того, мне не раз приходилось слышать от руководителей подразделений маркетинга или рекламы такие откровения: «благодаря Вам мы поняли, что наша компания теряет значительные суммы (от сотен тысяч до миллионов). Однако, рекламный бюджет на текущий год уже утвержден руководством (варианты: владельцем компании, его женой, сыном, дочкой, внучкой, ...), и ничего менять мы не будем.».

Как Вам такой подход к «надежному вкладу» и «получение прибыли с каждо-

го вложенного в рекламу евро»? А ведь таким отношением «грешат» не только руководители и специалисты российских компаний! Подобное отношение к рекламе и к эффективному использованию денег владельцев компаний или к государственному финансированию, выделяемых на продвижение товаров на российском рынке, существует и в компаниях ближнего и дальнего зарубежья, считающих себя «лидерами» рынка.

Как показывают наблюдения, проблемы эффективности и целевого использования государственных и корпоративных бюджетов существуют не только в нашей стране.

Если внимательно присмотреться к происходящему, то возникает ощущение, что компании из некоторых стран рекламу в России используют только для прикрытия схемы «распила» государственных субсидий, выделяемых их правительствами на освоение российского рынка. А потом в экономических некоторых стран странная слабость почему-то вне-

запно случается и социальное напряжение в обществе.

Реальность такова, что маленькую дырочку в плотине можно заткнуть даже пальцем, как это сделал маленький мальчик в одной европейской стране. Потом ему немного потерпеть пришлось и дожидаться, когда взрослые придут на помощь. Но все остались живы и здоровы, и город вода не затопила. А вот когда вода плотину уже прорвет, тут ни Чип с Дейлом, ни целая армия спасателей не поможет. Что случилось, то – случилось.

Впрочем, я об этом своевременно говорил и писал. Но, возможно, сохранение «статуса-кво» было очень выгодно персонам, занимающие ключевые посты в своих компаниях и министерских креслах. А вот теперь пусть уже в министерствах и ведомствах соответствующих стран думают, как все «расклебать». Они же поручили проверку и анализ ситуации самим проверяемым. Те доложили: «Ерунда! Усе путем! Полет нормальный!» Ну раз, господа - товарищи, для вас процесс нормальный, то и результат, будьте добры, радостно принять! Вы получили то, что хотели.

А вообще, на мой взгляд, стоит понимать различия процессов полета и падения, а также их последствия. Впрочем, давайте вернемся к статье про стоимость маркетинга и рекламы.

План маркетинга, действительно должен быть конкретным, т.е. содержать конкретные цели и цифры. В этом плане задача «отрывать от основных конку-

рентов» не является конкретной целью. Специалист, который хоть раз в жизни написал бизнес-план, знает, что план маркетинга предполагает конкретные цели в натуральном и стоимостном выражении, а планирование на один год вперед можно называть стратегическим, только по большому недоразумению.

В общем, многие мысли очень полезные, но серьезные нестыковки и неверное использование терминов очень настораживает. Что не абзац, то видим: «реклама» = «маркетинг». Ну хоть для красоты немного изменили бы формулу на «реклама» + «X1» + «X2» = «маркетинг!». Ну хотя бы один «X» привели бы для примера и относительной достоверности!

Что касается процентного метода определения «маркетингового» бюджета (читайте – «бюджета на рекламу»), то как говорят, это «имеет место быть». Однако, такой метод при его бездумном применении чреват серьезными опасностями. Приведу лишь один пример. В попытке «уложиться» в выделенный таким образом рекламный бюджет многие российские и зарубежные компании допускают одну и ту же ошибку. Они начинают приобретать рекламные услуги по цене, которая фактически НИЖЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ОКАЗАНИЯ ТАКИХ УСЛУГ. Как такое возможно? Да очень просто! Услуги трудно и глазом увидеть, и руками пощупать. Исходя из этого услуг в требуемом объеме компании никто просто

не оказывает, про качество и вовсе говорить не приходится. Специалистам – «пофигу!», т. к. лично у них зарплата в этом случае не убавляется, а начальникам – невдомёк. Да они же к тому всегда заняты, эти начальники, и всегда «более важными делами занимаются». Например, организуют и контролируют производство того, что почему-то потом плохо продается. Ну разве стоит «высоким начальникам» на какой-то маркетинг свое драгоценное время тратить!

Читаем про «маркетинг без бюджета». И – вот оно: «...объявление в газете – еще не маркетинг». И идут дальше примеры того, что в принципе можно отнести к подсистеме маркетинга.! Фух! Отлегло от сердца. Ура!!!

Но почему такое позднее признание? Почему больше половины статьи для читателей между рекламой и маркетингом ставили знак равенства, а как только маркетинг «лишили бюджета», в него как блудные сыновья, стали возвращаться некоторые его составляющие?

Этак ведь можно людям внушить ложную мысль: есть бюджет – все тратим на рекламу, нет бюджета – вспоминаем про то, что маркетинг – это целая система взаимосвязанных мероприятий, а также совсем другая философия бизнеса.

Посмотрим, что же предлагают делать, когда «случился дефицит денег на маркетинг». Анализировать? Да, думать всегда очень полезно! А вот база данных долж-

на быть всегда в порядке! Вообще без порядка в своей «аль-каеде» (база данных) делать успешный бизнес невозможно.

В компании нет электронных версий рекламных материалов? Нет презентации? А как выступали на конференциях, семинарах и «круглых столах»? Простите, а за что же все предыдущее время платили деньги своим маркетологам и сторонним рекламным агентствам? Ужас! Ужас! Ужас!

Согласен, порядок наводить нужно. Но почему только сейчас спохватились? Так действительно бывает? Тогда – знакомьтесь: вот они, причины мирового экономического кризиса!

Бесплатная рубрика в местном издании? Да сейчас все, кому не лень, «закидывают» и местные и федеральные СМИ своими пресс-, пост- и прочими релизами, в надежде на бесплатное опубликование рекламно-пропагандистской информации.

Дамы и господа! Вы же сами свои товары бесплатно никому не раздаете. Почему Вы думаете, что «журналоги», что эти «акулы пера» вас бесплатно «креативить» и «PR-арастить» будут?

