



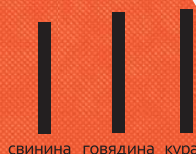
**5%**

По состоянию на 1 октября поголовье птицы в хозяйствах всех категорий России возросло на 5%, до 538,8 млн голов



**87 млн тонн**

Мировое производство мяса бройлеров по итогам года должно увеличиться до 87 млн тонн против 84 млн тонн в 2013-м



**3,9%**

Как следует из мониторинга, с 11 августа по 16 октября средние цены на мясо кур повысились на 3,9%, тогда как говядина подорожала на 3,8%, свинина – на 3,5%

издается с января 2010 г.

[www.sfera.fm](http://www.sfera.fm)

**№5 (24) 2014**

# птицепром

## спецвыпуск: конференция

Индустрия птицеводства  
и птицепереработки

# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

*Развитие отрасли в новых условиях.*

**12**



**20**



**42**



**54**



**58**

## Разделочная линия на 9 кусков для предприятий быстрого питания

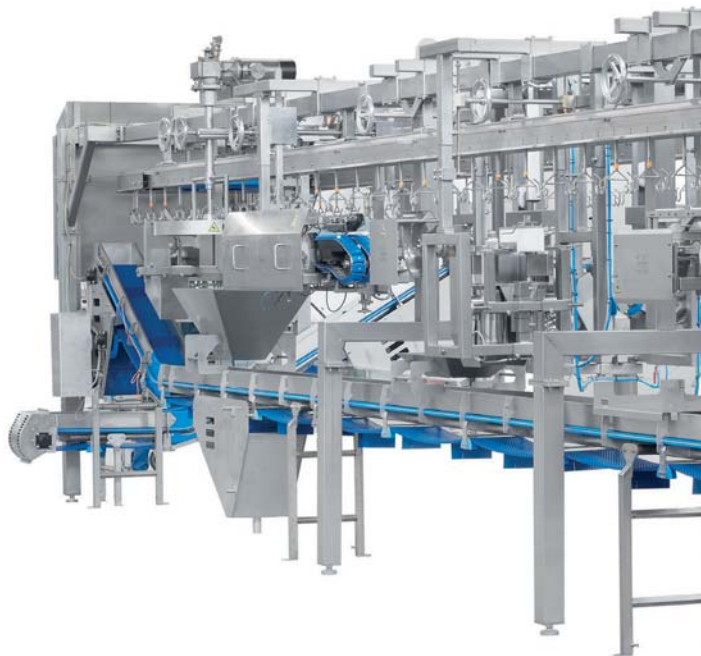
Разделочная линия для предприятий быстрого питания производства компании Foodmate отвечает всем требованиям по разделке тушки на 8 и 9 кусков.

В обычную систему по изготовлению мяса на 8 и 9 кусков входят: оборудование для отсечения хвоста, оборудование для отсечения крыла, поточный извлекатель жира, оборудование для предварительной нарезки или оборудование для отсечения кила.

В системе по разделке тушки на 9 кусков мы используем: оборудование для продольного рассечения тушки, рорпер для бедер, оборудование для поперечного рассечения тушки, оборудование для разделки бедра/голень и статичное разгрузочное устройство.

Все кусочки собираются в лотках синхронизированного конвейера. Разделочная система для предприятий быстрого питания Foodmate поставляется с самокорректирующимися подвесками, что значительно уменьшает возможность подвесок повернуть в ошибочном направлении при входе в разделочный модуль.

Единый поворотный пункт и боковая конфигурационная пластина облегчают внесение модификаций и очистку машины. Само оборудование требует минимальных затрат времени на установку благодаря тому, что все соединительные элементы интегрированы в машину.



