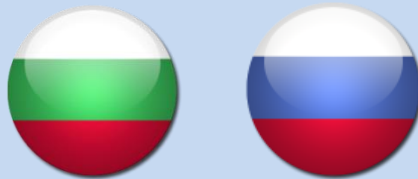




Декември 2020/брой 12



СЪДЪРЖАНИЕ

#### **МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ:**

ТЕНДЕНЦИИ, ИНГРЕДИЕНТИ И COVID: КАК ДА СЪЗДАДЕМ ПРОДУКТИ ПО ЗАЯВКА В НОВАТА РЕАЛНОСТ;

#### **ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ:**

ИЗНОСЪТ НА БЪЛГАРИЯ КЪМ РУСИЯ НА СТОКИ ОТ ГРУПАТА „ВСИЧКИ СТОКИ“ - октомври 2019 - април 2020 г.

#### **ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВКА:**

СПЕЦИАЛНА ИКОНОМИЧЕСКА ЗОНА „ОРЁЛ“, ОРЛОВСКА ОБЛАСТ, РФ



МИНИСТЕРСТВО НА ИКОНОМИКАТА  
ЦЕНТЪР НА ПРОМИШЛЕНОСТТА НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ В МОСКВА

## **ВЕСЕЛА КОЛЕДА И ЩАСТЛИВА НОВА ГОДИНА!**

*Екипът на Центъра на промишлеността на Република България в Москва  
Ви пожелава, 2021 година  
да бъде за Вас ползотворна, година на нови предизвикателства и постижения,  
изпълнена с ярки събития и добри дела.  
Искрено Ви желаем просперитет, стабилност и неизчерпаема енергия.  
Нека Ви съпътстват късмет и успехи!  
Здраве на целия колектив, семейно благополучие и щастие  
през Новата година!*





### **УЧАСТИЕ НА ЦПРБ В УЕБИНАР НА ТЕМА „КАК БЪЛГАРСКОТО ЧЕРНОМОРИЕ СЕ ГОТВИ ДА ПОСРЕЩА РУСКИТЕ ТУРИСТИ ПРЕЗ 2021 ГОДИНА“**

На 16 декември 2020 г. ЦПРБ взе участие в уебинар на тема „Как българското Черноморие се готви да посреща руските туристи през 2021 година“.

Организиран бе от Асоциацията на туроператорите на Русия (АТОР) и от Катя

Жекова, аташе по туризъм, първи секретар на Посолството на Република България в Русия.

Катя Жекова откри уебинара, като подчерта, че Русия е била и си остава един от основните туристически пазари за България. Затова за сезон 2021 трябва да се готвим от сега.

В обсъжданията взеха участие представители на община Варна: кметът на Варна г-н Иван Портних, както и Станислава Маринова, Павлина Герчева, Десислава Михова; представители на община Бургас: кметът на Бургас г-н Димитър Николов, както и Симеон Кънев и Гергана Парашкевова; Иво Барзов, представител на летищата Варна и Бургас.

През 2021 г. Варна ще отпразнува 100 години курортна дейност: на 10 юни 1921 г. градът е обявен за морски курорт. И сега, както подчерта кметът на Варна г-н Иван Портних в приветствието си, при условията на строг контрол и ясна организация на протиепидемичните мерки, Варна си остава безопасна и привлекателна туристическа дестинация.

Освен това много от жителите говорят и разбират руски, отбеляза Павлина Герчева. Тук не само плажовете са красиви, но има и много музеи и художествени галерии, археологически обекти. Сред местата, които трябва да бъдат посетени в тази част на Черноморието и по всяко време на годината, е Варненският некропол с уникалните си исторически артефакти, символът на града - катедралата "Успение Богородично", градския археологически музей, Римските терми - 4-ти по големина в Европа и перфектно запазени, Евсиноград - лятната резиденция на монарсите от 19-ти век, Морската градина с уникалния си парков дизайн, Университетския еко-парк и др. Във Варна и наоколо има 17 плажа.

Популярният курорт Св. Константин и Елена е само на 8 километра от Варна. Известен е с уникалните си минерални извори, СПА и балнеолечения. А местният манастир наистина е остров на святост и тишина.

Друг известен курорт е „Златни пясъци“, на 12 километра от гр. Варна. Той е получил множество награди за екотуризъм. Има около 90 модерни хотела, ресторанти с голямо разнообразие от профили - както на плажа, така и в зелените зони.

През 2021 г. в чест на юбилея във Варна е разработена специална юбилейна марка. По юбилейната тема ще бъдат публикувани книги и албуми. Ще се провеждат международни фестивали, филмови фестивали, фолклорни фестивали, спортни състезания, маратони, регати. Вече са заснети шест реклами. Варна също е удостоена с знак „Safe Travels“.

На уебинара беше представен и курортният комплекс Албена. През сезон 2020 г. е бил посетен от туристи от България, Румъния, Полша и Германия. За съжаление руснаци тази година не са успели да посетят курорта, но Албена се готви да ги приеме през 2021 г., като в тази подготовка се акцентира върху устойчивия туризъм и екологията, зелената мисия, защото Албена се намира на територията на Националния резерват. Повече от 60% от хранителните продукти, предлагани тук за туристи, се произвеждат в местни ферми. Курортът е идеален за спортни дейности, както в хотелите, така и извън тях. Вече 20 години поред местните плажове са награждавани със сини знамена. Курортът предлага балнеолечение и здравни програми.

