

МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Россия использовала вирус АЧС, чтобы изменить пропорции в способах ведения свиноводства в сторону индустриального производства. Промышленное производство увеличилось, а количество ЛПХ — сократилось.

6

МАРКЕТИНГ

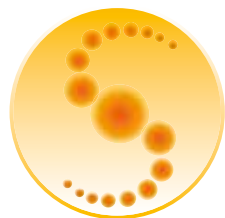
Упаковка является основным способом привлечения внимания потребителей в розничных точках. Сегодняшний потребитель все чаще не хочет думать сам о способе приготовления или искать информацию в Интернете — он ждет готового решения.

50

АНАЛИТИКА

Наибольшим спросом традиционно пользуются вареные колбасные изделия, на долю которых приходится 68% от общего объема рынка. Далее с большим отставанием следуют копченые колбасные изделия (28%).

14

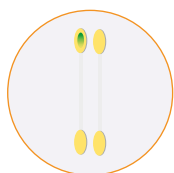


Syntest

КОНТРОЛЬ ЧИСТОТЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ –
МИКРОБИОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОДУКЦИИ
ПРОВЕРКА ЧИСТОТЫ ОБОРУДОВАНИЯ
ПОСЛЕ МОЙКИ И ДЕЗИНФЕКЦИИ ЗА 5 СЕК.

ЭКСПРЕСС-ТЕСТ PC006 «ПАТ-ЧЕК PROTEIN» (MICROGEN BIOPRODUCTS, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ)

После мойки и дезинфекции на оборудовании и других рабочих поверхностях могут оставаться незаметные для глаза остатки пищевых продуктов и микроорганизмы (под «мыльными» пленками, в труднодоступных местах, на трапах, в трещинах). Это будет служить источником размножения бактерий и заражения «чистой» продукции. Выявить источник заражения и проверить качество мойки/дезинфекции за 5 сек. позволяет самый простой и быстрый тест **PC006 «Пат-Чек Protein»** производства **Microgen Bioproducts Ltd, Великобритания**.



- Тест используется непосредственно на производстве и не требует лаборатории.
- Просто извлеките тампон из упаковки и потрите им исследуемую поверхность. Если через 5 сек. тампон стал синим – загрязнение есть, если остался желтым – нет.
- Не содержит биологически опасных компонентов, утилизируется как химический отход



ПОИСК SALMONELLA В ЛЮБОЙ ТОЧКЕ ВАШЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА 18-24 ч.

- БЕЗ ПИТАТЕЛЬНЫХ СРЕД
- БЕЗ СМЫВНЫХ РАСТВОРОВ
- БЕЗ ИЗМЕРИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Бактерии рода SALMONELLA являются в настоящее время одной из самых распространенных причин зоонозов (заболеваний, передающихся от животных человеку) во всех странах мира. Мясо и продукты из мяса, содержащие бактерии SALMONELLA, часто становятся причиной заражения человека и тяжелых токсических поражений.

Переносчиками сальмонеллы могут быть практически любые животные: крупный рогатый скот, лошади, свиньи, овцы, куры, утки, а их мясо будет источником инфекции.



Сохранность сальмонеллы:

- в мясе и колбасных изделиях — от 2 до 6 месяцев,
- в замороженном мясе — от полугода до года и более
- в тушках птиц — более 1 года,

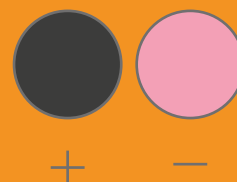
Часто полуфабрикаты или продукты инфицируются во время обработки или при контакте с заражёнными поверхностями в случае нарушения санитарных норм.

В ЭТОМ СЛУЧАЕ ИЗ ЧИСТОГО СЫРЬЯ ПОЛУЧАЕТСЯ ЗАРАЖЕННЫЙ ПРОДУКТ!

ПАТ-ЧЕК САЛЬМОНЕЛЛА (MICROGEN BIOPRODUCTS LTD, Великобритания)

Позволяет выявить даже 1 клетку сальмонелл на сухой или влажной поверхности за 18-24 ч. без использования дополнительных реагентов и измерительного оборудования.

Смыв производится влажным тампоном, который помещается внутрь тестовой пробирки. После 18-24 ч. инкубации результат считывается визуально по изменению цвета жидкости в пробирке. **Точность >99%.**





Встречайте в России полный ряд продукции Provisur

В партнерстве с «Вендо-Рус» мы предоставим все, что вам нужно

Посетите выставку «Агропродмаш–2019» и ознакомьтесь с передовыми технологиями в пищевой промышленности, охватывающими весь спектр потребностей – от сепарации и измельчения до формовки, тепловой обработки и нарезки. Вы узнаете, как из наших 10 машин на выставке можно создать полностью автоматическую производственную линию, которая повышает качество и выход продукции и снижает затраты на оплату труда. Партнерство Provisur с «Вендо-Рус» обеспечивает удовлетворение уникальных потребностей и возможностей российского рынка с помощью наших технических решений.

**Посетите нас на выставке
«Агропродмаш», стенд 21D70
«Экспоцентр»**

Москва, Россия 7 – 11 октября 2019 г.

Узнайте о нас больше на сайтах provisur.com или vendo-rus.ru
Тел.: +7 (495) 974-03-23

VR VENDO-RUS

PROVISUR®
TECHNOLOGIES

Редакционная коллегия

В состав редколлегии ООО ИД «СФЕРА» входят профессионалы в различных отраслях народного хозяйства, ученые, общественные деятели. Редколлегия определяет приоритеты информационного сопровождения научных разработок и новых технологий в мировой и российской пищевой перерабатывающей отрасли.



Джавадов
Эдуард Джавадович,
доктор ветеринарных наук, академик
РАН, заслуженный деятель науки РФ.



Глубоковский
Михаил Константинович,
доктор биологических наук, директор
ВНИИ рыбного хозяйства и океанологии.



Андреев
Михаил Павлович,
заместитель директора «АтлантНИРО»,
доктор технических наук, член-
корреспондент Международной
академии холода.



Забодалова
Людмила Александровна,
доктор технических наук, профессор,
заведующая кафедрой прикладной
биотехнологии Университета ИТМО.



Лисицын
Александр Николаевич,
директор ВНИИЖ, доктор
технических наук.



Доморощенкова
Мария Львовна,
заведующая отделом производства
пищевых растительных белков
и биотехнологии ВНИИ жиров.



Тимченко
Виктор Наумович,
кандидат экономических наук,
почетный член Национальной
академии аграрных наук Украины.



Ванеев
Вадим Шалвович,
основатель агрокластера «Евродон».



Савкина
Олеся Александровна,
ведущий научный сотрудник, руководитель
направления заквасочных культур
и микробиологических исследований
НИИ хлебопекарной промышленности,
Санкт-Петербургский филиал,
кандидат технических наук.



Маницкая
Людмила Николаевна,
исполнительный директор РСПМО,
кандидат экономических наук,
заслуженный работник пищевой
и перерабатывающей промышленности.



Егоров
Иван Афанасьевич,
доктор биологических наук, профессор,
академик РАН, руководитель научного
направления по питанию птицы.



Лоскутов
Игорь Градиславович,
заведующий отделом генетических ресурсов
овса, ржи, ячменя, доктор биологических
наук, профессор биологического
факультета Санкт-Петербургского
государственного университета.

*«По итогам 2017 года профессиональные
издания ИД «СФЕРА» – победители в номинации
«Лучшие отраслевые СМИ» Всероссийского
конкурса журналистов «Экономическое
возрождение России», организованного
Торгово-промышленной палатой РФ».*



KSL Series

Машина для горизонтальной нарезки на ломтики свежего мяса без кости с режущей мощностью более 2000 кг.



NSA XC Series

Идеально подходит для двумерной нарезки одинаковых или разных по размеру («эффект «ручной резки») полос или кубиков и для непрерывного производства большого количества мяса.



NAB Series

Простые в использовании и высокопроизводительные шкуроемная машина и машина для удаления мембран. Гарантирует точность обработки свиного и куриного мяса, даже самого деликатного.



Ждем Вас на
7-11.10.2019
Павильон 2
Зал 1
Стенд 21C85

Контактная информация:

Содержание

34

В сельскохозяйственных организациях КФХ и ИП Новосибирской области поголовье крупного рогатого скота составило 362,3 тыс. голов, в том числе 128,3 тыс. коров молочного направления продуктивности, 19,3 тыс. коров специализированного мясного направления; поголовье свиней составило 263,2 тыс., овец и коз – 15,2 тыс., поголовье лошадей – 16,1 тыс., поголовье птицы – 8405,9 тыс.



- | | | | | | |
|-----------|--|-----------|---|-----------|---|
| 6 | Мнение эксперта
Искоренение АЧС: Россия движется в правильном направлении | 24 | Материалы
Щепа для копчения Räuchergold® – высококачественная современная технологичная система | 40 | Рынок
Глубокая переработка и широкий ассортимент помогут отрасли стимулировать спрос |
| 10 | «Чума шагает по планете» | 26 | Ингредиенты
VAN HEES: новый игрок на рынке пищевых добавок | 44 | IT-технологии
Управление и оптимизация рецептов |
| 12 | Аналитика
Мясная продукция стабильно дорожает | 28 | Хрустящая основа для курочки типа «KFC» | 46 | Маркировка
Размышления о маркировке органической продукции |
| 14 | Объем потребления колбасных изделий в РФ и основные тенденции на рынке | 30 | Оболочки
НЕТ КЕЙСИНГ ЛАЙТ: продающая оболочка для мясной продукции | 50 | Маркетинг
Продвижение новинок мясной продукции в ритейле |
| 17 | Оборудование
HANDTMANN: инновационные решения для создания трендовых продуктов | 32 | Ветеринария
AviPlus®S: помощь животным в периоды стресса | 54 | Событие
От сырья до упаковки: компания GEA предложила решения для производителей мясной продукции |
| 18 | High-tech мойка для High-class мясного производства | 34 | Регион
Новосибирская область: господдержка на всех уровнях для развития мясной отрасли | 56 | До встречи на «Продэкспо»! |
| 22 | Упаковка
«Атлантик-Пак» на «Агропродмаш-2019»: «бургер-шоу» и забота об экологии | 39 | Гигиена
Чистота на производстве – прибыль в кармане | 57 | Интеллектуальная мясопереработка на «Агропродмаш-2019» |
| | | | | 58 | IFFA 2019: место встречи традиций и высоких технологий |

Сфера

Мясная сфера
(Мясная промышленность) №3 (126) 2019

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей индустрии
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС 77-46401 от 31.08.2011.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Адрес редакции:
Россия, 197101, Санкт-Петербург,
ул. Мира, д. 3, литера А, помещение 1Н,
тел./факс: +7 (812) 245-67-70,
www.sfera.fm

Управляющий:
ИП Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела
продаж и маркетинга:
Анна Шкрель
a.shkryl@sfera.fm

Реклама:
Анна Самсонова
a.samsonova@sfera.fm
Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Екатерина Полишук
e.polishuk@sfera.fm

Евгения Гненная
e.gnennaya@sfera.fm

Валерия Скиданова
v.skidanova@sfera.fm

Лилия Далакишвили
l.dalakishvili@sfera.fm

Екатерина Зенько
e.zenko@sfera.fm

Екатерина Неретина
e.neretina@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Полина Макаренко
makarenkopolina@yandex.ru

Дизайн и верстка:
Ирина Слюсарева
i.slyusareva@sfera.fm

Корректор:
Лариса Торопова

Журнал распространяется
на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 4 раза в год.
Использование информационных
и рекламных материалов

журнала возможно только
с письменного согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком **Р**,
публикуются на коммерческой основе.

Материалы, отмеченные значком **МП**,
являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 17.09.19.
Тираж: 3 000 экз.

 **сфера**
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

ОКПИ

Очаковский комбинат
пищевых ингредиентов

АГРОПРОДМАШ 2019
7-11 октября 2019
Москва,
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
ПАВИЛЬОН 7, ЗАЛ 4,
СТЕНД 74В20

Полное собрание ингредиентов для пищевых производств

- Каррагинаны, стабилизаторы структуры
- Альгинат натрия
- Натуральные экстракты специй
- Комплексные смеси для молочной промышленности
- Комплексные смеси для мясной промышленности
- Соевые и животные белки
- Антиокислители, консерванты
- Вкусо-ароматические добавки
- Ингредиенты для кондитерских изделий
- Комплексные смеси для термостабильных начинок
- Трансглютаминаза Enzima TG
- Крахмалы

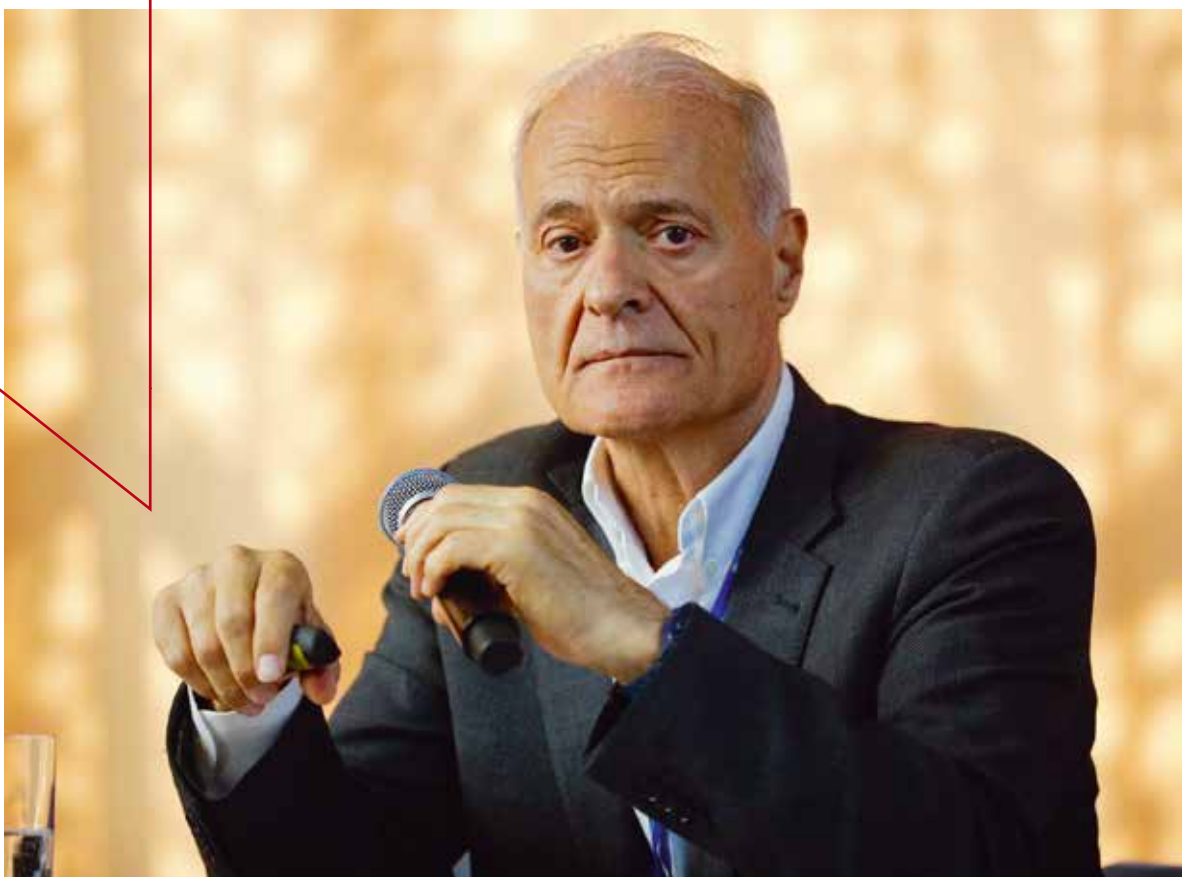
КОНТАКТЫ:

📍 121471, г. Москва, ул. Рябиновая д. 53,
стр. 5, этаж 3, помещение I, комната 6

☎ 8-800 250-36-63 ✉ sales@okpi.ru

🌐 ochakovo-food.ru

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА:



ИСКОРЕНЕНИЕ АЧС: РОССИЯ ДВИГАЕТСЯ В ПРАВИЛЬНОМ НАПРАВЛЕНИИ

Эксперт:

Хосе-Мануэль Санчес Вискаино,

профессор, заведующий
кафедрой эпизоотологии
Мадридского университета,
руководитель национальной
программы по искоренению
АЧС в Испании

По данным Россельхознадзора, на 9 сентября текущего года количество вспышек африканской чумы свиней в РФ составляло 68, из них 41 приходилась на популяцию домашних свиней, а 27 было отмечено среди диких кабанов. В сравнении с предыдущими годами (например, 2018-м, когда было зарегистрировано всего 55 вспышек у домашних свиней и 57 среди диких, 2017-м, когда количество зарегистрированных вспышек у домашних свиней составляло 149, а у диких – 54, 2016-м, отмеченным резким всплеском регистрации вируса у домашних свиней: 222 вспышки против 76 у диких кабанов) можно сказать, что свиноводческая отрасль научилась жить при наличии вируса АЧС и делает явные успехи в профилактике рас-

пространения этого заболевания. К такому выводу пришли российские и международные эксперты, поделившиеся своим видением борьбы с распространением вируса АЧС в рамках Международного ветеринарного конгресса, состоявшегося в Светлогорске.

Так, Хосе-Мануэль Санчес Вискаино, руководитель национальной программы по искоренению АЧС в Испании, отметил в своем докладе, что домашние свиньи играют большую роль в распространении вируса АЧС в России (и ряде других стран), однако достижения российских свиноводов в борьбе с вирусом налицо:

– Наличие большого количества ЛПХ, низкий уровень биобезопасности, отсутствие системы слежения за передвижениями жи-



вотных и торговлей животными создают «райские условия» для распространения вируса АЧС у домашних свиней. Но я отмечаю огромный прогресс в России, которая проделала большую работу, адаптировалась к новым условиям и достигла замечательных результатов. Россия использовала вирус АЧС, чтобы изменить пропорции в способах ведения свиноводства в сторону индустриального производства. Производство индустриальной свинины увеличилось на 8,2%, и это очень хорошие новости, а количество личных подсобных хозяйств уменьшилось на 7,7%. Я слышал, что в России 65% свинины производят 20 ведущих компаний, из них 25% – три лидера. Это очень важные данные: на таких предприятиях всегда очень высокий уровень биобезопасности. Вы предприняли массу усилий, чтобы реорганизовать свиноводство, и это поможет покончить с африканской чумой свиней.

Приведу пример. В 1966 году в Испании на четвертом году появления вируса АЧС свиноводство было развито слабо. Потребление свинины составляло всего 8 кг на человека в год. Популяция свиней в стране была всего 6 млн, свиного мяса производилось 258 тыс. т в год. И хотя через 20 лет АЧС никуда из Испании не делась, цифры изменились к лучшему. В 1986 году потребление свинины возросло до 33 кг на человека в год, количество свиней увеличилось до 13 млн 386 тыс., про-

В Испании была ситуация, похожая на ту, в которой Россия оказалась сейчас.

Она доказывает, что жизнь с АЧС – возможна.

Увеличение производства свинины в условиях неблагополучия – возможно. Сделать индустрию сильнее – возможно.

Но нельзя забывать, что если в стране АЧС, то продукты свиноводства годятся только для внутреннего рынка и не могут быть экспортированы.

изводство свиного мяса – до 1 млн 167 тыс. т в год. То есть в Испании была ситуация, похожая на ту, в которой Россия оказалась сейчас. Она доказывает, что жизнь с АЧС – возможна. Увеличение производства свинины в условиях неблагополучия – возможно. Сделать индустрию сильнее – возможно.

Но нельзя забывать, что если в стране АЧС, то продукты свиноводства годятся только для внутреннего рынка и не могут быть экспортированы. АЧС накладывает огромные ограничения на экспорт. В тот период мы увидели, как много у нас свинины, и очень расстроились, что не можем продавать ее на экспорт. В момент, когда испанская свиная индустрия оказалась достаточно сильной, чтобы накормить испанцев свиным мясом, она оказалась неконкурентоспособна на мировом рынке! И у вас сейчас такая ситуация наступила. Это лучший момент для начала искоренения АЧС. Это лучшее время, чтобы принять программы, адаптированные для каждого региона. У нас тоже есть автономные области, которые в не очень хороших отношениях друг с другом. Но можно иметь и региональные, и национальные программы искоренения АЧС, выстроенные так, что никто не будет против них возражать. Мы разработали программы, которые были всеми одобрены, их адаптировали для разных регионов, и я думаю, что в России можно сделать то же самое.



В 2017 году в Испании потребление составляло 49,1 кг на человека в год, наверное, больше уже не съесть! 75% нашей продукции экспортируется. Это то, что ждет и вашу страну, потому что она движется в правильном направлении. Сейчас Россия экспортирует только в страны, неблагополучные по АЧС, но надо экспортировать и туда, где ее нет, по всему миру. У нас 29 млн 971,357 тыс. свиней в Испании, мы самая крупная страна по производству и вторая по экспорту свинины в Европейском союзе. В мире мы занимаем четвертое место по экспорту свинины, сегодня наша продукция конкурентоспособна на глобальном рынке. Вы уже доказали, что способны изменить структуру свиноводства в сторону безопасности, и следующий шаг будет сделать не так сложно.

Давайте обратимся к ситуации с АЧС в Китае. За семь месяцев вирусом африканской чумы свиней было инфицировано большинство провинций Китая. Почему? Для вируса АЧС такое ведение хозяйства, как в Китае, является раем. Китайские фермеры используют кровь, чтобы кормить животных, которую покупают на бойнях, а там многие животные могут являться носителями вируса АЧС. Он прикрепляется к эритроцитам, и одна капля крови зараженной свиньи содержит 3 млн вирусных частиц. Свиней продолжают кормить отходами. Животные, которые являются вирусоносителями, не

7,7%

Россия использовала вирус АЧС, чтобы изменить пропорции в способах ведения свиноводства в сторону индустриального производства. Производство индустриальной свинины увеличилось на 8,2%, и это очень хорошие новости, а количество личных подсобных хозяйств уменьшилось на 7,7%.

идентифицированы, нет диагностики. Часто вирусом АЧС контаминированы средства транспорта. Все это, казалось бы, легко контролировать, но... национальные традиции и привычные способы ведения хозяйства приводят к такой ситуации.

Я много лет занимаюсь вопросами эрадикации вируса АЧС в разных странах и могу отметить несколько важных моментов, которые необходимы для этого. Первое, что нужно для эрадикации вируса, – знать, как он распространяется и пути его передачи. Вторая часть успеха – ранняя диагностика. Специалисты ветеринарных служб и фермеры должны как можно раньше установить наличие вируса, передать в лабораторию образцы. И третья, самая сложная часть – культурные традиции и особенности неблагополучного по АЧС региона. На Сардинии нам понадобилось два года непрерывных усилий, чтобы фермеры поняли, чего мы добиваемся.

Сегодня вирус АЧС находится на трех континентах. Более чем в 30 странах Африки на востоке и в Центральной Африке находится главный резервуар вируса, сложная ситуация в Западной Африке. Также вирус зарегистрирован в десяти странах Европейского союза (тоже с двумя сценариями: на Сардинии, например, только в дикой природе, в Румынии – у домашних свиней). В семи странах вне Европейского союза главным

переносчиком вируса являются домашние свиньи, и в четырех азиатских странах, где, к моему удивлению, вирус распространяется очень быстро. Что же со всем этим делать?

В России настало время, когда надо донести до всех участников рынка свиноводства, как себя вести, и разработать программу для искоренения АЧС с участием государства и специалистов отрасли. Я рекомендую создать два пилотных проекта и разработать два сценария. Во-первых, фермеры очень важны для сотрудничества по искоренению АЧС. Нужно хорошее законодатель-

В момент, когда испанская свиная индустрия оказалась достаточно сильной, чтобы накормить испанцев свиным мясом, она оказалась неконкурентоспособна на мировом рынке! И у вас сейчас такая ситуация наступила. Это лучший момент для начала искоренения АЧС.

ство, которое бы удовлетворяло интересы всех. И нужны средства, чтоб компенсировать потери фермерам. Ведь если на одной ферме уничтожили свиней и фермеру не заплатили, соседский фермер откажется от выполнения правил.

Нужны команда специалистов для разработки программы и хорошие лабораторные исследования. Для наилучших результатов я бы советовал применять компартиментализацию, при которой фермы объединяются по способам ведения свиноводства и по уровню биобезопасности. Тогда фермы, расположенные в разных местах даже в неблагополучных зонах, но с одинаковым компартиментом, могли бы торговать между собой и обмениваться животными. У способа регионализации есть свои достоинства, но и свои недостатки. При таком подходе в определенной зоне могут быть фермы с хорошей биобезопасностью, но, если хотя бы один зараженный кабан попадает в эту зону или хотя бы одна ферма неблагополучна по АЧС, вся зона объявляется неблагополучной.

Профессор Санчес Вискаино отметил, что испанские ученые приблизились к открытию вакцины от АЧС, но пока она не на рынке, и в ближайшие пару лет ожидать ее не стоит. Несколько прототипов он назвал многообещающими, но работа над ними продолжается. **МП**



Посетите нас!



Павильон Форум
стенд FF080

А что Ваше IT-решение понимает в производстве мяса?

Наше - практически все!

Отраслевые процессы, интеграция оборудования и машин, мониторинг и отчетность, прослеживание, оптимизация рецептов, управление качеством и многое другое. CSB-System - это программное обеспечение для мясной отрасли. Комплексное решение включает в себя ERP-систему, MES, FACTORY ERP. Кроме того, в CSB уже включены стандарты лучших практик.

Вы хотите знать,
почему ведущие предприятия отрасли
используют CSB?

