

текст
Дарья Наволокова

регион
Москва

Щука ПРОТИВ сибаса



Как показали маркетинговые исследования компании IndexBox «Рынок рыбы и рыбной продукции», проведенные в феврале 2010 г., за 2009 г. в России было произведено более 2 млн т рыбы (в том числе 1,5 млн т свежемороженой и более 45 тыс. т свежей). Рост объемов производства в 2009 г. по сравнению с 2008 г. составил порядка 110–112%.

На рынке свежемороженой рыбы преобладает продукция российского производства. Зато доля импортной продукции на рынке свежей рыбы составляет более 2/3. В 2009 г. было импортировано свыше 90 тыс. т свежей рыбы, большую часть которой составляют лосось и форель. Абсолютным лидером в поставках является Норвегия – 86 тыс. т свежей рыбы (94% объема всего импорта).

Исследователи прогнозируют, что рынок рыбы и морепродуктов будет увеличиваться за счет наращивания отечественных производственных мощностей. В ближайшие годы рост рынка в целом составит 10–15%.

В России большая доля потребления рыбной продукции приходится на свежемороженую рыбу (56% потребления в целом). «Очень популярны сельдь, минтай и треска. Продукция более высокого ценового сегмента продается меньше. Дорогую рыбу потребляют в свежем и охлажденном виде», –

Российскую продукцию на рынке рыбы и морепродуктов взялось продвигать государство. Это дает надежду на то, что доля продаж сазанов, форели и камбалы будет неуклонно расти, а российский рыболовный промысел сравнится по уровню развития с норвежским. «FoodService» попытался разобраться, какую рыбу подают сейчас в ресторанах.



рассказала Ольга Никитина, специалист компании IndexBox.

По мнению поставщиков рыбы и морепродуктов, этот рынок стабилен и очень перспективен. «Сегмент развивается и растет примерно на 5–7% в год в натуральном выражении. Сезонный спад наблюдается летом, это примерно минус 15–20% годовых продаж, а в ноябре-декабре, наоборот, 30%-ный рост», – поделился наблюдениями Георгий Гуминский, руководитель проекта «Морепродукты» компании «Уренхольт». Такого же оптимистичного

прогноза придерживается и Павел Симяхин, маркетолог компании Global Food. «Динамика продаж набирает обороты, правда, в 2009 г. роста практически не было по сравнению с 2008 г., видимо, сказался кризис. Зато за первое полугодие 2010 г. продажи морепродуктов почти удвоились по сравнению с тем же периодом 2009 г. и продолжают расти», – отметил он.

Сегмент поставок охлажденной рыбы и морепродуктов для HoReCa – очень перспективное направление, и количество игроков на этом рынке постоянно увеличивается. Компания «Восток-Запад» выбрала этот спектр одним из приоритетных для развития в период кризиса. «Был введен в эксплуатацию специальный рыбный склад, отработана система логистики. Потенциал у сегмента большой. Сейчас в меню столичных ресторанов представлено очень малое количество рыбных блюд, исключение составляют специализированные «рыбные» заведения», – поделился Алексей Махалов, директор по маркетингу компании «Восток-Запад».

Популярность рыбных блюд связана с модой на правильное питание. Поскольку рыба продукт более легкий по сравнению с мясом, то люди, увлекающиеся здоровой едой, отдают ей предпочтение. «По красной рыбе объемы поставок, несмотря на кризис, росли и в 2009 г.,

и в первом полугодии 2010 г. Например, за январь-февраль-март текущего года охлажденного норвежского лосося ввезено почти вдвое больше, чем за аналогичный период прошлого года, а мороженой чилийской форели – больше на треть», – рассказала Ольга Шевцова, маркетолог компании «Гольфстрим». Перспективность рыбы подтвердили и в компании «Ла Маре». «Рыба и морепродукты всегда были очень популярны на рынке HoReCa. В связи с кризисом москвичи стали меньше ходить в рестораны, предпочитали покупать качественные продукты в магазинах и готовить самостоятельно. Однако ситуация меняется, и на сегодняшний день объемы продаж в данном сегменте достигли докризисных показателей», – уверен Алексей Маркин, руководитель отдела HoReCa и направления «Рыба-морепродукты» компании «Ла Маре».

По некоторым позициям заметен спад по поставкам, но однозначно выявить точную причину этого явления сложно. «Стоит отметить снижение объемов ввоза моллюсков и импортного рыбного филе, отчасти это можно объяснить реализацией федеральной программы по импортозамещению на рынке рыбной продукции, в связи с которой увеличились поставки российского рыбного филе», – рассказала Ольга Шевцова.