Право же, уважаемые специалисты, научитесь считать! Да ведь даже, если вдруг захотят «газетчики» вам помочь, то не смогут вам пользы принести! Распространение информации на массовую аудиторию стоит в сотни, тысячи и миллионы раз дороже, чем подготовка соответствующей информации.

Справедливости ради,

однако, отмечу, что этот совет может быть полезным. Но только в виде исключения из правил. Поэтому широкой аудитории про него лучше забыть, чтобы понапрасну себя не перевозбудить сладкими мечтами о бесплатном сыре. Что потом делать-то?

Взаимное продвижение? Ну почему бы и нет! Если есть такие партнеры, то не только можно, но и нужно! Но вот опять тут же, следом: лучше «стоит заняться активными продажами по телефону, чем переживать по поводу того, что нет денег на рекламу».

Неужели в Европе телефонные услуги (включая междугороднюю и международную связь) стали бесплатными? Свершилось! В старушку-Европу вернулся блудный призрак коммунизма, блуждавший по ней еще с позапрошлого века! В СССР его планировали встретить, но он в СССР не пришел. Вместо себя в 1980 году олимпиаду в Москву прислал. А в Европу вернулся!

А если серьезно, то посчитайте, дамы и господа, сколько будет стоить один контакт с потенциальным покупателем по телефону, и сколько человеко-дней займут телефонные контакты с Вашей целевой аудиторией, во что это все обойдется. Потяните ли? И еще сравните полученные цифры со стоимостью контакта и скоростью донесения соответствующей информации до той же аудиторией другими способами, нежели телемаркетинг. Тогда и решение можно принимать.

Впрочем, очень верно, что без непосредственного контакта с покупателями Ваших товаров и услуг не видать никому благополучия с достатком.

Образование и самообразование – безусловно, очень полезный с практической точки зрения совет! «Серьезное образование + практический опыт правильно мотивированной и стимулируемой работы» - это начало очень хорошей, проверенной тысячами лет, формулы!

Но снова впечатление от полезной мысли портят маркетинг и реклама, ставшие в прочитанной нами статье «братьями-близнецами».

А вообще, если начистоту, то давайте будем совсем откровенны. Глубокоуважаемые дамы и господа, живущие в условиях рыночной экономики, а также в условиях ее затянувшегося становления! Если у Вас нет денег на маркетинг, то у вас и бизнеса вот-вот не станет. Зовите скорее пастора, кюре или «батюшку», если только их услуги также не требуют денег.

В заключение хочу поблагодарить фразу Молендор за статью, давшую нам столь много пищи для ума! Было действительно очень полезно почитать и подумать.

Желаем Вам успехов и ждем следующую публикацию, чтобы обсудить очередную тему.

**С уважением,
Александр САМБРОС,
Директор Центра «САМ-
БРОС КОНСАЛТИНГ»**

*Справка обо мне
(из №7 стр. 18)*

МИНЕРАЛЬНЫЕ УДОБРЕНИЯ 2011

Уважаемые коллеги!

Сообщаем Вам о проведении IV Международной конференции «Минеральные удобрения 2011». Мероприятие состоится 12 сентября 2011 г. в отеле «Балчуг Kempinski Москва».

За годы проведения конференции «Минеральные удобрения» традиционно собирает на одной площадке всех участников отрасли: поставщиков газа, производителей азотных и фосфорно-калийных удобрений, трейдинговые и транспортные компании, потребителей минеральных удобрений, специалистов в области оборудования и технологий.

По опыту прошлых лет можно утверждать, что конференция доказала высокую значимость для индустрии и стала уникальным местом встреч, общения, обмена актуальной информацией и принятия решений.

Для всех отечественных производителей минеральных удобрений прошедший 2010 год оказался достаточно успешным. Растущий спрос на внутреннем и внешних рынках, рост цен на основные виды удобрений позволили поставщикам укрепить финансовое положение и задуматься об инвестиционных проектах. Большинство крупных отечественных холдингов заявляют о планах по увеличению производства продукции в 2011 году и итоги первых месяцев года выглядят достаточно оптимистично. Однако ключевые проблемы отрасли, несмотря на нынешнюю благоприятную конъюнктуру, не теряют актуальности.

Прежде всего, большие опасения вызывает состояние внутреннего рынка ми-

неральных удобрений. После прошлогодней засухи и запрета на экспорт зерна финансовое положение сельхозпроизводителей значительно ухудшилось. Как следствие, производители удобрений, в первую очередь, азотных, наращивают экспорт опережающими темпами в сравнении с поставками на внутренний рынок. Благоприятная конъюнктура мирового рынка этому способствует, но как долго она сохранится, неясно. Российский же рынок минеральных удобрений отличается большой технологической инертностью и консерватизмом. Аграрии предпочитают закупать концентрированные азотные удобрения (аммиачную селитру), дающие видимый краткосрочный результат, но не ведущие к долгосрочному повышению плодородия почвы и устойчивости растений к неблагоприятным погодным условиям. Для исправления ситуации у аграриев должна быть уверенность в завтрашнем дне и возможность планировать деятельность на годы вперед, а этого пока нет.

На конференции планируется обсудить следующие ключевые вопросы отрасли:

- Состояние и перспективы развития российского и мирового рынков минеральных удобрений;
- Как повлияет неизбежный рост стоимости газа на конкурентоспособность отечественных производителей на мировой арене?

- Монополия на калийные удобрения. Кто выиграет и кто проиграет?

- Слияния и поглощения. Какова будет архитектура рынка?

- Рост конкуренции на крупнейших мировых рынках минеральных удобрений с учетом анонсированных запусков новых мощностей в 2012 г.

- Консолидация трейдеров – благо или зло для потребителей на внутреннем рынке?

- Государственная политика развития сельского хозяйства. Есть ли ощутимые результаты?

- Низкая энергоэффективность существующих производств. Пути решения проблемы и опыт ведущих игроков рынка

- Производители удобрений в странах СНГ – наши союзники или конкуренты?