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА:



«ЧУМА ШАГАЕТ ПО ПЛАНЕТЕ»

Эксперт:

**Константин
Груздев,**

доктор биологических наук,
профессор, заслуженный
ветеринарный врач РФ,
главный эксперт по болезням
свиней ФГБУ ВНИИЗЖ

Давайте посмотрим, как развивалась динамика АЧС в России. Сначала были годы незначительного подъема эпизоотического процесса, в 2013 году отмечался резкий подъем заболевания среди кабанов, потом спад. 2016 год оказался самым неблагоприятным по числу вспышек. Один предприниматель, нарушив ветеринарно-санитарные правила по приобретению, транспортировке и реализации животных, завез и продал в личные подсобные хозяйства (ЛПХ) в двух регионах Северо-Западного федерального округа больных АЧС поросят. В результате страна получила около 60 вспышек АЧС, а предпринимателя оштрафовали на 5 млн рублей. Теперь многие задумаются о том, надо ли везти животных из неблагоприятного региона.

Уже в течение многих лет АЧС проявляется сезонно. Июнь, июль, август – это месяцы самого напряженного течения эпизоотического процесса, когда чаще всего регистрируются вспышки. В 2017 году на-

блюдалось снижение заболеваемости. Мы все, от фермеров до губернаторов, постепенно начали понимать, что такое АЧС. Вспышки в 2018 году, которые отмечены на европейской территории страны, быстро купировались, не было массивного выноса. Калининград – это особый случай, когда возбудитель болезни проник с территории соседнего государства. Число вспышек в 2018 году снизилось до 109, случаи регистрировались как среди кабанов, так и среди домашних свиней.

Прогноз распространения АЧС в 2019 году был неблагоприятным, однако опыт, приобретенный ветеринарной службой и хозяйственниками, дает положительный результат. В первом полугодии 2019 года отмечались лишь единичные случаи АЧС среди кабанов и отдельных ЛПХ. Конечно, от вируса сильнее всего страдают именно ЛПХ, имеющие низкий уровень биологической защиты, и в связи с этим в регионах внедряется программа альтернативного за-



мещения свиней на другие виды сельскохозяйственных животных – овец, кроликов, страусов. Правительство всячески поддерживает это начинание.

В России наблюдается снижение вспышек на крупных промышленных предприятиях: там резко повысили уровень биобезопасности хозяйств. Есть программы контроля, которые включают раннее выявление, лабораторное подтверждение, выявление потенциально зараженных участков, быстрое уничтожение и дезинфекцию, с которой уже хорошо освоились на местах.

Очень много внимания уделяется информированности населения, всех групп людей, которые участвуют в профилактике заражения вирусом АЧС. Постоянно действующий семинар, посвященный этой теме, проводится в ФГБУ ВНИИЗЖ до шести раз в год, стоит недорого и очень эффективен. Обновлен пакет нормативных документов по борьбе с АЧС, работает правительственная противозoonотическая комиссия, в том числе по профилактике и ликвидации АЧС. Ветеринарную терминологию освоили и СМИ.

Я думаю, что необходимо постоянно актуализировать, усиливать требования, которые на сегодняшний день уже сложились. Проходят контроль и регуляция численности диких кабанов. Понятно, что многих беспокоит вопрос об экологии: не нарушится

Рост промышленных свиноводческих хозяйств, которые отвечают самым современным требованиям биобезопасности, предполагает новые способы защиты.

В отсутствие вакцины мы можем профилировать распространение вируса АЧС альтернативными способами. Необходимо постепенно отказываться от ведения свиноводства в ЛПХ, они не могут обеспечить требований биобезопасности.

ли природное равновесие, если уничтожить всех диких кабанов в регионе, где регистрируются вспышки? Я уверен, что на время можно сократить численность популяции одного из участников эпизоотического процесса (кабана) и разобраться с ситуацией.

Рост промышленных свиноводческих хозяйств, которые отвечают самым современным требованиям биобезопасности, предполагает новые способы защиты. В отсутствие вакцины мы можем профилировать распространение вируса АЧС альтернативными способами. Необходимо постепенно отказываться от ведения свиноводства в ЛПХ, они не могут обеспечить требований биобезопасности. И еще хочу отметить, что мы часто слышим о том, что Россия является угрозой по распространению АЧС, однако, как показывает опыт последних лет, наибольшая потенциальная угроза исходит от Украины, Румынии и некоторых других стран, где интенсивность эпизоотического процесса только нарастает.

Китай стал потрясением для всего ветеринарного мира в связи с широким распространением на его территории АЧС. Это наш ближайший сосед с давними традициями общения и взаимного проникновения культур. Мы должны помогать Китаю в искоренении АЧС всеми силами. Чем раньше мы ему поможем, тем лучше будет и нам, и всему миру. **МП**

Источник: Торговая платформа АГРО24

МЯСНАЯ ПРОДУКЦИЯ СТАБИЛЬНО ДОРОЖАЕТ

Аналитики торговой платформы АГРО24 сравнили цены на мясную продукцию в Москве и в целом по России. Снижения цен на сосиски, сардельки и колбасу разных видов ожидать не стоит.

С сентября по декабрь 2018 года наблюдался более резкий рост средних потребительских цен на сосиски и сардельки в России, если рассматривать период 2018–2019 гг. На протяжении всего периода цены по России в целом росли, лишь в июне и августе этого года наблюдалась незначительная динамика в сторону уменьшения цены (разница не превысила и одного рубля). По данным на 19 августа текущего года стоимость одного килограмма сосисок и сарделек в РФ составляет 368,72 рубля. В июле цена составляла 369,35 рубля за килограмм. В августе прошлого года стоимость мясных изделий была зафиксирована на уровне 344,96 рубля за килограмм, что на 6,5% меньше значения 2019 года.

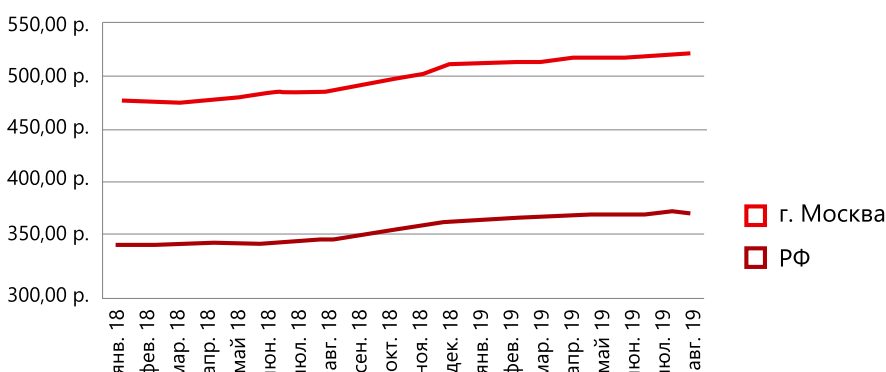
Средняя потребительская цена сосисок и сарделек в Москве также увеличивается на протяжении 2018–2019 гг. Небольшое падение цен наблюдалось лишь в августе прошлого года и в марте этого. Сейчас сосиски и сардельки в Москве стоят 521,96 рубля за килограмм, в июле они стоили 520,06 рубля за килограмм, в начале этого года – 512,89, в августе прошлого года – 483,96 (рис. 1).

В июле по сравнению с июнем 2019 года наблюдалось незначительное падение цены на сырокопченую колбасу как в Москве, так и по России в целом (данные за август не обновлены на момент аналитики). В Москве в июле килограмм сырокопченной колбасы стоил 1173,35, в России – 998,37. В июне этого года цена была выше: в РФ – 1001,08, в Москве – 1179,63, соответственно.

С начала 2018 года цены на сырокопченую колбасу росли (в марте в Москве зафиксировано незначительное уменьшение цен). По сравнению с июлем прошлого года цены на мясной деликатес выросли на 7% в среднем в Москве и по России в целом. По сравнению с началом года рост цен небольшой – 1,4% (рис. 2).

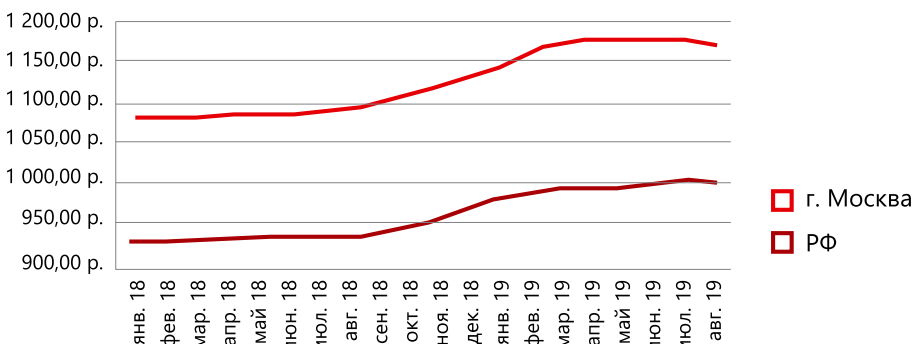
С марта по июль 2019 года наблюдалось снижение цен на варено-копченую и полукопченую колбасу в Москве, но в августе це-

Рисунок 1. Средняя потребительская цена 1 кг сосисок и сарделек в Москве и по России в целом в 2018–2019 гг.



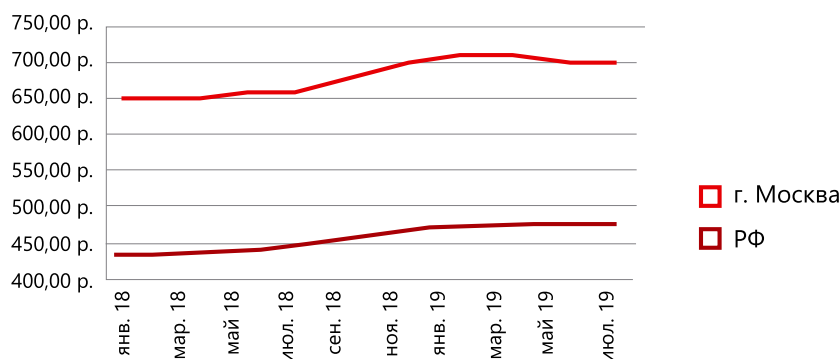
Источник: Росстат

Рисунок 2. Средняя потребительская цена 1 кг сырокопченной колбасы в Москве и по России в целом в 2018–2019 гг.



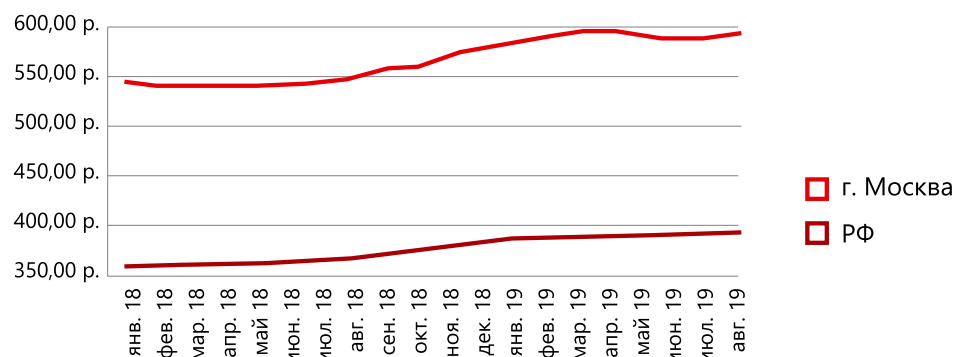
Источник: Росстат

Рисунок 3. Средняя потребительская цена 1 кг полукопченной и варено-копченной колбасы в Москве и по России в целом в 2018–2019 гг.



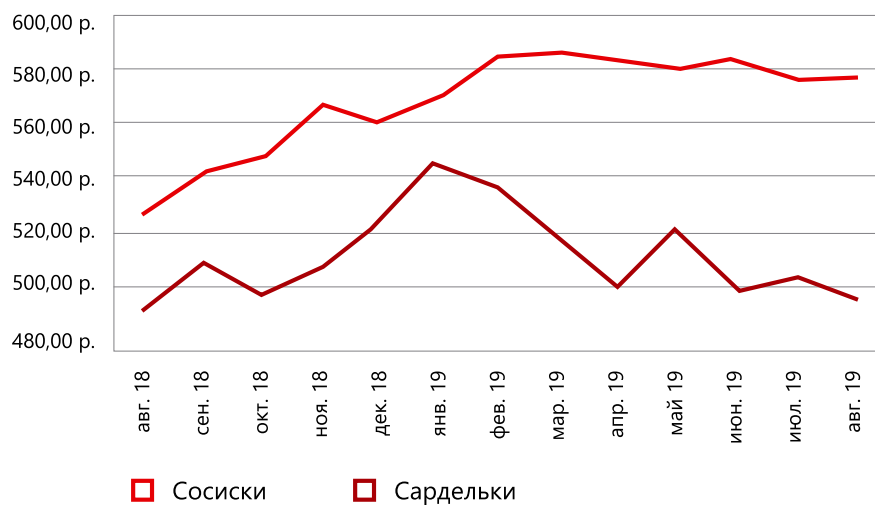
Источник: Росстат

Рисунок 4. Средняя потребительская цена 1 кг вареной колбасы в Москве и по России в целом в 2018–2019 гг.



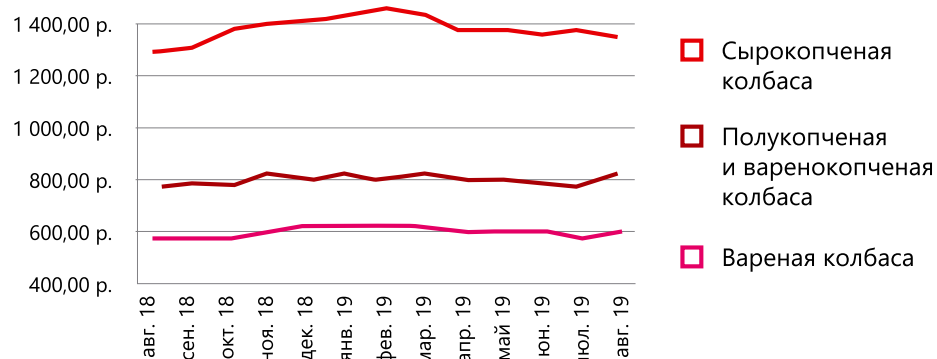
Источник: Росстат

Рисунок 5. Средняя цена 1 кг сосисок и сарделек в интернет-магазинах Москвы в 2018–2019 гг.



Источник: Исследования АГРО24

Рисунок 6. Средняя цена 1 кг колбасы разных видов в интернет-магазинах Москвы в 2018–2019 гг.



Источник: Исследования АГРО24

на опять пошла в рост. Сейчас килограмм колбасы такого типа можно приобрести по цене 700,56 рубля в Москве. В марте этого года она была на 9 рублей дороже – 709,84, в начале года – 704,08, в августе прошлого года на 6% дороже – 660,45.

По России в целом наблюдается только увеличение средней потребительской сто-

имости на полукопченую и варено-копченую колбасу. В августе этого года колбаса обошлась покупателю в 478,83 рубля, в то время как в начале года она стоила 471,26, в августе прошлого года – 445,19 (рис. 3).

Вареную колбасу в августе можно было приобрести по средней цене 595,5 рубля в Москве и 393,51 рубля по России в целом.

В июле в Москве цена была ниже – 588,93, по России практически не изменилась – 393,25. С начала года средняя потребительская стоимость вареной колбасы повысилась в среднем на 1,5%, а по сравнению с августом прошлого года – на 7% в России и на 8,5% в Москве (рис. 4).

В период с апреля по июнь 2019 года зафиксировано снижение цены на вареную колбасу в Москве, за весь остальной период цена только увеличивалась. По России в целом цена повышалась стабильно без скачков.

Аналитики компании провели также сравнительный анализ цен на вышеупомянутые мясные изделия в интернет-магазинах двух популярных ритейлеров – «Утконос» и «Перекресток». В среднем сосиски в интернет-магазинах Москвы стоят на 10% выше показателей Росстата по средним потребительским ценам столицы. В «Перекрестке» килограмм сосисок обойдется в среднем в 535,13 рубля, в «Утконосе» – 619,98 рубля. Сардельки в интернет-магазинах Москвы в августе 2019 года в среднем стоили 497,02 рубля (рис. 5).

Что касается сырокопченой колбасы, то в августе этого года в интернет-магазинах ее можно было приобрести в среднем за 1341,53 рубля за килограмм. По сравнению с августом прошлого года в начале этого года цены на сырокопченую колбасу в интернет-магазинах повысились в среднем на 10%. Летом 2019 года цена также упала – на 7% по сравнению с началом года. В августе 2018 года килограмм сырокопченой колбасы обошелся бы в 1299,05 рубля, в начале года – 1436,16 рубля.

Варено-копченую колбасу в интернет-магазинах можно купить по средней цене 810,5 рубля за килограмм. Стоимость вареной колбасы в августе 2019 года была зафиксирована на уровне 599,3 рубля (рис. 6).

В анализ данных не включались колбасы нарезанные, яичные, ливерные, жареные (украинские), для жарки, из мяса диких животных (например, лани).

– Цены на мясные полуфабрикаты и деликатесы зависят больше всего от цен на сырье. Если закупочные цены на мясо растут, цены на колбасы и сосиски также будут увеличиваться. Сезонное повышение цен для таких продуктов обычно наблюдается в начале осени и перед новогодними праздниками, – отмечает аналитик торговой платформы АГРО24 Дарья Ширяева. – В 2019 году не ожидается снижения цен на мясные изделия. Небольшое уменьшение потребительских цен на курицу и свинину в 2019 году на стоимость мясных деликатесов не повлияло, так как оптовые цены на мясо нестабильны и производители полуфабрикатов не могут закупать сырье по сниженным ценам. **МП**



Автор: Мария Айриян,
специалист Аналитического
департамента компании
IndexBox Russia

ОБЪЕМ ПОТРЕБЛЕНИЯ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ В РФ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ

Колбасные изделия – это изделия, приготовленные из мясного фарша, жира, субпродуктов с добавлением соли, специй, подвергнутые термической обработке до полной готовности к употреблению.

С 2014 года объем видимого потребления¹ колбасных изделий уменьшался со среднегодовыми темпами 2% и по итогам 2018 года составил 2278 тыс. т. Отрицательная динамика на рынке связана с общими кризисными явлениями в экономике, а также с эмбарго и ростом цен на сырье, которые в совокупности повлияли на изменения конечного спроса на рынке.

По итогам I полугодия 2019 года объем видимого потребления колбасных изделий продолжил тенденцию 2018-го, сократившись на 2% по отношению к аналогичному периоду предыдущего года (до 1102 тыс. т). При этом в структуре рынка наблюдается сокращение объемов как производства,

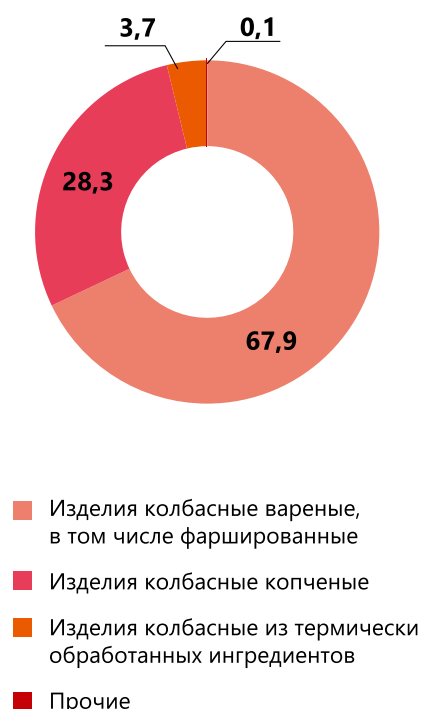
Рисунок 1. Объем видимого потребления колбасных изделий на российском рынке в 2013-м – I полугодии 2019 года, тыс. т



Источник: данные ФТС, компаний, экспертные оценки, аналитика IndexBox

¹ Объем видимого потребления приравнивается к объему рынка; фактически данный показатель отражает объем продукции, доступный для потребления на внутреннем рынке. При этом делается допущение, что запасы, нереализованные остатки и потери входят в указанный объем, но отдельно не выделяются.

Рисунок 2. Структура рынка колбасных изделий по видам продукции в 2018 году, в % от натурального выражения



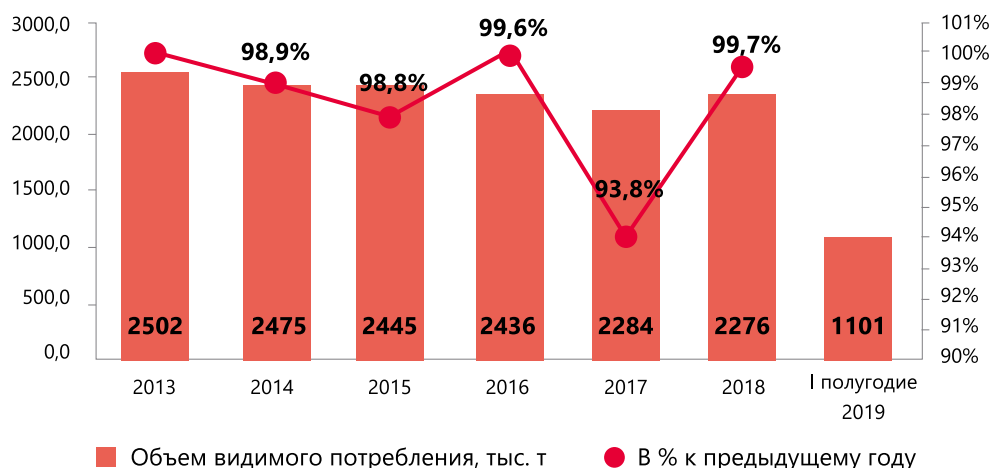
так и импортной продукции ввиду низкого спроса на колбасные изделия на фоне роста цен.

Наибольшим спросом традиционно пользуются вареные колбасные изделия, на долю которых приходится 68% от общего объема рынка. Далее с большим отставанием следуют копченые колбасные изделия (28%). На продукцию из термически обработанных ингредиентов, кровяные и жареные изделия приходится не более 4%. Данная структура обусловлена уже сложившейся культурой потребления колбасных изделий, а также их стоимостью: цены на вареную продукцию значительно ниже цен на прочие виды колбас.

Производство колбасных изделий в Российской Федерации

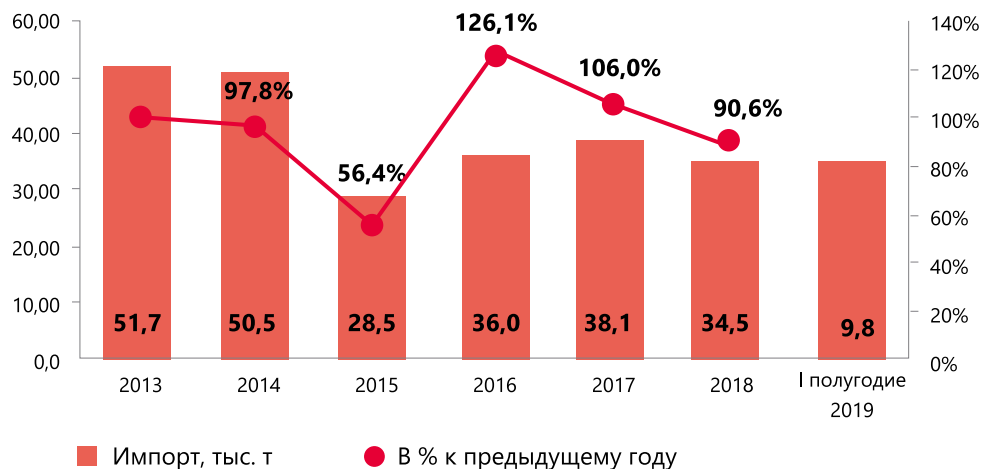
В период 2013–2018 гг. динамика производства колбасных изделий показывала отрицательный тренд со среднегодовыми темпами падения на уровне 2%. Очередной спад в 2017 году на 6% связан с еще большим удорожанием сырья для изготовления колбасных изделий, что, в свою очередь, привело к росту конечных цен на продукцию для потребителя. Стоит также отметить существенный рост издержек производителей колбасных изделий, связанный с повышением тарифов на воду, электроэнергию и логистические услуги.

Рисунок 3. Объем производства колбасных изделий в РФ в 2013-м – I полугодии 2019 года, тыс. т



Источник: данные ФТС, аналитика IndexBox

Рисунок 4. Динамика импортных поставок колбасных изделий на рынок РФ в 2013-м – I полугодии 2019 года, тыс. т



Источник: данные ФТС, аналитика IndexBox

В I полугодии текущего года объем производства составил 1101 тыс. т, что на 2% меньше аналогичного периода предыдущего года.

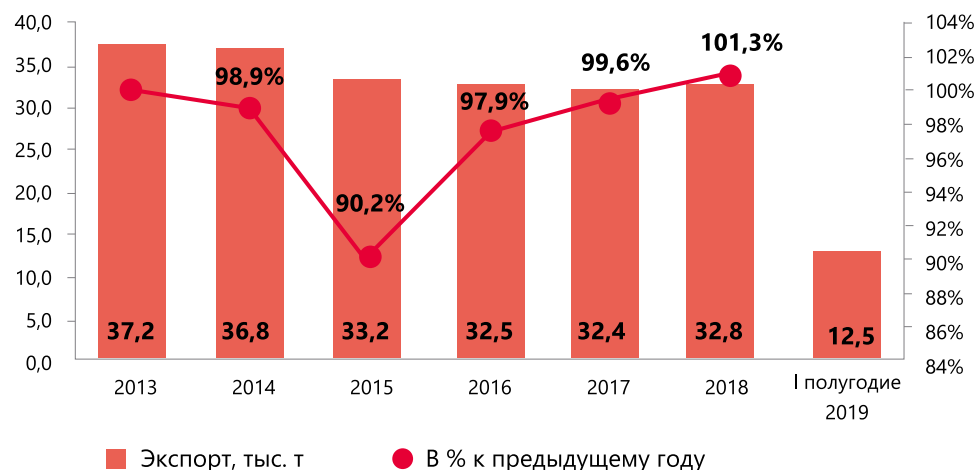
Лидером по производству колбасных изделий является Центральный федеральный округ, в 2018 году на его долю пришлось порядка 40%. Далее следуют Приволжский и Северо-Западный федеральные округа с долями 22% и 10% соответственно.

