**Крупнейший производитель лосося: «Инвесторы склонны к морепродуктам»**

Глава «Инарктики», крупнейшего производителя лосося, рассказал о выращивании рыбы в новых экономических условиях, конкуренции с Фарерами и Чили, ценах и спросе на красную рыбу и почему море на Дальнем Востоке не подошло для семги

В ноябре группа «Инарктика» объявила о проведении вторичного публичного размещения акций (SPO) на Московской бирже. Компания, которая раньше носила название «Русская аквакультура», — крупнейший производитель лосося, выращенного в аквакультурных (то есть искусственных) условиях. В 2022 году на долю компании, по собственным оценкам, приходилось 25 тыс. т, или 21% российского рынка лососевых (без учета озерной форели и дикого лосося), который в целом оценивался в 118 тыс. т.

Группа компаний была основана в 1997 году. Изначально она занималась дистрибуцией рыбы, а также переработкой и производством готовой продукции. В 2007-м появился бизнес по разведению рыбы: тогда было приобретено форелеводческое хозяйство «Сегозерское» в Карелии и создана компания «Русское море — Аквакультура». В 2012 году в Мурманске была открыта первая ферма по выращиванию лосося. Впоследствии аквакультура стала основным направлением деятельности группы.

В 2010 году группа — тогда она называлась ГК «Русское море» — провела первичное публичное размещение акций (IPO) на Мосбирже и привлекла $90 млн. В 2017-м компания (тогда «Русская аквакультура») провела SPO и привлекла 1 млрд руб., что, впрочем, было вдвое меньше запланированного.

В рамках нового запланированного раунда размещения компания (в прошлом году сменила название на «Инарктика») планирует привлечь на бирже около 3 млрд руб.

На что рассчитывать инвесторам, как на аквакультуру повлияли санкции и что происходит со спросом на лосось у россиян, в интервью РБК рассказал гендиректор и акционер «Инарктики» Илья Соснов.

**О стратегии «Инарктики»**

«Стратегия «Инарктики» подразумевает, что компания была, есть и будет публичной, — заверяет Соснов. — Ключевые менеджеры являются акционерами компании — мы в одной лодке и мы заинтересованы, чтобы ее капитализация росла».

Период сбора заявок на участие в SPO открылся 23 ноября и продлится до 29 ноября, организатором размещения выступает ПАО «Банк Синара». Продающие акционеры — ООО «Инарктика Северо-Запад» (казначейский пакет) и АО «ИГС Инвест» — предложат 3,3 млн акций, что составляет около 4% от общего количества акций. Ценовой диапазон предложения составит от 900 до 968,5 руб. за бумагу.

В результате SPO «Инарктика» планирует увеличить долю своих акций в свободном обращении не менее чем до 18% — по состоянию на конец 2022 года free-float компании составлял около 13%. «Если три-четыре года назад у нас было 600 акционеров, то сейчас их 130 тыс. История с переключением физлиц на инвестирование, упрощение работы на фондовом рынке и геймификация — все это работает в сторону увеличения количества акционеров: нажал кнопку в приложении и купил акции. Мы видим рост оборота по нашим акциям: сейчас он составляет 100 млн руб. в день», — продолжает Соснов.

Аквакультура — отрасль с высоким уровнем дохода на инвестиционный капитал, утверждает Соснов. «В 2023 году мы рассчитываем, что улучшим или повторим цифры 2022 года по финансовым показателям и вырастем в пределах 10% по объемам производства», — прогнозирует гендиректор «Инарктики». По итогам 2022 года выручка ПАО «Инарктика» выросла на 48% относительно уровня предыдущего года и составила 23,5 млрд руб. Чистая прибыль — 12,2 млрд руб. (рост на 44% год к году). Показатель рентабельности по EBITDA в 2022 году превышал 50%. За девять месяцев 2023 года, когда рынок стабилизировался, маржинальность осталась на уровне чуть выше 45%.

**О влиянии санкций на бизнес**

Санкции западных стран, введенные против России после начала специальной военной операции на Украине, ударили по всему российскому бизнесу, и аквакультурное разведение рыбы не стало исключением, признает гендиректор «Инарктики». Несмотря на то что аквакультура, как и все производство сельскохозяйственной продукции, базово выведена из-под ограничений, некоторые санкционные пакеты существенно ограничили поставки в Россию судов и оборудования для аквакультуры из Норвегии.