Москвичи привыкли к тому, что рыба – продукт дорогостоящий. «Качественные рыба и морепродукты не дешевы априори, поэтому кризис лишь косвенно может повлиять на этот сегмент рынка: всегда есть и будут места, где кормят хорошей рыбой», – поделился мнением Максим Рыбаков, шеф-повар ресторана «Мята». Гости готовы за нее платить и в ресторане, и в магазине. «На московском рынке всегда будет востребован качественный свежий продукт, поэтому цифры продаж могут только расти, так как в столице открывается множество новых ресторанов», – убежден Алексей Маркин. Поставки рыбы в столицу сопряжены с определенными логистическими трудностями. «Целый ряд позиций доставляют самолетами, что не может не сказываться на цене конечного продукта. Поэтому в сегменте HoReCa есть либо



очень дорогие рестораны с VIP-меню, либо доступные по цене, но далеко не такие вкусные, как хотелось бы. Не хватает качественных ресторанов для потребителей среднего класса. Это направление следовало бы развивать, на мой взгляд», – выразила мнение Ольга Шевцова.

Столичные рестораны пристрастились состоятельных гостей к свежесловленным сибасу и дораде. Именно эта рыба остается хитом продаж в заведениях. Однако, по словам Алексея Махалова, раньше дораду и сибаса доставляли из дорогих Франции и Кипра, теперь прочное положение в ресторанах и на полках магазинов заняла более демократичная греческая и турецкая рыба. «Интерес к живому камчатскому крабу, лососю, сибасу и дораде стабилен», – уверен Алексей Маркин.

В «Мяте» предлагают как популярных сибаса и дораду, стейк из тунца на гриле, так и нечастую в ресторанах макрель, которую подают с розовым луковым консоме и редисом. «Присутствует, конечно, и лосось, который мы не жариваем полностью, чтобы можно было почувствовать природный вкус рыбы, и подаем с песком из пармезана и орехов. Это один из наших хитов», – рассказал Максим Рыбаков. В заведении готовят микс-салат с морепродуктами (мини-осьминоги, кальмар, креветки)

и крем-соусом из морского гребешка, суп с морепродуктами (мини-осьминоги, креветки, сибас, кальмар) и плато из морепродуктов на диком камне (лангустины, тигровые креветки, мини-каракатицы). «Из морепродуктов наибольшей популярностью у гостей пользуются морской гребешок и тайский рис с креветками», – заметил Рыбаков.

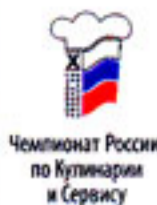
По мнению шефов, ассортимент рыбных блюд современных ресторанов сформировался еще лет пять назад и с тех пор остается примерно на том же уровне. «Тогда повара вспомнили, что кроме дорады и сибаса есть еще и черная треска, стерлядь, барамунди, морской язык, барабулька, ромбо. Они появились в меню несколько лет назад и с переменным успехом лидируют в ресторанах», – рассказал Максим Рыбаков. Интересна новая тенденция. С увеличением числа кулинарных курсов и школ гости ресторанов переносят ресторанные блюда в стены собственной кухни. Поставщики рыбы эту зарождающуюся тенденцию поддерживают. К примеру, в компании «Австралийский Торговый Дом» появился чилийский сибас именно для частных лиц, а не для ресторанов. Продаются как целую тушку, так и разного размера стейки. Средняя цена за 1 кг – 1000 руб. «Сейчас люди стремятся к более качественным продуктам, и цена их

главное событие индустрии питания и гостеприимства в России и странах СНГ

- 45.000 кв.м. площади

- 600 профессиональных мероприятий

- 850 компаний-участников из 25 стран мира



продукты питания и напитки

оборудование и услуги для ресторанов

оборудование и услуги для гостиниц

XIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ПИР

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА

26-29 СЕНТЯБРЯ 2010 | МОСКВА | КРОКУС-ЭКСПО



Всероссийский Кулинарный Конгресс



Школа управляющих ресторанным бизнесом



Школа управляющих отелями

извлеките
максимум пользы
для себя

выставка
ПИР: ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА –
практический инструмент
вашего
бизнеса
и карьеры

Вы можете получить действенную помощь: запланировано более **350 бизнес-консультаций** от ведущих экспертов отрасли на темы повышения эффективности и популярности предприятия в различных областях ресторанного и гостиничного бизнеса, повышения квалификации специализированного персонала индустрии гостеприимства

используйте прекрасную возможность узнать больше о мероприятиях и запишитесь на консультацию на сайте выставки

www.pir.ru



не смущает. Потребитель и торговые посредники постепенно понимают, что морепродукты полезные и недешевые», – считает Георгий Гуминский. С ним согласен и Алексей Махалов, который полагает, что в России формируется культура потребления рыбы и морских деликатесов. «Люди привыкают к продуктам, ранее считавшимся экзотическими (осьминоги, морской гребешок, тигровые креветки, мидии), перестают бояться готовить их в домашних условиях», – говорит он.