Структура производства колбасных изделий по видам является сформированной и относительно стабильной: более 50% приходится на фаршированные колбасные изделия (вареные колбасы, сосиски, сардельки).

Внешнеторговые операции на рынке

Объем импорта колбасных изделий в 2015 году составил 28,5 тыс. т, что на 44%

Рисунок 5. Динамика экспортных поставок колбасных изделий на рынок РФ в 2013-м – I полугодии 2019 года, тыс. т



Источник: данные ФТС, аналитика IndexBox

Таблица 1. Средние цены на колбасные изделия в период 2013-й – июнь 2019 года, руб./кг

Вид изделия	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Янв.-июнь 2019
Колбасы вареные	164,6	202,6	206,6	214,0	215,4	216,1	218,6
Колбасы сырокопченые	379,8	409,6	444,6	434,0	425,0	430,9	443,5
Колбасы полукопченые	205,6	254,3	289,4	292,4	264,4	272,2	277,9
Сосиски и сардельки	166,8	182,1	195,6	192,0	196,3	202,8	209,7

Рисунок 6. Прогноз потребления колбасных изделий в РФ в рамках базового сценария в 2019–2025 гг., тыс. т



Источник: данные экспертного опроса, аналитика IndexBox

ниже аналогичного показателя 2014-го. Снижение объемов импорта обусловлено текущей экономической обстановкой, колебанием курса рубля и введением продовольственного эмбарго.

В 2016–2017 гг. импорт показывал рост, что свидетельствовало об адаптации иностранных производителей к текущей эко-

номической обстановке, сложившейся в России. Однако в 2018 году импорт снова сократился на 10%, что связано с запретом Россельхознадзора на ввоз некоторых категорий и марок колбасных изделий из Беларуси, которая является основным поставщиком данной продукции в Россию (более 94% от общего объема импорта).

За I полугодие 2019 года объем импортных поставок в Россию составил 9,8 тыс. т, что на 5% ниже аналогичного показателя предыдущего года.

Экспорт колбасных изделий показывает нестабильную динамику на протяжении всего периода, что главным образом связано с колебаниями валютного курса. Основным получателем российских колбасных изделий традиционно является Казахстан, на долю которого на 2018 год пришлось 79% от общего объема экспорта, на втором месте – Украина с долей 10%.

За I полугодие 2019 года объем экспортных поставок в Россию составил 12,5 тыс. т, что на 4% выше аналогичного показателя предыдущего года.

Цены на рынке колбасных изделий

В период 2013 год – июнь 2019 года цены производителей показывали разнонаправленную динамику, которая, в первую очередь, зависит от стоимости сырьевых компонентов и прочих издержек производителей в аналогичный период. В 2013 году цены оставались стабильными. С 2014 года средние цены начали увеличиваться, и по состоянию на июнь 2019-го цены на вареные колбасы составляют 393,3 руб./кг, на полукопченые колбасы – 478,1 руб./кг, на сырокопченые колбасы – 475,2 руб./кг. Средняя цена в июне на сосиски и сардельки составляет 205,4 руб./кг.

Прогноз объемов потребления колбасных изделий

Потребительский спрос на колбасные изделия как на товар, не относящийся к категории продуктов первой необходимости, является основным фактором, определяющим показатели рынка, и в первую очередь зависит от уровня доходов и структуры расходов населения (особенно в кризисные периоды) с учетом цены на товар. Соответственно, с ростом цен на продукцию потребительский спрос на колбасные изделия может претерпеть структурные изменения (потребители будут переключаться на более дешевые товары). В свою очередь, цены и объемы производства зависят от цен на сырье, которое в последние годы показывает рекордный рост. Вместе с тем, ограничивают развитие рынка запреты на ввоз в Россию импортных товаров, а также популяризация правильного питания и здорового образа жизни в последние годы, из-за чего многие потребители проявляют интерес к мясу.

Таким образом, все вышеуказанные факторы будут способствовать стагнации рынка колбасных изделий в среднесрочной перспективе, и к 2025 году падение объемов рынка колбасных изделий может составить до 2253 тыс. т, что ниже уровня потребления 2018 года на 1,1%. **МП**



Экспоцентр

АГРОПРОДМАШ-2019
Павильон 2 / Зал 3
Стенд 23Е30
7-11 октября 2019



АТЛАНТИС-ПАК

*Сохранение природы ещё никогда
не было таким прибыльным*



АйПил-Про

Новое поколение высокопроницаемых сосисочных оболочек для профессионалов - быстро, надежно и с неограниченным выбором способов копчения

АйПил-Черева Про

Оболочка для сарделек и шпикачек - натуральный матовый внешний вид и кольцевая форма

АйЦел Премиум

Превосходит все традиционные искусственные аналоги - это ли не повод попробовать

ДИПЛЕКС

Оболочка-мечта мясопереработчика - копчение и длительные сроки хранения без дополнительных затрат

АМИСТАЙЛ ВР

Революционная барьерная плёнка для термоформовки - эффективно, экономично и экологично

АМИВАК

Инновационные высокобарьерные пакеты - и ваш продукт всегда свеж и привлекателен



Телефон горячей линии:
8 800 500-85-85 - для России,
+7 863 255-85-85 - для стран
ближнего и дальнего зарубежья
info@atlantis-pak.ru
www.atlantis-pak.ru

23-25
октября 2019

Краснодар, ул. Конгрессная, 1
ВКК «Экспоград Юг»



ФермаЭкспо

КРАСНОДАР

3-я Международная
ВЫСТАВКА

оборудования, кормов и ветеринарной
продукции **ДЛЯ ЖИВОТНОВОДСТВА,
ПТИЦЕВОДСТВА И АКВАКУЛЬТУРЫ**



farming-expo.ru

ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ 2019 ГОДА:



ФЕРМА.TECH
образовательные семинары
для животноводов



ФЕРМА.SCHOOL
мастер-классы
для начинающих
фермеров



ФЕРМА.DEMO
демонстрация оборудования
для животноводства
в действии



АГРОТУР НА ФЕРМУ
экскурсия на действующую ферму



КРАЕВОЕ СОВЕЩАНИЕ
по актуальным вопросам
развития животноводства



КОНФЕРЕНЦИИ
по технологиям кормозаготовки
и кормлению по проблемным темам
в ветеринарии



ВЫСТАВКА-КОНКУРС
кроликов и породной птицы

Организатор



Международная
Выставочная
Компания

+7 (861) 200-12-87
+7 (861) 200-12-34
farmingexpo@mvk.ru

handtmann
Идеи с будущим

Компания: ООО «Хандтманн Машин Фактори»

141400, Россия, Московская область,
г. Химки, Коммунальный проезд, вл. 30
Тел. +7 (499) 110-00-53

E-mail: info@handtmann-russia.ru
www.handtmann.de, www.хандтманн.рф

HANDTMANN: инновационные решения для создания трендовых продуктов

Имея успех на выставке IFFA-2019, компания HANDTMANN считает, что логичным продолжением события должен стать «Агропродмаш-2019». У российских производителей наблюдается активный интерес к продукции HANDTMANN. В связи с этим компания продолжает знакомить клиентов со своими новинками и концепциями по самым актуальным темам.

Формовочные системы

Растущий спрос на снековую продукцию обуславливает интерес к формовочным системам, которые позволяют производить формованные продукты без оболочки: мясные изделия или заменители мяса, вегетарианские или веганские продукты. По нескольким полосам продукты поступают на транспортеры для дальнейшей обработки, в системы с водой или кипящим маслом либо в установки для ламинирования. Наполняемая масса подается вакуумным наполнителем в распределитель массы. Распределитель массы с сервоприводом гарантирует абсолютно точную скорость вращения роторов в нем. Непрерывный поток массы поступает без колебаний давления, за счет чего обеспечивается чрезвычайно точный вес конечного продукта. Распределитель массы выталкивает наполняемую массу на несколько полос транспортера, пропуская ее через соответствующие форматные детали. Система управления вакуумного наполнителя позволяет визуализировать форму продукта и без труда выполнить расчет параметров процесса. Смена форм выполняется быстро, требуется заменить лишь несколько форматных деталей. Предусмотрена возможность производства продуктов различных форм: изделий в виде спирали, мясо на палочке, бургеры и шарики из растительного мяса и других.



Приглашаем посетить совместный стенд HANDTMANN и INOTEC 21C65 на выставке «Агропродмаш-2019»

Комплексные цифровые решения в области процесса переработки

HANDTMANN предлагает интеллектуальные цифровые решения, которые позволяют получить дополнительную прибыль. На протяжении многих лет модуль связи HCU (Handtmann Communication Unit) является передовым решением по планированию, управлению и оптимизации участка наполнения. Новые функции позволяют сделать следующий шаг на пути к безбумажному производству.

На основании данных о продукте MSA (Machine Setup Assistant) автоматически предлагает варианты оснащения и настройки параметров машины. Это гарантирует поддержку новых или неопытных пользователей и безопасность производства.

При производстве формованных изделий HPV (Handtmann Product Visualization) обе-

спечивает простоту настройки нужной формы изделий благодаря ее изображению на системе управления вакуумным наполнителем. IFC (Intelligent Filler Clipper Interface) повышает производительность и надежность процесса благодаря синхронизации вакуумного наполнителя и клипсатора.

Снижение расходов с системой взвешивания от HANDTMANN

Снижение расходов благодаря высокой точности взвешивания продуктов из мясного фарша поможет обеспечить новая система взвешивания WS 910, которая особенно эффективна при производстве изделий из мясного фарша и формованных продуктов. Эта система с сортировочным конвейером SB 912 является частью комплексного решения; она встраивается в производственную линию для контроля, мониторинга и регулировки веса продукции, а также отбраковки порций с весом, не попадающим в заданный диапазон после прохождения процесса формования и порционирования. Благодаря применению системы отпадает необходимость в устранении брака, что экономит ресурсы и снижает затраты на обработку.

Сотрудничество между компаниями HANDTMANN и INOTEC

С августа 2019-го компания HANDTMANN представляет интересы известной немецкой компании INOTEC на российском рынке. Команда HANDTMANN совместно со специалистами INOTEC представит всю линейку производимых машин: эмульсаторы, мешалки, обвязчики сосисок, резчики гирлянд и удалители клипс, а также поможет в осуществлении комплексных решений для новых продуктов с применением уникальных разработок. ■

Компания:

Winterhalter

www.winterhalter.ru
info@winterhalter.ru

High-tech мойка для High-class мясного производства

Гастроемкости и листы с пригаром. Присохшие остатки фарша на всевозможной кухонной посуде. Листы с намертво прилипшим жиром и белком. Засохший фарш. Со всеми этими сложностями приходится сталкиваться при мойке посуды в мясном цеху или на мясном производстве. Проблем множество: посуда разного размера из нержавеющей стали и таких чувствительных к воздействиям материалов, как алюминий, пластмасса, стекло и фарфор. Самые разные типы загрязнений – от легких до въевшихся, от пригара до корок. Но решение может быть только одно – высокопроизводительное посудомоечное оборудование. Оно устранил необходимость ручного замачивания и очень быстро обеспечит идеальную чистоту и гигиенически безупречные результаты мойки. Бережно, экономично и надежно.

Помимо этого, на многих давно работающих предприятиях производственные помещения спроектированы по СанПиНам 70-х годов прошлого века и зачастую осложняют работу предприятий. Как правило, производство перегружено, и в 99% случаев проблема кроется во внутрицеховой логистике. Большие и маленькие мясные производства не избежали этой «болезни».

Правильная организация мойки имеет огромное гигиеническое значение, именно поэтому к этому процессу предъявляются самые жесткие требования, гарантировать соблюдение которых может только ПММ.

Для удаления крахмальных загрязнений важны температура и дозировка химии, а вот для удаления белковых, помимо названных, важна механика (давление моющей струи). Белок без механического воздействия не отмывается.

Любой заказчик каждый день выкладывается на 100%. Мы – тоже. Не важно, кто вы по профессии, – вы и ваша команда каждый день прилагаете все усилия, работая над своими изделиями, и вкладываете в них свою душу. Вы не хотите задумываться о мойке, а мы делаем это с огромным удовольствием с 1947 года.

Имея огромный практический опыт и опыт общения с пекарями, мясниками, гостиницами и предприятиями питания, мы создали уникальное решение, адаптированное ко всем ежедневным потребностям целевых групп. **Серия UF** (котломоечные машины) предлагается в трех типоразме-



рах. В зависимости от свободного места и размеров предметов мойки заказчик может подобрать себе один из типоразмеров. Программные настройки вариантов максимально адаптированы к типам и степени загрязненности предметов мойки. Дополняет линейку самая маленькая в мире подстольная котломойка GS-630.

Почему именно Winterhalter? Winterhalter производит только посудомоечные системы, а значит погружение в специфику моечных процессов – максимальное. Почему профессиональные ПММ делятся на стаканомоечные, посудомоечные, котломоечные и так далее? Для различных предметов мойки и загрязнений требуются соответствующие условия мойки и различная химия. Особо сложные загрязнения на гостроемкостях отмыть в стаканомоечной машине невозможно – не та температура, не то давление моющей струи, если даже применять «правильную» химию. Для особо стойких загрязнений в котломойках важно давление моющей струи. **Так, для удаления крахмальных загрязнений важны температура и дозировка химии, а вот для удаления белковых, помимо названных, важна механика (давление моющей струи). Белок без механического воздействия не отмывается.**

И вот тут **серия UF уникальна** со своим давлением на форсунке в 1 бар (для сравнения: у других котломоек не превышает 0,5 бар). При прочих равных условиях кто отмое лучше? Помимо этого, UF – первая на рынке котломойка с функцией изменяе-

При выборе профессиональной машины для мойки кухонной посуды и утвари стоимость покупки – не единственный решающий фактор выбора. Расходы на воду, электроэнергию, химию также очень важны. Своими интеллектуальными и ресурсосберегающими технологиями и системами Winterhalter служат эталоном на рынке в течение многих десятилетий.

мого давления моющей струи, с уникальной системой фильтрации моющего раствора, включая гидроцентрифугу Mediamat (отфильтровывает мелкие включения типа молотого кофе или манной каши), датчиком мутности раствора (следающим за гигиеной). Все эти инновации приносят глобальную экономию владельцу машины.

Уникальных инновационных отличий «внутри железной коробки», помимо названных выше, гораздо больше.

Опционная система замачивания Turbo-Zyme (средство предварительного замачивания на основе энзимов), разработанное специалистами Winterhalter, спасает пользователя от многочасового замачивания и утомительной ручной очистки гостроемкостей и листов с пригаром. Во время этого процесса пригар растворяется инновационным средством «Растворитель пригара», которое расщепляет стойкие пригорелые загрязнения перед началом основного цикла мойки. Это не только облегчает ежедневную мойку и глобально сокращает время, но способствует идеальному гигиеническому результату. Поскольку ферменты «нацелены» на расщепление определенных веществ (крахмалы, белки и т. д.), то «Растворитель пригара» разделен на три целевые группы (для мясных производств, для пекарен и для универсального использования), гарантируя идеальный результат мойки инвентаря со сверхсильными загрязнениями. На сегодняшний день это лучшее из возможных решений проблемы засохших, запекшихся загрязнений, снижающее затраты на предварительное ручное замачивание, экономящее время и рабочие ресурсы и гарантирующее идеальную чистоту кухонной посуды. Сравните сами: семь минут длится замачивание в машине и несколько часов требуется для замачивания в ванне.

Уникальная тележка для корзин позволяет эргономично организовать логистику и сократить время. Это особенно актуально в больших по площади производствах. Громоздкая и тяжелая кухонная утварь и инвентарь теперь могут накапливаться в корзине на тележке, далее персонал легко докатывает тележку до машины. По направляющим корзина легко скользит в машину, затем корзина с чистой кухонной посудой сдвигается обратно на тележку и доставляется к месту использования. Одна машина может «обрабатывать» несколько производственных участков. **Проблема внутренней логистики решена!**

Зачастую самые незаметные инновации дают наибольшие преимущества, и этому пример – **откидная («падающая») дверца серии UF**, которая гарантирует идеальный доступ к любой точке моечной камеры и облегчает труд оператора по очистке камеры машины (очень актуально в случае использования UF-XL). Больше нет необходимости полностью вынимать решетку из машины, достаточно ее поставить вертикально вдоль



задней стенки моечной камеры. Всякий, кто знаком с видами посуды и ее загрязнениями, характерными для мясников, знает проблемные места в машине. Именно этим зонам уделяется особое внимание при гигиенической инспекции, поэтому важно, чтобы эти «недоступные» места стали доступными. Падающая дверца в этом помогает. Помимо этого, цельнотянутый бак, гигиеничный ТЭН, отсутствие мест в камере, где может отложиться загрязнение, – все это делает камеру машины гигиеничной, и время на ежедневную чистку сокращается.

Но начинать надо с начала – с планирования. Совместно с заказчиком мы начинаем с анализа рабочих процессов, далее, основываясь на нашем огромном опыте, предлагаем правильное решение и индивидуально подобранные опции, которые позволяют оптимизировать логистику и моечные процессы на предприятии. Например, вставка для ножей и лопаточек позволит эргономично помыть и их.

Решать задачу нужно комплексно, а значит, подбирать нужно машины, устройства водоподготовки, корзины, химию. Только в таком сбалансированном наборе можно получить идеальный результат мойки и максимальную экономию. Машины высокотехнологичного сегмента позволяют экономить операционные расходы. Водоподготовка позволит сэкономить на сервисе и позволит снизить дозировку химии.

Уникальная тележка для корзин позволяет эргономично организовать логистику и сократить время. Это особенно актуально в больших по площади производствах.

Как известно, более 40% операционных расходов (например, у купольной машины) за 10 лет эксплуатации – это стоимость моющего средства и ополаскивателя, а значит при выборе химии, помимо прочего, важно обращать внимание не только на стоимость литра, но и на дозировку. При комплексном решении на высочайшей гигиеничности самой машины – экономим, на сервисе – снова экономим, дозировку химии уменьшаем – и опять экономим. Сплошные выгоды!

Машины серии UF в стандарте оснащены активным менеджментом распределения энергии между потребителями, опционально они оснащаются системой рекуперации Energy. Горячий и влажный пар из камеры машины нагревает в теплообменнике вхо-

дящую холодную воду. Это обеспечивает значительную экономию электроэнергии, сокращает операционные расходы и в то же время позволяет значительно улучшить микроклимат в моечном помещении, так как горячий и влажный пар не выходит из камеры машины при открывании дверки.

Значительную экономию электроэнергии гарантирует снижение температуры бойлера во время режима ожидания. Эта энергосберегающая функция снижает температуру бойлера настолько, чтобы во время последующего цикла мойки машина успела нагреть воду в бойлере до заданной температуры. Время ожидания отсутствует, а машина готова к следующему циклу мойки незамедлительно. Так владельцы машины серии UF значительно экономят расходы при каждом цикле мойки.

Каждый, кто работает с белком или крахмалом, знаком с проблемой, когда при включении машинного (т. е. горячего) процесса мойки без предварительного ополаскивания холодной водой остатки запекаются и прилипают. Поэтому серия UF предлагает возможность предополаскивания холодной водой при помощи нажатия всего одной кнопки!

Ну и конечно, мы подумали об аксессуарах для корзин. При помощи специфических, разработанных для различных целевых групп корзин и приспособлений для установки в наклонное положение (для листов, противней, ножей, лопаточек и пр.) вы можете индивидуально и практично заполнить внутреннее пространство моечной камеры своей машины Winterhalter UF в точном соответствии с вашими потребностями. Основными преимуществами является надежное расположение ваших рабочих инструментов в машине, а также оптимальное использование пространства камеры и простота в обращении.

При выборе профессиональной машины для мойки кухонной посуды и утвари стоимость покупки – не единственный решающий фактор выбора. Расходы на воду, электроэнергию, химию также очень важны. Своими интеллектуальными и ресурсосберегающими технологиями и системами Winterhalter служит эталоном на рынке в течение многих десятилетий.

Все больше заказчиков и инвесторов считают деньги и свои предстоящие расходы. Они выбирают машины, которые позволяют экономить значительные средства (операционные расходы). А это возможно только при выборе высокотехнологичных машин и комплексном подходе. ☐

ПРИГЛАШАЕМ
НА ВЫСТАВКУ!



upakovka

PROCESSING & PACKAGING

28 – 31 ЯНВАРЯ 2020

МОСКВА

MEMBER OF INTERPACK ALLIANCE

UPAKOVKA-TRADEFAIR.RU



Messe
Düsseldorf
Moscow



Компания: **Atlantis-Pak**
Тел. 8 (800) 500-85-85
www.atlantis-pak.ru

«Атлантис-Пак» на «Агропродмаш-2019»: «бургер-шоу» и забота об экологии

«Атлантис-Пак» на выставке «Агропродмаш-2019» представит свою концепцию бережного отношения к природе. Компания презентует новинки производства, а также варианты упаковки для продуктов сегмента «готовых блюд»: прямо на стенде можно будет продегустировать, например, два вида бургеров.

Компания «Атлантис-Пак» примет участие в 24-й международной выставке «Оборудование, машины и ингредиенты для пищевой и перерабатывающей промышленности» – «Агропродмаш-2019», которая будет проходить в Москве с 7 по 11 октября. Это крупнейшая в России и Восточной Европе выставка, неизменно привлекающая лидеров агропромышленной отрасли всего мира.

Девиз «Атлантис-Пак» на «Агропродмаш-2019» – «Сохранение природы никогда еще не было таким прибыльным». Акцент на бережном отношении компании к природе не случаен. По сравнению с другими способами производства упаковочных решений при производстве инновационных пленок, оболочек и пакетов «Атлантис-Пак» расходуется значительно меньше водных ресурсов.

Пленки АМИСТАЙЛ имеют очень маленькую толщину (от 25 мкм), но по техническим показателям соответствуют материалам в 1,5–2 раза толще. Это означает, что после использования упаковки фактически утилизируется в 1,5–2 раза меньше материалов в сравнении с аналогичными пленками других производителей. К тому же пластиковая упаковка пригодна для вторичной переработки. Это также позволяет снизить количество отходов, загрязняющих окружающую среду. В своем производстве мы не используем целлюлозу, сохраняя леса нашей планеты. Таким образом, покупая упаковочные решения «Атлантис-Пак», вы не



Главные новинки компании будут представлены в сегменте производства пленочных материалов – 12 типов пленки АМИСТАЙЛ для разных продуктов и технологий использования. Однако новые продукты будут предложены и в других сферах производства компании.

только пользуетесь преимуществами пластиковой упаковки, но и проявляете бережное отношение к природе.

Главные новинки компании будут представлены в сегменте производства пленочных материалов – 12 типов пленки АМИСТАЙЛ для разных продуктов и технологий использования. Однако новые продукты будут предложены и в других сферах производства компании: сверхпроницаемая оболочка для сырокопченых колбас

АйЦел Премиум, высокопроницаемая оболочка для сосисок и сарделек АйПил Про и АйПил Про Черева с повышенной эластичностью, а также новые типы пакетов АМИВАК. Еще одним новшеством станет зона концептуальных продуктов. Вы сможете увидеть прототипы наших будущих разработок – тех упаковочных решений, которые будут представлены в ассортименте компании в перспективе ближайших лет.

«Атлантис-Пак» в этом году представит на выставке свежий выпуск «Книги рецептов» – сборника интересных рецептов мясоперерабатывающей отрасли, которые можно выпускать в упаковочных решениях «Атлантис-Пак». В частности, в пакетах АМИВАК ВТ будет упаковано мясо для приготовления по технологии «су-вид», мы презентуем целую линейку готовых продуктов в оболочке АМИЛАЙН Элита-К, а в оболочке АМИЛАЙН Элита-Кс будет упакован фарш двух видов, из которого прямо на стенде будут готовить бургеры для дегустации.

Как всегда, посетители стенда «Атлантис-Пак» смогут ознакомиться с новыми разработками компании и с наиболее востребованными решениями и задать напрямую вопросы об этих продуктах специалистам компании.