Кроме этого, ряд зарубежных компаний ввели добровольные санкции на корпоративном уровне — в первую очередь это публичные иностранные компании. «Инарктика» работала в основном с поставщиками из скандинавских стран, в частности из Норвегии. «В силу управления своими рисками они достаточно существенно ограничили бизнес с нами или полностью от него отказались», — рассказывает Соснов. От сотрудничества, по его словам, отказались примерно 70% иностранных партнеров, «30% сказали: мы работаем с вами, все, что не запрещено, то разрешено». Среди тех, кто разорвал связи, были, например, поставщики рыбных кормов. Лидерство на этом рынке удерживали несколько компаний, которые активно инвестировали в увеличение рыночной доли, давали отсрочки платежей. «Одна из них оборвала сотрудничество одним днем. Другие дали какой-то льготный период, чтобы можно было адаптироваться», — вспоминает гендиректор «Инарктики».

Резкий разрыв цепочек поставок, безусловно, негативно повлиял на бизнес, признает Соснов: «Норвегия — это мировой лидер лососевой аквакультуры. Очень много чего было изобретено у них и только у них. Но есть и много поставщиков из других стран, которые активно развивают аквакультуру — это Турция, Чили, постсоветские страны и, безусловно, Китай, который делает очень много оборудования». Качественное оборудование могут производить и российские поставщики, добавляет Соснов: «Например, двигатели Ярославского моторного завода нормально встают на катера и пароходы».

Рынок кормов сейчас сбалансирован с точки зрения спроса и предложения, считает гендиректор «Инарктики»: вместо импорта из скандинавских стран поставки идут из Армении, Белоруссии, Турции, заработали мощности на российских заводах, кроме того, ряд предприятий строится.

«Какие выводы мы для себя сделали? В первую очередь, что надо формировать стратегию устойчивого роста. Если раньше мы фокусировались на более прибыльном сегменте аквакультуры — непосредственно на выращивании товарной рыбы в садках в море, то теперь мы ускорили вертикальную интеграцию. Мы приняли инвестиционное решение и начали реализовывать проекты по производству смолтового малька и корма в России», — говорит гендиректор «Инарктики».

**О замене норвежского малька российским**

До прошлого года мальков для выращивания товарного лосося «Инарктика» завозила из Норвегии — там у компании было три собственных завода, производивших посадочный материал. Первые два завода — Villa Smolt AS (мощностью до 5 млн штук смолта в год) и Olden Oppdrettsanlegg AS (2 млн штук смолта ежегодно) — компания приобрела в 2017 году. А в 2021 году к ним добавился смолтовый завод Setran, выпускавший 1,5 млн штук мальков в год.

Но после изменения геополитической ситуации «Инарктика» в декабре 2022 года объявила, что продала норвежские заводы менеджменту. В отчете компании говорится, что предприятия были проданы за 584,9 млн руб. с рассрочкой платежа до 1 декабря 2029 года.

«Мы продали заводы в связи с регуляторными рисками. Очень много было вопросов по работе бизнеса с российскими акционерами. Заводы мы продали менеджменту, который ими управлял. Не могу сказать, что сделка была не рыночная — продажа была по чистым активам. Мы продали полностью — ушли уходя, закрыли дверь. Никаких обратных опционов на выкуп норвежских заводов у «Инарктики» нет», — уточняет Соснов.

Вместо предприятий в Норвегии «Инарктика» купила три мальковых завода в России — два в Калужской области и один в Нижнем Новгороде. «Они не идеально подходят под выращивание лосося, но базово это очень рабочий вариант. Также мы строим большой завод в Карелии мощностью 6 млн штук малька в год. И мы начали реализацию нашего большого инвестпроекта по строительству кормового завода в Великом Новгороде. Мы законтрактовали оборудование и в этом году заканчиваем проектирование. В 2024-м будет активная стройка, а в 2025 году рассчитываем запуститься», — делится планами гендиректор «Инарктики».