Приглашаем Вас присоединиться к участникам конференции «Минеральные Удобрения 2011». Мероприятие позволит Вам обсудить тенденции рынка, обменяться важной информацией, выработать стратегию развития на ближайшую перспективу, а также построить новые взаимовыгодные отношения.

Для регистрации необходимо заполнить заявку на участие и прислать в Оргкомитет по факсу +7 (495) 797-49-07 или на e-mail: org@creon-online.ru.

Казахстанская международная выставка
по животноводству и мясо-молочной промышленности

КАЗФЕРМА-2011



ВЫСТАВКА
Сельского Хозяйства и
Пищевой Промышленности

КАЗАГРО-2011

26-28 октября 2011

Казахстан, Астана
Выставочный центр "Корме"



ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА:



МИНИСТЕРСТВО
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН



АКИМАТ Г. АСТАНА



АО «KAZAGRO»



СОЮЗ
МАШИНОСТРОИТЕЛЕЙ
ГЕРМАНИИ



НИЕМЦКОЕ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЕ
ОБЩЕСТВО



**ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР
ВЫСТАВКИ:**

РОСТСЕЛЬМАШ

СПОНСОРЫ ВЫСТАВКИ:

Eurasia Group



СПОНСОР РЕГИСТРАЦИИ:



**ИНФОРМАЦИОННАЯ
ПОДДЕРЖКА:**



ОРГАНИЗАТОРЫ:

Expo Group

ТОО «МВК «ExpoGroup»
Республика Казахстан,
050009, г. Алматы, ул. Шевченко/
ул.ул. Радаостина, 1656/72г, офис 217
Тел./факс: +7 727 323 63 67
E-mail: info@expogroup.kz
www.expogroup.kz

IFWexpo
Heidelberg GmbH

ИФВэкспо Гейтцльберг ГмбХ
Германия, 69117 Heidelberg,
Landfriedstr. 1a
Тел./факс: +49 6221 13 57 0
Факс: +49 6221 13 57 23
E-mail: info@ifw-expo.com
www.ifw-expo.com

ПОЛЬША ВПЕРВЫЕ ОРГАНИЗУЕТ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТЕНД НА ПИЩЕВОЙ ВЫСТАВКЕ В КАЗАХСТАНЕ

На крупнейшей пищевой выставке в Казахстане и странах Центральной Азии – WorldFood Kazakhstan 2011, которая состоится в Алматы с 1 по 4 ноября в павильонах КЦДС «Атакент», впервые с национальным стендом участвует Польша. На выставку приедут два десятка польских компаний, желающих поставлять свою продукцию в республику. Среди экспонентов известные фирмы занимающиеся оборудованием по упаковке в пищевой промышленности, кондитерскими и хлебобулочными изделиями, бакалеей, ингредиентами, производители плавленого сыра, поставщики фруктов, мясных и молочных продуктов, а также замороженных продуктов.

Польша остается одним из ведущих экономических партнеров Казахстана среди стран Центральной и Восточной Европы. В республике на сегодня работает более 750 польских фирм. Товарооборот между Польшей и Казахстаном ежегодно набирает обороты: за последний год данный показатель вырос на 30% и впервые превысил 1,7 млрд. долларов США.

Организаторы экспозобытия, выставочная компания Itesa, уверены, что участие Польши с национальным стендом даст новый импульс развитию торгово-экономических взаимоотношений между нашими странами в пищевой промышленности. Эффективность выставочных контактов увеличивается еще из-

за того, что на стенде посетитель может познакомиться с товаром воочию. По данным Центра исследований выставочной индустрии (CEIR), выставки являются первоочередным источником информации при заключении контракта для 90% топ-менеджеров компаний. Они предоставляют возможность сравнительно быстро изучить рынок.

Напомним, что кроме Польши с национальными стендами на WorldFood Kazakhstan 2011 будут представлены такие державы, с многовековыми традициями земледелия, как: Франция, Италия, Германия, Объединенные Арабские Эмираты. Экспозиция 2011 года объединит порядка 400 компаний из 26 стран мира. Подробнее на www.worldfood.kz.

ЕЩЁ БОЛЬШЕ ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ

Темпы роста рынка ингредиентов превышают средние темпы по пищевой промышленности. Такова общемировая тенденция, которая очевидна и для Казахстана. Согласно статистике крупнейшей в республике и странах Центральной Азии выставки WorldFood Kazakhstan, в 2011 году значительно увеличилось число компаний-экспонентов, представляющих пищевые ингредиенты. Среди них, такие компании как: Берта (Россия), Кинетика (Швейцария), Виста (Казахстан-Кыргызстан), Прогаст (Казахстан), Schaller (Австрия), Esarom (Австрия), Элгита Азия (Казахстан), Shandong Yuxin Soybean Protein (Ки-

тай), Казтехнолджи Пак (Казахстан), Matimex (Австрия), Косспецторг (Казахстан), Нур-Ансар (Казахстан), Ning Bo Zhong Hua, (Китай), Shanghai Triowin Lab Technology (Китай) и другие.

Развитие же рынка пищевых ингредиентов связано с разнообразием их технологических функций. Применение пищевых микроингредиентов позволяет расширить ассортимент пищевых продуктов и создать новое поколение «еды» - функциональных продуктов питания; увеличить сроки хранения пищевых продуктов и предохранить их от микробиологической (консерванты) и окислительной (антио-

кислители) порчи; сократить потери продукции.

Примечательно, что в разделе «Пищевая промышленность» на выставке WorldFood Kazakhstan также отмечается положительный рост количества участников. С национальными стендами в выставке участвуют такие страны, как: Германия, Италия, Объединенные Арабские Эмираты, Польша, Франция. К тому же, в WorldFood Kazakhstan 2011 примут участие SUSTA – Американская ассоциация предприятий. Напомним, что событие будет открыто для посещения с 1 по 4 ноября на территории КЦДС «Атакент» в Алматы. Подробнее на www.worldfood.kz.

Праздник!
СЫРА.
VI Международный фестиваль

9-10
сентября

г. Барнаул
Дворец зрелищ и спорта

Главное
сырное
событие
России!

