

Евгений ДРЯХЛОВ

# АГРОПРОДМАШ-2020. В ОСОБОМ РЕЖИМЕ

С 5 по 9 октября 2020 года в ЦВК «Экспоцентр» состоялась 25-я Международная выставка «Оборудование, технологии, сырье и ингредиенты для пищевой и перерабатывающей промышленности — «Агропродмаш-2020». В силу объективных причин, вызванных пандемией, площадь и количество участников этого года сократились относительно прошлогодних рекордных показателей, но насыщенность посетителями и деловая активность остались неизменно высокими. Сегодня можно с уверенностью констатировать, что мероприятие состоялось... и «стакан был наполовину полон...»



«Агропродмаш-2020» объединила 366 компаний из 19 стран: Беларуси, Бельгии, Германии, Дании, Исландии, Испании, Италии, Китая, Литвы, Нидерландов, Польши, России, США, Турции, Украины, Франции, Чехии, Швейцарии, Швеции. Компании из Германии и Италии были представлены на национальном уровне в рамках коллективных экспозиций.



Достойное место в экспозиции заняли производители почти из всех субъектов Российской Федерации: 173 компании представили отечественные разработки. В рамках региональных коллективных экспозиций свои решения продемонстрировал 51 участник из Республики Татарстан, Алтайского, Краснодарского и Ставропольского краев, Владимирской, Воронежской, Калужской, Московской, Самарской, Тверской областей.





**Н**ынешний год приготовил непростые испытания для организаторов, участников и посетителей международных выставок. Многие ключевые мероприятия из мирового выставочного календаря 2020 года пришлось попросту вычеркнуть. На этом фоне проведение выставки «Агропродмаш-2020», причем успешное, стало не только приятным исключением, но и своеобразным символом стойкости российской пищевой отрасли и отечественного рынка оборудования для пищевого производства. В очередной раз был подтвержден непререкаемый авторитет выставки для профессионалов индустрии продовольствия.

### Обыкновенное чудо

Официальное разрешение на проведение выставки было получено буквально за месяц до ее открытия. До этого все находилось в состоянии полной неопределенности. И организаторы сотворили чудо: в кратчайшие сроки сформировали экспозицию так, что каждый участник получил удобную локацию и было органи-

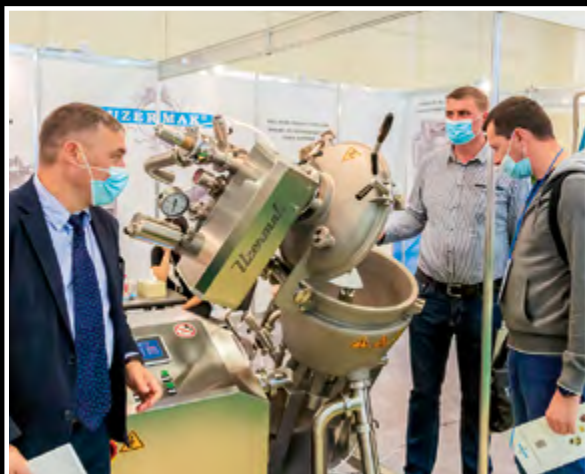
зовано эргономичное бизнес-пространство. При этом постарались максимально обеспечить весь возможный комплекс противоэпидемиологических мероприятий во все дни работы выставки. Измерение температуры на всех входах в «Экспоцентр», обязательное ношение масок на всей территории выставочного комплекса, наличие санитайзеров и запаса одноразовых масок и резиновых перчаток для забывчивых посетителей — стали полноценными атрибутами выставки «Агропродмаш-2020». Вызов был принят, и ответ на него дан достойный.

Конечно, посетителям и участникам выставки в этом году было крайне непривычно общаться друг с другом, видя только глаза своего собеседника. Маски на лице также усложняли идентификацию знакомых людей в общем потоке участников и посетителей, что временами провоцировало казусные ситуации. Но уж лучше общение с маской на лице, чем перспектива быть оштрафованным, либо того хуже — лишиться выставки «Агропродмаш» из-за нависшей в тот момент угрозы нового локдауна. Но, видимо,

в первой декаде октября звезды выстроились правильно, и выставка прошла в штатном режиме, хотя и особом.

### Не было бы счастья, да несчастье помогло

Да, выставка этого года была значительно скромнее и по количеству участников, и по площадям, нежели те, к которым все уже успели привыкнуть. Многие из постоянных участников пропустили мероприятие по разным причинам: кто-то экстренно переверстывал свой маркетинговый бюджет, кто-то сомневался в приезде людей из регионов, кто-то сам не смог добраться из-за закрытых границ. Многие представители зарубежных фирм, успешно работающих на российском рынке, не имели возможности въехать на территорию России. По этой причине ряд представительств известных мировых брендов были вынуждены отказаться от участия. И решение вполне объяснимо: для иностранных менеджеров общение со своими российскими партнерами является главной целью участия в национальных выставках.



