

«МЫ СМОЖЕМ КОНКУРИРОВАТЬ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ»

ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ КОМПАНИИ «АТРИА РОССИЯ», ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ПИТ-ПРОДУКТ» И ООО «МПЗ „КАМПОМОС“» ЯРМО ЛИНДХОЛЬМ РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG ЮЛИИ ЧАЮН О ТРЕНДАХ НА МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕМ РЫНКЕ И О ТОМ, ПОЧЕМУ ПРОИЗВОДСТВО В ФИНЛЯНДИИ ЭФФЕКТИВНЕЕ, ЧЕМ В РОССИИ.

BUSINESS GUIDE: Недавно ваша компания получила сертификат международного стандарта FSSC 22000, расскажите, пожалуйста, подробнее, что это за сертификат и что он вам дает?

ЯРМО ЛИНДХОЛЬМ: Можно сказать, что это самая строгая сертификация предприятий пищевой промышленности в мире. Она призвана гарантировать абсолютную безопасность продукции. Сертификация охватывает не только сам конечный производимый продукт, но и все обстоятельства того, как и где он производится. Для того чтобы получить этот сертификат, мы разработали и внедрили процедуры, описывающие все этапы производственной цепочки. Например, в том, что касается потенциальных аллергенов: нам пришлось создать отдельное хранилище для специй, чтобы гарантировать, что они никак не соприкасаются с гипоаллергенными ингредиентами.

Производитель, заинтересованный в получении FSSC 22000, должен доказать, что его предприятие работает в соответствии с подобными процедурами. Для этого производитель приглашает независимых специалистов, которые проверяют предприятие на соответствие заявленным нормам. Для проверки нашего завода в Горелово мы приглашали швейцарскую компанию SGS, которая занимается аудитом производственных предприятий более 130 лет.

BG: Какие вообще существуют виды сертификации пищевой продукции?

Я. Л.: Есть базовый уровень — соответствие официальным требованиям законодательства. В Европе в течение последних 30 лет к обязательным требованиям государства добавилась добровольная стандартизация. Самый популярный сертификат на данный момент — это ISO 9000, который распространяется не только на само производство, но и на все виды бизнес-процессов. Однако если говорить о пищевом производстве, то самые строгие сертификаты — это BRC и FSSC 22000. Их основные отличия от других видов требований к продукции в том, что производитель обязан проследить продукт от ингредиентов до полки магазина. Предусматриваются также процедуры отзыва готовой продукции, если выяснится, что на какой-то стадии производства были допущены нарушения. И система постоянного контроля. Строго говоря, сертификат FSSC 22000 позволяет нам гарантировать качество нашей продукции как потребителям, так и нашим партнерам-ритейлерам, заявлять о том, что мы максимально прозрачны. Кроме того, этот сертификат позволяет экспортировать продукцию на европейские рынки, где требования к качеству строже, чем в России. Сейчас мы рассматриваем возможность экспорта продукции в связи со вступлением в ВТО. Я считаю, что в будущем многие российские производители будут внедрять у себя жесткие процедуры стандартизации качества, чтобы получить подобный сертификат.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

BG: А много компаний на территории России имеют этот сертификат уже сейчас?

Я. Л.: Нет, всего лишь несколько. А из крупных производителей мясной продукции — только мы.

BG: Когда вы планируете вывести свою продукцию на экспорт?

Я. Л.: Я не могу назвать конкретную дату, могу лишь сказать, что этот процесс начался. Он требует получения экспортной лицензии в России и разрешения еврозоны — мы работаем над этим.

BG: Вы упомянули про ВТО, поэтому не могу не спросить — как, на ваш взгляд, вступление в ВТО скажется на отрасли в России?

Я. Л.: Абсолютно точно могу сказать, что конкуренция усилится, выжить на рынке смогут только сильные компании. Если производство неэффективно, то компания столкнется с проблемами. Но я не верю, что вступление в ВТО как-то кардинально повлияет на рынок мясопереработки в России. Эффективно отвечая на запросы потребителей, мы сможем успешно конкурировать — в том числе и на международном рынке.

