



УСПЕХ – ЭТО НЕ ФИНАЛ

Интервью генерального директора ГК «Скайс» **Анатолия Сорокина**



– Анатолий, как в этой оценке отразилась деятельность вашей компании и политика импортозамещения?

– На мой взгляд, сегодня российский рынок плодовоовощной замороженной продукции достиг своего насыщения, наблюдается его стагнация.

Появилось очень много новых компаний, что не снизило конкуренцию даже при отсутствии на российском рынке западных производителей вследствие эмбарго. Есть возможность завезти сырье из Китая, Турции, Египта. Весовая продукция стала более востребована, что привлекло на этот рынок новых игроков.

Что касается политики импортозамещения, то особенно революционных процессов здесь не наблюдается. Желание заменить импорт, конечно, есть у всех российских производителей. Но ввести новые культуры, новые приемы, новые технологии – это не просто и требует много времени. На Западе существуют годами сложившиеся технологии, приемы

По оценке аналитиков (ROIF Expert), отечественные производители замороженной плодовоовощной продукции за последние годы почти в 2 раза увеличили свою долю рынка. Российский производитель ГК «Скайс» – одна из немногих компаний, стабильно работающая на этом рынке многие годы.

и подходы, опыт выращивания и производства продукции. Многие культуры, такие, как брокколи, цветная капуста и фасоль, пока трудно вырастить в нашей стране в необходимых для замораживания объемах и качестве.

– Как изменились объемы производства и ассортимент продукции на вашем предприятии в Астрахани?

– Объемы производства нашей продукции, выпускаемой под ТМ «СБК. Современная быстрая кухня» увеличились. Но ее ассортимент по-прежнему небольшой: томаты, перец, кабачок, морковь и лук. Эта продукция конкурентная по цене.

Сейчас на ассортимент очень сильно влияет цена. Здесь приходится ограничиваться теми продуктами, которые могут вызвать интерес у покупателя на полке магазина. Появились понятие доступной цены и размытость сегментов потребления. Если раньше их границы были четко

очерчены, то сейчас люди ищут доступную цену.

Стоимость импорта повышается вследствие роста курса валют и удаленности поставщиков, поэтому импортозамещение становится все более актуальным.

– Насколько вам удастся снизить зависимость этого рынка от импорта?

– Если раньше основным поставщиком замороженной плодовоовощной продукции была Польша, занимавшая около 80% рынка, то сейчас оттуда можно поставлять только картофель или смеси, в которых он присутствует. Сегодня в ассортименте нашей компании есть польская продукция компании Aviko, но она больше ориентирована на сегмент HoReCa.

– Европейские производители, стремясь сохранить свои позиции на российском рынке, открывают свои предприятия в России: есть фабрика у польского Hortex, французская Bonduelle открыла



производство на базе бывшего Шебекинского овощного комбината. Как это влияет на рынок?

– Hortex в России только фасует продукцию под своим брендом. Новое предприятие Bonduelle в большей степени ориентировано на производство консервов, объемы замороженной продукции пока незначительны. Ситуация с созданием культуры выращивания, сбора и сдачи продукции поставщику еще не отработана у российских фермеров.

– Вспышка коронавируса в Китае отразилась на поставках плодово-овощной замороженной продукции?

– Здесь, мне кажется, больше психологического воздействия – через продукцию этот вирус не передается. Но наши партнеры, предвидя ситуацию, не приехали на выставку «Продэкспо 2020». Последнее время серьезную конкуренцию китайской продукции составляет Египет. Не думаю, что эта ситуация сильно повлияет на рынок, но китайские поставщики будут вынуждены снижать цены.

– Импортозамещение касается не только самой замороженной продукции, но и холодильного оборудования, обеспечивающего ее производство и хранение. Какое оборудование – российское или импортное – вы используете?

– На производстве и холодильных складах мы используем в основном импортное холодильное и морозильное оборудование. Наши предприятия создавались еще до кризиса и цены на импортное оборудование были совсем другими. Сейчас, когда курс изменился, конечно, отдали бы предпочтение отечественному. Что касается техники для продаж, то морозильные лари мы приобретаем российского производства.

– Что нового в вашей компании?

– Мы продолжаем совершенствовать организацию работы персонала, повышать профессионализм менеджеров, особенно в части продаж. Ведь как говорил Черчилль, «успех никогда не бывает финишем», и нам есть над чем работать.

Группа компаний «Скайс» – производитель и оператор на рынке замороженных овощей и ягод – начала свою деятельность в 2000 г. с дистрибуции замороженных овощей и ягод. В 2002 г. компания разработала и вывела на рынок собственные торговые марки «Зимовье» и «Кулинарный туризм». Впервые в практике реализации замороженных овощей и фруктов было введено их деление на салаты и закуски, смеси для первых блюд, гарниры для вторых блюд, готовые блюда и десерты. В 2007 г. компания открывает в г. Астрахани собственное производство замороженной овощной продукции под ТМ «СБК. Современная быстрая кухня», для которой используется местное сырье.

Сегодня ГК «Скайс» имеет два офиса и холодильный склад в Москве, производственные предприятия в Астрахани и Павловском Посаде. Ассортимент замороженной плодово-овощной продукции представлен тремя собственными торговыми марками, несколькими дистрибутируемыми и широким спектром весовой продукции. Компания снабжает сырьем производственные предприятия по всей России. Замороженные ягоды, фрукты и овощи используются в кондитерском производстве.

www.skice.ru



Замороженные овощи, фрукты

**УСТАЛИ ОТ ПЛОХИХ ПРОДАЖ...
В ЭТОМ НЕТ ВАШЕЙ ВИНЫ!**

**СПРОС ПАДАЕТ, ПОТРЕБИТЕЛИ ИЩУТ
ПРОДУКЦИЮ ПО ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ.**

**ПОМОГИТЕ ИМ В ЭТОМ!
ПРЕДЛОЖИТЕ ПРОДУКЦИЮ,
ВЫРАЩЕННУЮ И ИЗГОТОВЛЕННУЮ
В РОССИИ.**

**МЫ ЭТО СДЕЛАЛИ...
И ПРОДАЖИ РАСТУТ!**

И У ВАС ПОЛУЧИТСЯ!



Смотрите: www.skice.ru

Звоните: (495)229-47-87

Пишите: info@skice.ru