Организаторы:
Министерство сельского хозяйства РФ
Администрация Алтайского края



www.altfair.ru
тел.: (3852) 65-88-44

выставка АГРОПРОДМАШ- УРАЛ 2011

25-27
октября
г. Челябинск

Официальная поддержка:

Министерство сельского хозяйства Челябинской области
Министерство экономического развития Челябинской области
Челябинская государственная агроинженерная академия

Организатор:

1 Первое
Выставочное
Объединение

При поддержке:



Основные тематические разделы:

Сельскохозяйственная техника и оборудование:

- Тракторы
- Почвообрабатывающие и посевные машины
- Техника для внесения удобрений и защиты растений
- Техника для уборки зерновых
- Кормозаготовительная и кормопроизводительная техника
- Машины для мелиоративных работ
- Погрузочные средства, техника для транспортировки

Оборудование для пищевой и перерабатывающей промышленности:

- Технологическое оборудование для производства продуктов питания и напитков
- Упаковочное оборудование и материалы
- Промышленная санитария, уборочное оборудование, моющие средства

Генеральный информационный партнер:

**НИВЫ
Зауралья**

Информационные партнеры:

КТО ЕСТЬ КТО ? НА РЫНКЕ
СПЕЦТЕХНИКИ

АГРОМИР
Черноземья

ТЕМА



ВЦ «Мегаполис», Свердловский пр., 51А
Тел.: (351) 231-37-41, www.pvo74.ru

IV МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЗЕРНОВАЯ СИБИРЬ»

20-21 октября 2011 г. Информационно-аналитический портал IDK.ru проводит четвертую международную конференцию «Зерновая Сибирь» в г. Новосибирске.

Международная конференция «Зерновая Сибирь» проводится в четвертый раз, с каждым годом увеличивая географию ее участников, что способствует выработке совместных действий на рынке зерна. Целевая аудитория: представители федеральных и региональных органов власти, сельскохозяйственные, зерноперерабатывающие предприятия, крупнейшие трейдеры, аграрные холдинги, дальневосточные порты, зарубежные компании.

Сибирь является важнейшим регионом, производящим значительную часть зерна России. Во многом, именно от состояния урожая в Сибири зависит продовольственная безопасность страны, ее политика в области АПК. Сибирский регион постепенно меняет вектор своего влияния на рынке зерновых, увеличение производства зерна заставляет производителей искать новые возможности по реализации своей продукции. Организация Дальневосточного зернового коридора становится одним из приоритетов стратегического развития рынка в этом году.

Задача конференции – обменяться мнениями о путях развития зернового рынка Сибирского Федерального округа непосредственно после уборочной кампании, обсудить способы дальнейшего развития эффективности аграрного сектора, что будет способствовать продвижению сибирской агропромышленной продукции на мировые рынки.

В ХОДЕ КОНФЕРЕНЦИИ БУДУТ ОБСУЖДАТЬСЯ ТЕМЫ:

- ♣ Инвестиционная привлекательность аграрного сектора региона Сибирь;
- ♣ Перспективы развития отрасли глубокой переработки зерна в Сибирском регионе;
- ♣ Земли сельскохозяйственного назначения: проблемы и перспективы;
- ♣ Состояние и перспективы развития семенного фонда Сибири;
- ♣ Генетически модифицированный организм (ГМО): пища будущего или риск для здоровья?;
- ♣ Фундаментальный анализ рынка Сибири и прогнозы его развития;
- ♣ Биржевой и внебиржевой рынки зерна Сибирского региона;
- ♣ Альтернативные источники энергии в сельском хозяйстве;
- ♣ Управление и совершенствование логистической инфраструктуры зернового рынка Сибири.

В настоящее время необходимо не только четко понимать проблемы и перспективы зерновой отрасли, но и выработать новые программы для решения задач, тем самым определять оптимальный вариант развития, который будет отвечать как интересам сельхозтоваропроизводителей, так и интересам России.

Неформальное общение позволит участникам конференции значительно расширить круг партнерских отношений, обменяться мнениями об основных тенденциях развития рынка.

Для получения дополнительной информации свяжитесь с нами:

Директор Event-проектов - Темляк Вера

Телефон: раб. 8(495) 641 03 84, доб. 243;

моб. 8-965-335-23-76

E-mail: temlyak@idk.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ АГРАРНЫЙ ФОРУМ «ОРЕНБУРЖЬЕ»

29-30 сентября 2011 г. Информационно-аналитический портал IDK.ru проводит Международный аграрный форум «Оренбургье» в г. Оренбург.

Оренбургье – край больших потенциальных возможностей, один из перспективно развивающихся регионов Российской Федерации. Область имеет выгодное географическое положение, она расположена на границе Европы и Азии, где проходят важнейшие торговые пути.

Значительными ресурсами располагает агропромышленный комплекс области, где сосредоточено 5,5 процентов всех сельхозугодий страны, из них только пашни - 6 миллионов гектаров. Оренбургье по пра-

ву является одной из главных житниц России, где ежегодно выращивается более 3 миллионов тонн зерновых культур элитных сортов. Зерновое производство является основой экономики агропромышленного комплекса области. Рост сборов зерна обеспечивается за счет развития элитного семеноводства, комплекса мер по технической и технологической модернизации растениеводства, повышения плодородия почв, расширения посевов озимых культур, а также кукурузы по зерновой технологии.

Задача форума – обменяться мнениями о вариантах развития зернового рынка Приволжского региона непосредственно после уборочной кампании, обсудить способы дальнейшего развития эффективности аграрного сектора, рассмотреть лучшие примеры эффективной торговли, поделиться опытом внедрения инновационных технологий, задать все интересующие вопросы. Все это будет способствовать продвижению агропромышленной продукции региона на мировые рынки.