Мы будем рады видеть вас на выставке «Агропродмаш-2019» 7–11 октября на нашем стенде: павильон 2, зал 3, стенд 23Е30, ЦВК «Экспоцентр». Приходите, будет интересно. **Р**

Кратчайший путь на полки 50 розничных сетей

Главное событие продовольственного
рынка Северо-Запада

300

Участников из 10 стран

200

Закупщиков из 50 розничных сетей

3500

Оптовых, дистрибьюторских
и компаний HoReCa

7500

Посетителей-специалистов

Комплекс инструментов
для входа в розничные сети



Центр Закупок Сетей™ —
индивидуальные переговоры
о поставках Вашей продукции



«Активные Сетевые Продажи» —
200 закупщиков оптовиков
в сопровождении гида на Вашем стенде



Конкурс «Выбор сетей» —
дополнительное преимущество
и подтверждение качества
Вашей продукции

Информация из первых уст



Стратегическая информация для
поставок в сети на 2020 на Форуме
«Торговля Большого Города»



Инструменты для работы с магазинами
на семинарах из Цикла «Звезды
Российского Консалтинга™»



Успешные кейсы по увеличению
продаж на мастер-классах от
экспертов продовольственного
бизнеса

Организатор:
Imperia

+7 812 327 49 18
peterfood@peterfood.ru

Воспользуйтесь преимуществом
раннего бронирования стенда

**ЗАБРОНИРУЙТЕ
ЛУЧШИЙ СТЕНД**
на www.peterfood.ru



Умная Ферма

Выставка оборудования, кормов и ветеринарной
продукции для животноводства и птицеводства

10-11
декабря
2019

Санкт-Петербург,
КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»

12+

Разделы:

- ▶ Оборудование для разведения, содержания и кормления
- ▶ Оборудование для доения, первичной переработки молока и мяса
- ▶ Ветеринарные препараты, инструменты и услуги
- ▶ Корма и кормовые добавки

Организатор — компания MVK
Офис в Санкт-Петербурге



Международная
Выставочная
Компания

+7 (812) 380 6004/00
smartfarm@mvk.ru

Получите электронный билет
smartfarm-expo.ru



Компания: ООО «РЕТТЕНМАЙЕР РУС»

Отдел техники: +7 (495) 276-06-40
www.rettentmaier.ru

Щепа для копчения Räuchergold® – высококачественная современная технологичная система

Являясь надежным партнером многих современных мясоперерабатывающих предприятий, компания JRS (J. Rettenmaier & Söhne GmbH & Co KG, г. Розенберг) на протяжении многих десятилетий успешно занимается вопросами эффективной и безопасной эксплуатации копильного оборудования. За десятилетия работы JRS создала всеобъемлющий практичный продукт и ноу-хау в области его применения, что вывело линейку продуктов Räuchergold® на лидирующее место на мировом рынке.

Более 70% объема производимых рыбных и мясных продуктов проходит через копчение. Основой любого процесса копчения всегда являлось использование растительного древесного сырья. Компания JRS – производитель высококачественных и надежных материалов для копчения.

Цель компании – добиться абсолютной производственной безопасности при полной загрузке оборудования, работающего в непрерывном режиме производства, а также оптимизации эксплуатации этого оборудования.

Для реализации этой цели был использован весь накопленный объем знаний и практического опыта, которые явились результатом интенсивного технологического сотрудничества с ведущими производителями оборудования для копчения и постоянного обмена знаниями с потребителями средств для копчения.

В компании JRS разработана текущая линейка системных продуктов для разнообразных областей применения. Высокофункциональные продукты линейки Räuchergold® отлично подходят для безопасной работы на мясоперерабатывающем производстве, в частности на современном высокопроизводительном технологическом оборудовании для копчения.

В зависимости от типа копильной камеры, продукта и желаемого результата для копчения используется щепа из таких сортов древесины, как бук, дуб, ель и пихта. Вся серия продуктов Räuchergold®, пред-



Высокофункциональные продукты линейки Räuchergold® отлично подходят для безопасной работы на мясоперерабатывающем производстве, в частности на современном высокопроизводительном технологическом оборудовании для копчения. В зависимости от типа копильной камеры, продукта и желаемого результата для копчения используется щепа из таких сортов древесины, как бук, дуб, ель и пихта.

ставленную в виде различных фракций, различающихся по степени измельчения, можно использовать в современных автоматизированных копильных установках.

Безопасность продуктов и уровень расходов в решающей степени зависят от качества и совместимости применяемых копильных материалов. Именно поэтому производители копильных установок в своих инструкциях по эксплуатации всегда указывают на необходимость применения пригодных и сертифицированных материалов компании JRS.

Поставщики сырья для производства копильных материалов линейки Räuchergold® – лесные хозяйства проходят добровольную сертификацию в рамках международной программы PEFC, регулирующей создание и поддержание системы устойчивого лесопользования. Кроме того, надежность и безопасность производства самих продуктов Räuchergold® регулярно проверяются отделом по качеству JRS.

Осуществляя тщательный контроль на всех стадиях производства в целях обеспечения стабильно высокого качества своей продукции, компания JRS также предлагает своим партнерам и клиентам по всему миру надежный сервис, необходимое консультирование, поддержку служб продаж и транспортировки.

Более подробно с продуктами компании JRS можно будет познакомиться на выставке «Агропродмаш-2019» в Москве (павильон №3, стенд №3D95). **Р**



RÄUCHER GOLD®
Smoking Chips Räucherspäne



SMOKING HOT!



**Щепа для копчения
высшей категории**

Подтверждающие
сертификаты:
DIN EN ISO 9001:2008,
HACCP, PEFC и
DIN EN ISO 50001:2011



www.rennenmaier.ru

реклама

ООО РЕТТЕНМАЙЕР РУС



Природные
волокна
*также копчение IRS

Отдел Техники
115280 Москва (Россия)

Тел. : +7-495-2760640
info@rettenmaier.ru



VAN HEES: новый игрок на рынке пищевых добавок

Компания VAN HEES – крупный международный производитель ингредиентов для мясопереработки. Ее заводы расположены в Европе, Африке и Америке, торговые представительства открыты в более чем 60 странах по всему миру. В 2014 году компания приобрела предприятие по производству пищевых добавок в России, а в мае 2019-го была открыта новая площадка завода под Москвой.

Оперативная разработка новых продуктов для решения индивидуальных задач производителей, возможность выполнить срочный заказ стали жизненно важными для ведения бизнеса в современных условиях рынка. Предприятия вынуждены молниеносно реагировать на меняющиеся требования, предлагать рынку новые продукты, дорабатывать уже имеющиеся в ассортименте. В связи с этим остро встает вопрос об оперативности обеспечения заводов необходимыми ингредиентами. Поставки из-за рубежа не всегда могут обеспечить динамично изменяющийся спрос. В связи с этим руководство компании VAN HEES приняло решение об открытии собственного производства в России.

Активы в России

В 2014 году российский завод пищевых добавок «Евроспайс Технолоджис» вошел в группу компаний VAN HEES (Германия) и стал производственной площадкой крупнейшего холдинга в Европе. В 2016-м компания сменила название на ООО «ВАН ХЕЕС РУС». Расширение присутствия VAN



Компания VAN HEES – крупный международный производитель ингредиентов для мясопереработки.

HEES в России способствовало существенному развитию компании и позволило еще более надежно укрепить свои позиции на российском рынке.

Как часть международной семьи VAN HEES и успешный партнер на рынке пищевой индустрии ООО «ВАН ХЕЕС РУС» предлагает смеси специй и функциональных добавок, не уступающие по качеству европейским.

Лучшие европейские технологии, адаптированные под российского потребителя, отборное сырье и надежный сервис в компании дополняют инновационными идеями и технологиями. При этом VAN HEES имеет возможность предложить отечественному производителю выгодные условия.

В мае 2019 года на территории промышленного парка «Шереметьево» в подмосковных Химках открылась новая площадка завода. Это производство европейского уровня, соответствующее всем требованиям законодательства и регламентов, сертифицированное по системе ISO 22 000.

Каждый этап производства осуществляется непосредственно на заводе, благодаря этому обеспечивается полный контроль сырья и конечного продукта. Производственный цех и складской комплекс оснащены современным оборудованием и техникой. В арсенале компании есть оснащенная лаборатория входного и производственного контроля, учебный зал для проведения обучающих семинаров, а также цех для тестирования новых разработок и проведения экспериментальных и обучающих выработок.



Досье

«ВАН ХЕЕС РУС» – это технологическая компания, разработчик и поставщик пищевых добавок в России и странах Таможенного союза. Ассортимент продуктов не ограничивается выпуском добавок для мясной промышленности. Компания также производит смеси для таких направлений пищевой промышленности, как птицеперерабатывающая, рыбоперерабатывающая, кондитерская, хлебобулочная, масложировая. Продукция имеет стандартизированное качество, не содержит компонентов из генетически модифицированных источников (ГМИ). Залогом успешной работы компании являются высокое и стабильное качество производимых продуктов, обеспечение требований и потребностей клиентов максимально быстро, используя собственную научную базу и новейшие разработки. ООО «ВАН ХЕЕС РУС» является постоянным участником крупнейших международных выставок IFFA и «Агропродмаш».

Качество в приоритете

Основа работы компании — политика компании в области качества, которая подтверждена внедрением ХАССП. Достижение качества обеспечивается следующими принципами:

- использование качественного сырья и натуральных ингредиентов для производства нашей продукции;
- сотрудничество только с крупными проверенными поставщиками ингредиентов;
- управление качеством готовой продукции и внедрение новейших технологий производства;
- строгая оценка эффективности добавок в составе пищевых продуктов на этапе внедрения;
- повышение квалификации собственных специалистов;
- сертификация продукции.

Сегодня компания предлагает большой ассортимент композиций, которые позволяют изготовить разнообразные конкурентные на рынке продукты, отвечающие любым трендам и задачам – от любимых классики до смелых новинок.

Для мясного разнообразия

Для формирования индивидуального вкуса, вида, аромата готовых мясных изделий компания «ВАН ХЕЕС РУС» выпускает большое разнообразие комплексных пищевых добавок, разработанных специально для каждого вида колбас, ветчин, деликатесов и полуфабрикатов. Это сбалансированные комплексные смеси, используемые в качестве стабилизирующих, вкусоароматических, цветообразующих добавок взамен отдельных пряностей, сахаров и функциональных добавок.



Выступая не только поставщиком пищевых добавок, но и партнером в создании современных технологий, эксперты «ВАН ХЕЕС РУС» всегда готовы оказать компетентную профессиональную поддержку по ассортименту продукции и принять участие в создании оптимальных рецептур в условиях любого производства.

В ассортимент входят:

- Стандартизированные смеси натуральных специй и их экстрактов с небольшой дозировкой – это возможность составить вкусовой «конструктор» с фосфатными или бесфосфатными функциональными комплексами для использования в качестве вкусоароматических добавок для с/к колбас, полуфабрикатов. Применение открывает широкие перспективы не только для предприятий перерабатывающей промышленности, но и системы общепита.

- Комплексные добавки на основе молочных и коллагеновых белков для улучшения консистенции, сочности и вкуса готового продукта, увеличения выхода готовой продукции, снижения себестоимости при сохранении качества, повышения пищевой ценности мясопродуктов.

- Функциональные и специальные пищевые добавки, такие как стабилизаторы, эмульгаторы, средства для куттерования на основе пищевых фосфатов, загустителей, животных и растительных белков. Добавки предназначены для производства всех видов колбасных и деликатесных мясных изделий, жировых (фаршевых) эмульсий, ливерных колбас, паштетов с целью рационального использования сырья и расширения ассортимента мясных изделий.

- Высокоэффективные пищевые добавки для сохранения свежести, увеличения сроков годности продукции обеспечивают высокие потребительские качества готовых мясных изделий в процессе хранения.

- Пищевые красители – решение по стабилизации цвета, обеспечения равномерной и стабильной окраски конечного продукта, привлекательного внешнего вида готовых изделий.

- Пищевые добавки, не содержащие ингредиенты с индексом «Е». В компании следят за новейшими трендами и предлагают продукцию без усилителей вкуса и искусственных ароматизаторов.

Наряду с широким базовым ассортиментом «ВАН ХЕЕС РУС» также предлагает индивидуальные решения и разработку персональных продуктов, отвечающих потребностям клиента.

Отдельное внимание в компании уделяется технологической поддержке продуктов. Выступая не только поставщиком пищевых добавок, но и партнером в создании современных технологий, эксперты «ВАН ХЕЕС РУС» всегда готовы оказать компетентную профессиональную поддержку по ассортименту продукции и принять участие в создании оптимальных рецептур в условиях любого производства. **Р**



Автор:

пресс-служба
ZALTECH

Ждем вас на выставке
«Агропродмаш-2019»
в павильоне 7,
2-й уровень зал 3,
стенд 73В30



Хрустящая основа для курочки типа «KFC»



«Хрустящая основа»
арт. 112282

Наггетсы

Сырье	Кол-во, кг
Филе куриное подготовленное нарезанное	100
Хрустящая основа	Кол-во, кг
Пшеничная мука	85,0
«Хрустящая основа» арт. 112282	9,00
Соль пищевая	3,00

Подготовка сырья для панировки:
грудку инъектировать/массировать и нарезать
на дольки.

Сырье	Кол-во, кг
Мясное сырье	100
Рассол	Кол-во, кг
Соль поваренная	0,10
«Фрешмит тамблер» арт. 102998	1,00
Влага	30,0
Итого	130 кг

**«Хрустящую основу» возможно использовать
для приготовления сосисок в кляре.**

Тесто для кляра	Кол-во, кг
Пшеничная мука	40,0
«Хрустящая основа» арт. 112282	8,50
Соль пищевая	1,50
Вода минеральная	50,0

«Фрешмит тамблер»
арт. 102998

«Хрустящая основа» арт. 112282 – функциональная основа для производства куриных продуктов с хрустящей корочкой.

Формирует плотную хрустящую корочку с пряным ароматом. Вкусовое направление: перец черный и белый, лук, имбирь, тимьян, мускатный орех, чили и аромат пряностей. Дозировка: 22 г на 1 кг массы.

«Хрустящая основа» арт. 112282 – функциональная основа для производства куриных продуктов с хрустящей корочкой.

«Фрешмит тамблер» арт. 102998 – функциональная смесь для производства натуральных и рубленых полуфабрикатов из различных видов мяса. Увеличивает выход сырья, сохраняя натуральный вид и цвет мяса, исключая «скользкость» на поверхности мяса, идеально подходит для рубленых полуфабрикатов. Дозировка: 10 г/кг мяса. Вкусовое направление: легкий аромат мяса.

Также «Хрустящую основу» возможно использовать для приготовления сосисок в кляре. ■



**Комплексные смеси специй, вкусоароматические композиции
и функциональные добавки для производства
всех видов мясных и рыбных продуктов**

Москва	(495) 642-82-42	Челябинск	(351) 262-28-40
Санкт-Петербург	(812) 600-45-45	Ярославль	(4852) 72-18-85
Владимир	(4922) 34-66-11	Воронеж	(473) 206- 90-12
Казань	(843) 224-52-61	Пенза	(8412) 60-69-68
Липецк	(4742) 41-78-73	Хабаровск	(4212) 46-18-71
Новосибирск	(383) 363-03-70	Уфа	(347) 246-64-98
Барнаул	(3852) 25-95-31	Красноярск	(391) 264-06-30
Томск	(3822) 40-56-96	Иркутск	(3955) 57-12-42
Омск	(3812) 55-12-06	Краснодар	(861) 252-25-16
Саранск	(8342) 23-04-98	Пятигорск	(8793) 31-98-38
Самара	(846) 977-38-18	Армавир	(86137) 5-47-00
Саратов	(846) 977-38-18	Рязань	(4912) 96-82-62
Тамбов	(4752) 73-70-01	Крым	(978) 831-50-14
		Н. Новгород	(831) 469-34-13

ZALTECH «МИТ ТЕХНОЛОДЖИ»
+7 (495) 776-02-11, +7 (495) 532-90-85
www.zaltech.com



Компания: ООО «ЛОГО-Трейд»

T. +7 (812) 334-21-21
www.logosltd.ru

НЕТ КЕЙСИНГ ЛАЙТ: продающая оболочка для мясной продукции

Устойчивым трендом в дизайне упаковки несколько лет остаются натуральные материалы и ручная работа. Связано это со всеобщей модой на крафт. В условиях преобладания массового производства штучный продукт вызывает больше доверия у потребителя, ассоциируясь с высоким качеством и натуральностью. На рынке мясной продукции сегодня лучше всего работает та упаковка, которая делает продукт похожим на фермерские или ремесленные колбасы.

Вариантов решения может быть множество, но практически при любом виде оболочки колбасы в сетке или перевязанные шпагатом воспринимаются как продукт, в создание которого был вложен ручной труд. И то, что сетка отлично продает колбасу, подтверждается маркетинговыми исследованиями, которые показывают, что, несмотря на падение спроса на колбасы в целом, спрос на сетки среди мясопереработчиков продолжает расти. И продукция брендов, которые сделали сетку основным инструментом позиционирования, сегодня хорошо узнаваема и очень востребована.

Сетка прекрасно работает для продвижения как вареных, так и копченых колбас. Но для колбас, проходящих стадию копчения, сетка может быть использована только будучи уже предварительно наклеенной на оболочку, что позволяет избежать отхождения сетки в процессе усушки. До недавнего времени с наклеенной сеткой выпускались только фиброуз, и цена такой оболочки была довольно высокой, что существенно ограничивало ее использование. Ситуация принципиально меняется с выходом на рынок проницаемой полиамидной оболочки с сеткой НЕТ-КЕЙСИНГ ЛАЙТ. Производитель – компания «Логос», работающая на рынке упаковки уже более 20 лет и успешно развивающая собственное производство.

НЕТ-КЕЙСИНГ ЛАЙТ – продукт уникальный и отвечающий всем вызовам времени. Он сочетает в себе высокую техноло-



НЕТ-КЕЙСИНГ ЛАЙТ – продукт уникальный и отвечающий всем вызовам времени. Она сочетает в себе высокую технологичность, трендовый «продающий» дизайн и низкую стоимость.

гичность, трендовый «продающий» дизайн и низкую стоимость. Цена оболочки позволяет использовать ее довольно широко, создавая разные продукты, в том числе различной ценовой категории, которая будет зависеть уже преимущественно только от закладываемого сырья. Теперь копченые колбасы в сетке могут стать доступнее для потребителя, и они, безусловно, будут востребованы, так как сам факт наличия сетки в упаковке воспринимается как показатель более высокого качества продукта по сравнению с остальными и при прочих равных будет работать в пользу выбора именно этого продукта.

НЕТ КЕЙСИНГ ЛАЙТ выпускается с сетками разных цветов и разного рисунка (основные – соты, квадрат, двойной квадрат). Палитра самой оболочки включает в себя

семь цветов. Подбрав цвет оболочки, рисунок и цвет сетки, производитель может создать уникальную и узнаваемую упаковку для своего продукта.

Сетки, которые используются для изготовления НЕТ КЕЙСИНГ ЛАЙТ, компания «Логос» производит уже много лет, и широкий ассортимент предлагаемых позиций позволяет подобрать подходящий вариант для любого продукта – вареных колбас, ветчин, рулетов и т. д.

Выбор сетки в ситуации падения платежеспособного спроса – удачный ход для производителя. Колбаса в оболочке с сеткой вызывает ассоциации не столько с элитным продуктом, сколько с продуктом деревенским, ремесленным, не очень изысканным и дорогим, но очень натуральным и качественным. ■



ЛОГОС
ПРОНИЦАЕМАЯ
ПОЛИАМИДНАЯ
ОБОЛОЧКА
НЕТ-КЕЙСИНГ ЛАЙТ

ОБОЛОЧКА В СЕТКЕ

ОТ **32** РУБ. ЗА МЕТР?

фигасе!
этобомба
ачтотакможно?
дануладно!?
теперьпраздниккаждыйдень!

реклама

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
тел.: +7 812 334 21 21

МОСКВА
тел.: +7 499 681 33 00

РОСТОВ-НА-ДОНУ
тел.: +7 863 223 22 44

ЧЕЛЯБИНСК
тел.: +7 351 792 29 20

НОВОСИБИРСК
тел.: +7 383 319 08 01

АСТАНА
тел.: +7 7172 383 625

www.logosltd.ru

Компания: ООО «ФидКонсалт»
Тел.: 8 (800) 770-71-49; +7 (903) 858-64-49
E-mail: info@feedconsult.ru
www.feedconsult.ru

AviPlus®S: помощь животным в периоды стресса

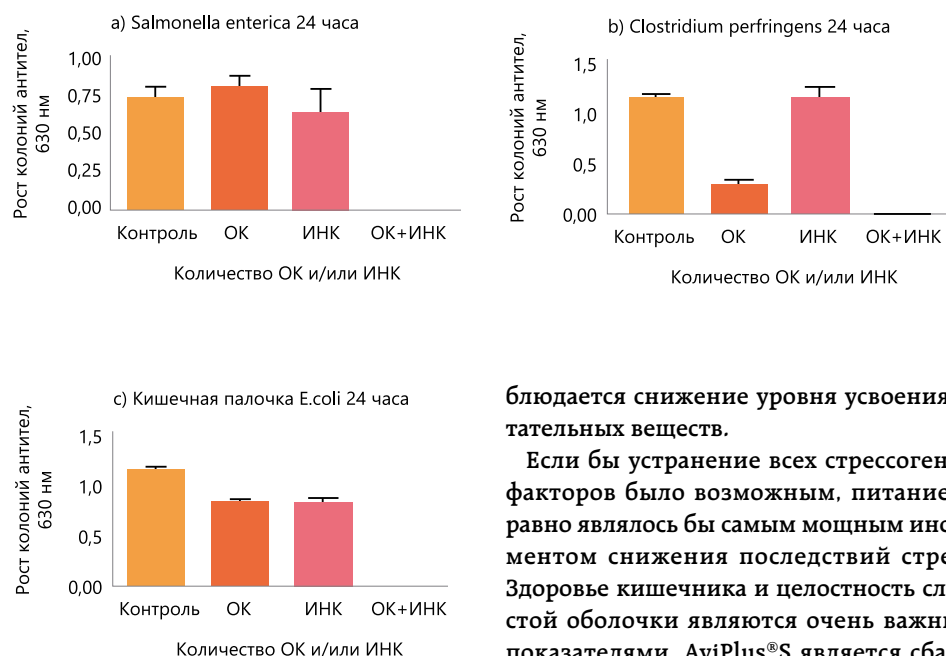
Определение стресса всем давно известно. С точки зрения медицины стресс является функциональной реакцией организма на любой тип раздражителя: стрессора любой интенсивности и продолжительности. Стрессоры могут быть различного происхождения и иметь влияние на общий физиологический баланс организма. На протяжении жизни животные могут подвергаться воздействию многочисленных стрессогенных факторов, таких как патогены, токсины, различные травмы.

Стоит также отметить влияние на организм животного физиологических явлений и неблагоприятных условий окружающей среды: высокая/низкая температуры, переполненность стойла или перегруппировка животных. Период отъема у млекопитающих является одним из самых трудных, так как организм животного претерпевает множество изменений. Среди других причин стресса – транспортировка животных из одного места в другое, скученность, высокая или низкая температуры и т. д. Поэтому если животное и не болеет клинически, оно так или иначе испытывает стресс!

Периоды стресса могут привести к снижению жизненных показателей животного и уменьшению уровня сопротивляемости организма к патогенам. Этим явлениям могут предшествовать повышенная выработка кортизола, а также повреждения ЖКТ, в том числе слизистой оболочки кишечника. В результате отъема поросят от свиноматки могут возникнуть нарушения межклеточных соединений и воспаление слизистой оболочки кишечника с потерей барьерной функции [1]. В то же время, рациональное управление периодом отъема играет немаловажную роль в предотвращении такого рода повреждений, так как чем раньше происходит отъем, тем ниже становится барьерная функция ЖКТ. Нарушаются морфологические свойства эпителия [2], а поросята раннего отъема в большей степени становятся подвержены проникновению токсинов и патогенов в кровь.

Одним из самых серьезных видов стресса для животных на выращивании и откорме

Рисунок 1. Противомикробный эффект (тест на минимальную ингибирующую концентрацию) органических кислот (ОК) и идентичных натуральным компонентов (ИНК) в составе AviPlus®S (вместе или в комбинации) против различных патогенов



является тепловой стресс: эндогенное тепло рассеивается, усиливая периферическое кровообращение, кровоток отходит от внутренних органов, что вызывает гипоксию кишечника. В результате этого нарушается барьерная функция, повышается проницаемость гликокаликса, может возникнуть отравление организма, вызванное наличием в крови токсинов (токсемия), также на-

блюдается снижение уровня усвоения питательных веществ.

Если бы устранение всех стрессогенных факторов было возможным, питание все равно являлось бы самым мощным инструментом снижения последствий стресса. Здоровье кишечника и целостность слизистой оболочки являются очень важными показателями. AviPlus®S является сбалансированной смесью органических кислот (сорбиновой и лимонной кислот) и идентичных натуральным компонентов (тимола и ванилина), обладающей синергетическим эффектом против основных видов патогенных бактерий ЖКТ.

Одним из свойств AviPlus®S является уменьшение воспаления в кишечнике, что было доказано в эксперименте на поросятах после отъема – добавляли 0,5 кг/т в готовый корм в течение 14 дней. В экспериментальной группе наблюдалось увеличение

среднесуточного привеса 49% животных по сравнению с контрольной группой. Более того, стоит отметить способность AviPlus®S оказывать противовоспалительное действие на слизистую оболочку кишечника, о чем свидетельствуют более низкий уровень межклеточной проницаемости эпителия (до -36%), чистый транспорт ионов (до -101%) и более низкая продуктивность всех воспалительных цитокинов. AviPlus®S улучшает как показатели жизнедеятельности в целом, так и здоровье ЖКТ [3].

В результате стресса из-за отъема от свиноматки поросята более восприимчивы к бактериальным инфекциям, таким как кишечная палочка K-88, и другим патогенным бактериям, усугубляющим и без того серьезную ситуацию. В качестве противомикробного средства органические кислоты и идентичные натуральным компоненты действуют в синергии против патогенных бактерий в микрофлоре кишечника. В качестве примера на рис. 1 представлены результаты антимикробной активности двух активных молекул, содержащихся в AviPlus®S. Каждая молекула по отдельности

оказывает слабое антимикробное действие против всех протестированных патогенов, однако объединение одинаковых концентраций двух молекул приводит к полному ингибированию роста бактерий за счет синергии.

В любом случае животное будет подвержено какому-либо виду стресса. Однако AviPlus®S позволяет снизить уровень воздействия стресса на жизнедеятельность животных, сокращая воспаление в слизистой оболочке кишечника, и способствует восстановлению баланса микрофлоры кишечника, что в целом благоприятно сказывается на здоровье животных. **P**

AviPlus®S позволяет снизить уровень воздействия стресса на жизнедеятельность животных, сокращая воспаление в слизистой оболочке кишечника, и способствует восстановлению баланса микрофлоры кишечника, что в целом благоприятно сказывается на здоровье животных.