Покупка трех новых заводов по производству посадочного материала обошлась крупнейшему производителю аквакультурного лосося примерно в 1 млрд руб. Проект в Карелии будет стоить около 3,5 млрд руб., а затраты на кормовой завод «Инарктика» оценивает примерно в 4–4,5 млрд руб., из которых 1,5 млрд уже вложены.

Пока отечественное производство закрывает меньше половины потребности аквакультурного производства лосося в посадочном материале. «Частично малек заезжает из других стран, что-то — с наших заводов. По итогам 2023 года [отечественного] будет меньше 50%. Но в будущем доля поставок с наших заводов будет расти — в 2024 году уже больше половины малька мы рассчитываем поставить со своих заводов», — прогнозирует Соснов.

**Про спрос и цены на красную рыбу**

Себестоимость производства рыбы у аквакультурных предприятий выросла, признает Соснов. Например, компоненты и сырье для производства кормов завозятся из-за рубежа, а цены на рыбную муку, рыбий жир, сою и пшеницу, которые продаются на мировом рынке, привязаны к доллару. «За счет девальвации рубля мы видим подорожавший корм и подорожавшего малька — рост себестоимости составляет до 10 до 20% на килограмм», — оценивает Соснов. В свою очередь, это отражается на отпускных ценах на лосося и форель: подорожание в опте в среднем по рынку в 2023 году составило 20%, оценивает собеседник РБК.

Спрос на красную рыбу, вопреки внешним шокам, оказался устойчивым, радуется Соснов: «2022 год нас сильно удивил, потому что объемы продаж российского рынка аквакультурной красной рыбы не упали — они составили те же 70 млрд руб., если мы говорим об оптовых ценах, что и годом ранее. Для нас важно, что рынок не упал, а оттолкнулся и пошел вверх».

В 2023 году рынок лосося не только восстановился, но и начал уверенно расти относительно 2022 года как в денежном выражении (рост на 33%, до 27 млрд руб.), так и в натуральных объемах (на 26%, до 46 тыс. т), рассказывает Соснов. Декабрь — самый прибыльный и самый напряженный месяц для лосося. Источник повышенного предновогоднего спроса на красную рыбу — это в том числе корпоративы: «В прошлом году с этим похуже было по понятным причинам, а сейчас люди заказывают корпоративы. Мясная тарелка, рыбная тарелка, вино, водка, красная рыба, красная икра».

Впрочем, пока объемам потребления лосося далеко до пика, который был до введения Россией в 2014 году продэмбарго, перекрывшего импорт рыбы из Норвегии и других скандинавских стран. Пик потребления был в 2013 году — тогда за год в России съедали около 180 тыс. т лосося (для сравнения: в 2022 году потребление составило 118 тыс. т, а максимальный после введения продэмбарго показатель был в 2021 году — 152 тыс. т).

**О конкуренции с импортным лососем в ресторанах**

Важнейший канал реализации лосося — сегмент HoReCa (питание в отелях, рестораны, кейтеринг). Это самый «премиальный канал», у которого есть свои особенности, рассказывает Соснов. Например, решение, какую красную рыбу заказывать, принимают в большинстве случае не закупщики, а шеф-повара. «Предвзятость и выбор шефов — это очень важная вещь, которая влияет на стратегию компании. Российский рынок премиальный, нам важно на нем быть, и мы будем за него бороться», — добавляет гендиректор «Инарктики».

Самую дорогую рыбу в последние годы поставляли компании с Фарерских островов. Но после начала специальной военной операции на Украине главный конкурент самоустранился — фарерские компании «во многом добровольно ушли и не захотели поставлять на российский рынок», говорит собеседник РБК. «Но рано или поздно, с Фарерами или без, мы бы совершенно точно забрали этот премиальный сегмент HoReCa, поскольку у нас есть уникальное торговое предложение — свежий вкусный лосось, который уже на второй-третий день в Петербурге и Москве, а на четвертый-пятый день — во всех городах-миллионниках, — рассуждает Соснов. — Это хорошо для HoReCa, потому что вкусно, это хорошо для ретейла, потому что у тебя длинный срок шелф-лайф — срок полезного использования, и ты не рискуешь, если у тебя три-четыре дня на то, чтобы продать красную рыбу».