В ХОДЕ ФОРУМА БУДУТ ОБСУЖДАТЬСЯ ТЕМЫ:

- ♦ Зерновой рынок Оренбургья и его роль в обеспечении продовольственной безопасности
- ♦ Новые движущие факторы зернового рынка в сезоне 2011/12 гг.
- ♦ Совершенствование экспортной политики на рынке зерна
- ♦ Структура производства и потребления зерна
- ♦ Баланс зерновых на рынке и в мире
- ♦ Лучшие примеры эффективной торговли. Новые возможности на аграрном рынке
- ♦ Товарное финансирова-

- ние. Управление рисками
- ♦ Перспективы развития отрасли глубокой переработки зерна
- ♦ Особенности оборота земель сельскохозяйственного назначения
- ♦ Введение необрабатываемых земель в сельскохозяйственный оборот
- ♦ Пути повышения уровня технической и технологической оснащенности сельскохозяйственных товаропроизводителей
- ♦ Стратегия развития селекции и семеноводства сельскохозяйственных культур

- ♦ Дифференцированный подход к возделыванию сельскохозяйственных культур – технология «Точного земледелия»
- ♦ Развитие сельскохозяйственной отрасли под влиянием изменяющегося климата
- ♦ Развитие инновационной деятельности в сельском хозяйстве
- ♦ Проведение сортообновления, ставка на элитные семенные посевы сельскохозяйственных культур
- ♦ «Нулевая технология» – возможность увеличить плодородие почв

В настоящее время необходимо не только четко понимать проблемы и перспективы зерновой отрасли, но и выработать новые программы для решения задач, тем самым определять оптимальный вариант развития, который будет отвечать как интересам сельхозтоваропроизводителей, так и интересам России.

Неформальное общение позволит участникам форума значительно расширить круг партнерских отношений, обменяться мнениями об основных тенденциях развития рынка.

**Для получения дополнительной информации свяжитесь с нами:
Директор Event-проектов - Темляк Вера
Телефон: раб. 8(495) 641 03 84, доб. 243; моб. 8-965-335-23-76
E-mail: temlyak@idk.ru**

КУЗБАССКАЯ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ НЕДЕЛЯ

X СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ВЫСТАВКИ-ЯРМАРКИ



АГРО-СИБИРЬ



СЕЛЬМАШ-ЭКСПО

18-21 октября 2011



**АПК Кузбасса – это 394 сельхозпредприятия,
1399 фермерских хозяйств,
2 млн. 404 тыс. га сельхозугодий.
В 2010 году в Кузбассе собрано
1 млн. 370 тыс. тонн зерна. По продуктивности полей
Кемеровская область является лидером в СФО.**

КЕМЕРОВО



650000, Россия, г. Кемерово, пр. Советский, 63
Тел./факс (3842) 58-11-51, 58-75-01, 36-68-83
E-mail: agro@exposib.ru, <http://www.exposib.ru>





ВОРОНЕЖСКИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ

28-я межрегиональная
специализированная
выставка

ПИЩЕВАЯ ИНДУСТРИЯ

Оргкомитет:

т./ф.: (473) 251-20-12

т./ф.: (473) 277-48-36

e-mail: apk@veta.ru

www.veta.ru

8-я международная
специализированная
выставка

УРОЖАЙ

26-28
октября
2011

ВОРОНЕЖ

Организаторы:



При поддержке:

- Министерства сельского хозяйства РФ
- Торгово-промышленной палаты РФ
- Правительства Воронежской области
- Департамента аграрной политики Воронежской области
- Управления ветеринарии Воронежской области
- Ассоциация экономического взаимодействия субъектов РФ Центрального Федерального округа "Центрально-Черноземная"

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА:



МИНИСТЕРСТВО
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН



АКМАТ АСТАНЫ

Проходит под патронажем
СОВЕТА РУКОВОДИТЕЛЕЙ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАЛАТ
ГОСУДАРСТВ-УЧАСТНИКОВ СНГ

ОРГАНИЗАТОР:



МВК "Атакент-Экспо"
Республика Казахстан
050057 Алматы, ул. Тимирязева, 42
Тел./факс: (727) 2582535, 2751357, 2751481
e-mail: office@atakentexpo.kz
atakent-expo@mail.ru
dinara_expo@mail.ru
www.atakentexpo.kz

Финанс МВК "Атакент-Экспо"
Республика Казахстан
010000 Астана, пр. Кабанбай батыра, 7/3, оф. 043
Тел./факс: (7172) 507329, 507330
e-mail: atakent@mail.ru
svetlana-atakent@mail.ru



13-я МЕЖДУНАРОДНАЯ КАЗАХСТАНСКАЯ ВЫСТАВКА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

АГРОПРОДЭКСПО

2-4 ноября 2011

Казахстан, Астана,
Спорткомплекс "Алатау"

13-16
октября

ХАБАРОВСК

15
лет

XV специализированная выставка

ДАЛЬАГРОПИЩЕПРОМ

2011 Пищевая промышленность
СельхозЭкспо
Технологии. Оборудование. Упаковка

Легкоатлетический манеж
стадиона им. В. И. Ленина

Тел./факс: (4212) 56-47-36
56-09-92
56-68-82

E-mail: food@khabexpo.ru,
vitrina@khabexpo.ru

www.khabexpo.ru

ХАБАРОВСКАЯ



МЕЖДУНАРОДНАЯ

ЯРМАРКА



КОНФЕРЕНЦИЯ ЗЕРНО РОССИИ И СНГ В РОСТОВЕ-НА-ДОНУ СОБРАЛА БОЛЕЕ 120 УЧАСТНИКОВ ИЗ 10 СТРАН.

9 августа 2011 года в Ростове-на-Дону начала работу международная конференция «Зерно России и СНГ: внутренний рынок и экспортные возможности. Прогноз цен на урожай 2011». Собралось более 120 участников из 10 стран: Иран, Турция, Россия, Украина, Казахстан, Словения, Великобритания, Тунис, Албания, Египет. Главное событие, к которому приурочено событие - отмена запрета на экспорт зерна из России.