Литература

1. Moeser et al. (2007). Американский журнал физиологии ЖКТ и физиологии печени, 292:G173–G181
2. Smith et al. (2010). Американский журнал физиологии ЖКТ и физиологии печени, 298:G352–G363
3. Grilli et al. (2015). BMC Vet. Исслед-я, 11:96

ЕСЛИ ЕСТЬ
СПОСОБ СТАТЬ
ЭФФЕКТИВНЕЕ,
МЫ НАХОДИМ ЕГО.





177 756

Территория
(кв. км)

2,8

Население региона
(млн человек)

750

Средний суточный
привес мясного скота
(г)

1,0

Валовое
производство говядины,
I полугодие 2019 года
(тыс. т)



Новосибирская
область



Источник: Министерство сельского хозяйства
Новосибирской области

НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ: ГОСПОДДЕРЖКА НА ВСЕХ УРОВНЯХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МЯСНОЙ ОТРАСЛИ

Новосибирская область входит в топ-10 крупнейших производителей сельскохозяйственных товаров России. Регион полностью обеспечивает себя кормовым зерном и семенным материалом. Животноводство Новосибирской области специализируется на разведении КРС молочных и мясных пород, свиноводстве, птицеводстве и овцеводстве. Основную долю в общих объемах производства продукции животноводства занимает молочное скотоводство (регион занимает второе место в РФ по поголовью молочных коров по сельскохозяйственным товаропроизводителям, а по производству и реализации молока входит в десятку регионов и занимает восьмое место). Крупным сегментом продовольственного рынка Новосибирской области является также рынок мяса и мясопродуктов.

В Новосибирской области молочным животноводством занимаются 384 сельскохозяйственных организаций (СХО), крестьянско-фермерских хозяйств (КФХ) и индивидуальных предпринимателей (ИП), в мясном скотоводстве заняты 258 сельскохозяйственных организаций, КФХ и ИП, в овцеводстве – 79 и свиноводстве – 71 сельскохозяйственная организация, КФХ и ИП, соответственно. Птицеводством заняты 10 сельскохозяйственных организаций, из них семь птицефабрик промышленного типа.

По итогам I полугодия 2019 года поголовье КРС во всех категориях хозяйств составило 494,4 тыс. голов; в том числе коров – 194,2 тыс., свиней – 390,3 тыс., овец и коз – 240 тыс. и птицы – 10212,6 тыс.

По состоянию на 1 июля 2019 года в сельскохозяйственных организациях КФХ и ИП Новосибирской области поголовье крупного рогатого скота составило 362,3 тыс. голов, в том числе 128,3 тыс. коров молочного направления продуктивности, 19,3 тыс. коров специализированного мясного направления; поголовье свиней составило

263,2 тыс., овец и коз – 15,2 тыс., поголовье лошадей – 16,1 тыс., поголовье птицы – 8405,9 тыс.

По итогам I полугодия текущего года во всех категориях хозяйств было произведено 98,6 тыс. т мяса скота и птицы, что составило 98% к уровню аналогичного периода 2018 года. По состоянию на 1 июля 2019 года в сельскохозяйственных организациях, КФХ и ИП производство основных видов продукции составило: мяса скота и птицы 86,6 тыс. т (100% к уровню аналогичного периода прошлого года),



яиц – 532,5 млн шт. (96% к уровню аналогичного периода прошлого года).

Новосибирская область – регион крупно-товарного промышленного животноводства: в сельскохозяйственных организациях, КФХ и ИП производится 80% молока и 83% мяса.

Высокие позиции по животноводству достигнуты эффективной работой большинства сельскохозяйственных организаций, реализацией крупных инвестиционных проектов, а также развитием малых форм хозяйствования на селе. К наиболее крупным сельскохозяйственным организациям по производству продукции животноводства можно отнести АО «Кудряшовское» – крупнейший комплекс по производству свинины, чье поголовье свиней составляет 244,9 тыс., а производство мяса за шесть месяцев 2019 года достигло показателя в 25,7 тыс. т, что составляет 30% от объема, производимого СХО, КФХ и ИП.

На территории Новосибирской области работают 29 организаций по племенному животноводству.

Рынок мяса и мясопродуктов является самым крупным сегментом продовольственного рынка Новосибирской области. В настоящее время заготовкой и переработкой мяса в регионе занимаются 150 предприятий мясной промышленности, в том числе 15 мясокомбинатов, 30 колбасных цехов, 94 цеха по производству мясных полуфабрикатов, 11 птицефабрик, а также мясохладобоев. Доля ЛПХ по производству мяса всех видов составляет 25%. На переработку поступает около 150 тыс. т мясного сырья, мясоперерабатывающая промышленность

25%

В настоящее время заготовкой и переработкой мяса в регионе занимаются 150 предприятий мясной промышленности, в том числе 15 мясокомбинатов, 30 колбасных цехов, 94 цеха по производству мясных полуфабрикатов, 11 птицефабрик, а также мясохладобоев. Доля ЛПХ по производству мяса всех видов составляет 25%.

области имеет годовые производственные мощности по выпуску мяса и субпродуктов убойных животных 200 тыс. т.

Производство промышленной мясной продукции в 2018 году составило 119,2 тыс. т. С учетом потенциала регио-

на в 2024 году планируется увеличение производства на 19,0%, в том числе говядины – на 12%, свинины – на 7,3%, мяса птицы на 27,2% и баранины на 8%.

За I полугодие 2019 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года производство мяса КРС увеличилось на 3,5%, охлажденного мяса птицы – на 2,8%, полуфабрикатов мясных – на 0,5%.

Производство мяса в 2018 году составило 132,4 тыс. т (111,2% к уровню 2017-го), изделий колбасных – 56,7 тыс. т (94,2% к уровню 2017-го), полуфабрикатов мясных – 72,4 тыс. т (101,1% к уровню 2017-го).

Наиболее крупные предприятия Новосибирской области – мясокомбинаты ООО «Кудряшовский мясокомбинат», АО «Карасукский мясокомбинат», филиал «Черепановский» ООО «Сибирская продовольственная компания», ИП Сиухина (Венгеровский район).

По итогам 2018 года Новосибирская область занимает 19-е место в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата (в 2015 году – 57-е). В 2018 году инвестиции в основной капитал АПК по Новосибирской области составили 10 млрд рублей. В 2018 году завершено четыре крупных инвестиционных проекта на общую сумму 7,9 млрд рублей, в 2019 году продолжается реализация еще 12 крупных проектов на сумму 60216,7 млн рублей, разрабатываются новые проекты.

Критериями для оценки инвестиционной привлекательности выступают существующие меры государственной поддержки инвестиционной деятельности, с одной стороны, а с другой стороны – работа государственных органов и органов местного самоуправления (скорость прохождения административных процедур, например при выдаче разрешений на строительство, по подключению объектов к электроэнергетике, постановка на кадастровый учет, оформление прав на земельные участки и т. д.), а также показатель административного давления на бизнес (количество контрольно-надзорных мероприятий, объем запрашиваемых государственными органами документов). Государственная поддержка инвестиционной деятельности предоставляется как на федеральном, так и на региональном уровне.

Меры государственной поддержки инвесторов в АПК (федеральный бюджет):

1. Льготное кредитование (сельхозтоваропроизводители могут получить в одном из уполномоченных Минсельхозом России банков краткосрочный или инвестиционный кредит по ставке не более 5%). Возмещение кредитной организации недополученных доходов происходит напрямую из федерального бюджета в размере ключевой ставки Банка России. Минсельхозом Новосибирской области за шесть месяцев 2019 года по краткосрочному кредитованию одобрено 163 заявки на сумму 3555,9 млн рублей, по инвестиционному кредитованию – 36 заявок на сумму 4598,3 млн рублей. Итог – 224,4 млн рублей средств сельхозтоваропроизводителей региона, сэкономленных за счет уменьшения кредитной нагрузки.

2. Возмещение части прямых понесенных затрат на создание и модернизацию объектов АПК (в 2018 году прошли отбор четыре проекта, общая сумма субсидий составила 963301 тыс. рублей).

Меры государственной поддержки АПК (областной бюджет):

1. Налоговые льготы по налогу на прибыль организаций, налогу на имущество организаций.

2. Государственные гарантии Новосибирской области.

3. Субсидии:

- для компенсации части процентной ставки по банковским кредитам, полученным инвесторами для реализации инвестиционного проекта;

- для компенсации части лизинговых платежей инвестору, являющемуся лизингополучателем, и др.

4. Нефинансовые меры государственной поддержки инвестиционной деятельности. Например, предоставление земельных участков без проведения торгов для реализации масштабных инвестиционных проектов. Поддержка предоставляется в течение срока окупаемости инвестиционного проекта, но не более семи лет, в размере не более 25% от объема инвестиционных затрат, предусмотренных бизнес-планом инвестиционного проекта.

Инвестиционная политика в АПК Новосибирской области направлена, в первую



214%

С начала реализации ВЦП за счет мер государственной поддержки поголовье увеличено с 24,8 тыс. голов в 2013 году до 44,1 тыс. голов в 2019-м, поголовье мясных коров увеличено с 9,0 тыс. голов в 2014 году до 19,3 тыс. голов в 2019-м, прирост составил 10,3 тыс. голов (214%).

очередь, на модернизацию отрасли животноводства, а также на развитие предприятий по переработке продукции. Среди наиболее значимых проектов можно отметить инвестиционный проект ООО «Сибирская продовольственная компания» по строительству мясоперерабатывающего завода

в Черепановском районе Новосибирской области. Срок реализации проекта – 2018–2020 гг.

Характеристики проекта:

- проектная мощность 9,4 тыс. т мяса в год;
- количество рабочих мест – 275;
- объем инвестиций – 1,55 млрд рублей.

Интересен также инвестиционный проект АО «Кудряшовское» по строительству в Колыванском районе 3-й очереди свинокомплекса мощностью 150 тыс. голов товарных свиней в год, пункта по приемке, первичной и последующей (промышленной) переработке животных. Срок реализации проекта – 2018–2021 гг. Реализация этого проекта позволит увеличить объем производства свинины до 60 тыс. т в год и создать 220 дополнительных рабочих мест. Общий объем инвестиций – 4 млрд рублей.

На 1 июля 2019 года в СХО, КФХ и ИП содержится 44,1 тыс. голов КРС мясного направления, что на 4,6 тыс. (112%) выше уровня прошлого года. Поголовье коров специализированных мясных пород и их помесей составляет 19,3 тыс., что на 1,8 тыс. (110%) выше уровня 2018-го. Лидерами по численности поголовья специализированных мясных пород являются следующие районы: Купинский (2270 голов), Куйбышевский (1886 голов), Маслянинский (1714 голов), Кыштовский (1306 голов) и Бганский (1058 голов).

За I полугодие 2019 года валовое производство говядины специализированных мясных пород составило 1,0 тыс. т, что соответствует уровню прошлого года. Средний суточный привес мясного скота – 750 г. Выход телят на 100 голов составляет 42 головы.

Таблица. Сельхозтоваропроизводителям, занимающимся мясным скотоводством, предоставляются следующие меры государственной поддержки из федерального и областного бюджета:

№ п/п	Наименование государственной поддержки	Размер государственной поддержки
1.	Компенсация части затрат на приобретение молодняка товарного крупного рогатого скота специализированных мясных пород и их помесей (телок и нетелей)	30% стоимости приобретенного молодняка товарного скота (без НДС)
2.	Компенсация части затрат на увеличение маточного поголовья скота специализированных мясных пород и их помесей	14000 рублей за увеличение маточного поголовья (на одну голову)
3.	Компенсация части затрат на приобретение племенного молодняка КРС мясного направления в племенных организациях Новосибирской области	20% стоимости без НДС
4.	Поддержка развития товарного мясного скотоводства путем компенсации части затрат сельскохозяйственным товаропроизводителям на содержание товарного поголовья коров специализированных мясных пород и помесных коров	4800 рублей на одну корову ежегодно
5.	Компенсация части затрат на приобретение технических средств и оборудования для сельскохозяйственного производства	До 50% в зависимости от группы субъекта

Разведением специализированного мясного скота в Новосибирской области занимается 258 сельхозтоваропроизводителей, в том числе 51 СХО, 88 КФХ и 119 ИП. Племенная база мясного скотоводства представлена пятью племенными репродукторами, в которых содержится 6,0 тыс. голов крупного рогатого скота мясных пород, в том числе 2,6 тыс. коров герефордской и абердин-ангусской породы. ОАО «Вознесенское», ОАО «Северо-Кулундинское», ООО «Сибирская Нива», ООО «Чернаково» являются племенными репродукторами по разведению скота герефордской породы.

В Новосибирской области в целях развития отрасли специализированного мясного скотоводства действует ряд направлений государственной поддержки в рамках программы Новосибирской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Новосибирской области на 2015–2020 гг.».

На выполнение мероприятий программы за 2018 году направлено из областного бюджета 145,5 млн рублей, в том числе в разрезе мероприятий ведомственной целевой программы (ВЦП):

- компенсация части затрат на приобретение молодняка товарного крупного рогатого скота специализированных мясных пород и их помесей (телок и нетелей) 10,6 млн рублей;
- компенсация части затрат на увеличение маточного поголовья скота специализированных мясных пород и их помесей 41,8 млн рублей;

С начала реализации ВЦП за счет мер государственной поддержки поголовье уве-

112%

На 1 июля 2019 года в СХО, КФХ и ИП содержится 44,1 тыс. голов КРС мясного направления, что на 4,6 тыс. (112%) выше уровня прошлого года. Поголовье коров специализированных мясных пород и их помесей составляет 19,3 тыс., что на 1,8 тыс. (110%) выше уровня 2018-го. Лидерами по численности поголовья специализированных мясных пород являются следующие районы: Купинский (2270 голов), Куйбышевский (1886 голов), Маслянинский (1714 голов), Кыштовский (1306 голов) и Баганский (1058 голов).

лично с 24,8 тыс. голов в 2013 году до 44,1 тыс. голов в 2019-м, поголовье мясных коров увеличено с 9,0 тыс. голов в 2014 году до 19,3 тыс. голов в 2019-м, прирост составил 10, 3 тыс. голов (214%).

Из бюджетов двух уровней ежегодно предоставляется субсидия на компенсацию части затрат по содержанию маточного поголовья коров специализированных мясных пород. Ставка субсидии в 2019 году составила 4800 рублей на одну корову, общая сумма государственной поддержки – 75,8 млн рублей.

В рамках государственной программы Новосибирской области предоставляется субсидия на содержание племенного маточного поголовья, в том числе мясного направления продуктивности. Так, в 2019 году из федерального и областного бюджета по этому направлению племенным хозяйствам, занимающимся разведением мясного скота, перечислено 12771,0 тыс. рублей по ставке 8,6 тыс. рублей на одну маточную голову.

В целях ускоренного развития мясного скотоводства Новосибирской области сельскохозяйственным предприятием ООО «Сибирская Нива» Маслянинского района успешно завершён производственный опыт по разведению крупного рогатого скота с круглогодичным содержанием на открытых площадках (без помещений). Данная новая технология была продемонстрирована руководителям и специалистам сельскохозяйственных организаций в рамках научно-практического семинара, посвященного развитию специализированного мясного скотоводства с применением низкзатратных технологий содержания и разведения для дальнейшего тиражирования на территории Новосибирской области. Перед сельскохозяйственными товаропроизводителями стоит задача к концу 2020 года довести численность поголовья специализированного мясного скота и помесного до 60,0 тыс. голов, а маточное поголовье нарастить до 25 тыс. голов. Программа по специализированному мясному скотоводству играет важную роль в развитии сельских территорий и создании дополнительных рабочих мест на селе. Планируемый рост поголовья и процесс создания отрасли мясного скотоводства невозможен без экономической мотивации сельскохозяйственных товаропроизводителей, занимающихся мясным скотоводством. **МП**

Чистота на производстве – прибыль в кармане

Высокоэффективная уборка на мясном предприятии

Производством мясных изделий сейчас занимаются и крупные заводы, и небольшие частные фермы. Однако санитарные нормы и правила для всех одинаковы, независимо от объемов производства или производственных площадей. Это связано с тем, что мясная продукция имеет высокий риск быстро испортиться: она подвержена влиянию плесени, грибков и микробов.

Требования надзорных органов к санитарии настолько высоки, что при малейшем несоответствии цехов СанПиНам производство будет приостановлено. К помещениям относятся очень строго, проверяют все уровни чистоты, оборудование, вентиляцию и многое другое.

Чистоту на мясоперерабатывающем производстве уже многие годы помогает поддерживать техника Kärcher. Еще в 50-х гг. прошлого века компания разработала **аппараты высокого давления**. С их помощью влажная уборка становится быстрой, качественной и экономной. Kärcher предлагает широкий ассортимент **аппаратов высокого давления (АВД) без или с подогревом воды (HD и HDS)**.

Аппараты высокого давления без подогрева HD используют для уборки в цехах производства полуфабрикатов и после разделочных работ. Холодная вода способна справиться с грязью и очистить поверхности. Kärcher располагает более чем 30 моделями АВД без подогрева в супер и среднем классе.

Но для сложных случаев лучше использовать **аппараты высокого давления с подогревом (HDS)**. При использовании этих аппаратов температура достигает 155 °С, что позволяет очищать самые стойкие загрязнения без применения химических чистящих



Если требуется горячая вода, то стоит рассмотреть модель HDS 9/14-4 ST. Ее производительность 900 л/ч при давлении 140 бар, этого достаточно, чтобы легко удалять жировые загрязнения.

средств. Результат – экономия денег и времени, а также снижение вреда, наносимого окружающей среде. Если же кипятка не нужен, аппарат может работать в экономичном режиме *ecoefficiency* с температурой воды +60 °С и минимальным расходом топлива (электроэнергии). Поверхности, обработанные горячей водой, быстрее сохнут после чистки, а время уборки сокращается примерно на 35%. Надежность оборудования обеспечивается, в частности, встроенным термостатом, который отключит приводной двигатель, если температура станет слишком высокой, и встроенным фильтром очистки воды.

Для мясоперерабатывающих предприятий оптимально подойдет модель HDS E 8/16-4 M. Максимальная рабочая температура этого аппарата 85 °С. Этому способствует камера быстрого нагрева и регулятор Servo Control. В непрерывном режиме HDS E 8/16-4 M поддерживает температуру 45 °С. Также эта модель отличается высочайшей

энергоэффективностью: при температуре 60 °С экономичная работа обеспечивается запатентованным режимом *ecoefficiency*, а в режиме ожидания энергопотребление снижается на 40%. HDS E 8/16-4 M представлена тремя вариантами: на 12, 24 и 36 кВт.

Еще одно решение для мясных производств – это **стационарные установки высокого давления**, централизованно снабжающие посты отбора водой (холодной и горячей) и чистящими средствами. Есть аппараты для работы одного оператора, а также те, которые позволяют использовать от двух до 12 точек отбора. Ассортимент стационарных установок, рассчитанных на одновременную работу от нескольких и более точек отбора HDC, состоит из трех моделей: Classic, Standard и Advanced. Они могут конфигурироваться в соответствии со специальными требованиями клиента благодаря разнообразию базовых устройств и широкому выбору доступных принадлежностей.

Стационарные аппараты для одного оператора также бывают **без подогрева (HD ST)** и **с функцией подогрева воды (HDS ST)**. Но даже те, что без водонагревателя, допускают подачу на вход воды с температурой до 60 и даже 85 °С. Большей популярностью пользуются **стационарные АВД без функции подогрева**, а именно модель HD 9/18 ST. Но если требуется горячая вода, то стоит рассмотреть модель HDS 9/14-4 ST. Ее производительность 900 л/ч при давлении 140 бар, этого достаточно, чтобы легко удалять жировые загрязнения.

Используя на мясоперерабатывающем предприятии технику Kärcher, можно быть уверенным в чистоте, а значит и в качестве своей продукции. **Р**

Автор:

Оксана
Ермолаева

ГЛУБОКАЯ ПЕРЕРАБОТКА И ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ПОМОГУТ ОТРАСЛИ СТИМУЛИРОВАТЬ СПРОС

Низкий спрос на мясную продукцию может замедлить рост производства мяса в России. Свою роль здесь играют снижение реальных доходов населения и насыщенность внутреннего рынка. Поделить-ся мнением о сегодняшнем состоянии рынка и о том, как стимулировать потребление мяса и мясной продукции, мы попросили экспертов отрасли.

Аналитики отмечают падение спроса на мясо и мясную продукцию. С чем это может быть связано?

■ **Марина Петрова,**
заместитель председателя комитета
МТПП по развитию предпринимательства
в АПК и генеральный директор
«Petrova 5 Consulting»:

– Спрос на мясо и мясную продукцию сократился в ритейле. Но если посмотреть на российский рынок мяса по ключевым направлениям в целом, то рынок свинины за первое полугодие 2019 года вырос на 7% (в убойном весе), причем этот рост связан, прежде всего, с увеличением импортных

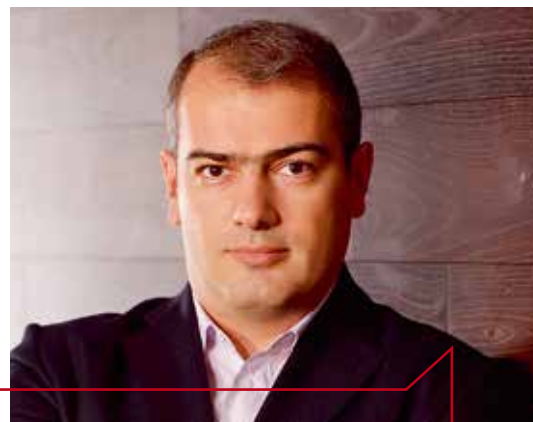
Российский потребитель становится более требовательным при выборе мяса и мясных продуктов: с одной стороны, он требует низкой цены, а с другой – высокого качества, свежести и упаковки, и к тому же ориентирован на бренд.

поставок, которые составили 57 тыс. т по сравнению с 26 тыс. т за аналогичный период 2018 года, рынок говядины вырос на 2%, а рынок птицы показал небольшое снижение – на 0,2%.

Снижение спроса в организованной рознице связано, в первую очередь, со снижением реальных доходов населения, фиксированным весом упаковок, снижением частоты покупок, а также снижением среднего чека. Кроме того, происходит частичное переключение от преимущественно домашнего потребления (с самостоятельным приготовлением) на питание вне дома, а также развитие кулинарии и готовых упакованных блюд.



Генрих Арутюнов:



«За последние годы потребители, как минимум, в крупных городах, стали более избирательны и требовательны к покупаемым продуктам питания, в том числе и к мясу и продукции мясопереработки. В конкурентной борьбе на первое место выходят качество продукции, известность бренда, удобство покупки (доступность продукции в крупнейших сетях, удобство упаковки), уровень цен».

■ **Генрих Арутюнов,**
заместитель генерального директора
Группы «ПРОДО»:

– Конкуренция на российском рынке мяса сегодня высокая. Стагнация на рынке мясопереработки продолжается уже несколько лет, а вот спрос на свинину и куриное мясо в последние годы рос, а вместе с ним росли и объемы производства российских компаний. После ввода эмбарго на ввоз ряда импортных продуктов питания в ответ на западные санкции российский рынок начал развиваться ускоренными темпами. Причем развиваться не только количественно, но и качественно.

Рост спроса в первую очередь зависит от уровня доходов населения. Такие категории, как свинина и мясо птицы, ощущают последствия падения или стагнации доходов населения в последнюю очередь, так как это самые доступные по цене виды мяса. Сейчас все эти показатели вплотную приблизились к максимальным значениям. И хотя объем потребления мяса на душу населения в России еще не приблизился к критическим зна-

чениям, предпосылок для оптимистических прогнозов здесь пока не видно. Но определенный потенциал у рынка есть.

■ **Юрий Дьяченко,**
директор департамента свиноводства
и кормопроизводства ГК «Агропромкомплектация»:

– Объемы производства свинины продолжают расти. Многие участники рынка свиноводческого сегмента продолжают или завершают реализацию начатых ранее инвестиционных проектов по созданию новых или расширению существующих производственных площадок. Конечно, это наводит на мысль о возможном переизбытке мяса свинины на рынке в будущем, что может привести к снижению цены. Однако существует ряд факторов, которые могут значительно повлиять на конъюнктуру. И главный из них – это поставка за рубеж. Ориентация на экспорт – это актуальный и перспективный тренд аграрного сектора, в том числе и свиноводства. Сегодня многие ожидают начала поставок крупных объемов

свинины, в частности на азиатские рынки. Когда это направление будет открыто, то о понижении цен на российском рынке говорить не придется. Именно поставки за рубеж могут существенно повлиять на стоимость свинины в России.

– Как изменился потребитель и его требования к мясу и мясной продукции в последние несколько лет? Как стимулировать потребление мясной продукции в нынешних условиях?

■ **Марина Петрова,**
заместитель председателя комитета
МТПП по развитию предпринимательства
в АПК и генеральный директор
«Petrova 5 Consulting»:

– Стоит отметить, что конкуренция на рынке мяса в последние годы продолжала усиливаться, и многие производители активно расширяют ассортимент в пользу продуктов с высокой степенью переработки, таких как грудка с кожей на кости, грудка без кожи на кости, филе грудки, филе

Марина Петрова:



«Сегодня стоит развивать глубокую переработку для конечного потребителя, а также расширять ассортимент, предназначенный для направления HoReCa. И в зависимости от потребностей и предпочтений клиента (фаст-фуд, ресторан, бургерная) предлагать соответствующие сорта мяса, ориентированные на конкретный сегмент».

выпускаемой продукции. Кроме того, курс на увеличение выпуска продуктов глубокой переработки, быстрого приготовления и гибкая ассортиментная политика повышают конкурентоспособность предприятий.