Из крупных импортных поставщиков на российском рынке остается Чили — в 2022 году в поставках были перебои, связанные с логистикой и проблемами с расчетами, но сейчас ситуация стабилизировалась. «Сейчас Чили поставляет приблизительно те же объемы [что и раньше] — около 40–50 тыс. т. Но чилийская рыба приезжает замороженная — с точки зрения потребительских свойств наша лучше, потому что она приезжает охлажденной и не дефростируется. Поэтому рынок платит премию за нашу рыбу относительно чилийской», — объясняет Соснов.

Кроме того, несмотря на продэмбарго, на российском рынке до сих пор присутствует серый импорт санкционной рыбы из соседних европейских стран. «Насколько мы слышим с рынка, норвежско-, финляндско-, эстонско-белорусский лосось в каких-то несущественных объемах заезжает. Но это серая зона. Это продукция, которая продается на ночных рынках, но без романтизма а-ля Цукидзи в Токио», — рассказывает гендиректор «Инарктики».

При этом российский аквакультурный лосось не конкурирует с отечественным диким лососем, массовый промысел которого ведется на Дальнем Востоке, уверяет Соснов. «Я восемь лет работаю в компании и не вижу корреляции между нашим ценообразованием и доминантными или недоминантными годами на Дальнем Востоке, когда больше или меньше добывается красной рыбы. Мы видим, что есть кампании по продвижению этой рыбы — я считаю, это правильно. Но я бы не сказал, что мы чувствуем какую-то существенную конкуренцию со стороны дальневосточной рыбы. В принципе для рынка хорошо иметь большую полку, где каждый потребитель может выбрать рыбу — горбушу, кету, форель, лосось — в своем ценовом сегменте. Для того чтобы в стране развивалось потребление рыбы — это очень хорошо. Особенно на фоне того, что другие протеины — мясо, курица — растут в цене».

**О том, как выращивать больше лосося**

Товарного атлантического лосося и морскую форель «Инарктика» выращивает в садках в акватории Баренцева моря в Мурманской области, а радужную форель — в озерах Карелии. Сейчас у компании 33 участка для выращивания рыбы — ежегодный объем вылова составляет около 30 тыс. т в живом весе, но потенциал у них, как утверждает компания, в два раза выше: вылов может составлять до 60 тыс. т в год. «Основной фокус компании — оптимально использовать существующий портфель рыбоводных участков в Баренцевом море и реализовать эту стратегию роста», — делится Соснов.

В более отдаленной перспективе «Инарктика» рассчитывает на рост производства за счет увеличения навески (то есть массы) малька, предназначенного для зарыбления водоемов, — это позволит собирать «урожай» чаще. «Что сейчас происходит на Фарерских островах? За последние годы они в три-пять раз увеличили навеску малька, которого сажают в море. Чтобы вырастить малька на земле, нужно построить дорогостоящий завод. Но построив его, ты получаешь малька, который быстрее растет в море: чтобы 100-граммовый малек вырос до 5-килограммовой рыбы, нужно два года. А если сажаешь в море 500-граммового малька, то нужно 1,5–1,3 года. Когда мы выйдем за пределы 60 тыс. т, следующей опцией будет увеличение навески малька, сокращение его пребывания в море и ускорение оборота — это даст рост производства», — рассказывает Соснов.

Мальковые заводы позволят развивать проекты сезонного выращивания лосося — например, в Белом море и Черном море. В Белом море у «Инарктики» уже есть рыбоводный участок. А вот возможности бизнеса в Черном море группа пока изучает. «Мы знаем, что есть проекты в Турции и у ряда российских коллег, которые пытаются выращивать в Черном море рыбу. Это сложный бизнес: осенью ты должен посадить рыбу в Черное море и до лета ее достать. А в Белом море — наоборот: весной ты должен посадить рыбу, а осенью достать. Потому что в Белом море лед, а в Черном море жарко, к тому же там высокие штормовые нагрузки, оно неспокойное. Поэтому мы пока смотрим».

