

Час: Мировая еда

В Москве открылась крупнейшая выставка продуктов питания World Food. На несколько дней комплекс «Экспоцентр» превратился в продовольственную мекку - производители представляют свои новинки, ищут новых партнеров, заключают договоры. Традиционно свою пищевую продукцию показывают и представители латвийского пищевого сектора.

В первый день, на открытии, латвийский стенд активно презентовал посол Латвии в РФ Эдгарс Скуя - общался с партнерами и прессой. «Участие в выставке я считаю очень важным делом, латвийским производителям есть чем гордиться и с чем выйти на российский рынок, нужно налаживать связи. Мы очень продвинулись в этом направлении: за 6 месяцев этого года продовольственный экспорт из Латвии в Россию увеличился на 60%», - сказал посол «Часу».

В настоящее время, по его словам, посольство координирует новый проект - «Рижский дворик». В супермаркете премиум-класса «Алые паруса» появится специально выделенное место, которое займут производители из Латвии. «Латвия», «Рига», «Юрмала» - эти слова по-прежнему для россиян являются синонимами качества, и надо этим пользоваться», - уверен Эдгарс Скуя. Проект «Рижский дворик» должен быть реализован до конца этого года, в нем также участвуют Торгово-промышленная палата России, латвийско-российский Деловой совет, российская компания «Пир» и, естественно, компании-производители.

Латвийские стенды на World Food расположились в трех павильонах, что вполне логично, по словам советника министерства земледелия в посольстве Латвии в РФ Айварса Граудиньша: «Дело в том, что на этой выставке производители распределяются по отраслям: рыбная и мясная промышленность - в одном павильоне, соки и другие напитки - в другом, все остальные - в третьем, - поясняет он. - Наши «шпротники» уже третий год участвуют в этой выставке, у них нет проблем с реализацией. Более того, у многих наших производителей уже такой спрос на продукцию, что его трудно удовлетворить - нужны большие объемы. Но, тем не менее, они принимают участие в выставке, поскольку это нужно для поддержания имиджа: партнеры должны быть уверены, что они на рынке, что все в порядке».

Разумеется, были и новички - например, в первый раз на World Food отметилась компания Kalna smides, которая специализируется на меде и изделиях из него. «Вообще-то мы давно уже осваиваем восточное направление - например, поставляем продукцию в Японию (там очень любят мед с орехами), - рассказывает Янис Сиетиньсонс. - Теперь решили обратить внимание и на ближнего восточного соседа. Мы знаем, что в Москве проводятся крупные медовые ярмарки, ведем переговоры с площадками, на которых могли бы торговать - ВДНХ и т. п. Мед - это очень субъективный продукт, вкусы очень различаются. Тем более что у многих любителей меда сохранились воспоминания из детства о самом вкусном меде и они пытаются его найти. Поэтому чем разнообразнее продукция, тем лучше. У нас есть примерно 100 видов продуктов, так что есть что предложить покупателю».

Еще один традиционный продукт - хлеб - также представлен на латвийском стенде. Однако с представителем компании Kaleju maize даже поговорить не удалось: толпа покупателей раскупала хлеб так, что он еле успевал разрезать огромные буханки...

Впрочем, некоторые латвийские производители делают ставку, наоборот, на необычные продукты. Так, на стенде компании «Балтис» - сок квашеной капусты в бутылочках, тушеная квашеная капуста в пакетах и пр. Как пояснили представители компании, они ищут продукты, которые еще не представлены на российском рынке и явно могут занять свою нишу.

Вита Штейн,
Час