– Каковы перспективы на внутреннем и внешнем рынке российской органической мясной продукции? С какими проблемами может столкнуться этот сегмент отрасли?

■ Марина Петрова,
заместитель председателя комитета
МТПП по развитию предпринимательства
в АПК и генеральный директор
«Petrova 5 Consulting»:

– Я считаю сегмент «органик» одним из самых перспективных для всех отраслей АПК, хотя на данный момент российский рынок органических продуктов находится в зачаточном состоянии. Если доля продуктов «органик» на европейском рынке в ряде категорий составляет 12–15%, то в России потребление насчитывает всего несколько процентов.

Для ряда производителей (преимущественно средних) откроется возможность зайти на развивающийся рынок в самом начале его формирования. Маркировка «органик» позволяет реализовывать продукцию с дополнительной добавленной стоимостью, потому что маржинальность органических продуктов может быть в разы выше традиционных.

Ключевая проблема этого сегмента заключается в том, что потребитель путает настоящие продукты «био» и «органик», прошедшие сертификацию, с «фантазийными» названиями. Эта сложность будет устраняться в течение трех–пяти лет, когда производителям с «фантазийными» названиями будет запрещено реализовывать свою продукцию. Кроме того, от производителя требуются существенные затраты на доказательную базу, а также организацию процесса производства, включая корма, удобрения и лечение. **МП**

грудки порезанное, стейк в индивидуальной упаковке и т. д.

В сложной экономической ситуации производители для существенного наращивания объемов продаж будут продолжать конкурировать по цене. Но, безусловно, это самый бесперспективный способ. Сегодня стоит развивать глубокую переработку для конечного потребителя, а также расширять ассортимент, предназначенный для направления HoReCa. И в зависимости от потребностей и предпочтений клиента (фаст-фуд, ресторан, бургерная) предлагать соответствующие сорта мяса, ориентированные на конкретный сегмент.

Российский потребитель становится более требовательным при выборе мяса и мясных продуктов: с одной стороны, он требует низкой цены, а с другой – высокого качества, свежести и упаковки, и к тому же ориентирован на бренд.

■ Генрих Арутюнов,
заместитель генерального директора
Группы «ПРОДО»:

– За последние годы потребители, как минимум, в крупных городах, стали более избирательны и требовательны к покупаемым продуктам питания, в том числе и к мясу и продукции мясопереработки. В конкурентной борьбе на первое место выходят

Низкий спрос на мясную продукцию может замедлить рост производства мяса в России. Свою роль здесь играют снижение реальных доходов населения и насыщенность внутреннего рынка.

качество продукции, известность бренда, удобство покупки (доступность продукции в крупнейших сетях, удобство упаковки), уровень цен. Группа «ПРОДО» наращивает объемы производства мяса и продукции мясопереработки и рассчитывает расширить географию продаж в ближайшей перспективе на внутреннем рынке. Группа «ПРОДО» производит серьезные объемы птицы и колбасных изделий. Мы продаем продукцию на значительной территории – от Санкт-Петербурга до Байкала. Нам удалось добиться высокой лояльности потребителей к нашей продукции на внутреннем рынке. И рассчитываем на укрепление наших рыночных позиций за счет грамотного маркетинга и принципиального отношения к качеству

Юрий Дьяченко:



«Сегодня многие ожидают начала поставок крупных объемов свинины, в частности на азиатские рынки. Когда это направление будет открыто, то о понижении цен на российском рынке говорить не придется. Именно поставки за рубеж могут существенно повлиять на стоимость свинины в России».

Гибкое производство полуфабрикатов

НОВАЯ ЛИНИЯ ПОЛУФАБРИКАТОВ

Новая линия по производству полуфабрикатов Marel состоит из порционера RevoPortioner с барабаном Helix, модуля панировки в муке, модуля льезонирования, машины RevoCrumb для панировки в сухарях и совершенно новой системы RevoBreader.

- Широкий ассортимент продуктов с добавленной стоимостью
- От традиционного равномерного покрытия до панировки в домашнем стиле, применяемой в ресторанах быстрого питания
- Высокая гибкость настройки линии

Свяжитесь с нами:

+7 495 228 0700 | info.ru@marel.com

marel.com/ru

**ADVANCING
FOOD PROCESSING**



marel
POULTRY



Компания: ООО «ЦСБ-Систем»
115054, Россия, Москва,
ул. Валовая, д. 30, 2-й этаж
Тел. +7 (495) 641-51-56
E-mail: info.ru@csb.com
www.csb.com

Авторы: Герман Шальк,
член правления и директор
по продажам CSB-System AG

Игорь Демин,
коммерческий директор
ООО «ЦСБ-Систем»

Управление и оптимизация рецептов

СМИ, организации по защите потребителей и сами потребители сегодня намного внимательнее относятся к продуктам питания. Центральным звеном в производстве пищевых продуктов по-прежнему является рецептура, и даже незначительные ее изменения могут оказать существенное влияние на вкус, качество, срок хранения и цену продукции, на прибыль или убытки предприятия. Эффективное управление рецептурами на предприятии обеспечивают специальные программные решения.

Компании, которые взяли под контроль управление составом своей продукции, могут соответствовать жестким требованиям торговых сетей и ожиданиям потребителей, быстро реагировать на изменения рынка сырья и обеспечить оперативное и стратегическое управление рисками. Рецептуры являются «рычагом» для снижения затрат в отрасли, которой свойственна низкая рентабельность производства.

Идеальная производственная партия – это задача системы управления рецептурами

Сегодня обработка рецептов невозможна без объективных данных, точных спецификаций и непрерывно воспроизводимых результатов. Рецептуры становятся важным звеном в обработке данных предприятия и выполняют функции управления. Здесь объединяются все информационные потоки: от разработки продукта и калькуляции затрат до закупки сырья, диспозиционного планирования и производства. Необходимо также учесть переменные факторы: качество сырья, сроки хранения и пропорции ингредиентов, а также все побочные продукты, используемые для последующего производства других товаров.

Немецкое издание Allgemeine Fleischerszeitung считает, что мясоперерабатывающий комбинат в среднем использует около 450 рецептов, на основе которых производит около 5000 различных артикулов. При этом учитываются кишечное сырье различных параметров, упаковочные материалы, этикетки собственного бренда, дру-

Отраслевые системы, например CSB-System, способны эффективно планировать производство, рассчитывать стоимость продуктов, оптимизировать соотношение ингредиентов, декларировать состав продуктов, включая аллергены и пищевую ценность, и обеспечивать прослеживаемость.

гого торгового бренда или бренда торговой сети, общая упаковка для возможности гибкой комплектации паллет. Планирование производства при таком разнообразии вариантов затрудняется, даже незначительный фактор может сказаться на прибыли.

Отраслевые системы, например CSB-System, способны эффективно планировать производство, рассчитывать стоимость продуктов, оптимизировать соотношение ингредиентов, декларировать состав продуктов, включая аллергены и пищевую ценность, и обеспечивать прослеживаемость.

При необходимости ежедневного производства продукции стандартного каче-

ства важно, чтобы программное решение автоматически выполняло поиск и быстро предоставляло в распоряжение любую рецептуру. Для этого должны быть доступны в электронном виде спецификации, описание технологических процессов и рабочие инструкции, например на компьютере или на мобильных устройствах. Благодаря подключению к весовому оборудованию или хранилищам силосного типа обеспечиваются направление сотрудников по четко определенному алгоритму работы и стандартное качество продукции каждой партии.

Как побочный эффект, обеспечивается и контроль за рисками, ведь сотрудники не имеют возможности отклоняться от заданной последовательности рабочих процессов и производят продукцию точно в соответствии со спецификациями и требованиями законодательства, что ведет к снижению риска брака или отзывов товаров из торговли.

Управление рецептурами с помощью IT обеспечивает также прозрачную документацию, так как вся информация в автоматическом режиме регистрируется в системе.

Оптимизация рецептов и экономия затрат

Если продукт вкусный, но слишком дорогой, многие потребители выбирают более дешевый вариант, поскольку цена является решающим фактором покупки взаимозаменяемых товаров широкого потребления. Разница в цене между хорошо и плохо продаваемыми товарами зачастую составляет всего несколько рублей и часто связана с це-



ной на сырье. Система CSB-System позволяет рассчитывать наиболее экономически целесообразный состав для продуктов при неизменном качестве и с учетом химических и технологических ограничений.

Оптимизация рецептов может выполняться как для планирования производства и закупки сырья, так и в случае, когда сырье уже есть в наличии. Тогда оптимизация проводится на основе имеющихся товаров, и выполняются проверка допустимых отклонений по каждому ингредиенту, сравнение закупочных цен и разработка оптимальной по качеству и затратам рецептуры, которая обеспечивает производство продукта, соответствующего по вкусовым и органолептическим параметрам продукту, произведенному по исходной рецептуре. Важнейшие результаты этого процесса – четкое указание количеств всех ингредиентов, прозрачные расчеты, а также обязательная передача оптимизированной рецептуры в базу рецептов.

Результаты оптимизации принимаются в качестве компонентов в альтернативные рецептуры, на основе которых осуществляются планирование закупки и последующий заказ сырья и материалов. Для реагирования на колебания цен на сырье CSB-System предлагает переменные рецептуры, что обеспечивает дополнительную гибкость в производственном процессе и позволяет проводить прямое сравнение затрат между существующими способами и альтернативами.

Оптимизируя использование материалов, можно снизить материальные затра-



Компании, которые взяли под контроль управление составом своей продукции, могут соответствовать жестким требованиям торговых сетей и ожиданиям потребителей, быстро реагировать на изменения рынка сырья и обеспечить оперативное и стратегическое управление рисками.



Больше информации

ты и увеличить маржинальную прибыль для каждого продукта. В зависимости от исходной ситуации экономия затрат на начальной стадии оптимизации может составлять более 5%, на последующих ступенях – в среднем от 1 до 4%.

Рентабельное производство индивидуальных продуктов

По прогнозам, потребители все чаще будут запрашивать продукты питания, которые соответствуют их вкусовым предпочтениям или здоровому образу жизни. Программное решение для управления рецептурами обеспечивает основу для следования данному тренду, так как предоставляет все данные об ингредиентах и добавках, аллергенах, пищевой ценности и ГМО. Хотите заказать прямо в интернет-магазине производителя сосиски для жарки с пониженным содержанием жира? Или другой соус для маринованного куриного филе? Индивидуализация позволяет производителям выделиться из общей массы и наладить прямой контакт с клиентом.

Однако производство индивидуальной продукции предъявляет много требований к ERP-системе и к программе управления рецептурами, ведь рентабельное производство небольших партий возможно только при быстром изменении и проверке данных и обеспечении полной прозрачности затрат в использовании сырья. И, конечно, если предприятие располагает соответствующими технологиями производства.

Рецептуры скоро будут управлять машинами?

Рецептуры имеют большое значение и в контексте сетевого интегрированного производства. Их интеграция со спецификациями и данными о пищевой ценности, хранящимися в ERP-системе, связанной с датчиками производственного оборудования, обеспечивает не только более точное планирование производства и автоматизированное управление качеством, но и повышает безопасность пищевых продуктов. Рецепт может стать центральным элементом цифрового производства и координировать информационный и материальный поток производственных процессов. ■



Автор: Людмила Панасюк,
консультант по стандартизации
(Калининград)

РАЗМЫШЛЕНИЯ О МАРКИРОВКЕ ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

С начала 2020 года вступает в силу Федеральный закон «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [1] (далее по тексту – «Об органической продукции»). Много вопросов вызывает правильное и надлежащее оформление макетов этикеток на мясную органическую продукцию. О нюансах в требованиях к маркированию в законе и стандарте рассуждает консультант по стандартизации Людмила Панасюк.

Требования, предъявляемые к органическому производству, в том числе и к маркировке, изложены в следующих документах:

- ФЗ «Об органической продукции»;
- ГОСТ Р 56104-2014 «Продукты пищевые органические. Термины и определения» [2];
- ГОСТ Р 57022-2016 «Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации органического производства» [3];
- ГОСТ 33980-2016 «Продукция органического производства. Правила производства, переработки, маркировки и реализации» [4].

Правила по маркированию органической продукции согласно Федеральному закону «Об органической продукции» (ст. 7) звучат следующим образом:

1. Производители органической продукции... имеют право разместить... маркировку в виде комбинации надписей и графического изображения (знака) органической продукции единого образца на упаковке, потребительской и (или) транспортной таре органической продукции или на прикрепленных к ней либо помещенных в нее иных носителях информации.

2. Надписи, используемые для маркировки органической продукции, могут содер-

жать слово «органический», а также его сокращения или слова, производные от этого слова, отдельно либо в сочетании с наименованием органической продукции».

В соответствии же с требованиями ГОСТ 33980-2016 (раздел 11) на этикетке органической продукции должна быть следующая маркировка:

11.1.1. Для маркировки и рекламирования продуктов и их ингредиентов... а также в документах, сопровождающих органическую продукцию, используют термин «органический продукт».

11.1.2. Использование... в отношении органической продукции иных терминов, их

сочетаний, сокращений или производных не допускается.

11.1.3. Термин «органический продукт» размещают на видном месте таким образом, чтобы он был хорошо виден, легко читается и не стираем».

Следует отметить, что разработанный ранее стандарт по маркировке органической продукции ГОСТ Р 56508-2015 «Продукция органического производства. Правила производства, транспортирования, хранения» [5] упряднен, его действие завершено 1 ноября 2018 года.

По закону или по стандарту?

Как мы видим, уже в самом начале создания этикетки пользователи сталкиваются с несоответствиями по маркированию органической продукции, пусть и незначительными.

Сравнительный анализ требований к маркировочным надписям свидетельствует о некоторых различиях в представлении надписи «органический продукт» на этикетке. Редакция стандарта в отношении слов «органический продукт» **в категорической форме не допускает** использования иных терминов, их сочетаний, сокращений или производных надписи «органический продукт».

Маркировка мясной продукции по ГОСТ 33980-2016 может иметь лишь единственную редакцию: «Оленина (филе) охлажденная. Органический продукт». При этом любая вариативность надписей не допускается, даже такая безобидная, как в следующих примерах: «Телятина охлажденная. Органическое мясо», или «Оленина (филе) органическая парная», или «Мясо кролика на кости органического производства», или «Филе малое грудки куриное. Органик».

Согласно же Федеральному закону «Об органической продукции» при маркировании любой пищевой продукции органического производства возможно использовать слово «органический», его сокращения, производные слова. И перечисленные выше примеры легитимны. Вот еще несколько примеров редакций наименований мясной продукции органического производства на этикетках: «Крылья цесарки. Органик», «Говядина охлажденная (окорок) органического производства», «Телятина (филе) органическая парная» или «Мясо баранины на кости (ребрышки). Органическая продукция».



Сегодня маркировка представляет собой достаточно сложную информационную комбинацию из текста, символов, цифр, знаков, обозначений и пр. Это сильнейшая психологическая нагрузка на рядового потребителя. Условные обозначения (знаки) рассчитаны только на специалистов с компетенциями, имеющих под рукой документы, читающих и использующих их в своей работе.

Таким образом, уже сейчас наблюдаются некоторые различия в требованиях по маркированию органической продукции в законе и в стандарте. Безусловно, приоритет у закона, но стандарты должны дополнительно пояснять и комментировать законы.

«Био» и «эко»

Одновременно с этим следует заметить, что и по закону, и по стандарту категориче-

ски исключена всякая возможность выносить на этикетку слова «био» и «эко», столь любимые в настоящее время изготовителями продукции и менеджерами торговых сетей. Полагаю, это совершенно правильное положение законодательных документов и документа по стандартизации, грамотное отношение к этикетке, в котором присутствует надлежащее выполнение процедуры маркировки.

И действительно, речь идет об «органической продукции», а не об «экологической продукции» и не о «биологической продукции». Во-первых, подсознательно возникает вопрос: в чем разница между этими понятиями? Во-вторых, вольное транспонирование словосочетаний с базовыми терминами «экологический» и «биологический» на мясную продукцию органического производства недопустимо, а это часто встречается в СМИ, в Интернете, научных материалах и даже звучит из уст официальных лиц.

Термин «органик», выполняемый зачастую еще и буквами латинского алфавита («organic»), а также термины «био» («bio») и «эко» («eco») достались нам в наследство от прежней маркировочной практики, достаточно вольной и архаичной. Это не что иное, как бездумное использование (списывание) различных интересных и комплиментарных терминов, значков, символов, словосочетаний и прочих атрибутов, придающих, по мнению авторов макетов этикеток, некую статусность выпускаемой ими продукции. Многие это считают креативным выполнением маркировки, особенно при использовании иностранных слов или латиницы, и забывают о том, что текстовые надписи на маркировке выполняются на



русском языке согласно ТР ТС 022/2011(ст. 4, часть, пункт) [6].

Ориентироваться на домыслы, комментарии, переосмысления и догадывания совершенно недопустимо. Необходимо четко выполнять требования закона и стандарта.

О знаке соответствия «Органическая продукция»

Согласно ст. 7. Маркировка органической продукции: «3. Графическое изображение (знак) органической продукции единого образца должно обеспечивать возможность нанесения и считывания сведений о производителях органической продукции и видах производимой ими органической продукции, содержащихся в едином государственном реестре производителей органической продукции, с использованием технических средств».

На момент публикации настоящей статьи знак соответствия «Органическая продукция» находится в разработке. Нет сомнений, что вся исчерпывающая информация о знаке, его изображении будет представлена в соответствующих документах. Полагаю, что наряду с изображением знака соответствия «Органическая продукция» непременно должно быть и некоторое текстовое пояснение к нему. Сегодня маркировка представляет собой достаточно сложную информационную комбинацию из текста, символов, цифр, знаков, обозначений и пр. Это сильнейшая психологическая нагрузка на рядового потребителя.

Условные обозначения (знаки) рассчитаны только на специалистов с компетенциями, имеющих под рукой документы, читающих и использующих их в своей работе.

Уже в самом начале создания этикетки пользователи сталкиваются с несоответствиями по маркированию органической продукции, пусть и незначительными. Сравнительный анализ требований к маркировочным надписям свидетельствует о некоторых различиях в представлении надписи «органический продукт» на этикетке.

Для специалистов достаточно указания одного термина на этикетке, например: «Кусочки баранины. Продукция охлажденная органическая» или «Субпродукты мясные. Печень ягненка охлажденная. Органическая продукция», а также пакета сопроводительных документов к партии продукции. Кроме того, образцы мясной продукции проходят лабораторные испытания в аккредитованных центрах.

Но обыватель имеет дело только с потребительской упаковкой готового продукта,

и единственным документом для него является этикетка. Условные обозначения на ней – знаки соответствия – зачастую ему непонятны. Конечный потребитель не должен догадываться, предполагать, додумывать. Перед ним должна быть четкая, ясная и однозначная «информационная картина продукта». Поэтому для символов, знаков, обозначений желательны пояснения. Например, надпись «органический продукт» на этикетке возможно дополнить словами «выращенный в зоне для ведения органического сельскохозяйственного производства» или «выращенный в специализированном хозяйстве с соблюдением ветеринарных, зоотехнических и зооигиенических правил для получения органической продукции».

Понятийный аппарат

Также просматривается различие в трактовке понятия «органическая продукция» в Федеральном законе и в ГОСТ 33980-2016. Например, в ст. 2 «Основные понятия» в перечне понятий, используемых в настоящем Федеральном законе в толковании органической продукции, имеется ссылка на некую экологичность: «Для целей настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: 1) органическая продукция – **экологически чистые** сельскохозяйственная продукция, сырье и продовольствие, производство которых соответствует требованиям, установленным настоящим Федеральным законом», а в ГОСТ 33980-2016 (Раздел 2. «Термины и определения») слово «экологический» отсутствует:

«2.6. Продукция органического производства (органическая продукция): продукция растительного, животного, микробного происхождения, а также аквакультуры в натуральном, обработанном или переработанном виде, употребляемая человеком в пищу, используемая в качестве корма для животных, посадочного и посевного материала, полученная в результате производства, сертифицированного на соответствие требованиям настоящего стандарта». (Поправка к ГОСТ 33980-2016 Продукция органического производства. Правила производства, переработки, маркировки и реализации.)

В тексте стандарта также отсутствует какое-либо упоминание о термине «экологичный». Данное обстоятельство, безусловно, смущает пользователей. Полагаю, что в пе-

речисленных документах должно быть совершенно четкое ориентирование исключительно на органическую продукцию.

Заключение

В процессе подготовки статьи поступило известие о разработке Министерством сельского хозяйства РФ проекта Федерального закона «Об экологически чистой сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии» (далее по тексту – проект закона «Об экологически чистой сельскохозяйственной продукции»). Документ опубликован на федеральном портале проектов нормативных правовых актов.

Проект закона предусматривает разработку национальных стандартов (ГОСТ Р), которые будут определять технические и технологические требования к экологически чистым продуктам. Проект представлен к публичному обсуждению, его утверждение планируется в 2021 году. Нормы законопроекта не распространяются на органическую продукцию.

В законопроекте предлагается следующее определение экологически чистой продукции: «Сельскохозяйственная продукция, сырье и продовольствие, произведенные в массовом количестве по современным агро- и промышленным технологиям с применением ограниченной группы безопасных для человека и окружающей среды удобрений и других агрохимикатов, средств защиты растений, кормов, кормовых и пищевых добавок». Соответственно, маркировка – в виде комбинации надписей и графического изображения (знака) экологически чистой продукции единого образца. Надписи, используемые для маркировки, могут содержать слова «экологичный», «экологически чистый», а также их сокращения или производные.

Проект закона «Об экологически чистой сельскохозяйственной продукции» предлагает пользователям **новое определение органической продукции** (и соответствующую поправку в закон «Об органической продукции»):

«Органическая продукция – продукция растительного, животного, микробного происхождения, а также аквакультуры в натуральном, обработанном или переработанном виде, употребляемая человеком в пищу, используемая в качестве корма для животных, посадочного и посевного материала, полученная в результате производства, сертифицированного



Обыватель имеет дело только с потребительской упаковкой готового продукта, и единственным документом для него является этикетка. Условные обозначения на ней – знаки соответствия – зачастую ему непонятны. Конечный потребитель не должен догадываться, предполагать, додумывать. Перед ним должна быть четкая, ясная и однозначная «информационная картина продукта».

на соответствие действующим в РФ национальным, межгосударственным и международным стандартам в сфере производства органической продукции».

Таким образом, несоответствие между законом и стандартом в понятийном аппарате в трактовке понятия «органическая продукция», указанное выше, благополучно устраняется. Пазлы сошлись. Органическая продукция и экологически чистая продукция – это различные понятия, соответствующие различным правовым актом. **МП**

Литература

[1] Федеральный закон от 3 августа 2018 г №280-ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

[2] ГОСТ Р 56104-2014 «Продукты пищевые органические. Термины и определения», утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 10 сентября 2014 г. №1068-ст.

[3] ГОСТ Р 57022-2016 «Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации органического производства», утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 5 августа 2016 г. №906-ст.

[4] ГОСТ 33980-2016 «Продукция органического производства. Правила производства, переработки, маркировки и реализации», принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 25 октября 2016 г. №92-П).

[5] ГОСТ Р 56508-2015 «Продукция органического производства. Правила производства, транспортирования, хранения», утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 июня 2015 г. №844-ст.

[6] Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011), утвержденный Комиссией Таможенного союза от 09.12.2011 г. №881.

Авторы:

Елена Пономарева,

канд. экон. наук,
генеральный директор

Зоя Романова,

руководитель проектов,
научно-исследовательская
компания «Лаборатория трендов»



ПРОДВИЖЕНИЕ НОВИНОК МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В РИТЕЙЛЕ

Мясо и мясная продукция – традиционные для россиян продукты питания. По данным Росстата, на них приходится более 9% расходов населения на все потребительские товары и услуги и почти треть совокупных затрат на приобретение продуктов питания и напитков. Спрос на мясную продукцию продолжает расти, несмотря на появление новых трендов – ЗОЖ, правильное питание, раздельное питание, вегетарианство, веганство и пр. При этом происходит перераспределение потребительских предпочтений между видами мясной продукции.

Например, потребители смещают свой спрос с более дорогих и часто воспринимаемых как ненатуральные колбасных изделий в сторону мяса или мясных деликатесов. Все активнее проникают на кухни потребителей, живущих в больших городах, полуфабрикаты, выигрывающие у мяса по скорости и удобству приготовления.

Как и на большинстве рынков продуктов, производители мяса и мясной продукции столкнулись с усилением конкуренции. Привлекать потребителей становится все сложнее по следующим причинам:

- За время кризиса у потребителей сформировалась модель рационального потребления – они стремятся сохранить объем по-

требления без увеличения затрат. С учетом того, что мясо и мясная продукция занимают значимую часть рациона россиян (в среднем 56 кг на душу населения у потребителей с самыми низкими доходами и 111 кг – у наиболее обеспеченной группы потребителей), а также около 10% от всех потребительских расходов (самая существенная статья затрат на продукты питания), очевидно, что маркетинговые акции – это значимая выгода для потребителей. Несмотря на то, что мясо и мясная продукция, по версии компании Nielsen, не входят в перечень товарных категорий, наиболее подверженных скидкам (например, на рынке шоколада по маркетинговым акциям продается до

80% продукции), производители вынуждены были включиться в ценовую конкуренцию, в том числе под влиянием федеральных и локальных розничных сетей.

- Потребителям предлагается широкий выбор мяса и мясной продукции, который увеличивается с каждым днем. Это требует от производителей постоянного привлечения внимания к своей продукции за счет затрат на рекламу и трейд-маркетинг, а также инвестиций в R&D.