Представянето на възможностите на българското южно Черноморие бе открито с приветствие от кмета на Бургас г-н Димитър Николов. Той подчерта, че руските туристи традиционно са приоритет тук и сега за тях се подготвят специални програми и специални цени за туристически пакети.

Симеон Кънев се фокусира върху маркетинга на туристическия и културен продукт на Бургас и южното Черноморие като цяло. Той разказа за идеите за 2021 година. В Бургас също се е провел конкурс за нов туристически бранд и слоган за Бургас, като те вече се използват. Това е град на романтици и поети. Но в същото време тук са въведени най-строгите правила за безопасност на хотели и ресторанти - дори преди одобрението на националната програма. Много нови планове. Разработени са например няколко вида туристически уикенди: етно- уикенд, джазов, сладоледов уикенд, спортен.

Около Бургас има много забележителности. Например остров „Света Анастасия“ с църквата "Възнесение Господне" от 15 век. Нарича се „българският Алкатраз“: някога тук е имало затвор и историята пази спомена за местните затворници, за дръзките им бягства от острова. Гостите могат да посетят ресторанта "Преди 100 години" или кафе-лечебница, а също така да нощуват в къща за гости.

Бургас традиционно е град с оживен фестивален живот. И през новата година те се планират: по-специално фестивалът на пясъчните фигури. Всяка година той има нова тема. Градът от пясъчни фигури се създава от скулптори от цял свят.

Фестивалът на сладоледа е много необичаен. Интересен е и Фестивалът на рибата и виното, който включва музика на известни изпълнители. А най-популярен е Space фестивала на морския бряг, който е събирал до 15 хиляди гости - фенове на музиката от 90-те. През 2021 г. има надежда да се върнем към такъв масов мащаб.

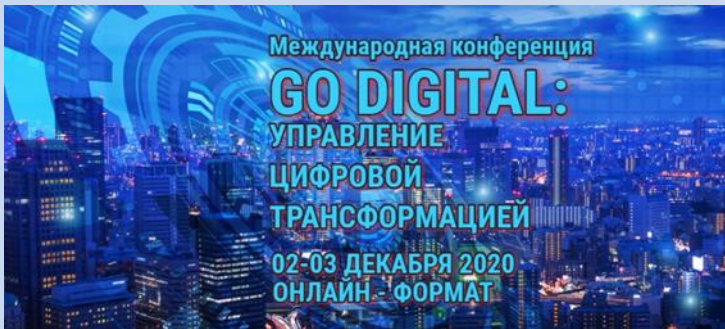
Гергана Парашкевова разказа на участниците за известните бургаски солници, лечебната черна кал, както и за Атанасовското езеро, където гнездят 416 вида птици, включително такива, включени в Червената книга. Наблизо се намира и археологически комплекс с хилядолетна история и реставрираната баня на Сюлейман Великолепни, превърната в музей. Невъзможно е да се мине покрай удивителния град Несебър - това е град-резерват с около 40 красиви храма. И след още 10 километра - Поморие, тих курорт за семейни почивки (между другото тук живеят много хора от Русия). Известен е със своята лечебна кал и бели вина. А съседният гр. Созопол е любимо място на българските артисти и художници, където са съсредоточени романтичния стил на архитектурата и античността.

Природен парк Странджа с 1700 растителни вида, 66 животински и 41 рибни вида заслужава отделна дискусия. Невъзможно е да откъснете поглед от живописния водопад на територията му с мяста за пикник и екопътека. Все още продължават археологически разкопки в местното тракийско светилище.

Перлата на южното Черноморие е плажът Синеморец с кристално чистите ст води. Известен с красивия си 10-километров плаж и младия курорт Приморско.

Иво Бързов информира участниците за ролята на международните летища и тяхната готовност да приемат туристи. Това е въздушната порта на Черноморското крайбрежие. През 2019 г. летище Варна е приело 2 милиона пътници, а летище Бургас - 3 милиона. И двете се намират в близост до популярните курорти. Миналата година са кацали самолети на 15 руски авиокомпани. Взети са всички необходими мерки за санитарна безопасност. Летището е част от туристическия продукт и е важно пътникът да има добро впечатление за него.

В заключение на разговора Катя Жекова каза на участниците, че се планират подобни онлайн срещи в редица руски региони.



**УЧАСТИЕ НА ЦПРБ В ДВУДНЕВНА  
ИНОВАЦИОННА КОНФЕРЕНЦИЯ В  
ОНЛАЙН ФОРМАТ GO DIGITAL:  
"УПРАВЛЕНИЕ НА ЦИФРОВАТА  
ТРАНСФОРМАЦИЯ" С ОРГАНИЗАТОР  
SMARTGOPRO.**

На 2 и 3 декември 2020 г. от 10.00 до 18.00 часа се проведе онлайн конференция

за ефективното управление на процесите в цифровата трансформация на икономиката – финансите, промишлеността, селското стопанство, търговията, услугите и други сфери, които имат значение за развитието на обществото и неговото конкурентно преимущество.

Днес цифровата трансформация е единственият начин да се запази конкурентна позиция в постоянно променящата се пазарна среда. Цифровата трансформация е не само внедряване на инструменти за цифрово управление и подобряване на ефективността на процесите, тя е структурна промяна в мисленето, бизнес моделите и подходите към управлението.

