

## Лидкон: от Смоленска до Пекина



Генеральный директор ОАО «Лидпищеконцентраты»  
Вячеслав Горбачев

**Открытому акционерному обществу «Лидские пищевые концентраты» – 80! Предприятие выпускает более 230 видов готовой продукции, 39 из которых появились в минувшем году, и каждую пятую тонну изделий экспортирует преимущественно в Россию, но еще и в 16 стран мира. В 2023-м лидчане открыли Королевство Бахрейн, Израиль, Германию и Болгарию, а на необъятных российских просторах доехали до Сахалина и Камчатки. К юбилею обновился логотип и фирменный стиль. Журнал «Экономика Беларуси» узнал подробности.**

### «Геркулес» на китайском

Германия, к примеру, покупает в Лиде супы, желе, приправы, сухие завтраки, а специи и пряности, овсяные хлопья, кисели, ингредиенты для выпечки популярны в Болгарии. За пределами страны востребованы примерно 190 видов изделий, но в приоритете – брикетированные супы, кисель и желе. А соответствие требованиям кашрута – обязательное условие рынка Израиля.

– В прошлом году принимали делегацию бизнесменов из Китая. Их заинтересовали крупы и продукты быстрого приготовления, не требую-

щие варки, – супы и каши. Двусторонние переговоры продемонстрировали общность взглядов и позиций, а также огромное желание развития совместных проектов по экспорту, – рассказывает Вячеслав Горбачев, генеральный директор ОАО «Лидпищеконцентраты». – История нашего сотрудничества началась в 2022 году с поставок крупяных хлопьев. Сейчас активно работаем над увеличением объемов. На стадии реализации еще один перспективный проект – готовим к отгрузке крупную партию овсяных хлопьев «Геркулес». Китайский рынок очень перспективный: емкий и платежеспособный. А наша продукция качественная, вкусная и приемлемая по цене.

Больше всего гостей из Китая впечатлил кисель – совершенно невиданный для них продукт. Даже само слово перевели как «фруктовый крахмальный напиток». На 6-ю Китайскую международную выставку импорта в Шанхай в конце минувшего года Лидкон привез около 20 наименований продукции. Сейчас сотрудники отдела экспорта проводят трудоемкие и сложные согласования дальнейших поставок. «Геркулес» снова в фаворе.

Успех предприятия на внешних рынках достигается благодаря постоянному снижению затрат, что дает возможность сохранять ценовую конкурентоспособность, и качеству, в том числе с учетом специфических требований в каждом конкретном регионе и технического сопровождения продаж.

### Качество – каждый день!

Качество и натуральность – главная стратегия Лидкона. И речь не только о точном соблюдении технологических процессов, что само собой разумеется. На предприятии действуют системы НАССР, сертификации Кошер, менеджмента окружающей среды (СУОС) и здоровья



В июле 2023 года Лидкон посетила делегация из Китая

УНП 50002.1268

и безопасности при профессиональной деятельности (СУОТ).

ОАО «Лидпищеконцентраты» использует отборное сырье. В собственной лаборатории – строгий входной контроль. Максимум усилий прилагается и к поиску ингредиентов там, где они произрастают, – будут и качественнее, и, что немаловажно, как правило, дешевле. Выезжают, вылетают и подбирают поставщиков. Крупы – из России, рис – из Пакистана, перец – из Вьетнама, арахис – из Узбекистана.

Правилком стали постоянные инвестиции в обновление. После модернизации мощность линии кукурузных палочек выросла вдвое. Налажен выпуск попкорна для микроволновок, реализуется импортозамещающий проект по производству сухих завтраков.

### В лаконичном стиле

К 80-летию юбилею ОАО «Лидпищеконцентраты» обновило логотип и разработало новый фирменный стиль. Драйвером ребрендинга стали новые проекты, переупаковка уже привычных покупателю товаров, освоение дополнительных продуктовых ниш и рынков сбыта.

– Мы придали традиционному логотипу современный образ, наделили его более глубоким смыслом. Давно хотели показать клиентам, что в производстве произошли значительные и очень важные изменения, что тенденции рынка отслеживаются и успешно применяются, – отмечает Валерия Тарендь, начальник отдела маркетинга ОАО «Лидпищеконцентраты».

Лидкон ушел от позиционирования себя в качестве предприятия, выпускающего брикеты:



Развитие промышленного туризма на базе бренда «Хрумстик»

**С 2020 года предприятие организует производственные экскурсии, в том числе в цех, где изготавливают любимое лакомство – кукурузные палочки «Хрумстик». В 2023 году на Лидконе побывали более 4,5 тыс. жителей Беларуси и иностранных гостей**

супы, каши, наборы приправ и специй. Бренд стал мобильнее, а его продуктовый портфель шире и современнее.

– Все время убеждали своих клиентов не бояться экспериментировать, говорили о том, что наша продукция – всего лишь база, которая позволяет каждому стать шеф-поваром, творцом, художником на своей кухне. Будьте свободны в выборе продуктов и их использовании! – призывали мы. И эту смелость показали на собственном примере, убрав лишние детали с логотипа, оставив только название бренда – Лидкон, – резюмирует Валерия Тарендь. – Новый «визуал» должен показать, что компания «Лидские пищевые концентраты» – надежный партнер с собственным индивидуальным подходом, который постоянно совершенствует производство и оптимизирует издержки. Новый стиль стал интуитивно понятным, экологичным, а главное – актуальным. Он вызывает доверие и помогает двигаться вперед, бережно сохраняя 80-летние традиции. ■

**www.lidkon.by**  
**e-mail: office@lidkon.by**  
**231300, Республика Беларусь,**  
**г. Лиды, Гродненская обл., ул. Тавлая, 11,**  
**тел.: +375 (154) 52-26-01**