- Конкуренция вышла за рамки одной категории. Сегодня потребители не просто делают выбор в пользу одного из представленных брендов (например, сосисок), но и учитывают ситуацию, в которой они плани-



руют потребление, а также свои предпочтения на конкретный момент. Времена, когда выбор состоял из сосисок, тушенки и куриных окорочков, прошли. Современные потребители имеют возможность приготовить дома как кулинарный шедевр, так и позавтракать или поужинать на скорую руку.

- Большинство потребителей не видит принципиальной разницы между продукцией разных предприятий. Мясная продукция в рамках одной товарной категории может восприниматься ими как одинаковая, разница по вкусовым характеристикам может быть обнаружена только после совершения покупки. При этом выбор в магазине усложняется, если часть продукции является небрендируемой (как правило, у мелких региональных игроков) и реализуется через прилавок в несетевой рознице. Возможности упаковки как «лица» продукции, отражающего ее свойства до момента выбора и совершения покупки, на данном рынке пока используются слабо и преимущественно в сегменте полуфабрикатов.

- Понимая изменения в моделях потребительского поведения, производители уже начали первые шаги к позиционированию по ситуациям потребления, доносямому до целевой аудитории через рекламу. Однако большинство используемых вариантов базируется на семейных ценностях (завтрак, обед или ужин всей семьей) и сезонности (дачное потребление). Это касается как продуктов глубокой переработки, так и полу-

Упаковка является основным способом привлечения внимания потребителей в розничных точках. Особенно актуально это для новинок и полуфабрикатов. Сегодняшний потребитель все чаще не хочет думать сам о способе приготовления или искать информацию в Интернете – он ждет готового решения. Приготовить на гриле, запечь в духовке, быстро пожарить, приготовить особенный кусочек мяса из особенной части туши (стейк, рулька) и т. п.

фабрикатов. Практически не используется позиционирование, показывающее, как продукция решает проблемы одиноких людей, особенно живущих в стиле большого города, а ведь для них мясная продукция может стать при правильном позициониро-

вании прекрасной альтернативой заказываемым на дом пицце или бургерам. Лучшим вариантом позиционирования по ситуации потребления до сих пор остается советский «Завтрак туриста». Именно на него как на удачный ретро-кейс стоит ориентироваться современным производителям консервов. С маркетинговой точки зрения, «прорывом» для мясного рынка можно считать бренд «Папа может», ставший одним из немногих брендов с понятным позиционированием, ориентированным на мужскую целевую аудиторию и поддерживаемым рекламной кампанией. Это позволило бренду привлечь внимание потребителей и стимулировать первую покупку.

- Одновременно с традиционной мясной продукцией на рынке все чаще появляются новинки, на которые только начинает формироваться потребительский спрос. Прежде всего это касается полуфабрикатов, удовлетворяющих потребность в быстром и вкусном питании. Скажем, если раньше в продаже можно было найти только пельмени, сегодня в магазинах представлены манты, долма, хинкали, охлажденные ravioli с сыром или шпинатом, разнообразные колбаски для жарки, лазаньи и другие виды продукции, в том числе «гибридной», к которым можно отнести набирающие популярность чебуреки и булочки. Аналогичным образом постепенно «разрастается» категория мясных деликатесов.

- Если говорить о мясе, конкуренция в рознице осуществляется, прежде всего, за счет упакованного мяса, среди которого лидером является мясо птицы. Продукция разных птицефабрик отличается цветом и материалом подложки, а также этикеткой с нанесенным на нее брендом. Производители свинины более активны в категории полуфабрикатов, предлагая медальоны, стейки, шашлык и другие виды продукции в брендируемой упаковке разных форматов.

- Следуя за потребителями, в колбасной категории и в категории деликатесов производители все чаще предлагают варианты нарезки в брендируемой упаковке, которая хотя и является более дорогой с точки зрения полочной цены, в то же время более удобна для потребления, а также позволяет совершить покупку потребителям с низкими доходами, изредка балующим себя или делающим покупку на праздник. В этом случае цена может являться решающим фактором при выборе между несколькими ассортиментными позициями.

Указанные выше причины стимулируют производителей на поиск решений, позволяющих переключить внимание потребителей с продукции конкурентов при выведении на рынок новинок или решении задачи по увеличению продаж конкретного бренда или ассортиментной позиции.



Проведенный нашей компанией аудит маркетинговых и промо-активностей производителей мяса и мясной продукции позволил сделать следующие выводы:

1. Основной способ привлечения внимания и стимулирования покупок – это «желтые ценники» в розничных сетях и размещение в каталогах. Помимо этого, потребители имеют возможность сэкономить, приобретая продукцию в конкретные дни или даже часы. Как правило, это инициатива самих сетей, которая может распространяться как на весь ассортимент, так и на конкретные категории, а также на определенные группы потребителей (например, скидки для пенсионеров).

2. Вовлечение потребителей в коммуникацию и стимулирование повторных покупок через акции. Например, «Петелинка» приглашает покупателей в клуб, где работает схема «покупай – регистрируй – копи баллы – получай призы». Кроме того, на сайте компании подробно рассказывается о каждом этапе производства: от кормов до поставки мяса птицы в магазины. Это работает на формирование доверия к бренду, поскольку современные потребители все больше внимания уделяют качеству и безопасности продукции – они хотят понимать, за что именно платят деньги и какую потребительскую ценность получают. Чем более прозрачным, с их точки зрения, является производитель, тем больше вероятность совершения покупки в случае совпадения предложения и потребности.

3. Как уже говорилось, упаковка является основным способом привлечения внимания потребителей в розничных точках.

Покупатель, уставший от информационного шума и борьбы за него со стороны игроков всех рынков, все больше хочет отдалиться от производителей. Его основная задача – приобрести продукты питания с минимальными затратами времени на выбор и совершение покупки, желательно с экономией и обязательно в соответствии с актуальными потребностями, зависящими от ситуации потребления и вкусовых предпочтений.

Особенно актуально это для новинок и полуфабрикатов. Сегодняшний потребитель все чаще не хочет думать сам о способе приготовления или искать информацию в Интернете – он ждет готового решения: приготовить на гриле, запечь в духовке, быстро пожарить, приготовить особенный кусочек мяса, из особенной части туши (стейк, рулька) и т. п. И здесь можно привести пример компании «Мираторг» с широким ассорти-

ментом и многообразием решений – на упаковках размещена информация о том, как приготовить блюдо и по какому случаю.

В преддверии шашлычного сезона таких предложений появляется больше: замаринованное мясо (свинина, птица), полуфабрикаты (купаты), колбаски, различные варианты экологичной упаковки.

4. Производители мяса и мясной продукции все активнее используют социальные сети для стимулирования потребителями покупки своей продукции, но это не основной, а поддерживающий канал взаимодействия. Основной контент производителей – это рецепты, секреты приготовления и кулинарные хитрости. Большое внимание уделяется информированию о проводимых ценовых акциях в рознице и маркетинговых акциях. Например: «Участвуйте в конкурсе «Черкизово» «#Сальчичувства» – разместите романтическое фото с хештегом #Сальчичувства».

5. В случае с колбасными изделиями и мясными деликатесами классический способ привлечения внимания к бренду – дегустация. Важно обязательно обращать внимание на качественную подготовку консультантов (промо-персонала), которые расскажут об особенностях и отличиях производителя, бренда и конкретной ассортиментной позиции. К сожалению, в большинстве случаев персонал, скорее, отработывает часы, чем мотивирует потребителей на совершение покупки. Еще одна «болевая» точка – это неудачная подача мясной продукции, которая не вызывает желания ее попробовать (например, пластиковая посуда, мелко нарезанные кусочки, иногда уже обветрившиеся, и обычные зубочистки). Экономия в этом случае играет явно не в пользу производителя, проводящего дегустацию. Также нужно учесть, что особенностью молодых потребителей является нежелание общаться с консультантами, они хотят взять уже готовое, нарезанное и быстро уйти из магазина. Вовлечь их в коммуникацию все сложнее, это нужно учитывать при планировании акций в розничных точках.

Кроме того, сегодня колбасные изделия являются наиболее уязвимыми с точки зрения изменения моделей потребительского поведения. Растет давление со стороны так называемой межкатегорийной конкуренции. Например, утром современный потребитель может делать выбор между кашей, йогуртом, мюсли, тостами с сыром, сосисками и бутербродом с колбасой. Разнообразие продуктов питания на рынке неизбежно оттягивает часть спроса от колбасных изделий. Это требует от производителей изменения подходов к их продвижению, в том числе за счет привязки к ситуациям потребления, что некоторые компании уже начали делать в социальных сетях.

6. Интересная концепция продвижения при четко выбранном позиционировании позволяет привлечь внимание к новинкам при наличии рекламного бюджета. Например, уже упомянутая торговая марка «Папа может» в 2016 году ворвалась на рынок и кричала в каждом ролике: «Это наша земля!» или «Не дразни папу!». На полках яркая желтая упаковка хорошо притягивает взгляд покупателей, ассоциируясь с желтым ценником.

Если говорить о копченой колбасе, которая всегда считалась деликатесом, то количество позиций и многообразие явно сократились, а желтые ценники эту категорию преследуют с завидным постоянством. Сейчас все меньше и меньше люди ходят в гости, а копченая колбаса была неотъемлемым атрибутом застолья. Однако при этом спрос на копченую колбасу и колбаски поддерживается, в том числе, за счет их популярности среди любителей пива, людей, выезжающих на природу, тех, кто любит готовить дома блюда с копченостями и пиццу и т. д.



Возможности упаковки как «лица» продукции, отражающего ее свойства до момента выбора и совершения покупки, на данном рынке пока используются слабо и преимущественно в сегменте полуфабрикатов.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что с каждым днем производителям все труднее привлечь внимание покупателей, а покупатель, уставший от информационного шума и борьбы за него со стороны игроков всех рынков, все больше хочет отдалиться от производителей. Его основная задача – приобрести продукты питания с минимальными затратами времени на выбор и совершение покупки, желательно с экономией и обязательно в соответствии с актуальными потребностями, зависящими от ситуации потребления и вкусовых предпочтений. Подстройка производителей под меняющиеся модели потребительского поведения и отслеживание трендов на рынке поможет производителям встретиться со своими потребителями с большей вероятностью. Производителю необходимо быть гибким и готовым переходить на новые форматы продвижения продуктов питания, регулярно проводить исследования, инвестировать в R&D и научиться не только слушать, но и слышать своих потребителей. **МП**

XXV МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА



МВС: ЗЕРНО-КОМБИКОРМА-ВЕТЕРИНАРИЯ - 2020

28 - 30 ЯНВАРЯ

МОСКВА, ВДНХ, ПАВИЛЬОН № 75

СПЕЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР:
МОСКОВСКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА
ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:

ОРГАНИЗАТОР ВЫСТАВКИ:
ЦЕНТР МАРКЕТИНГА "ЭКСПОХЛЕБ"

(495) 755-50-35, 755-50-38
info@expokhlebo.com
WWW.MVC-EXPOHLEB.RU





**Семинар GEA
для отраслевых специалистов**

Место проведения:
Новосибирск

Количество участников:
**Более
40 специалистов**

Автор: **Оксана Ермолаева**

От сырья до упаковки: компания GEA предложила решения для производителей мясной продукции

Компания GEA, один из крупнейших мировых поставщиков широкого ассортимента оборудования для пищевой промышленности, провела семинар для отраслевых специалистов, посвященный темам эффективного производства качественной продукции.

Мероприятие прошло в Новосибирске, где расположен один из офисов компании GEA в России. Более 40 экспертов в сфере производства мяса, молока, безалкогольных напитков и другой продукции из разных городов России обсудили вопросы создания качественной и востребованной продукции, имеющие значение для каждого из участников семинара.

GEA (штаб-квартира в Германии) – один из крупнейших мировых поставщиков комплексных решений для пищевой промышленности и целого ряда других отраслей. Поэтому доклады ведущих экспертов ком-

Компания GEA предлагает оборудование для всех этапов производственной цепочки: для подготовки сырья (куттеры, сепараторы, мешалки, эмульсаторы), для маринования (инъекторы, массажеры, тендеризаторы), глубокой переработки (фризеры, гриль-маркеры, паровые тоннели, темпура), заморозки, нарезки любой формы и упаковки.

пании охватили широкий спектр производственных вопросов, актуальных для каждого участника семинара.

В первый день семинара информационная программа оказалась максимально насыщенной. Руководитель отдела продаж GEA в России Сергей Тарасов рассказал, что это первый опыт мероприятий, рассказывающий обо всех направлениях пищевой промышленности, которые развивает компания, и вкратце обрисовал текущее положение компании на мировом и российском рынке. В 2017 году оборот компании составил порядка 4,6 млрд евро, общее количество сотрудников GEA в мире превышает 17 тыс. человек.

Компания фокусируется на производстве качественной продукции, передовых энергосберегающих и экологических технологиях. О масштабах компании убедительно говорят цифры: четверть всего молока



в мире перерабатывается с помощью оборудования GEA, каждый третий наггетс производится на установках GEA, половина мирового производства пива варится на оборудовании GEA. Кроме оборудования для производства, фасовки и упаковки продуктов, все отрасли, с которыми работает компания (а это не только пищевая, но и фармацевтическая, химическая и др.), применяют технологии промышленного охлаждения GEA.

В России и странах СНГ открыты шесть офисов и три производственные площадки в разных городах. Годовой оборот компании в России и СНГ за 2018 год составил более 200 млн евро. Только сервисным обслуживанием на российском направлении занимаются более 120 человек, которые круглосуточно обеспечивают клиентам компании удаленный мониторинг и техническую поддержку, а также осуществляют необходимое обслуживание и ремонт, проводя аудиты и поддерживая бесперебойную работу оборудования.

Участникам семинара также представили обзор последних достижений и тенденций GEA для работы с мясом, рыбой или птицей. Об этом рассказал в своем докладе специалист направления Food Processing and Packaging Алексей Кадралеев. Он познакомил участников с линиями по глубокой переработке мяса и птицы и автоматизированными линиями по нарезке продукции. Компания GEA предлагает оборудование для всех этапов производственной цепочки: для подготовки сырья (куттеры, сепараторы, мешалки, эмульсаторы), для

*О масштабах компании
убедительно говорят цифры:
четверть всего молока в мире
перерабатывается с помощью
оборудования GEA, каждый
третий наггетс
производится на установках
GEA, половина
мирового производства пива
варится на оборудовании GEA.*

маринации (инъекторы, массажеры, тендеризаторы), глубокой переработки (фризеры, гриль-маркеры, паровые тоннели, темпура), заморозки, нарезки любой формы и упаковки. В зависимости от потребностей заказчика GEA может предложить как автономную установку того или иного оборудования, так и интегрированную технологическую линию, позволяющую наладить производственный процесс от сырья до упаковки готовой продукции.

Докладчик познакомил слушателей и с новинками оборудования для мясной промышленности. Так, вниманию участников был представлен Dual Slicer II 1200 с двухлинейным интерливером, который позволяет создавать идеальные ломтики мясной продукции с высокой произ-

водительностью, низким уровнем потерь, легкий в управлении и исключительно удобный для санитарно-гигиенической обработки. Рассказал эксперт и о новой высокоточной весовой системе GEA Check 4000 производительностью до 150 порций в минуту и погрешностью всего лишь 0,1 г. Представленные новинки могут быть встроены в модульную линию для производства мясной продукции от подготовки сырья до упаковки готовой продукции.

Компетенциям компании в промышленном холоде были посвящены доклады о выборе оптимального хладагента, опыте реализации энергоэффективных холодильных установок GEA на предприятиях пищевой промышленности, сравнении энергозатрат холодильных установок различных производителей. В штате российского подразделения компании GEA работают более 350 человек, которые проектируют, изготавливают и поставляют под ключ комплексные решения по холодоснабжению, вентиляции и кондиционированию, обеспечивают монтаж, запуск и наладку, а также полное обслуживание проекта.

Участникам семинара рассказали о реализованных проектах в области промышленного холода, прокомментировали выбор разного вида оборудования для тех или иных промышленных предприятий, дали несколько практических рекомендаций, которые обязательно пригодятся в будущем при планировании закупок необходимого оборудования. Так, российские эксперты GEA отметили, что полная стоимость владения оборудованием складывается не только из очевидных затрат на покупку, монтаж, наладку и сервисное обслуживание, но должно также учитывать возможности модернизации, энергоресурсы и затраты на персонал. Это особенно важно знать, если учесть, что холодильно-компрессорный цех является основным потребителем электроэнергии. Специалисты GEA убедительно доказали, что холодильные системы на аммиаке (по сравнению с работающими на фреоне) позволяют снизить затраты на потребляемую электроэнергию на 25–35% в год и увеличить срок службы промышленных компрессоров.

Важно, что большая часть докладов была практической, с подробным разбором конкретных кейсов, множеством расчетов и примеров. Специалисты компании с удовольствием отвечали на все заданные вопросы, дополняли доклады друг друга подробностями и комментариями. Прошедший семинар был единодушно признан удавшимся. Практика встреч профессионалов отрасли и представителей ведущего поставщика оборудования для всех видов производства пищевой продукции обязательно получит свое продолжение. ■

Автор:

пресс-служба
«Продэкспо»



До встречи на «Продэкспо»!

«Продэкспо» – крупнейшая международная выставка продуктов питания и напитков в России и Восточной Европе. На «Продэкспо» представлено продовольствие со всего мира: от продуктов и напитков на каждый день до изысканных деликатесов, а также органическое, спортивное питание, товары для здорового образа жизни, халяль, кошер, экзотические продукты.

Именно здесь собрана крупнейшая в России экспозиция алкогольных напитков и вин более чем из 30 стран. К «Продэкспо» производители приурочивают запуск новых товаров, торговых марок, брендов. Ежегодно выставка презентует до 14% новинок. Возможности по объемам участников-производителей и дистрибьюторов также имеют широкий диапазон – от поставок в федеральные сети до партий в небольшие магазины и эксклюзива в рестораны.

На выставке собираются закупщики федеральных и локальных сетей – стратегические заказчики продовольственной отрасли России и стран Евразийского союза, представители HoReCa – ресторанов, баров, кафе. Здесь каждый находит, что ищет, и даже чуть больше.

Это самая крупная выставка России по размеру площадей (более 100000 кв. м), профессиональному интересу и охвату рынка (свыше 2400 участников из 69 стран). «Продэкспо» обеспечивает старт деловой активности на продовольственном рынке России. Свыше 280 закупщиков из 110 фе-



«Продэкспо» – крупнейшая международная выставка продуктов питания и напитков в России и Восточной Европе.
Подробнее <https://www.prod-expo.ru>

деральных и региональных сетей ведут переговоры и заключают контракты в Центре Закупок Сетей.

По данным исследования РОМИР, «Продэкспо» – эффективный маркетинговый инструмент. 88% участников отметили, что достигли своих целей на выставке: на-

шли новых клиентов и рынки сбыта, увеличили объемы продаж, презентовали новую продукцию. 97% участников готовы рекомендовать выставку своим коллегам и деловым партнерам.

«Продэкспо» – уникальный шанс для роста и развития вашего бизнеса! **Е**



АГРОФАРМ 2020

ТЕХНОЛОГИИ **BIG DATA**

ОБОРУДОВАНИЕ
мониторинг МАЛАЯ МЕХАНИЗАЦИЯ

4-6

хранение АКВАКУЛЬТУРА

ПЛЕМЕННОЕ ДЕЛО

практические мастер-классы

ФЕВРАЛЯ

ЗАГОТОВКА
КРОЛИКИ
УХОД

ПЕРЕГОВОРЫ КОНФЕРЕНЦИЯ
ВЫСТАВКА

ВДНХ

БИОТЕХНОЛОГИИ

ПАВИЛЬОН 75

разведение СВИНОВОДСТВО энергосбережение

ЖИВОТНОВОДСТВО

СЪЕЗД
УДОБРЕНИЯ МИКРОКЛИМАТ

ФЕРМЕРСТВО

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ

КОРМЛЕНИЕ

ЭКСПОРТ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

КОМПОНЕНТЫ

ДОБАВКИ КРС

ТЕХНИКА

КОРМОПРОИЗВОДСТВО

УТИЛИЗАЦИЯ УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

гигиена ВЕТЕРИНАРИЯ ЦИФРОВИЗАЦИЯ

ДОЕНИЕ

ПТИЦЕВОДСТВО

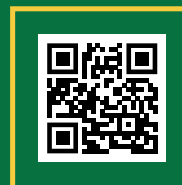
БИОБЕЗОПАСНОСТЬ

скотопромышленники ОХЛАЖДЕНИЕ ЭКОЛОГИЯ

ИНВЕСТИЦИИ

УМНАЯ ФЕРМА

РЕПРОДУКЦИЯ



ГЕНЕТИКА

реклама

12+

AGROFARM.VDNH.RU

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



Министерство сельского хозяйства
Российской Федерации



ТПП РФ



ПАРТНЕРЫ



Национальный союз
производителей молока



ОРГАНИЗАТОР



expo.vdnh.ru

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК И МЕРОПРИЯТИЙ 2019–2022

19–21 сентября 2019
Циндао, Китай

VIV Qingdao 2019

2–3 октября 2019
Кигали, Африка

POULTRY Africa 2019

11–12 октября 2019
Мумбаи, Индия

VIV Leadership Forum India 2019

9–11 марта 2020
Абу-Даби, ОАЭ

VIV MEA 2020

24–26 марта 2020
Бангкок, Таиланд

VICTAM Asia and Animal Health & Nutrition 2020,
by VICTAM and VIV

26–28 мая 2020
Москва, Россия

МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК

VIV Russia 2020

26–28 мая 2020
Москва, Россия

САММИТ 2020
«Аграрная политика России. Настоящее и будущее»

26–28 мая 2020
Москва, Россия

Discover Russian Cuisine 2020

2021
Бангкок, Таиланд

VIV ASIA 2021

10–12 июня 2021
Стамбул, Турция

VIV Turkey 2021

2022
Утрехт, Нидерланды

VIV Europe 2022

Организаторы:



По вопросам участия и организации поездок
обращайтесь по телефону: +7 (495) 797 6914
E-mail: info@meatindustry.ru • info@vivrussia.ru
www.meatindustry.ru • www.viv.net

Organized by:



реклама

Автор: пресс-служба
«Агропродмаш»

Получите ваш билет на сайте выставки
<https://www.agroprod mash-expo.ru> – и до встречи на «Агропродмаше»!

Интеллектуальная мясопереработка на «Агропродмаш-2019»

Мясоперерабатывающий салон выставки «Агропродмаш» был и остается одним из важнейших разделов выставки. Он традиционно собирает самые известные европейские и мировые бренды, анонсирует наиболее современные технические и продуктовые идеи, во многом инициирует тематику смежных салонов, будь то упаковка, информационные технологии, ингредиенты, транслирует отраслевую ситуацию и одновременно задает вектор развития перерабатывающим предприятиям России.

Сегодня сектор вторичной и глубокой переработки мяса претерпевает заметные структурные и качественные изменения, вызванные реструктуризацией рынка на почве усиления конкурентной борьбы, и, конечно же, превалирующей модели экономного потребительского поведения. Что, соответственно, находит отражение в экспозиционном предложении выставки. Например, Юрий Микаэлян, менеджер отдела продаж мясоперерабатывающего оборудования компании «Марел», отмечает, что наметился «устойчивый спрос на высокоэффективное оборудование для глубокой переработки, которое позволяет формировать стандартные и небольшие порции продукции в соответствии с текущими потребностями покупателей и одновременно обеспечивает высокую производственную гибкость».

В сложившейся ситуации крупные мясоперерабатывающие предприятия в составе мощных российских вертикально интегрированных холдингов в максимальной степени отыгрывают все еще актуальный импортозамещающий тренд и одновременно демонстрируют беспрецедентную конкурентоспособность на рынке продуктов глубокой переработки мяса и колбасной продукции, уменьшая простор для маневра малому и среднему бизнесу. Именно крупный бизнес в сложившихся условиях проявляет наибольшую инвестиционную актив-



**24-я международная выставка
оборудования, машин
и ингредиентов для пищевой
и перерабатывающей
промышленности
«Агропродмаш-2019»
состоится 7–11 октября
2019 года в «Экспоцентре»
на Красной Пресне.**

ность на рынках прикладных технических решений для мясоперерабатывающей отрасли и продукции общемашиностроительного назначения. Что отражается и в предложении участников.

«На предстоящей выставке «Агропродмаш» мы будем готовы познакомить посетителей нашего стенда с множеством моделей оборудования для глубокой переработки мяса, – отмечает Юрий Микаэлян. – Нам есть что предложить гостям стенда, начиная от подготовки мясного сырья и заканчивая маркировкой готовой продукции».

Одновременно на передний план выходит проактивная ассортиментная политика производителей мясной продукции, нацеленная на выявление малоосвоенных продуктовых ниш неценовой конкурен-

ции (например, снековая или оригинальная продукция). По этой причине в России также наметился рост интереса к оборудованию, обеспечивающему оптимальные возможности производства подобной продукции на основе мясного сырья.

Максим Данышин, руководитель региональной группы продаж ООО «Хандтманн Машин Фактори», в частности, отмечает: «Особой популярностью пользуются линии производства колбасок в альгинатной оболочке, позволяющие получить оригинальные продукты. Возрастающий спрос на снековую продукцию обуславливает интерес к формовочным системам, благодаря которым можно создавать уникальные продукты без оболочки самых разнообразных форм». Очевидно, что многие участники выставки «Агропродмаш-2019» продемонстрируют свои новинки специально для производства оригинальной нишевой продукции.