**ОСНОВНИ ТЕМИ НА ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЯТА:**

- Изграждане на стратегия за цифрова трансформация: практики на икономически сектори, публична администрация, интелигентни градове;
- Архитектура на дигиталното предприятие;
- Поставяне на цели и оценка на ефективността на цифровите трансформации;
- Пълноценни технологии и инструменти за цифрова трансформация;
- Инвестиции в развитието на цифрова инфраструктура;
- Стандартизация;
- Цифрови екосистеми, Нови бизнес модели;
- Интегриране на високотехнологични проекти в съществуващи структури;
- Управление на цифровата трансформация;
- Преход към гъвкави модели на управление;
- Управление на промените;
- Управленски решения, основани на данни;
- Трансформация на организационната структура;
- Култура на дигитална трансформация;
- Цифрови процеси;
- Цифрови продукти.

Онлайн конференцията събра лидери на дигиталната трансформация от правителствени агенции, стратегически предприятия, бизнес и индустрия, градове и региони, както и технологични лидери от най-големите руски и световни доставчици на решения за дигитализация в различни сектори. На събитието се обсъдиха най-неотложните проблеми, възникващи в процеса на дигитална трансформация, свързани както с инструментите и технологичното оборудване за успешна дигитална трансформация, така и с управленските, стратегическите, културните, организационните и кадровите компоненти на процеса на цифров преход.

Участниците имаха възможността да се присъединят към общността на лидерите на дигиталната трансформация в ключови сектори на икономиката; да обсъдят, съвместно с експертите как технологията трансформира бъдещето на бизнеса в различните отрасли; да научат повече за най-новите тенденции, решения и казуси в областта на дигитализацията на съвременното производство; да се запознаят с най-добрите стратегии и практики при внедряване на иновациите и управлението на промените в организациите. Участниците също обсъждаха въпроси за управлението на екипи и развитието на компетентност за успешна дигитална трансформация.

На онлайн конференцията "Go Digital" беше направен обзор на някои технологични

проекти за дигитална трансформация внедрени в стратегически дейности на федерални и регионални, държавни и частни корпорации: Росенергоатом, Мособлгаз, ТМК, Т-Плюс, СИБУР, Татнефт, Казахмыс (Казахстан), Агро-холдинг, SOCAR (Азербайджан), ГК «АгроТерра», Група «Черкизово», МТС, ВТБ, Сбербанк, KFC, СберЛогистика, Аерофлот, РЖД.

Проекти в областта на енергетиката:

Цифрови платформи и инструменти за АЕЦ – проект на "РОСЕНЕРГОАТОМ";

Единна цифрова платформа "Интернет на вещите" – проект на "МОСОБЛГАЗ";

Център за безопасност на управлението – проект на "Тръбна металургична компания";

Стратегия за развитие на казначейството – проект на "ГАЗПРОМБАНК";

Цифрова трансформация в компания "СИБУР";

Автоматизация на вътрешните услуги в ПАО "ТАТНЕФТ";

Цифровизация в "КАЗАХМЫС", Казахстан;

"Цифрово месторождение" SOCAR, Азербайджан.

79% от анкетираните ръководители в аграрния бизнеса са уверени, че внедряването на цифровите технологии ще ускори рязко развитието на предприятията им. Тази положителна динамика, характеризира високата готовност на аграрния бизнеса към по-нататъшна дигитализация – показва изследване на SmartGoPro сред предприятията от аграрно-промишления сектор в Русия.

Проект в аграрния сектор: Роботизиран завод на група компании "ЧЕРКИЗОВО".

В световен мащаб, броят на потребителите на финансови технологии в света нараства с 15-20% всяка година, на руския пазар ръстът е 40-50%, според оценките на Deloitte. Използване на цифровите технологии при пазаруване на хранителни продукти за година се е увеличило от 33% до 51%.

Проекти във финансовата сфера, ритейла и услугите:

Fintech решения в компания МТС;

Виртуална реалност в клиентските услуги на ВТБ;

Цифровизация на ритейла от СБЕРБАНК;

Цифров ресторант на KFC.

80% от компаниите в транспортния сектор на Русия внедряват нови бизнес-моделни на основата на цифрови технологии и голяма част от тях развиват собствени стратегии за цифрова трансформация.

Проекти в транспорта:

Автоматизация на логистиката – "СБЕРЛОГИСТИКА";

Система CARGO AIR. Анализ на big data в "АЕРОФЛОТ";

"Цифрова железна дорога" РЖД.

Във всички отрасли организациите ускоряват процесите на цифрова трансформация за дългосрочен растеж и рентабилност. Въпреки това, според статистиката на «Gartner», резултатите от решаването на дигитални проблеми на 53% от анкетираните организации не са ясни, така че тяхната готовност за дигитална трансформация остава несигурна.

Според Института на IBM, почти шест от десет организации са ускорили своята дигитална трансформация през 2020 г. Смятаните преди време, традиционни пречки, като технологична незрялост и съпротива на служителите да се променят, се оказаха преодолими: 66% от анкетираните ръководители са заявили, че са реализирали инициативи, които преди не са били приемани и възможни.



## ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

### ИЗНОСЪТ НА БЪЛГАРИЯ КЪМ РУСИЯ НА СТОКИ ОТ ГРУПАТА „ВСИЧКИ СТОКИ“ - октомври 2019 - април 2020 г.

#### 1. Обща информация:

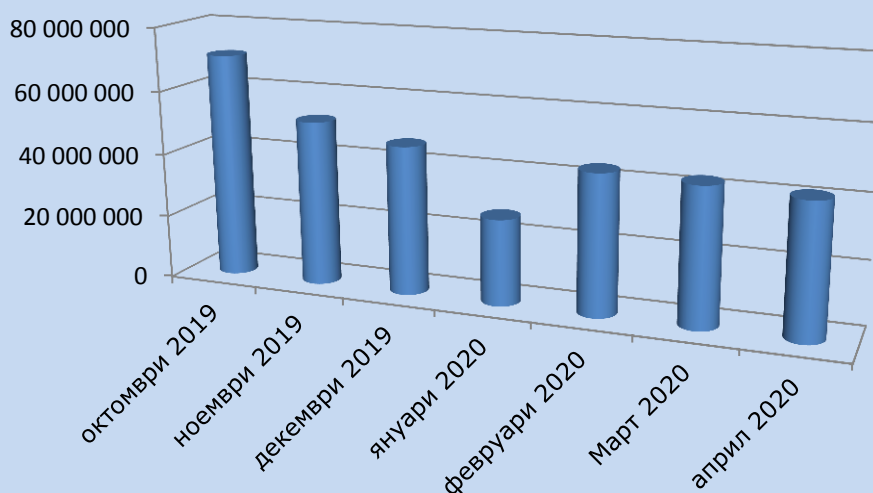
Износът на България към Русия на стоки от групата „Всички стоки“ за периода октомври 2019 г. - април 2020 г. е **325 млн. долара**.

Основният износ се пада на **„Машини, оборудване и апаратура“ (33%)**, **„Производство на химическата промишленост“ (31%)**.

В структурата на импорта по страни на първо място е Китай (23%), следван от Германия (10%). България за Русия е партньор №53 с дял от 0,2%.

#### 2. Общи резултати по месеци.

**Импорта в Русия от България на стоки от групата „Всички стоки“ за периода октомври 2019 г. – април 2020 г., млн.\$**



#### Общи резултати по месеци, USD

ПЕРИОД	СУМА
октомври 2019	70,7 млн.
ноември 2019	51,9 млн.
декември 2019	46,7 млн.
януари 2020	27,0 млн.
февруари 2020	44,0 млн.
март 2020	43,1 млн.
април 2020	41,7 млн.
<b>Общо:</b>	<b>325 млн.</b>

### 3. Структура на импорта.

ГРУПА СТОКИ	ОКТОМВРИ 2019	АПРИЛ 2020	ИЗМЕНЕНИЯ	Σ (октомври 2019- април 2020)	ДЯЛ
01: Продукти от животински произход	\$94,3 хил.	\$697 хил.	↑ 640%	\$3,8 млн.	1,2%
02: Продукти от растителен произход	\$75,7 хил.	\$305 хил.	↑ 303%	\$890 хил.	0.3%
03: Мазнини и масла	---	---	---	\$46,6 хил.	0%
04: Храни, напитки и тютюневи изделия	\$4.2 млн.	\$2,8 млн.	↓ 33%	\$26.4 млн.	8.1%
05: Минерални продукти	\$281 хил.	\$68,4 хил.	↓ 76%	\$1.4 млн.	0,4%
06: Продукция от химическата промишленост	\$27,8 млн.	\$16,3 млн.	↓ 41%	\$102 млн.	31,3%
07: Пластмаси, каучук и гума	\$1,7 млн.	\$1,2 млн.	↓ 27%	\$9,8 млн.	3,0%
08: Изделия от кожа и козина	\$358 хил.	\$86,5 хил.	↓ 76%	\$2.1 млн.	0.6%
09: Дървесина и изделия от нея	\$89,0 хил.	\$4,55 хил.	↑ 4984%	\$19,1 хил.	0%
10: Книги, хартия, картон	\$287 хил.	\$270 хил.	↓ 6%	\$2,3 млн.	0.7%
11: Текстил	\$6,7 млн.	\$1.6 млн.	↓ 76%	\$30.3 млн.	9,3%
12: Обувки, шапки, чадъри и др.	\$2,2 млн.	\$145 хил.	↓ 93%	\$4,2 млн.	1,3%
13: Изделия от камък, керамика и стъкло	\$702 хил.	\$352 хил.	↓ 50%	\$3,2 млн.	1.0%
14: Драгоценности	---	---	---	\$711	0%
15: Метали и изделия от тях	\$3,4 млн.	\$3,0 млн.	↓ 12%	\$13,4 млн.	4.1%
16: Машини, оборудване и апаратура	\$18,1 млн.	\$13,0 млн.	↓ 28%	\$106 млн.	32.7%
17: Транспорт	\$419 хил.	\$430 хил.	↑ 3%	\$3,0 млн.	0.9%
18: Инструменти и апарати, часовници	\$2,4 млн.	\$900 хил.	↓ 62%	\$6.8 млн.	2.1%
19: Оръжие и боеприпаси	---	---	---	---	0
20: Различни промишлени стоки	\$2,0 млн.	\$514 хил.	↓ 75%	\$9,5 млн.	2.9%
21: Произведения на изкуството и антиквариат	\$28,6 хил.	---	↓ 100%	\$28,6 хил.	0%
22: Скрит раздел	\$2,75 хил.	\$4,45 хил.	↑ 62%	\$16,5 хил.	0%
<b>ОБЩО:</b>	<b>\$70,7 млн.</b>	<b>\$41,7 млн.</b>		<b>\$325 млн.</b>	