Ранее «Инарктика» изучала также возможности аквакультурного разведения лосося на Дальнем Востоке: в 2020 году Соснов рассказывал, что компания выиграла на торгах рыбоводный участок в Посьетском заливе на юге Приморского края, в 30 км от Северной Кореи. Но условия для разведения лосося на Дальнем Востоке оказались неподходящими, говорит Соснов: «Если говорить про Дальний Восток, мы, на мой взгляд, ответственно подошли к процессу. Мы взяли оптимальную бухту и стали исследовать участок — наняли людей, которые выезжали туда на лодке, кидали в воду термометр и замеряли температуру. К сожалению, мы получили данные, что летом температура там была +24 градуса, а зимой до -2 градусов — для лосося это смертельно. Поэтому условия на Дальнем Востоке для индустриальной аквакультуры лосося не подходят, они подходят для пастбищной аквакультуры, например гребешков и мидий, и то там случаются тайфуны, которые все смывают. Поэтому на Дальний Восток мы не пойдем, наша точка роста — Баренцево море».

В феврале 2023 года «Инарктика» вышла в новый для себя сегмент рынка: группа приобрела Архангельский водорослевый комбинат — единственное в России предприятие по добыче и глубокой переработке бурых водорослей Белого моря (ламинария, фукус, анфельция). «Архангельский водорослевый комбинат — это небольшой бизнес, но, нам кажется, с большим потенциалом при небольших инвестиционных потребностях. Водоросли — очень интересная и непонятная тема, пока мало научных разработок. У водорослевого комбината есть несколько направлений деятельности — это БАДы, субстанции для фармы, косметика, напитки и еда. Плюс мы видим потенциал синергии завода с «Инарктикой» — есть много исследований по использованию водорослей в кормах», — рассказывает Соснов.

**О крабовых аукционах**

В Баренцевом море, где расположены рыбоводные участки «Инарктики», распространен один из наиболее ценных промысловых объектов — камчатский краб. Его вселение в Баренцево море было одним из проектов советской рыбохозяйственной отрасли 1930–1960-х годов по интродукции ценных промысловых видов во внутренние водоемы и моря СССР.

В 2023–2024 годах на Дальнем Востоке и в Северном рыбохозяйственном бассейне проходит второй этап аукционов по распределению половины долей квот на добычу крабов (первый этап аукционов прошел в 2019–2021 годах). Аукционы на Дальнем Востоке Росрыболовство провело в октябре этого года. Крабовые аукционы в Баренцевом море пока на очереди — они запланированы на 2024 год.

Прошедшие в этом году торги по крабовым квотам на Дальнем Востоке, по данным Российского аукционного дома, принесли в бюджет 214,27 млрд руб. — в полтора раза больше, чем принес прошлый этап аукционов. Квоты многие участники аукционов приобретали на заемные средства — компании по добыче крабов обеспечили треть роста объемов корпоративного кредитования (в октябре объемы выросли на 1,6 трлн руб.), сообщали в ЦБ.

«Крабовые аукционы, на наш взгляд, очень показательная история, — рассуждает Соснов. — Она показывает склонность инвесторов вкладывать деньги в сегмент морепродуктов. Я задавался вопросом, за сколько чистых прибылей были куплены эти крабовые квоты — насколько я понимаю, приблизительно за 9–10. И мне кажется, это большое событие, когда такая огромная сумма была отнесена по таким высоким мультипликаторам. Это свидетельствует, что инвесторы верят в рынок морепродуктов. Значит, они, как и мы, думают, что это растущий бизнес с большими перспективами, потому что по таким мультипликаторам у нас продается IT».

Технологий аквакультурного выращивания краба пока нет, но «Инарктика» следит за этим направлением, рассказывает Соснов: «Думаю, с точки зрения аквакультуры краба у нас самые передовые знания во всем мире — во ВНИРО есть целая лаборатория, которая этим занимается. У нас есть хорошие технологии передержки и доставки живого краба — это в разы увеличивает ценник, например где-нибудь в ОАЭ. Мы следим за этим в рамках нашего R&D, но чтобы в моменте была какая-то коммерчески освоенная технология выращивания — пока этого нет».

Планов по выходу в сегмент добычи краба у «Инарктики», по словам Соснова, пока нет, но он не исключает, что в будущем они могут появиться: «В моменте такого нет. Пойдем или не пойдем — это будет зависеть от условий и будет решать совет директоров. Ключевая задача у нас — это лосось. Мы любим этот рынок, понимаем, как его развивать, и верим, что он будет расти».