Одновременно возрастает роль общей цифровизации мясоперерабатывающей отрасли, которая способствует достижению сразу нескольких глобальных устремлений для современных предприятий – повышение эффективности процессов, обеспечение сквозной прослеживаемости производства, повышение уровня автоматизации производственных процессов. **Р**

IFFA

**IFFA-2019,
ведущая международная
выставка мясной
промышленности**

Место проведения:
**Франкфурт,
Германия**

Количество участников:
**67000 человек
из 149 стран**



Источник: пресс-служба компании

Фото: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Jochen Günther

IFFA 2019: место встречи традиций и высоких технологий

В течение шести дней IFFA – выставка №1 для мясной промышленности – наглядно демонстрировала будущее этого сектора. Тенденции в области безопасности пищевых продуктов, «чистая маркировка», растущие ожидания в отношении качества мяса – участники IFFA предоставили ответы на запросы мясоперерабатывающей промышленности и торговли мясников. И все это на фоне отличного инвестиционного климата.

– IFFA еще раз доказала, что это не только одна из наших старейших торговых ярмарок, но и, прежде всего, глобальное место встречи для всех участников отрасли. Семь из десяти посетителей прибыли из-за пределов Германии. Настроение в залах, на выставочных стендах и в проходах было фантастическим, – резюмировал Вольфганг Марзин, президент и главный исполнительный директор (генеральный директор) Messe Frankfurt. – В то же время на IFFA встречаются целые династии мясоперерабатывающего сектора – мясной промышленности, производителей оборудования, упаковочных компаний, поставщиков специй, торговли и мясных магазинов. Многие из этих компаний находятся

в руках одной семьи в течение нескольких поколений, и на IFFA они определяют будущее каждые три года.

По результатам опроса посетителей, проведенного Messe Frankfurt, 96% посетителей оценили выставку IFFA положительно. Со стороны экспонентов общий уровень удовлетворенности достигал 92%.

Добро пожаловать в будущее

Решения для автоматизации и программного обеспечения делают производство и процессы более интеллектуальными. Безопасность пищевых продуктов остается актуальной темой и предполагает замену ручного труда автоматическими процессами. В связи с этим экспоненты показали,

например, полностью автоматическое порционирование и размещение стейков или колбасных изделий в упаковочных материалах с использованием промышленных роботов. В области упаковки также важны продуманные решения для защиты мяса и мясных продуктов, в которых основное внимание уделяется сохранению и устойчивости ресурсов с точки зрения энергоэффективности машин и технологических цепочек, а также упаковки, не влияющей на климат. В целом перспективы для поставщиков мясной промышленности позитивные: ожидается, что производство мяса во всем мире будет расти на 5% в год до 2027 года. 85% посетителей выставки также находят экономические перспективы



удачными и оценивают текущую ситуацию в отрасли как удовлетворительную.

Традиции выигрывают в качестве, происхождении и обработке

Значение мяса в обществе остается очень высоким, и традиционные производители мяса и мясной продукции не теряют популярности у потребителей, предлагая качественные региональные продукты. Сопровождают эту тенденцию новые профессии, такие как мясной сомелье. Инновационные концепции продаж, продуманные идеи питания и общение с клиентами через социальные сети делают торговлю мясом торговлей будущего. Профессиональные навыки самого высокого уровня можно было увидеть на международных соревнованиях по качеству Немецкой ассоциации мясников (DFV). Кроме того, у слушателей была возможность продемонстрировать свои таланты на международном конкурсе молодых мясников, в котором лучшие молодые «бойцы» из шести стран соревновались друг с другом.

Задача: борьба с нехваткой квалифицированных кадров

Производители оборудования и представители торговли сталкиваются с одной и той же проблемой – нехваткой квалифицированного персонала и стажеров. Компании должны вкладывать больше средств в цифровизацию, автоматизацию и робо-



Клаудио Колусси,
проект-менеджер, компания
Colussi Ermes (Италия):

«В основном мы здесь демонстрируем наши возможности, оцениваем потенциальных клиентов и возможности выхода на новые рынки, создания новых решений и коммуникации с клиентами. Наше качество – одно из лучших в мире, мы в этом уверены, но приходится сталкиваться с конкурентами. Мы изучаем, что нового появилось у них».

тотехнику, чтобы снять нагрузку с сотрудников и упростить все этапы мясопереработки (такие решения для компаний всех масштабов и видов можно было увидеть на IFFA). Это подтвердили 95% посетителей выставки, которые отметили, что очень довольны ассортиментом товаров и услуг, которые можно увидеть на выставке.

IFFA впервые была проведена 70 лет назад и за десятилетия превратилась в ведущую мировую выставку для международного мясного сектора. В 2019 году 70% посетителей прибыли из-за рубежа. Лидировали по количеству посетители из России, Нидерландов, Испании, Италии, Польши, Китая, Украины, США, Австрии и Австралии. Значительный прирост показали гости из Латинской Америки (+31%) и Восточной Европы (+15%). Следующая выставка пройдет с 14 по 19 мая 2022 года.

Мнения участников:

■ Компания Provisur
(США), Хэзер Рэдклифф,
менеджер по маркетинговым
коммуникациям

– Расскажите об основных целях участия в выставке.

– Раз в три года эта выставка становится для нас шансом показать, насколько мы выросли за это время, продемонстрировать сферу влияния и ассортимент оборудования. Мы предлагаем широкий выбор оборудования для всех этапов производственного процесса.

– Ваше оборудование предназначено для мелких или для крупных промышленных предприятий? В каких посетителях вы заинтересованы?

– Мы заинтересованы в обработчиках разного масштаба, но в основном все же наше оборудование рассчитано на средних и крупных.

– Можно подробнее об инновациях, которые вы представляете на выставке?

– Оборудование Lutetia (Франция) для разморозки, маринования и приготовления продуктов, в том числе инъекторы и печи. Другие инновационные решения касаются нарезки продуктов, их мы представляем на выставке впервые. Часть продукции – второе поколение формовочных прессов для бекона, кроме того, у нас



есть полноценная работающая формовочная линия, а также система для нарезки мяса, которую мы тоже представили на выставке. Еще у нас есть линия SX330 меньшего размера, также предназначенная для нарезки, и SX380, разработанная специально под некоторое оборудование Ноеггер.

– Поделитесь вашим опытом работы с российскими компаниями, какие возникали трудности и как вы оцениваете ситуацию с оборудованием в России?

– Мы тесно сотрудничаем с компанией «Вендо-Рус», и впечатления самые лучшие. Но для каждого бизнеса по-разному. Сейчас, как вы знаете, у нас появляется все больше американских клиентов. То же самое с Lutetia: в Европе их знают, но нам хотелось бы видеть больше клиентов из Северной и Южной Америки. Все действительно зависит от конкретного бизнеса и линеек оборудования. Некоторые наши бренды типа Ноеггер можно назвать скорее «европейскими», и сейчас существуют возможности для их дальнейшего развития в Европе.

■ Компания Colussi Ermes (Италия), проект-менеджер Клаудио Колусси

– Каковы ваши цели участия в выставке?

— В основном мы здесь, чтобы показать действующим и потенциальным клиентам наши возможности в сфере очистных систем. Наша основная философия – производство клиентоориентированных реше-



▲ Компания Provisur (США):
Раз в три года эта выставка становится для нас шансом показать, насколько мы выросли за это время, продемонстрировать сферу влияния и ассортимент оборудования. Мы предлагаем широкий выбор оборудования для всех этапов производственного процесса.

ний. Здесь мы можем продемонстрировать лишь небольшую часть нашей продукции и наших возможностей. Каждый наш продукт – результат переговоров с клиентом по созданию оптимального решения и наиболее подходящей системы. В основном мы здесь демонстрируем наши возможности, оцениваем потенциальных клиентов и возможности выхода на новые рынки, создания новых решений и коммуникации с клиентами. Наше качество – одно из лучших в мире, мы в этом уверены, но прихо-

дится сталкиваться с конкурентами. Мы изучаем, что нового появилось у них.

– Расскажите о новых продуктах, представленных на выставке.

– Сегодня мы представляем систему для мойки и сушки тары, используемой в мясной индустрии. У нас есть сухая и влажная мойки, а также новые технологии для сушильных систем, ставшие революционными пять лет назад. Новая технология позволяет сушить все без лишних затрат энергии. В плане энергоемкости наше решение сейчас лучшее на рынке.

– В каких сферах может использоваться ваше оборудование?

– Во всем пищевом производстве. Во всех этих отраслях нужна очистка, и они идут к специалистам.

– Расскажите об опыте работы на российском рынке. Как вы оцениваете ситуацию с российским оборудованием?

– На мой взгляд, российский рынок действительно хорош. Здесь легко найти умных людей, технически подкованных инженеров. Сейчас клиенты на российском рынке ищут хорошее качество. С этим ситуация лучше, чем 10–20 лет назад, и нам это интересно, так как мы предлагаем действительно высокое качество. Какие сложности? Таможня, пересечение границ, отсутствие четких правил. Каждый раз возникают новые проблемы с таможней, которые надо быстро решать. С другой стороны – работа приносит удовлетворение.



■ Компания Foodmate (Нидерланды), Ганс Тиелеман, коммерческий директор

– Каковы основные цели участия в выставке?

– Выставка IFFA всегда является огромным успехом для Foodmate. В целом эта выставка посвящена красному мясу и дальнейшей переработке, но все наши клиенты здесь, и они ценят наше присутствие. Хотя это довольно длинная выставка (шесть дней), но мероприятие действительно достойное, и мы были заняты все эти дни. Мы третий раз участвуем в этой выставке и обязательно будем здесь в следующий раз.

– В каких сферах может использоваться ваше оборудование – на крупных, средних, мелких предприятиях?

– Где угодно. Мы делаем бойни под ключ – от 500 до 10000 голов в час, но наш основной фокус сосредоточен на линиях по обвалке и разделке тушки, а также на оборудовании для предприятий быстрого питания. Так что мы работаем как с крупными и средними, так и с начинающими предпринимателями, спектр наших клиентов довольно обширен, и мы этим очень гордимся. Мы легко сможем найти подход к любому покупателю и подберем оборудование исходя из его потребностей.

– Представьте нам новые продукты, которые размещены на вашем стенде.

– Как вы видите, у нас довольно большое демонстрационное помещение. Здесь пред-



▲
IFFA – самое масштабное мероприятие для LIMA. Мы специализируемся на мясной отрасли и представляем себя своим клиентам. Здесь собираются представители отрасли со всего мира. Мы занимаемся здесь и продажами, и маркетингом, и рекламой.

ставлена наша новейшая машина по обвалке филе грудки Max 6000. Вот на таком оборудовании обрабатывается большая часть куриных грудок, продаваемых в Европе. Ситуация сейчас несколько меняется, так как все больше людей предпочитает темное мясо ножек. Раньше в Европе продавалась только грудка. Ноги, крылья и прочее экспортировали в Африку за бесценок. Сейчас же темное мясо становится все более популярным, и я понимаю почему: грудка слишком сухая, а мясо ножек более сочное. Поэтому мы также представляем нашу

инновационную машину по обвалке целых ножек Ultimate, она тоже представлена в нашем демо-помещении. Соответствующее оборудование нужно, например, производителям кебабов, которые их жарят. Обе машины очень востребованы, и дела с ними идут «горячо».

– Каков ваш опыт работы на российском рынке? Как вы оцениваете ситуацию с российским оборудованием? Какие возникали сложности?

– В целом российский рынок хорош для Foodmate, хотя и нестабилен. Был период, когда было построено много новых птицефабрик, поэтому нормально, что после такого периода рынок немного замер. Вижу, что многие производители реально борются за выживание, нуждаются в финансировании и субсидировании. Я вижу, что в какой-то момент ситуация достигла дна и теперь медленно улучшается. В настоящий момент мы видим поворотный момент и замечаем, что инвестиции возвращаются. Лично я с большой теплотой отношусь к России и русским людям, мне интересно работать с ними, и я надеюсь следующий год будет лучше для нас и наших клиентов.

– Планируете ли вы расширять свое присутствие на российском рынке?

– Мы достаточно эффективно и добросовестно работаем на российском рынке, мы наняли российского менеджера по продажам, чтобы еще лучше обслуживать наших клиентов. Также в нашей команде есть русскоговорящие инженеры, которые устанавливают и обслуживают оборудование, установленное в России.

■ Компания Lima (Франция), Борис Галиссон, директор по продажам и маркетингу

– Расскажите об основных целях участия в выставке.

– IFFA – самое масштабное мероприятие для LIMA. Мы специализируемся на мясной отрасли и представляем себя своим клиентам. Здесь собираются представители отрасли со всего мира. Мы занимаемся здесь и продажами, и маркетингом, и рекламой.

– Для каких бизнесов разработана ваша продукция и в каких посетителях вы больше всего заинтересованы?

– Больше всего – в предприятиях, занимающихся птицей, говядиной, свининой,



бараниной. Нам особенно интересны клиенты, занимающиеся не только убоем, но и обвалкой. Здесь преимущество состоит в нашей технологии механического отделения мяса от костей. Это наша основная технология, мы занимаемся ею с 1981 года. Мы расширяем наш ассортимент, сейчас мы также представляем технологию отделения мяса от жил и хрящей, остатков костей и прочих примесей. Сейчас мы активно развиваем это направление.

На IFFA мы выставляем два основных новых продукта – нашу самую большую машину LIMA RM 2000 S, механический сепаратор для курицы мощностью до 20 т в час. Машина – зверь! Мы уже продали одному клиенту один экземпляр. Также мы демонстрируем новшества вроде управления с помощью touch-screen. Другой экспонат – серия механических мясообвалочных машин для курицы и свинины, чтобы производить мясо идеальной структуры. Также мы рассчитываем на сферу красного мяса, особенно на говядину. Для этого у нас есть жиловочная машина LIMA DDM, оборудованная ворошителем и бункером и отличающаяся высокой производительностью жилованного мяса.

– Как вы оцениваете ситуацию с российским оборудованием? Какие возникли сложности?

– Для LIMA российский рынок долгое время был одним из основных. В России работает почти 300 наших машин. В последние годы для нас, как и для многих других, произошло снижение российских инвестиций в оборудование из-за политической ситуации. Рынок птицы в России также более



Ганс Тиелеман,
коммерческий директор,
компания Foodmate
(Нидерланды):

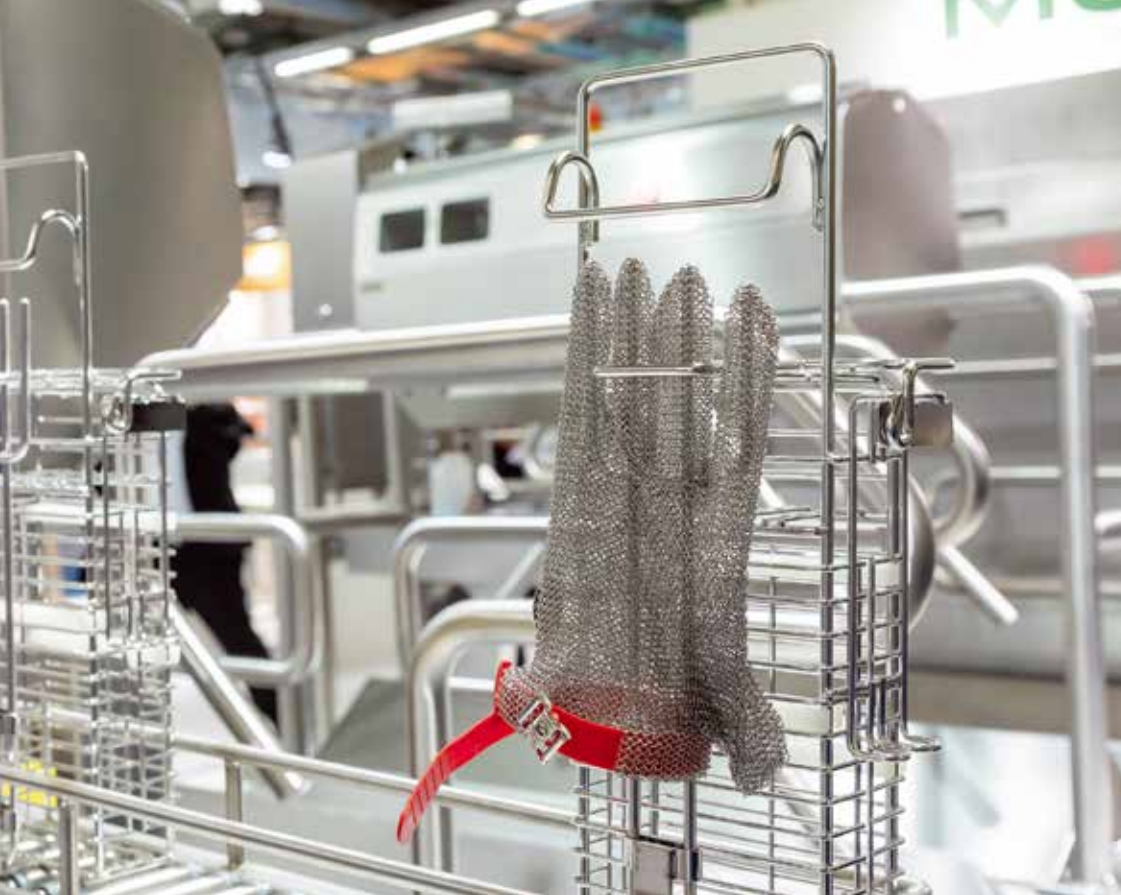
«Выставка IFFA всегда является огромным успехом для Foodmate. В целом эта выставка посвящена красному мясу и дальнейшей переработке, но все наши клиенты здесь, и они ценят наше присутствие. Хотя это довольно длинная выставка (шесть дней), но мероприятие действительно достойное, и мы были заняты все эти дни».

развит, чем раньше, но все еще предлагает перспективы роста. Но сейчас возникает чувство, что из-за этого российская отрасль много инвестирует в проверенное оборудование. Не могу сказать, что наши трудности так уж непреодолимы, так как наше преимущество – многолетняя работа на российском рынке и наличие сети дистрибьюторов по всей стране. В Самаре работает наш сервисный центр, мы занимаемся техническим обслуживанием оборудования. Так что все не так уж и сложно.

■ **Компания Metalquimia**
(Испания), Жозеп Лагарес
и Гамеро, CEO, Executive
President

– Поделитесь с нами основными целями участия в выставке.

– Metalquimia начала свою работу почти 50 лет назад, в 1971 году. С этого времени мой отец посещал IFFA в разных городах Германии. С 1974 года выставка стала проводиться во Франкфурте, став самым важным мировым шоу по мясопереработке. На выставке можно увидеть клиентов из России, Европы, США, Латинской Америки, Юго-Восточной Азии, Австралии – со всего мира. Если вы приходите на IFFA, вы видите инновации от ведущих компаний на ближайшие три года, вы видите будущее мясной отрасли. Если вы хотите управлять мясным бизнесом, вы должны присутствовать на IFFA. Независимо, кто вы – переработчики мяса, разработчики машин или поставщики. Хорошо, что выставка проходит раз в три года – остается время на подго-



товку. IFFA – важное мероприятие для установления серьезных и долгосрочных контактов с партнерами, клиентами, поисков поставщиков материалов и технологий. Также это хорошее место для установления контакта с людьми, которые помогут с продажами и обслуживанием в разных уголках мира.

С точки зрения продаж, IFFA – возможность найти посредников на новом рынке. IFFA – все для рынка мясопереработки. В мире проводятся и другие выставки, ярмарки, но остальные мероприятия более локальны: например, выставки в Америке, в России, в Азии. Ни на одной нет такого разнообразия посетителей и экспонентов, как на IFFA. Также здесь можно увидеть общие тренды отрасли. Мясопереработчики и поставщики технологий должны разрабатывать новое оборудование для производства большего количества еды для большего количества людей. Мы должны предлагать новые технологии, 5G, 6G, 7G, альтернативные источники белка, передачу белка и цифровых данных, уменьшение загрязнения планеты. Сейчас ключевой момент, когда компании должны показать, что способны выжить в современном мире!

– Какие новые продукты вы представляете на выставке?

– Мы работаем в четырех направлениях: производство ветчины, бекона, маринование, сырокопченые/сыровяленые колбасы типа салями и производство белковых снеков. На последнее есть спрос со стороны компаний всего мира, и сейчас это направление очень растет. Мы представляем ин-



Жозеп Лагарес и Гамеро,
CEO, Executive President,
Компания Metalquimia
(Испания):

«Если вы приходите на IFFA, вы видите инновации от ведущих компаний на ближайшие три года, вы видите будущее мясной отрасли.

Если вы хотите управлять мясным бизнесом, вы должны присутствовать на IFFA. Неважно, кто вы – переработчики мяса, разработчики машин или поставщики.

Хорошо, что выставка проходит раз в три года – остается время на подготовку».

новации по этим четырем направлениям, включая инъекторы, массажеры и набивочные машины. Нами усовершенствован дизайн оборудования для мясной отрасли, он стал более эргономичным. Также мы представляем новшества маринования, в особенности инъекции, современное цифровое оборудование для коммуникации и сбора данных с оборудования с целью дальнейшего совершенствования процессов. Также у нас есть новшества в области снеков и новые способы производства мясных продуктов, например сосисок.

– Вы заинтересованы в бизнесе разного масштаба – крупном, среднем, малом?

– Однозначно! У нас разные клиенты по всему миру – от крупнейших переработчиков мяса с мощностью от 100–200 и более тонн в день до небольших предприятий, частично или полностью автоматизированных. Мы предоставляем им готовые проекты и всегда работаем с ними до полного их завершения. Также мы работаем с поставщиками технологий и производителями оборудования, предлагая интегрированные решения, помогающие улучшить качество мяса по всему миру.

– Расскажите об опыте работы на российском рынке. Как вы оцениваете ситуацию с российским оборудованием? Какие возникали сложности?

– Я доволен IFFA, так как я приезжаю сюда с 1989 года, уже 30 лет. Это моя 11-я выставка, и первая, где я видел такую загруженность первые два дня. Это значит, что отрасль развивается. В 2013 году была отличная выставка, в 2016-м – чуть менее динамичная, эта же – самая занятая из всех, которые я видел. И я увидел множество российских клиентов. Этим утром у нас были люди, говорящие по-русски, из России, Украины – просто лавиной. Это значит, что российский рынок растет. За вторую четверть этого года мы заключили сделки с двумя важными клиентами из России. Так что российский рынок движется вперед.

Сейчас существуют проблемы с ценами на свинину из-за африканской чумы, в Китае забивали множество свиней и теперь импортируют свинину, цены растут по всему миру. Но даже с учетом этой проблемы рынок движется вперед, в России в особенности. Думаю, на «Агропродмаше» мы увидим ту же картину. Россия инвестирует в новые технологии и новые тренды, такие как рынок закусок. ■

TWINVAC 4.0

НАБИВКА, THE NEXT



Павильон 7
2-й уровень/зал 4
Стенд 74C40



reddot award 2019
winner industrial design

Signature
EDITION



- Полная подключаемость 4.0: набивка будущего
- Управление посредством сервонабивки: точность веса и скорость набивки вне конкуренции
- Давление уплотнения: максимальный расчетный выход при нарезке
- Большие диаметры: непревзойденная четкость цельной мышцы
- Дизайн Smart & Higienic: *Signature Edition*



закрытый



S



4 Cut



4 Cut



8048



8047



8049



8050

ТЕХНОЛОГИИ ВАШЕГО УСПЕХА



ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

- убой и разделка
- приготовление фаршей
- формовка и порционирование
- приготовление деликатесов
- термообработка
- нарезка
- упаковка
- санитарно-гигиеническое оборудование
- весы и этикетировщики



РЕЖУЩИЙ ИНСТРУМЕНТ

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНВЕНТАРЬ

МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ

СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

ВОРОТА ДВЕРИ ЗАВЕСЫ

Королев +7 (495) 500-4-500
Санкт-Петербург +7 (812) 332-27-53
Воронеж +7 (473) 239-95-73
Казань +7 (843) 277-42-45
Саратов +7 (845) 352-57-15
Самара +7 (846) 331-43-31
Ростов-на-Дону +7 (863) 230-43-85
Екатеринбург +7 (343) 345-02-68
Новосибирск +7 (383) 211-96-99
Иркутск +7 (3952) 47-56-23

Экспресс-метод *RapidChek® Listeria NextDay™*

Предназначен для выявления бактерий *Listeria* в сырье, продуктах питания и на рабочих поверхностях технологического оборудования.

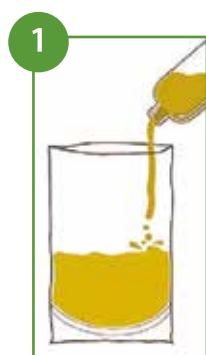
Метод экспрессного выявления листеирий сочетает в себе предварительное селективное обогащение с последующим проведением иммунологической реакции на тест-полоске.



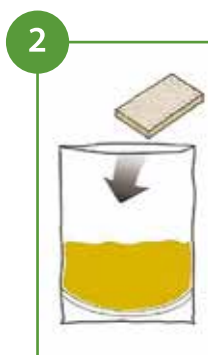
RapidChek®. Простота и Точность

Преимущества:

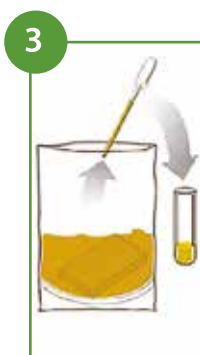
- Тест позволяет получить точный и быстрый результат в течение 24-48 часов.
- Используется готовая среда для обогащения.
- Одностадийная инкубация при температуре 30°C.
- Совместим с различными способами и средствами отбора проб.
- Широкий перечень матриц для применения метода.
- Валидирован АОАС (Ассоциация Официальных Сельскохозяйственных Химиков).



1
Приготовление
Среды



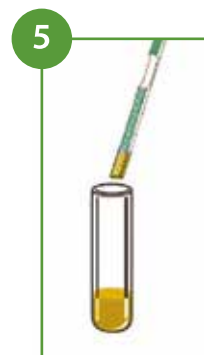
2
Стадия
обогащения



3
Перенос



4
Кипячение



5
Тестирование



6
Чтение
Результата