### 4. В Русия внасят от групата „Всички стоки“ и следните страни:

№	СТРАНА	Σ (октомври 2019 -април 2020)	ДЯЛ
1	Китай	\$30,8 млрд.	22,5%
2	Германия	\$14,0 млрд.	10,2%
3	САЩ	\$7,94 млрд.	5,8%
4	Белорусия	\$6,30 млрд.	4,6%
5	Италия	\$6,20 млрд.	4,5%
6	Франция	\$5,67 млрд.	4,1%
7	Япония	\$4,60 млрд.	3,4%
8	Южна Корея	\$3,97 млрд.	2,9%
9	Турция	\$3,01 млрд.	2,2%
10	Полша	\$2,90 млрд.	2,1%
11	Казахстан	\$2,61 млрд.	1,9%
12	Индия	\$2,41 млрд.	1,8%
13	Нидерландия	\$2,30 млрд.	1,7%
14	Украйна	\$2,29 млрд.	1,7%
15	Англия	\$2,27 млрд.	1,7%
	---	---	---
51	Египет	\$343 млн.	0,3%

52	Литва	\$341 млн.	0,2%
53	<b>България</b>	<b>\$325 млн.</b>	<b>0,2%</b>
54	Мароко	\$305 млн.	0,2%
55	Португалия	\$300 млн.	0,2%
...	---	---	---
	<b>По всички страни:</b>	<b>\$137 млрд.</b>	<b>100%</b>

**5. От групата „Всички стоки“, България внася в следните региони на Русия:**

№	РЕГИОНИ	Σ (октомври 2019 -април 2020)	ДЯЛ
1	Москва	\$188 млн.	57,9%
2	Московска област	\$36,2 млн.	11,1%
3	Санкт Петербург	\$29,8 млн.	9,2%
4	Владимирска област	\$14,1 млн.	4,3%
5	Ростовска област	\$6,5 млн.	2,0%
6	Нижегородска област	\$4,3 млн.	1,3%
7	Липецка област	\$3,7 млн.	1,1%
8	Калужска област	\$3,5 млн.	1,1%
9	Краснодарски край	\$3,3 млн.	1,0%
10	Ставрополски край	\$2,9 млн.	0,9%
11	Рязанска област	\$2,8 млн.	0,9%
12	Свердловска област	\$2,7 млн.	0,8%
13	Башкирия	\$2,7 млн.	0,8%
14	Калининградска област	\$2,6 млн.	0,8%
15	Самарска област	\$2,3 млн.	0,7%
16	Приморски край	\$1,9 млн.	0,6%
17	Татарстан	\$1,8 млн.	0,5%
18	Тулска област	\$1,6 млн.	0,5%
19	Воронежска област	\$1,2 млн.	0,4%
20	Белгородска област	\$1,2 млн.	0,4%
--	---	---	---
	<b>По всички региони:</b>	<b>\$325 млн.</b>	<b>100%</b>

<http://ru-stat.com/>

## Маркетингови проучвания на руския пазар



### ТЕНДЕНЦИИ, ИНГРЕДИЕНТИ И COVID: КАК ДА СЪЗДАДЕМ ПРОДУКТИ ПО ЗАЯВКА В НОВАТА РЕАЛНОСТ.

През 2020 г. всички се интересуват от това, как пандемията влияе върху поведението на потребителите. И ако през първата половина на годината изследователите на пазара отбелязват очевидни факти – например, ръст в продажбите на продукти с дълъг срок на годност, то в момента стои



въпросът за възможността за дългосрочно планиране.

По-долу е представено виждане за настоящите и бъдещите тенденции, основани на изследователски материали от AC Nielsen, Innova Market Insights, Mintel, Euromonitor International, Wakefield Research, сайтовете nutritioninsight.com, foodingredientsfirst.com, ingredientsnetwork.com, както и експертното мнение на производители, внимателно изучаващи перспективите на пазарите.

### **Здравето е главното човешко благо.**

Изследванията показват, че повечето потребители планират да обръщат повече внимание на здравето си. Някои се опитват да избегнат последиците от локдауна и повишеният апетит от стреса, други виждат правилното хранене, като основа за цялостното здраве и имунитета.

Хората преосмислят хранителните си навици, опитвайки се да консумират повече непреработени храни (29% от анкетираните) и храни с ниско съдържание на захар и въглехидрати (45% от анкетираните). Над 40% от градското население посочва поддържането на силна имунна система, като един от приоритетите си в близко бъдеще.

### **Повишено съдържание на протеини.**

Сега не само спортистите са осведомени, колко е важно достатъчното количество протеини в дневния прием. Появата на нови продукти позиционирани „с високо съдържание на протеин“ са се увеличили с 20% през последните 5 години (Global, CAGR 2015-2019). Определени категории продукти - като млечни продукти - отдавна са известни, като източници на протеини, но сега „протеинови“ нови продукти се появяват във всички категории, включително закуски, сладкарски изделия и напитки.

Съвременните потребители знаят за съществуването на различни видове протеини, не са изненадани от протеиновия черен дроб на рафта със закуските и съзнателно купуват храни и напитки с добавен колаген.

