

## CONVENIENCE FOOD ОТ «КАМПОМОС»: СДЕЛАНО ПО-ЕВРОПЕЙСКИ



Компания «Атриа Россия» представила новую линейку продукции Convenience Food под брендом «КампоМос». Презентация состоялась в рамках форума «Российская розничная торговля», проходившего в Москве с 26 по 29 марта 2012 года. «Атриа Россия» входит в международную группу компаний «Атриа» (Atria plc). Группа компаний является крупнейшим мясопереработчиком в Финляндии и одним из лидеров пищевой отрасли в странах Скандинавии, России и Балтийском регионе. В ассортимент российского подразделения компании входят колбасы, сосиски, сардельки, мясные деликатесы, снеки, пиццы. Сегодня «Атриа Россия» реализует продукцию в Москве и регионах под широко известным брендом «КампоМос», а в Санкт-Петербурге является лидером рынка с брендом «Пит-Продукт».

Новую линейку готовых мясных продуктов под брендом «КампоМос» начали выпускать в апреле этого года. Convenience Food — это охлажденные мясные продукты, готовые к употреблению. Ас-

сортимент такой продукции включает в себя кебабы «Восточные», бифштексы «Рубленные» и фрикадельки «Мясные». Эти продукты, как ожидается, составят серьезную конкуренцию замороженным продуктам, а компания «Атриа Россия» рассчитывает создать новую категорию Convenience Food на рынке Москвы и стать в ней лидером.

Охлажденные мясные продукты пользуются в Европе большой популярностью. Так, например, на прилавках магазинов в Великобритании на 9—10 наименований замороженных продуктов приходится около 200—300 наименований охлажденных. Основное преимущество таких продуктов — высокое качество и скорость приготовления, поскольку они не нуждаются в размораживании и их можно есть, даже не разогрев. В «Атриа Россия» считают, что российский рынок испытывает нехватку охлажденных мясных продуктов, готовых к употреблению.



Ярмо Линдхольм, исполнительный вице-президент «Атриа Россия», генеральный директор ООО «МПЗ «КампоМос» и ООО «Пит-Продукт», поделился планами компании на 2012 год: «Мы продолжим активно продвигать охлажденные мясные продукты под брендом «КампоМос». В Европе Convenience Food — мега-тренд. Наша задача в России — повысить осведомленность покупателей и вызвать их интерес к новой линейке продукции. Кроме того, следует отметить нашу готовность сертифицировать весной 2012 года российскую линию по производству Convenience Food в соответствии с принципами FSSC 22 000 (Food Safety System Certificate — система управления безопасностью пищевой продукции). Это даст нам дополнительное конкурентное преимущество».

Производство новой линии готовых мясных продуктов организовано на современном мясоперерабатывающем заводе, который Atria Plc открыла в апреле 2010 года в промышленной зоне Горелово, расположенной в 20 км к юго-западу от Санкт-Петербурга.



В состав нового производственного комплекса входят два структурных подразделения: мясоперерабатывающий завод и логистический центр. Общая площадь комплекса составляет около 22 000 м<sup>2</sup>. Строительство объекта осуществляла компания «ЮИТ Лентек», подразделение финского концерна «ЮИТ». Проект логистического центра и мясоперерабатывающего завода повторяет лучшую производственную площадку Atria Plc в Нурмо, Финляндия. Проектные мощности завода в Горелово — 115 т продукции в сутки. В его строительство группа компаний вложила около 70 млн евро. Новый комплекс в два раза увеличил производственные мощности «Атриа Россия» в Ленинградской области. Высокий уровень автоматизации производства также позволяет улучшить показатели стабильности качества и повысить безопасность продукции.

В «Атриа Россия» организовано собственное логистическое подразделение, ядром которого является логистический центр в Горелово, обеспечивающий всю цепь поставок продукции. Развитая логистика позволяет компании работать с розничными сетями и другими ритейлерами напрямую, привозя свою продукцию непосредственно в магазины или в распределительные центры сетей.

Специально для журнала «Логистика» Ярмо Линдхольм более подробно рассказал об организации логистики в компании, начиная с выбора поставщиков и заканчивая доставкой продукции в точки продаж.

При выборе поставщиков в «Атриа Россия» руководствуются следующими основными критериями: стоимость товара, его качество и надежность компании-поставщика. Также особенно важно, чтобы время на выполнение новой поставки было непродолжительным, что позволяет компании сократить свои запасы на скла-

де. Кроме того, безусловно, принимаются во внимание условия оплаты поставки.

Договора поставки обычно заключаются на условиях CFR (Cost & Freight), CPT (Carriage Paid To) и CIF (Cost, Insurance and Freight), принятых в международных стандартах ICC (International Chamber of Commerce). Все они подразумевают, что поставщик несет ответственность за товар до места его назначения (до момента получения его производителем). Со своей стороны, «Атриа Россия» проверяет качество товара (мясосырья, ингредиентов, оболочек и т.д.) при его получении.

За предоставление поставщикам документов, подтверждающих качество и безопасность их продукции, ответственность несет Государственная ветеринарная служба России. При этом, поскольку в «Атриа Россия» в настоящее время внедряется система менеджмента качества по стандарту FSSC 22 000, к поставщикам предъявляются дополнительные требования. Так, поставщики обязаны предоставлять информацию (спецификации) о происхождении товара, методах его производства, упаковке и поставке, условиях хранения и сроке годности. Кроме того, служба контроля качества компании периодически проводит аудит производств российских поставщиков.

При поставках и производстве такой продукции, как мясосырье, крайне важно соблюдать условия температурного режима (условия холодной цепи). На мясоперерабатывающем производстве в Горелово есть централизованная автоматическая система, которая контролирует температурный режим на производстве и складах. Все грузовые автомобили компании оборудованы холодильным оборудованием (камерами охлаждения) и устройствами, позволяющими контролировать температурный режим. Служба контроля качества проверяет качество продукции и температуру на складах, а также температурный режим в зоне погрузки и в грузовых автомобилях. Кроме того, многие клиенты (розничные торговые компании) осуществляют дополнительную проверку и контроль при приеме продукции.

Время от времени специалисты службы контроля качества посещают различные торговые точки, в которые поставляется продукция, и проверяют условия хранения собственной продукции, соблюдение клиентом санитарных правил, принципа товарного соседства и т.д. На основании подобной проверки составляются акты осмотра, которые подписывают обе стороны. В случае выявления каких-либо несоответствий, клиент устраняет их. Подобные проверки обязательно проводятся в случаях возврата продукции от клиента.

Условия для хранения и транспортировки новой продуктовой линейки охлажденной мясной продукции под брендом «КампоМос» в точки продаж не отличаются от условий для других категорий продукции компании (колбас и сосисок). По словам Ярмо Линдхольма, для них требуется соблюдение температурного режима +4 –6 градусов Цельсия.

Проанализировав всю цепь поставок сырья и готовой продукции компании «Атриа Россия» от поставщиков до розничных продавцов, можно сделать вывод о том, что качество продукции контролируется в нескольких точках на протяжении всей цепи. Это позволяет обеспечить необходимый уровень качества продукции и, исходя из состояния продукции в контрольных точках, отследить соблюдение всех требуемых условий транспортировки и хранения. Очевидно, что «на европейский лад» в компании налажено не только производство продукции, но и система логистики.

**АННА ОЛЕНИЧ**  
Журнал «Логистика»