Открыли конференцию Черкезов Владимир Аванесович, Заместитель Губернатора Ростовской области и Министр сельского хозяйства продовольствия Ростовской области, а со стороны организаторов: Ковшевский Виктор Викторович, Генеральный директор, РУСМЕТ и Рылько Дмитрий Николаевич, генеральный директор Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР). Главная проблема, стоящая перед Россией, - это возвращение на экспортные рынки, которые за прошедший год были заняты преимущественно поставщиками зерна из США. Иностранцы партнеры не все готовы возобновить партнерские отношения с Россией, чувствуется обидка за введенное эмбарго. Одновременно, приехавшие турецкие компании ждут новых контрактов и готовы к диалогу. Только высказывают опасения: «Мы готовы принять зерно, только готовы ли вы отдать? Мы за прошедший год сделали многомиллионные инвестиции в зерновые терминалы, а вы?». Зарубежные партнеры высказывают свои опасения насчет того, что портовая инфраструктура России

не отвечает требованиям рынка, требуются большие инвестиции. Сейчас большое количество судов стоят в очереди, ожидая погрузки, а ведь такие очереди приводят к росту цен на фрахт, что в свою очередь, приводит к росту цен и к снижению конкурентоспособности России по сравнению с другими странами. Например, с отменой запрета на экспорт зерна цены на фрахт из России в Турцию взлетели в два раза и превышают сегодня 40 долларов. Практически столько же стоит фрахт в Турцию из США, только везут оттуда судами по 50-70 тыс. тонн, а наши: в основном по 3-5 тыс. тонн, кроме порта в Новороссийске.

Еще одна из главных проблем - это вечный ценовой спор между сельхозпроизводителями и потребителями. Одни говорят, что дешево, другие - дорого. Последние новости с фондовых рынков не предвещают ничего хорошего в плане роста цен. А предварительные данные по урожаю 2011 года только усугубляют мрачные прогнозы аналитиков о том, что предстоящий год будет годом покупателя, а не продавца. Российским произ-

водителям нужно проявить терпение и иметь финансовые силы для того, чтобы вернуться к экспортным поставкам. Другого пути у них тоже нет, иначе, на внутреннем рынке будет избыток до 15-20 млн.т.

Отдельная тема - неготовность железнодорожных операторов обеспечить потребности экспорта, поэтому участники конференции одобрительно отнеслись к диалогу с РЖД и к операторам вагонов, который пройдет 23 августа в Москве.

Цена, качество, территориальная близость - это главные причины, называемые зарубежными покупателями в качестве приоритетов для возобновления контактов с Россией. Производители из России тоже готовы приложить все усилия, чтобы вернуться к прежним объемам. Только, как показывает практика, есть вопросы, такие как транспортная инфраструктура, которые находятся в компетенции государства и могут быть решены в течение ближайших лет только при наличии политической воли.

**Пресс-служба
ГК РУСМЕТ
+7 (495) 980-06-08**

**15-я ЮБИЛЕЙНАЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ**

ВЫСТАВКА РОСТОВ 2011 ГОСТЕПРИИМНЫЕ



- продукты питания
- напитки
- сельхозтехника, узлы, запчасти, комплектующие
- оборудование для переработки и хранения с/х продукции
- удобрения, средства защиты растений

Лучшее качество-2011

Конкурс на медаль для производителей

14-16 сентября

Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина, 30

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА - Администрация Ростовской области



ФВЦ "Бизнес-АРТ"
(863)263-41-46

www.bisart.ru info@bisart.ru



«ДЕНЬ ВОРОНЕЖСКОГО ПОЛЯ – 2011»

Завершила свою работу 5-я межрегиональная выставка - демонстрация «День Воронежского поля -2011», проходившая на полях ЗАО «Хреновской конный завод», Бобровского района. Данное мероприятие прошло при поддержке правительства Воронежской области, Воронежского регионального филиала «РОССЕЛЬХОЗБАНК» и компании «АльфаСтрахование».

В выставке приняли участие более 100 компаний: производители и поставщики семян сельскохозяйственных культур, средств защиты растений, минеральных удобрений, оборудования для животноводства и техники для агропромышленного комплекса. В павильоне «НАУКА» были представлены новейшие технологии и разработки в области сельского хозяйства.

«День Воронежского Поля 2011» посетили более 1500 человек, среди которых главы районов Воронежской области, специалисты департамента аграрной политики Воронежской области, руководители и специалисты районных управлений сельского хозяйства, руководители и специалисты агропромышленного комплекса Воронежской и областей Центрально-Чернозёмного региона.

В торжественном открытии принял участие Спиваков Анатолий Александрович (заместитель председателя правительства Воронежской области - руководитель департамента аграрной политики Воронежской области). Участники выставки почтили память погибших на теплоходе «Булгария» в республике Татарстан минутой молчания.

Спиваков Анатолий Александрович отметил значимость выставки в достижении поставленных целей перед аграрным сектором экономики области. Он выразил уверенность в том, что поставленные задачи, по

производству сельхозпродукции будут выполнены, и Воронежские аграрии внесут свой вклад в обеспечение продовольственной безопасности России.

В ходе проведения выставки состоялась презентация образцов новейшей техники, и оборудования из Краснодарского края, Ростовской, Липецкой, Московской, Самарской областей, республики Татарстан, Франции, Германии, Украины, Белоруссии и нашей области: «Воронежкомплект», «Крона-95», «ЭкоНива-Черноземье», «Ньютехагро», «Агротех-Гарант», «Агро-36», «Автошина» и многие другие. Была продемонстрирована работа 85 сельскохозяйственных агрегатов, применяемых при выполнении технологических операций по возделыванию, защите и уборке сельскохозяйственных культур. Глубокорыхлители, плуги, дисковые бороны, культиваторы, сеялки, посевные комплексы, разбрасыватели органических и минеральных удобрений, опрыскиватели; полный комплекс кормозаготовительной техники: косилки, грабли-ворошилки и валкообразователи, пресс-подборщики, самоходные и прицепные кормоуборочные комбайны; зерноуборочные комбайны и зерноочистительные машины; тракторы и универсальные энергетические средства. Всего на выставке было представлено более 200 единиц техники и оборудования для агропромышленного комплекса.