### **Намалено съдържание на захар.**

Намаленото количество на захар в рецептите все още е актуално, броят на нови продукти с заявени на опаковките „по-малко захар“ или „без захар“ нараства с 19% годишно в продължение на повече от пет години. Например, новите продукти на най-големите световни марки - Danone Two good йогурт с 2 g захар, шоколадови бонбони и сладки сиропи без захар Hershey's, „zero sugar“ - версии с нулева захар на Coca-Cola, Pepsi, Nestea и други напитки, мюсли на Kellogg с ниско съдържание на захар или без него изобщо.

Като руски пример можем да посочим кетчуп ТМ Махеев „Доматен без захар и нишесте“, одобрен от Руската диабетна асоциация.

Производителите използват различни заместители на захарта, но аудиторията, фокусирана не само върху диабетното хранене, но и върху здравословния начин на живот като цяло, се отнася предпазливо към подобна замяна.

Едно от най-иновативните предложения в този сегмент са така наречените модификатори на сладкия вкус. Модификаторите са разработени от производителите на ароматизатори с изчерпателни познания за създаването и възприемането на аромати.

Използването на модификатори намалява съдържанието на калории в храните, без да нарушават естествения сладък вкус и е обозначено на етикета като „естествен ароматизатор“.

### **Съставки за поддържане на имунитета.**

Изследователската фирма Innova Market Insights посочи грижата за имунитета, като една от десетте най-важни тенденции в хранителната индустрия през 2021 г. Според проучването, шест от десет потребители по света избират храни и напитки, които според тях могат да поддържат имунната им система.

Според производители на растителни екстракти, най-търсени при производството на храни, напитки и хранителни добавки са такива имуномодулиращи растения като ацерола (*Malpighia glabra*), амарант (*Amaranthus cruentus*), котешки нокът (*Uncaria tomentosa*), ехинацея (*Echinacea purpurea*), бъз (*Sambucus nigra*), американски женшен (*Panax quinquefolius*), азиатски женшен (*Panax ginseng*), сибирски женшен (*Eleutherococcus senticosus*), жълт корен (*Hydrastis*

canadensis), женско биле (*Glycyrrhiza glabra*), лук (*Allium cepa*), нар (*Punica granatum*), гъбички (рейши) (*Ganoderma lucidum*), шийтаке (*Lentinula edodes*), чесън (*Allium sativum*), зелен чай (*Camellia sinensis*), родиола (*Rhodiola rosea*), шипка (*Rosa canina*), розмарин (*Rosmarinus officinalis*), лимонена трева (*Schisandra chinensis*), куркума (*Curcuma longa*) и др.

Като пример ще посочим популярния в цял свят чай Yogi Tea Immune Support с ехинацея, ацерола и бъз, „Живи бонбони“ (джинджирил + лимон) за имунитет и тонус, напитка за укрепване на имунната система „Куркувир“ с куркума, джинджирил и подправки, бонбони „Озерский сувенир“ - „Smart Formula Имунитет“ с екстракти от ехинацея и женшен и др.

В същото време се популяризира информация за връзката между чревната микрофлора и силата на имунния отговор. Следователно нараства търсенето на съставки, които също подобряват здравето на червата: алое (*Aloe barbadensis*), кардамон (*Elettaria cardamomum*), цикория (*Cichorium intibus*), канела (*Cinnamomum zeylanicum*), джинджирил (*Zingiber officinale*), лавандула (*Lavandula officinalis*), сладник (*Glycyrrhiza glabra*), мента (*Mentha piperita*), розмарин (*Rosmarinus officinalis*), градински чай (*Salvia officinalis*), куркума (*Curcuma longa*), бял равнец (*Achillea millefolium*).

Например, предлагат се Farmhouse Culture Gut Shots („шотове за червата“) с цвекло и джинджирил, TEAONIC MY GUT MOJO - напитка на основата на сок от алое, джинджирил, канела.

Желаейки стабилност, спокойствие и благополучие, потребителите обикновено избират отдавна познати, местни, познати от детството вкусове. Производители на аромати са разработили колекция с прякото участие на руски ароматисти. Това дава възможност за пълно разбиране на автентичните вкусове, особеностите на местните продукти и предпочитанията на потребителите. „Дуетите“ са внимателно подбрани и гарантират хармоничен вкус, асоцииращи се със здравето, силата на полезните растения: кайсия и липа, круша и лайка, офика и червена боровинка, малина и розмарин, боровинки и градински чай, шипка и червена боровинка, облепиха и портокалово масло. От една страна, връщането към традициите и опита на поколенията създава усещане за увереност и комфорт в нашето нестабилно време. От друга страна, през последните няколко десетилетия ефективността на растителните компоненти е многократно доказана от учените. Очевидно е, че в съзнанието на потребителите много продукти и техните компоненти имат изграден имидж на полза за здравето.

В такъв случай, задачата на производителя е да въведе правилно такива съставки в продуктите. Говорим за правилна дозировка, за формата (екстракти, плодови сокове, люспи, гранули и др.), както и за използването на функционални съставки, които променят технологичните свойства на продукта.

Например, за отдавна известните със своите лечебни свойства пектин и диетични фибри, се предвижда бърз ръст на популярност. Факт е, че тези продукти, получени от плодове и зеленчуци, се възприемат положително от потребителите и имат уникални технологични възможности.