Российской рыбе даже на собственном поле не удалось пока переиграть иностранную. «Существенно недооценен потенциал российской охлажденной рыбы – этот сегмент занят всего на 5%», – считает Алексей Махалов. Но государство бросило все силы, чтобы уравновесить их доли и вывести в лидеры свой продукт. Сейчас охлажденная рыбная продукция (семга, дорада, сибас, морской язык, устрицы и др.) поставляется из европейских стран – Норвегии, Испании, Франции, Дании, Португалии, свежемороженая – со всего мира. Но уже есть подвижки в сторону роста потребления нашей рыбы. «Мы стали активнее работать с российской рыбой – это охлажденные мурманские треска и пикша, замороженный камчатский краб, северная креветка и др.», – рассказала Ольга Шевцова. Ее поддержал Алексей Маркин. «Особенность 2010 г. – появление на прилавках магазинов российской трески, пикши, сайды, камбалы, форели, корюшки, зубатки, стерляди, а в ресторанах – блюд из рыбы из Мурманска, Владивостока, с Сахалина. Начиная с июля мы будем поставлять лососевые виды: свежие горбушу, кету, кижуча, нерку. И если в прошлом году в этот период мы продавали не более тонны свежего дальневосточного лосося, то в этом году, по нашим самым скромным ожиданиям, объем продаж превысит 10 тонн в неделю», – рассказал он.

В компании «Уренхолт» также пользуется спросом рыба отечественного производства. «Наконец появился интерес к качественной треске и пикше российского производства (проложенное филе морской первичной заморозки) из Мурманска», – отметил Гуминский. По мнению Алексея Махалова, недорогие позиции для демократичных ресторанов – это российская рыба Баренцева моря (треска, камбала) и озерная форель из Карелии. «Особую ставку наша компания делает на ассортимент охлажденной российской рыбы», – поделился он.

Правда, отечественной рыбе будет не просто потеснить иностранную, пусть даже при поддержке государства. Особенно сейчас, когда рыба европейского происхождения подешевела вместе со снижением курса евро. «Российскому рынку рыбы и морепродуктов не хватает хорошей и грамотной рекламы, информации о пользе и преимуществах рыбной продукции. Возможно, это одна из причин того, что у нас нет таких профильных рыбных ресторанов, как в Испании, Греции, на Кипре, не говоря уже о Японии, странах Азии. Хотя надо отметить, что определенная культура потребления рыбы в России всегда была – блюда из осетрины, судака, сельди, семги и икры горбуши отечественным ценителям были хорошо известны в XVIII–XIX вв. Так что сейчас речь должна идти, скорее, о «восстановлении в правах» рыбы и морепродуктов как полезной и вкусной еды», – убеждена Ольга Шевцова.

В этом году поставщики не часто баловали рестораторов новыми позициями. Компания Global Foods разнообразила поставки морским окунем и консервированным тунцом. В «Ла Маре» появились «Кремлевские» устрицы. Они, несмотря на название, выращиваются во Франции, в провинции Бретань,

в бухтах производителя устриц Cadoret. Одними из новых позиций «Уренхольта» стали темпурная креветка из Таиланда, проложенное филе сайды без кожи морской заморозки из Мурманска, свежемороженая крупноразмерная креветка с головой в панцире 8/12 из Вьетнама, высококачественная

салатная холодноводная креветка 200/300 из США. В компании «Восток-Запад» успехом пользуется новая позиция – меагр из Турции. «Мясо у этой рыбы жирное и необыкновенно вкусное. Меагр относится к средней ценовой категории», – поделился Алексей Махалов. ●