Во время проведения выставки работала Конкурсная комиссия, решением которой Золотой медалью в различных номинациях: были награждены следующие компании:

ООО «ЛБР Агромаркет»
 ООО ПФК «ВСЗ-Холдинг»
 ООО «Агро-Лидер»
 ООО «Краснянское СП «Агромаш»
 ООО «Немецкая техника»
 ООО «Агро-36»
 ООО «Эконива Черноземья»
 ООО «Торговый дом завода «Красное знамя»
 ООО «Воронежкомплект»
 ООО «Агроселект»
 Воронежский НИИ СХ им. В.В.Дочуцаева
 ООО «Агровек»
 ООО ПТП «Агропромснаб»
 ООО «Ньютехагро»
 ООО «Агротехчасть»
 ООО «Белагро-Черноземье»
 ООО «НЛТ-Лизинг»
 ООО «Бобровагроснаб»
 ОАО «Минудобрения»
 ОАО «АльфаСтрахование»
 Воронежский региональный филиал «Россельхозбанк»
 Администрация Бобровского района
 ЗАО «Хреновской конный завод»

Организаторы выставки «День Воронежского Поля 2011» выражают благодарность всем участникам, которые приняли участие в её проведении.

Полный перечень сельскохозяйственной техники и оборудования, а также фототчёт размещён на сайте: www.vfcenter.ru



Международная конференция ♦ International conference

14 сентября, Москва, Экспоцентр ♦ September 14th, Moscow, Expocentre

ПЛОДОВООВОЩНОЙ БИЗНЕС РОССИИ 2011

FRUIT AND VEGETABLE BUSINESS OF RUSSIA



Организаторы
конференции



Организатор
выставки

ITE Moscow

Генеральный
медиа-партнер

ОБОЩЕВОДСТВО

Тематические разделы конференции:

- Прогноз цен на овощи и фрукты в Российской Федерации на октябрь 2011 г. - июнь 2012 г. и предварительные перспективы производства основных культур в следующем сезоне
- Тенденции и перспективы импорта плодоовощной продукции
- Тенденции и перспективы развития плодоовощного бизнеса России в контексте глобальных изменений в мировом плодоовощном бизнесе
- Практические аспекты сотрудничества с российскими сетями супер-маркетов и оптовиками
- Современные высокотехнологичные подходы к хранению и доработке плодоовощной продукции

По вопросам участия в конференции обращайтесь в отдел маркетинга проекта «АПК-Информ: овощи и фрукты» к Александру Хореву :

тел./факс: +7 495 7894419 (Москва, Россия)

тел./факс: +380 562 320795 (Днепропетровск, Украина)

тел./моб.: +380 67 6343980

E-mail: strategy@apk-inform.com



ЗЕРНОВАЯ РОССИЯ

Национальный союз зернопроизводителей и ИА «АПК-Информ» при поддержке Министерства сельского хозяйства России проводят Международную конференцию «Зерновая Россия-2011» (26-28 сентября, 2011, г. Ростов-на-Дону). Конференция «Зерновая Россия» уже имеет определенную историю и завоевала свое место среди информационных мероприятий, посвященных проблемам зернового рынка.

Ключевыми категориями участников конференции определены крупные и средние сельхозпроизводители, а также торгово-закупочные и снабженческо-сбытовые компании.

К участию в конференции приглашены руководители федеральных и региональных органов государственной власти, ведущие отечественные и международные аграрные эксперты, представители научных организаций, ключевые потребители зерна из ряда зарубежных стран.

Основными темами конференции станут:

- конъюнктура мирового рынка зерновых и влияние ее на российский рынок;
- потенциал экспорта и тенденции внутреннего рынка зерновых;
- государственное регулирование рынка зерна (торговля, производство и т.д.);

• эффективное агропроизводство: повышение рентабельности производства зерновых.

Кроме того, в рамках конференции будет представлено масштабное мультиклиентское исследование «Портрет сельхозпроизводителя России: Юг».

По вопросам участия, спонсорской поддержки обращайтесь к организаторам конференции: ИА «АПК-Информ» тел. +7 495 789-44-19; +380 562 32-07-95, 321-595 (доб. 113, 111)

Национальный союз зернопроизводителей: тел./ф (495) 745-85-74

ВЫСТАВКА ДОСТИЖЕНИЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

С 26 по 29 октября 2011 года в Нижнем Новгороде на базе выставочного комплекса «Нижегородская ярмарка» пройдет 18-я Всероссийская выставка «Сельхозпродмаш».

Выставка по сложившейся традиции станет местом, где будут подведены итоги работы в сфере сельского хозяйства за прошедший год.

Успешно действующий на протяжении многих лет проект «Сельхозпродмаш» демонстрирует весь комплекс самой современной и передовой техники, применяемой в сельскохозяйственном производстве, в частности, машины для обработки почвы, уборки зерновых, оборудование и технологии для производства и уборки сельскохозяйственных культур, транспортировки и хранения продукции, оборудование для ремонта и технического обслуживания сельскохозяй-

ственной техники, промышленной переработки мяса и молока, овощей и фруктов. Отдельным блоком выставки станут тематические стенды, посвященные химии в сельском хозяйстве, на которых будут представлены минеральные удобрения, химические средства защиты растений от болезней, минеральные подкормки для сельскохозяйственных животных.

Из года в год участниками выставки становятся как крупные сельскохозяйственные объединения, так и мини-предприятия: молокозаводы, мясоперерабатывающие цеха, хлебопекарни. Стоит отметить, что для многих компаний и органи-

заций выставка «Сельхозпродмаш» стала постоянной площадкой для демонстрации своей продукции и услуг. Регулярное участие сельхозпроизводителей и фирм-дилеров способствует лучшему узнаванию их брендов, товаров и предложений у многочисленных посетителей Нижегородской ярмарки.

Большое внимание на выставке уделяется теоретической части, в ходе которой проходят дискуссионные и презентационные мероприятия, посвященные актуальным вопросам в сфере сельского хозяйства.