BG: А как вы оцениваете эффективность российских производств?

Я. Л.: Я вижу, что эффективность российских предприятий на всех этапах производства ниже, чем эффективность аналогичных европейских предприятий. При этом я не вижу никаких препятствий для увеличения эффективности. К примеру, наш завод в Горелово построен по такому же плану, как основная

производственная площадка группы «Атрия» в Финляндии. Но производительность финского завода выше, уровень автоматизации выше. В России коллективная ментальность, поэтому людей работает больше и производительность труда в расчете на человеко-часы получается ниже, чем в Европе, но это компенсируется тем, что в Европе более высокий уровень зарплат. Я работаю в России уже в течение двух лет, и за это время наша команда добилась определенной оптимизации и повышения эффективности производства, но этот процесс еще далеко не завершен. Под повышением эффективности я подразумеваю не только сокращение персонала (за два года нам удалось добиться на наших трех российских заводах в Синяино, в Горелово и Москве сокращения численности с 2 тыс. до 1,3 тыс. человек) при неизменном обороте, но и грамотное и гибкое планирование загрузки линий. Мы учим наших сотрудников работать по-европейски.

BG: Планируете ли вы в дальнейшем сокращать персонал?

Я. Л.: Конечно, это один из путей повышения эффективности, но сейчас мы сосредоточили усилия на увеличении объемов производства, что, возможно, потребует даже увеличения количества работников. Россия является для нас одним из наиболее интересных рынков, так как уровень потребления мясных продуктов здесь пока заметно ниже, чем в Европе или США, иными словами, есть большой потенциал для энергичного развития. Но сейчас

в Европе экономический рост сильно замедлился, это может сказаться и на российской экономике, может измениться уровень доходов населения, что в свою очередь скажется на объемах потребления.

BG: Не намерены ли вы наращивать объемы производства в Горелово, возможно, собираетесь добавить какую-то новую линейку продукции?

Я. Л.: Возможность увеличения производства в Горелово есть, потому что завод проектировался с запасом по мощностям. В этом году мы планируем добавить новую продукцию, однако сейчас я не могу сказать, что это будет. Мы работаем в пяти странах с различными продуктовыми линейками, поэтому я не исключаю, что мы позаимствуем что-то из того, что уже успешно опробовали на других рынках.

BG: Не заинтересованы ли вы в приобретении каких-либо дополнительных активов в России?

Я. Л.: Я не могу это комментировать, так как мы публичная компания, наши акции торгуются на Хельсинкской бирже.

BG: А какие тренды сейчас прослеживаются на российском и европейском рынках мясопереработки?

Я. Л.: Важнейшим трендом можно назвать ужесточение требований самих производителей к так называемой прослеживаемости продукта. Это стало особенно актуально на фоне скандала с кониной в Европе. К примеру, в Финляндии «Атрия» начала программу по мясу птицы, в рамках которой указывает на продукцию происхождение мяса вплоть до фермы, где была выращена птица. Кроме того, если в целом говорить о трендах, то в России будет набирать обороты популярность качественных готовых охлажденных продуктов. В городах, где темп жизни очень высок, мало времени на приготовление пищи, подобная продукция будет интересна потребителям. В Европе сегмент охлажденных готовых продуктов занимает 20% от всего торгового оборота ритейлеров, а в России это всего 1%. Иными словами, этот сегмент обладает большим потенциалом роста и очень привлекателен для ритейлеров и производителей. В портфолио «Атрия Россия» есть целая линейка готовых охлажденных продуктов: пицца, охлажденные мясные продукты (фрикадельки, бифштексы). Объемы продаж этой линейки непрерывно увеличиваются.

BG: Почему в России, в отличие от Европы, сегмент готовой пищевой продукции почти не развит?

Я. Л.: Полагаю, он просто не фокусировал внимание потребителей и производителей на себе. Это следующий шаг развития — и ритейла, и потребления. В России сама культура современной сетевой торговли достаточно молода. Но поскольку ритейлеры перенимают опыт западных коллег, можно быть уверенным, что и в России рынок блюд быстрого приготовления получит свое развитие в ближайшем будущем. ■