Тем не менее все это не сказалось на деловой активности и насыщенности выставки посетителями. Мероприятие посетили 10 тыс. специалистов пищевой индустрии из 81 региона РФ и 49 стран. Как справедливо отметила руководитель дирекции выставок пищевой промышленности АО «Экспоцентр» **Татьяна Пискарева**: «Ценность выставки для индустрии принято оценивать по соотношению размеров экспозиционной площади и целевой посетительской аудитории. Проще говоря, если на каждый квадратный метр экспозиции пришел один посетитель, выставка будет оцениваться как продуктивная. В случае «Агропродмаш-2020» этот показатель заметно превзошел единицу. Это прекрасный показатель, что подтверждается отзывами участников и посетителей. Единственные сожаления, которые прозвучали, были от компаний, которые не решились, боясь участвовать».

Многие из тех, с кем удалось пообщаться, признавались, что с опасениями готовились к предстоящему событию, ожидая абсолютный деловой штиль в период ра-

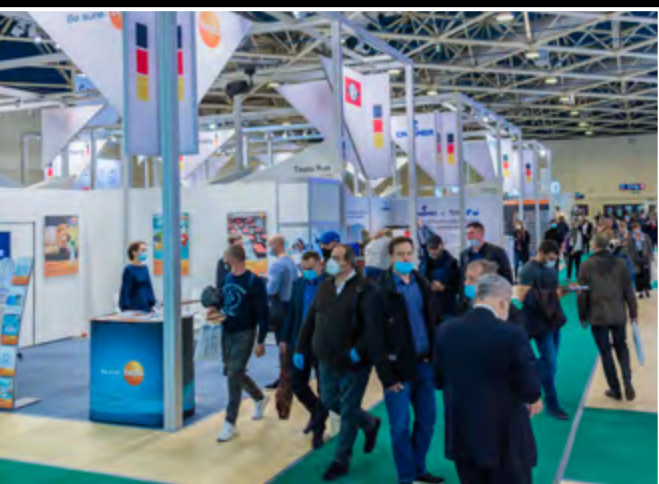
боты выставки. Но результаты намного превзошли даже самые оптимистичные ожидания. Отмечали участники и качественный состав аудитории. Он оставил весьма положительные впечатления, поскольку удалось провести много интересных и перспективных переговоров. На таком фоне отдельные экспоненты были даже рады отсутствию своих главных конкурентов, потому что все внимание посетителей в этом году досталось только им.

Такая активность понятна: несмотря ни на что, пищевые производства не останавливаются и продолжают работать, а значит, сохраняется необходимость в обслуживании оборудования, закупке комплектующих и, конечно же, планировании новых инвестиций, направленных на замещение старого, неэффективного оборудования современными образцами машин и автоматизированных технологий.

Одновременно текущая ситуация приводит к обострению конкурентной борьбы: полки супермаркетов сужаются из-за падения спроса, связанного со снижением платежеспособности населения. Соот-

ветственно и борьба за место на полке только усиливается. В условиях уменьшения рентабельности производств ценовая конкуренция осталась в прошлом. Вызовы дней сегодняшних предполагают усиление соревновательности между предприятиями в плане эффективности и способности убедительнее отвечать на запросы той категории покупателей, которые могут себе позволить качественные продовольственные товары. И аудитория выставки «Агропродмаш» это продемонстрировала — пищевые и перерабатывающие предприятия продолжают работать, строить планы и, конечно же, бороться за кошелек рядового потребителя.

Из-за отсутствия ряда известных иностранных поставщиков оборудования и системных интеграторов выставка не могла похвастаться традиционным изобилием оборудования, однако, по мнению многих участников и посетителей, это пошло ей даже на пользу: впервые многим бизнесменам, традиционно испытывающим нехватку времени, удалось осмотреть всю экспозицию.



### Достойный состав

Несмотря на то, что в нынешнем году выставка «Агропродмаш» была вынуждена оставить незаселенными многие привычные павильоны, ее экспозиция оказалась достаточно представительной, хотя и сконцентрированной на площадях второго и восьмого павильонов.

В мероприятии этого года приняли участие 366 компаний из 19 стран мира. Причем 96 экспонентов представляли иностранный бизнес. Отечественные разработки в области пищевого машиностроения и профильных решений в этом году продемонстрировали 173 фирмы.

В выставке приняли участие производители оборудования из Германии, Дании, Испании, Италии, Нидерландов, России и Франции, которые представили свои разработки в рамках салонов «АПМ МясоПром», «АПМ ПтицеПром». Среди них фирмы FOSS, Jarvis, Lima, Marel, Testo, Treif, Weber, ППТК, «Русская броня» и прочие. Компании «Аромадон», «Крист», «Омега», «Консул» и др. представляли ин-

гредиенты, специи и добавки для различных отраслей пищевой промышленности в рамках салона «АПМ Ингредиенты».