Некоторые поставщики рыбы и морепродуктов в рестораны

Компания	Ассортимент, торговая марка	Страна-производитель	Минимальная партия	Условия поставки	Клиенты на ресторанном рынке
Австралийский Торговый дом	Тигровые креветки, красные аргентинские креветки, чилийский сибас, лакедра, гребешки, осьминоги и др. ТМ «Австралийский Торговый Дом»	Таиланд, Австралия, Аргентина, Чили	Любая	Бесплатная доставка на следующий день, отсрочка платежа	Рестораны, отели, магазины и дистрибьюторы по всей России
Агама Фудсервис	Креветки тигровые, белые, Pandalus к пиву, очищенные; рыба импортная, филе (тунец, масляная рыба); рыба отечественная, филе (треска, судак, кета), кальмар, кольца кальмаров, мясо мидий, морская кобблеть. ТМ: Агама, «Бухта Изобилия»	Бангладеш, Вьетнам, Таиланд, Китай, Дания, Канада, Индия, Индонезия, Чили	1 коробка	Бесплатная доставка при заказе на сумму от 4000 руб.	Крупнейшие сетевые операторы и рестораны морской и этнической кухни Москвы и регионов
Альянс	Морепродукты глубокой заморозки (от обычной креветки до лангустинов). ТМ «Круглый Год»	Чили, Австралия, Индонезия, Таиланд, Китай, Вьетнам, Бангладеш, Индия, Чили, США, Аргентина и т.д.	Любая	Бесплатная доставка по Санкт-Петербургу, помогают найти транспорт для доставки по России	Многие сетевые и одиночные рестораны в Санкт-Петербурге. Всего порядка 500 клиентов
Гольфстрим	Охлажденная и свежемороженая рыба, морепродукты. ТМ «Тихий Океан»	Россия, Норвегия, Чили, Аргентина, Бангладеш, Вьетнам, Индонезия, Испания, Исландия, Канада, Китай, Латвия, Новая Зеландия, Перу, США, Уругвай, Швеция, Эквадор, Эстония	Любая	Бесплатной доставки нет	Пекинская утка, Якитория, Фабрика вкуса, холдинг Малина, Шеш-Беш, Пикадилли, ФГУП Салют и др.
Ла Маре	Большой ассортимент рыбы и морепродуктов. ТМ Nireus	Тунис, Греция, Россия (Сахалин, Мурманск), Франция, Марокко, Австралия, США, Канада, Фарерские о-ва, Италия, Испания, Таиланд, Япония, Шотландия и др.	1 кг	Бесплатная доставка при сумме заказа от 8000 руб.	Более 1500 ресторанов Москвы и России
Снежный Мир (Ресторанснэб)	Акула, барабулька, дорадо, меч-рыба, морской язык, палтус, пангасиус, судак, тилапия, форель и т.д. ТМ: Tres Mares, Marfrio	Португалия, Греция, Испания, Вьетнам	Любая	Бесплатная доставка по Москве при заказе на сумму свыше 5000 руб.	Более 1000 клиентов в Москве и на всей территории РФ
Спутник	Филе лосося охлажденное на коже, филе лосося охлажденное для суши, филе форели охлажденное, филе лосося и форели слабой соли и холодного копчения, масляная рыба и палтус холодного копчения, свежемороженая и охлажденная рыба. ТМ «Рыбный Ряд»	Россия (Мурманск), Норвегия, Испания, Аргентина	Любая	Доставка в любую точку Санкт-Петербурга при заказе от 15 тыс. руб.	Рестораны и кафе премиум-класса
Уренхольт	Рыба и морепродукты. ТМ «Эм-борг»	Россия, США, Дания, Испания, Вьетнам, Индия, Таиланд, Китай и др.	Любая	Есть бесплатная доставка	Росинтер Ресторантс, Филимонова и Янкель, Шоколадница, Елки-Палки
Global Foods	Семга, тунец, судак, форель, креветки, икра лососевая, осетрина, филе сельди, кальмары, мидии, осьминоги и прочие морепродукты. ТМ: Amare, Inselmeer, «Северная компания», «Мореход», Nordic, «Санта-Бремор», «Даймонд Фиш» и др.	Россия, Китай, Испания, Таиланд, Бангладеш, Индия, Фиджи, Новая Зеландия, Норвегия и др.	Любая	Бесплатная доставка при заказе на сумму от 10 тыс. руб.	Около 700 постоянных клиентов
Seafood Line	Морепродукты. ТМ: Seafood Line, Arti Seafood	Дания, Испания, Таиланд, Индонезия, Россия	6000 руб.	Бесплатная доставка, осуществляем доставку товара день в день при заказе до 11.00	Крупные ресторанные холдинги, а также многие рестораны fine dining

Примечание: за дополнительной информацией по поводу опубликованных сведений обращайтесь к Жанне Присяжной по тел.: 228-19-66, e-mail: foodservice@prph.ru