Более подробная информация: www.yarmarka.ru

25-28 октября 2011 г., Барнаул



АЛТАЙСКАЯ НИВА

**КРУПНЕЙШАЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА СИБИРИ**

Специальные экспозиции:

- «Салон алтайского меда»
- «Здоровые продукты Алтая»

Межрегиональная торговая конференция

Получите электронный пригласительный билет на www.altniva.ru

ОРГАНИЗАТОРЫ:



IFWexpo
Helmberg GmbH

тел.: (3852) 65-88-44

Агробизнес

в ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В АГРОБИЗНЕСЕ – ЗАЛОГ УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ!

Согласно действующему законодательству РФ, коммерческие обозначения «АГРОБИЗНЕС» (с 1996 года) и «АГРОБИЗНЕС и пищевая промышленность» (с 2000 года) принадлежат ООО «Издательский дом специализированная пресса» (далее – ООО «И.Д. Спецпресса»); они также являются зарегистрированными товарными знаками ООО «И.Д. Спецпресса»: «АГРОБИЗНЕС»® (свидетельство №260351) и «АГРОБИЗНЕС и пищевая промышленность»® (свидетельство №268868).

Согласно Гражданскому Кодексу РФ (часть 4), использование названий, тождественных или сходных до степени смешения с зарегистрированными товарными знаками без разрешения правообладателя (письменного разрешения ООО «И.Д. Спецпресса»), является незаконным и преследуется по закону (вплоть до привлечения к уголовной ответственности).

Лицом которое имеет право решать вопросы, касающиеся передачи прав на использование коммерческих обозначений и товарных знаков «АГРОБИЗНЕС»® и «АГРОБИЗНЕС и пищевая промышленность»® является директор ООО «И.Д. Спецпресса» Востриков Дмитрий Владимирович, тел. (495) 740 34 22, +7 910 4444 851, e-mail: director@agropress.ru, s-p@mail.ru, agrobusiness@yandex.ru

«АГРОБИЗНЕС ЮГА РОССИИИ», №Р1960, зарегистрирован 2.10.1996 г.

«АГРОБИЗНЕС и ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ», регистрационный номер ПИ №77-3316 от 28.04.2000, перерегистрирована в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций 31.05.2002 г., регистрационный номер ПИ № 77-12804

ГОСТ 7.60-90

РЕКЛАМНЫЙ БЮЛЕТЕНЬ

С 1996 года распространяется бесплатно на предприятия российской-го в АПК, а также в компании, поставляющие АПК свои товары и услуги

УЧРЕДИТЕЛЬ:

ООО «Издательский Дом
«Специализированная пресса»
тел./факс +7 495 740-34-22, s-p@mail.ru
Россия, 111402, Москва, а/я 14, Востриков Д.В.

ИЗДАТЕЛЬ И РЕДАКЦИЯ:

г. Ростов-на-Дону,
пер. Соборный, 94, офис 308.
тел./факс + 7 863 220 30 20, 220 31 48
344018, г. Ростов-на-Дону, а/я 7543

Главный редактор: Бережная И.Н.,
e-mail: reklama@agropress.ru

Дизайн и верстка: Волкова Л.Н.

Бухгалтерское сопровождение –
Аудиторская компания ООО «Спектр Аудит»
тел.: +7 863 239 94 20

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ НА УКРАИНЕ

- «АПК-ИНФОРМ»
тел./факс +38 056 232 07 95

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ –

Рекламное агентство «Медиа Альянс»
г. Краснодар, ул. Рашилевская, 58 (угол ул. Карасунской)
тел. в (988) 240-86-66, 8 (988) 244-73-73

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ В ЦЧР -

ООО «ЦЕНТРПРОГРАММИСТЕМ»,
308019, г. Белгород, ул. Восточная, 71, 5 этаж
тел. +7 (4722) 240-425, 240-427

Передача рекламных и информационных материалов бюллетеня возможна только по согласованию с редакцией.

Ответственность за содержание рекламы и объявлений несет рекламодатель.

Мнение редакции может не совпадать с мнением автора статьи. Ответственность за достоверность материала несет автор. Статьи не возвращаются и не рецензируются.
Номер подписан в печать 19.08.2011

№ 8 (123) август 2011 года
183-ый номер с начала издания СМИ
с коммерческим обозначением АГРОБИЗНЕС®
Тираж - 15 000 экз.
Заказ № 000623
Отпечатано в ООО «ВЕКТОР-ЮГ»

КОНСУЛЬТАЦИИ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ

продвижение товаров,
работ и услуг;

стратегическое управление и
снижение расходов;

маркетинг
и информационные услуги;

организация
отраслевых мероприятий
и деловых коммуникаций;

распространение
массовой информации;

издательская деятельность;

корпоративное обучение
и повышение квалификации
персонала;

бизнес и недвижимость
за рубежом

САМБРОС КОНСАЛТИНГ®
SAMBROS CONSULTING®

Тел./факс.
+7 (863) 220 31 48
Тел. + 7 (863) 220 31 47
Skype
alexander_vs_abc
ICQ 210 973 830
E-mail

sambros@aanet.ru
www.sambros.ru

Офис в Ростове-на-Дону:
пер. Соборный, 94 е, оф. 308
Почта: Россия, 344018,
Ростов-на-Дону, а/я 7543



БЕЛГОРОДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА

»» БЕЛЭКСПОЦЕНТР



7 - 9 сентября 2011 г.



Межрегиональная
специализированная выставка

БелгородАгро

Т./ф. (4722) 58-29-52, 58-29-44, 58-29-45, 58-29-63, 58-29-41
www.belexpocentr.ru; E-mail: belexpo_auto@mail.ru
г. Белгород, ул. Победы, 147-а

РОССИЙСКАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

ЗОЛОТАЯ ОСЕНЬ



6-16 ОКТЯБРЯ 2011
МОСКВА, ВВЦ



Министерство сельского хозяйства
Российской Федерации



Правительство
Москвы



Российская федерация
сельскохозяйственных рынков



ВСЕРОССИЙСКИЙ
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ЦЕНТР

ОАО «ОАО «Всероссийский
выставочный центр»

Дирекция выставки:
ЗАО «Международный выставочный комплекс ВВЦ»
Тел./факс: +7 (495) 748-37-70, e-mail: info@mvcvvc.com

www.goldenautumn.ru