Упаковочное оборудование и материалы, средства автоматизации и роботизации упаковочных цехов продемонстрировали участники салона «АПМ УпаковМаш» из Италии, Германии, России, Швейцарии, Литвы, Турции, Беларуси. В их числе компании Bizerba, Ilpra, Hastamat Verpackungstechnik, Sealed Air, UCIMA (Ассоциация итальянских производителей упаковочного оборудования), ULMA Packaging, Wipac, «Бестром», «Амата Скейл», «Интеграл Плюс», «Лейбл Групп», «Русская Трапеза», ВКП «Беларус-Пак», «Таурас-Феникс» и т. д.

Участники салонов «АПМ ХлебПром» и «АПМ КондитерПром» представили технологии для хлебопекарной и кондитерской отрасли промышленности. В их работе приняли участие такие известные фирмы, как Anton Ohlert, Aasted, Confitech, Polin, Revent, Rusimex, Gostol Тесноpool, НПП «Восход», «Макиз-Урал», «Техлен», «Шебекинский машиностроительный завод», «СЭМЗ» и др.

В рамках салона «АПМ ФруктПром» свою продукцию в области переработки овощей и фруктов представили компании из Италии, Германии, Бельгии, Нидерландов, Франции, России, Украины. Посетители салонов «АПМ МолТех», «АПМ Розлив», «АПМ Напитки» получили возможность ознакомиться с наиболее свежими разработками и новейшими образцами оборудования для молочной отрасли и производства напитков.

Как никогда актуальная экспозиция салона «АПМ Санитария и гигиена» включала: гигиеническое оборудование, моющие и дезинфицирующие средства, системы для очистки и обеззараживания воздуха в производственных помещениях. Это лишь небольшой список продукции, с которой можно было познакомиться.

В последнее время в России, как и по всему миру, все более востребованными становятся автоматизированные технологии, которые позволяют повышать производительность и выход готовой продукции, предотвращать потери и ошибки, повышать качество и стабильность про-



изводимой продукции, улучшать уровень санитарии и гигиены и кардинально решать проблему кадрового голода. Свои новейшие разработки в области автоматизации продемонстрировали отечественные и иностранные участники салона «АПМ Автоматизация». Посетителям были представлены современные подходы по организации автоматизированных и роботизированных участков производства, упаковки и розлива, складские системы будущего, а также информационные и учетные системы для разных производственных участков и направлений.

Как и в прежние годы, экспозицию выставки «Агропродмаш» дополнили объединенные стенды Италии и Германии. В составе итальянской национальной экспозиции в этом году приняли участие Федерация ассоциаций машиностроения Италии (ANIMA), Ассоциация итальянских производителей упаковочных машин (UCIMA), а также 20 фирм из Италии, представивших наиболее актуальную продукцию для российского рынка.

Объединенная экспозиция Германии собрала под своей эгидой 23 компании, основной специализацией которых является производство и продажа широкого перечня оборудования для переработки мяса, птицы, рыбы, кондитерской и хлебопекарной промышленности.

С коллективными стендами в рамках выставки «Агропродмаш-2020» приняли участие представители 51 организации из Республики Татарстан, Алтайского, Краснодарского и Ставропольского краев, Владимирской, Воронежской, Калужской, Московской, Самарской, Тверской областей. Участники коллективных стендов представили оборудование для переработки мяса, молочной, кондитерской и хлебопекарной промышленности, а также упаковочное, холодильное оборудование, решения в области общих пищевых технологий, логистики и переработки отходов.

В нынешнем году благодаря содействию и финансовой поддержке российских региональных структур в выставке приняли участие компании из Белгородской, Калининградской, Курской, Ростовской, Саратовской, Тульской областей.

### Сухой остаток

Выставка «Агропродмаш-2020» продемонстрировала важность и актуальность подобных мероприятий даже в такие тяжелые и неблагоприятные периоды, как пандемия. В этой ситуации мероприятие позволяет производителям пищевой продукции и поставщикам оборудования и решений в оперативном порядке произвести синхронизацию взаимодействия, актуализировать планы в связи с пандемией и наметить новые предпочтения в сотрудничестве в ближайшие год-два. И, вопреки многим пессимистичным прогнозам представителей фирм, воздержавшихся от участия в выставке «Агропродмаш», российский пищевой бизнес по-прежнему строит планы на будущее и использует нынешнее непростое время для подготовки почвы для новых рыночных экспансий по мере спада пандемии, в том числе посещая выставки. ■

*Использованы фото  
пресс-службы АО «Экспоцентр»*