Руски примери - плодови пастили „Фрутоняня“ с пектин и фибри, функционални напитки Yoo Go („Сибирско здраве“).

Например, потребителите са добре запознати с абсорбиращите свойства на пектина и дори го купуват, като независима хранителна добавка. В същото време той се използва широко в повечето области на хранителната промишленост и позволява на продуктите да получават различни текстури: от еластично-хрупкава до дъвчеща и с вкус от кисел до неутрален.

Диетичните фибри също са в основата на много успешни технологични решения, тъй като имат висока водосвързваща способност, лесно се диспергират в студени и горещи системи и най-важното е, че могат да заместят сгъстители, емулгатори и стабилизатори. Цитрусовите влакна са не само неутрални на вкус, но и подчертават основния вкус на продукта, като способства за по-доброто му освобождаване.

Тези свойства на фибрите също са намерили приложение при създаването на веганска алтернатива на месото и млечните продукти, както и сосове (например, майонезен сос „Постный“

от „Бахетле“).

### **Веган алтернативни храни.**

От 2015 до 2019 г. се наблюдава увеличение на производството на веган алтернативни храни с 20%. Повечето от новите продукти са представени като заместители на млечните продукти: напитки, кисело мляко, сирена на растителна основа.

Примери за безмлечни продукти на световния пазар: кафе-коктейли със соево и бадемово мляко Alpro Caffè, напитки и кисели млека от ядки и соя Silk, Good Karma (на базата на ленено семе), Forager Project CASHEWGURT (кисело мляко от кишу), Regalio Vegan „кашкавал“ (Литва) и др.

В Русия са популярни продуктите на Volkomolko, "моцарела", "фета", "чедър" и много други от Green Idea, Vegalize.

Според изследване на компания Innova Market Insights, флекситарното движение (гъвкаво вегетарианство) има най-голямо влияние върху текущия растеж на глобалния пазар на алтернативи за млечни продукти. В девет анкетиранни страни, средно 32% от потребителите заявяват, че купуват млечни алтернативни продукти просто „защото са по-здравословни продукти“, а 27% казват, че купуват млечни алтернативи, „защото добавят разнообразие в приема им“, като по този начин включват повече растителни съставки в храната си.

Основният продукт на млечния алтернативен пазар е соята. Бадемите и кокосът са следващите по популярност, но се намират и по-редки видове: мляко на основата на ориз, лешници, кишу, маково семе, елда, овес или други растителни съставки.

Според компания Euromonitor, глобалният пазар на алтернативни млечни продукти през 2018 г. е бил 13 млрд. долара, а до 2026 г., според експерти, може да достигне 35,8 млрд. долара.

Що се отнася до вътрешния пазар, според изследванията на Nielsen, през първото тримесечие на 2018 г. продажбите на млечни алтернативи в Русия са се увеличили 2,5 пъти в сравнение със същия период на 2017 г. По принцип предпочитание за алтернативни продукти имат жителите на Санкт Петербург, Москва и някои милиони градове.

В близко бъдеще на пазара ще се появят нови играчи, които ще предлагат аналози на кравето мляко от различни растителни суровини, близки до руските потребители: овес, елда, ориз, лупина и др. Производителите на съставки, разбира се, вече са разработили технологични решения за създаване на желаната текстура (емулгатори) и вкус (ароматизатори, плодови съставки).

Създаването на безмлечен "кашкавал" вече е достъпно и за руските производители. Комбинацията на нишестета-текстуризатори и емулгатори позволява да се получи продукт с привлекателна за потребителите еластична текстура, добри свойства на нарязване и топене.

Алтернативното „месо“ все още е по-малко популярно, но скоро ситуацията ще се промени: няколко десетки компании в Русия вече са ангажирани с разработването на технологии за неговото производство. През януари 2020 г. аналитичният център на Националната агенция за финансови изследвания (NAFI) публикува резултатите от проучване за отношението на руските жители към аналозите на месо, направени от растителни материали. Повече от половината от населението на страната (54%) е готово да включи заместители на месо в приема си, 10% вече ги употребяват, а 12% искат да ги опитат.

От есента на 2020 г. в Русия вече има растително „месо“. Компаниите ЭФКО и Welldone вече са го разработили. Най-големите руски вериги за бързо хранене, вече обявиха скорошната поява на бургери с веганска котлета.

### **Храната като преживяване.**

Тази тенденция не е загубила своята актуалност, а само се трансформира, като се взема предвид новата реалност. Купуването на храна и готвенето къщи, наистина придобива нови значения. Да удивите и зарадвате близките си, да украсите свободно си време в къщи - сега това може да направите с любимите ви деликатеси, комплекти за готвене или оригинални ястия от службата за доставка.

Новите постъпления с оригинални вкусове, от етнически до екзотични, обикновено осигуряват ярки впечатления.

Например, Nature's own Factory шоколадови макарони от елда с манго, комбуча от AF BREW Symbiotica SUPER MIX с пуер или чили, желиран-плодов фитомармалад „Ананас с босилек“ или „Нар с мента“ от „Махеев“.

През 2020 г. фокусът се измести към разнообразие от текстури.

Нежно кисело мляко, въздушни трохички, твърд маршмелоу, гъст сос, хрупкави закуски - тези характеристики, привлекателни за потребителите, трябва да останат непроменени през целия срок на годност на продукта.

Особено важно е да се запази структурата на традиционния продукт, преследвайки други маркетингови или технологични цели - например намаляване на съдържанието на мазнини в млечните продукти, приготвяне на веган мармалад или майонеза.

Съвременните високотехнологични съставки осигуряват не само стабилен резултат, но и удобство в производствения процес. Така например, определена комбинация от модифицирани нишестета осигурява нисък горещ вискозитет, удобен за опаковане на кашкаваления продукт, който се увеличава по време на охлаждане.

### **Тенденции и спад в покупателната способност на потребителите.**

Най-важното за производителите е – създаване на продукти, които се търсят. Това означава не само да съответстват на тенденциите, но и да определят цена, която да е достъпна за целевата аудитория.

Изпитвайки различни емоционални преживявания през периоди на относително икономическо благосъстояние, днешните потребители не са склонни да жертват нивото на потребление. Повече от десетилетия е нараствала популярността на така наречения здравословен начин на живот, и разбира се е невъзможно напълно да се заменят формираните ценности и предпочитания за година-две.

Специалистите в хранителната промишленост са изправени пред трудната задача да оптимизират разходите си и да намалят себестойността на продуктите. На свой ред производителите на хранителни съставки разработват икономични технологични решения, които могат да намалят цената на рецептата, без да губят свойствата на крайния продукт, привлекателни за потребителя.

<http://www.foodmarket.spb.ru/>



## **ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВКА ЗА СПЕЦИАЛНА ИКОНОМИЧЕСКА ЗОНА „ОРЕЛ“, РФ**

### **СПЕЦИАЛНА ИКОНОМИЧЕСКА ЗОНА от промишлено-производствен тип „Орел“ в Орловска област (ОЭЗ ППТ „Орёл“)**



Специална икономическа зона от промишлено-производствен тип „Орел“ е създадена през 2019 г. на територията на Орловска област със срок на действие 2068 г.

#### **Дейността на СИЗ осигуряват:**

А.Е.Клъчков, Губернатор и Председател на Правителството на Орловска област;

М.Ю.Панченко, Генерален директор на АО „Корпорация за развитие на Орловска област“

**Приоритетни направления за развитие:**

- Приборостроене и електроника;
- Машиностроене, металургия, металообработване;
- Производство на строителни материали;
- Фармацевтична промишленост;
- Хранително-вкусова и преработвателна промишленост;
- Логистика..

**Инфраструктура:**

ВИД РЕСУРСИ	РЕЗЕРВ В СИЗ	СРЕДНА СТОЙНОСТ
<b>ЕЛЕКТРОЕНЕРГИЯ</b>	10 МВт проектна мощност 4,7 МВт – свободна мощност	4,57184 - 6,22577 руб. за 1 к Вт без ДДС
<b>ВОДОСНАБДЯВАНЕ</b>	46 м <sup>3</sup> /час проектна мощност 37 м <sup>3</sup> /час свободна мощност	31,63 – 32,77 руб./м <sup>3</sup>
<b>КАНАЛИЗАЦИЯ</b>	75 м <sup>3</sup> /час проектна мощност 66 м <sup>3</sup> /час свободна мощност	41,30 – 42,34 руб./м <sup>3</sup>
<b>ГАЗОСНАБДЯВАНЕ</b>	6 500 м <sup>3</sup> /час проектна мощност 6 260 м <sup>3</sup> /час – свободна мощност	От 6,54 руб. за 1 м <sup>3</sup> /час

**Данъчни и митнически облекчения за инвеститорите:**

ДАНЪК	В РУСИЯ	В СИЗ
<b>ПЕЧАЛБА</b>	20%	2% първите 5 години от момента на получаване на печалба; 7% - следващите 5 години; 15,5% - след това;
<b>ИМУЩЕСТВО</b>	2,2%	0% в течение на 10 год. от момента на регистрация на собствеността.
<b>ЗЕМЯ</b>	1,5%	0% в течение на 5 години от месеца на регистрация на собствеността.
<b>ТРАНСПОРТ</b>	1-200 руб/к.с.	0 руб/к.с. в течение на 10 год. от момента на регистрация на ТС.

**РЕЖИМ НА СИЗ:**

**внос на местни стоки - ДДС се възстановява на продавача, мито за износ не се заплаща, внос на импортни стоки - не се плаща вносно мито и ДДС;  
износ на местни стоки - плаща се ДДС, износ на вносни стоки – плаща се вносно мито, ДДС, акциз;**

**Парцели и помещения под наем:**

ЗЕМЯ	ПЛОЩ, ha	СТОЙНОСТ	
<b>Обща площ</b>	152,4	От 600 000 руб/ ha	Продажба на земя
<b>Действащи предприятия</b>	9,6	От 40 855 руб/ ha (в година)	Наем на земя
<b>Инфраструктурни обекти</b>	58,2	8 498,90 руб/ ha (в месец)	Техническо обслужване на земите, с ДДС
<b>Свободни площи</b>	84,6		

**Минимални капиталови вложения:**

Изисквания за минимални капиталови вложения към резидентите на СИЗ:

- Капиталови вложения – 120 млн руб.;
- Капиталови вложения в течение на 3 години от деня на сключване на договора за дейност – 40 млн руб.

**Контактни данни:**

Адрес: 303030, Россия,

Орловская область, Мценский район, особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Орёл»

Т: +7(4862) 76-00-18

E-mail: [office@park57.ru](mailto:office@park57.ru)