### Включает в себя следующие машины:

- Оборудование для извлечения жира
- Оборудование для отсечения хвостовой части
- Оборудование для растягивания крыльев
- Оборудование для отсечения крыльев AFS
- Оборудование для продольного рассечения тушки
- Оборудование для поперечного рассечения тушки
- Оборудование для разделки бедра/голень
- Универсальное разгрузочное устройство
- Блок управления

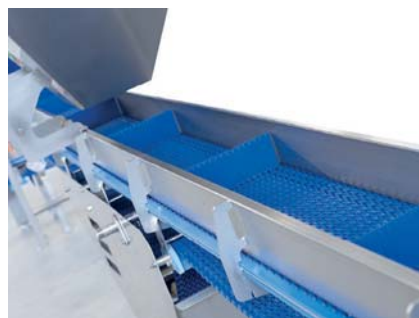
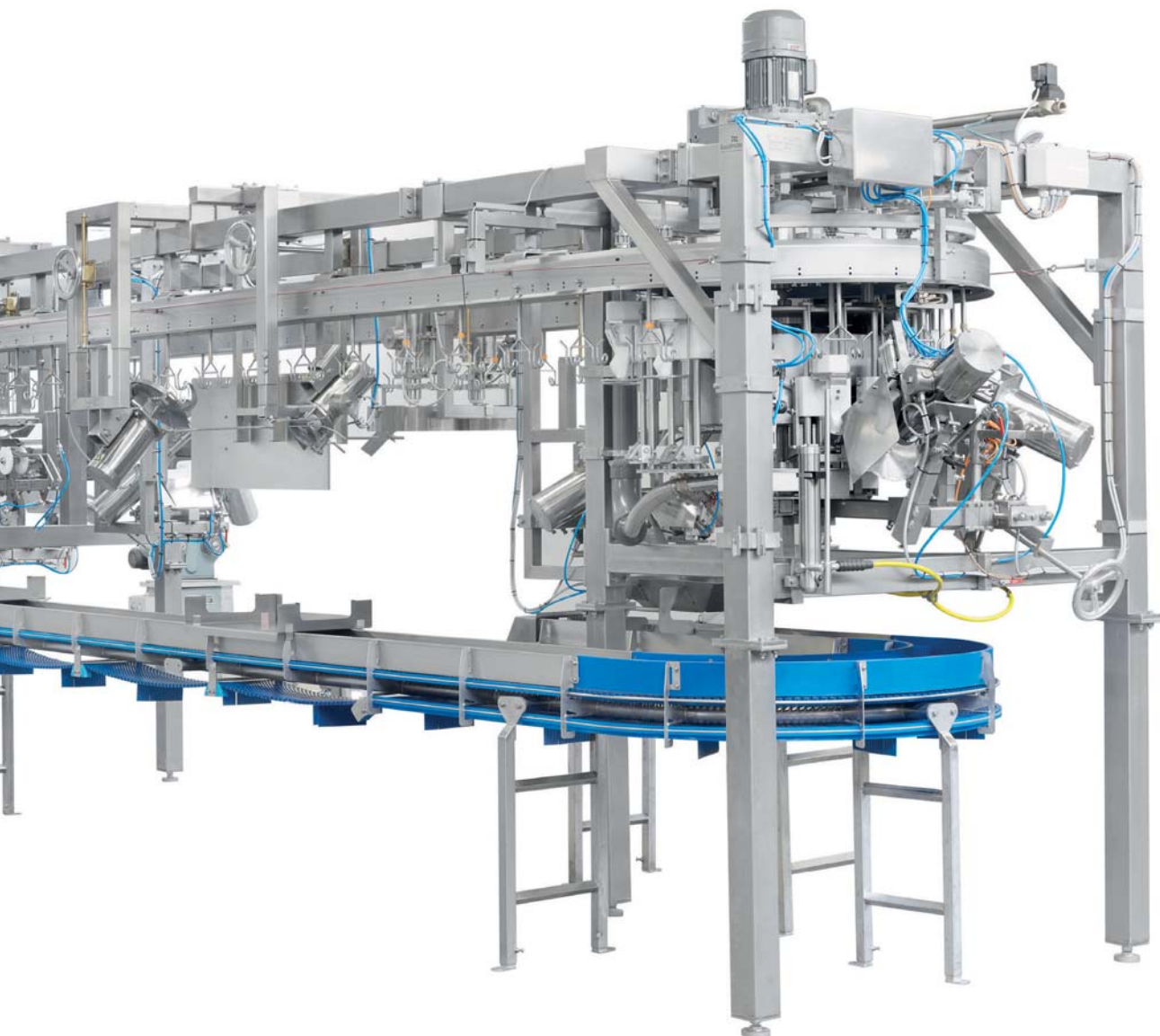
### Основные преимущества:

- Перерабатывает до 4 тыс. птиц в час





# РАЗДЕЛОЧНАЯ ЛИНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ



# Биотек Хайджин Форте



**Антибактериальный  
стимулятор роста**



# Высококачественные клетки для выращивания бройлеров Made in Germany



- стабильная система клетки в 3 и 4 яруса или их комбинация обеспечивает рациональное использование площади птичника
- долговечный мягкий пол обеспечивает комфортные условия содержания птицы, повышая показатели выращивания и качество мяса
- удобное обслуживание клетки за счет раздвижных дверок «купе»
- использование высококачественных систем кормления и поения гарантирует стабильный прирост
- открытая конструкция клетки способствует поддержанию равномерного климата в птичнике

- индивидуальное регулирование уровня линий кормления и поения посредством центральной лебедочной системы облегчает техническое обслуживание
- возможность оснащения автоматической или ручной системой выгрузки птицы оставляет право выбора за заказчиком
- отлично сбалансированная автоматическая система выгрузки птицы значительно уменьшает затраты на труд и снижает травмирование птицы
- высокопроизводительная система удаления помета гарантирует соблюдение норм гигиены и снижает вероятность заболеваний



ПТИЦЕВОДСТВО | ИНКУБАТОРНАЯ ТЕХНИКА  
линия убой птицы | свиноводство  
утилизация боенских отходов  
СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



**HARTMANN LEBENSMITTELTECHNIK ANLAGENBAU GmbH**  
Südring 17, D-31582 Nienburg/Weser  
Tel.: +49 (0) 50 21 9 22 69 0  
Fax: +49 (0) 50 21 9 22 69 50  
E-mail: [info@hartmann-la-gmbh.de](mailto:info@hartmann-la-gmbh.de)  
Internet: [www.hartmann-la-gmbh.de](http://www.hartmann-la-gmbh.de)



СОВЕРШЕНСТВО В КАЖДОМ ПРОДУКТЕ

реклама



**SCHALLER®**  
**PREMIUM**



## Партнерство на высшем уровне

Признанная и успешная марка SCHALLER PREMIUM делает ставку на стабильность, соединяя многолетний опыт в технологической сфере с разработкой инноваций и активной работой по внедрению продуктов в регионах с помощью наших надёжных торговых партнёров.

Цель нашей работы – Ваш первоклассный продукт, в который мы вкладываем современные технические решения, стабильное качество наших ингредиентов и профессиональное воплощение идеи в форме готовой технологической концепции.

Из наших рук Вы получаете качество, которое имеет собственное имя.



ЗАО «ШАЛЛЕР»

Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2

тел.: +7-495-797 63 33, факс: +7-495-797 63 44

office.moskau@schalleraustria.com

www.schalleraustria.com

*Excellence in Food*

*Совершенство в каждом продукте*



# Гигиеничный и универсальный!

Для надежной упаковки птицы в пакеты.

## MPL + EZ 4500

Быстрое и простое управление

Подстраивается под любые  
размеры птицы

Соответствует самым строгим  
требованиям гигиеничности  
благодаря конструкции из  
нержавеющей стали

Комбинируется с клипсаторами  
Easy Clip Line® и системой  
этикетирования

**НОВИНКА!**



Спрашивайте на сайте

[www.polyclip.com/5302](http://www.polyclip.com/5302)



лидерство • новаторство • надежность

**poly-clip®**  
SYSTEM



ООО Поли-клип Систем • Tel. +7 495 2294670 • [polyclip@polyclip.ru](mailto:polyclip@polyclip.ru)  
[www.polyclip.com](http://www.polyclip.com)

# Компания “ЭФКО” реализует **ШРОТ СОЕВЫЙ**

кормовой тостированный

**ГОСТ Р 53799-2010**



**БЕЗ  
ГМО**



Контактные данные:  
309850, Белгородская обл.,  
г. Алексеевка, ул. Фрунзе, д. 2  
(47234) 3-54-66, 3-41-96



Условия поставки и оплаты определяются индивидуально



# ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ

## 20-АЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА



# МУС: ЗЕРНО-КОМБИКОРМА-ВЕТЕРИНАРИЯ - 2015



## 27-29 ЯНВАРЯ

## МОСКВА, ВДНХ, ПАВИЛЬОН № 75

### СПЕЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА:



**СОЮЗ  
КОМБИКОРМЩИКОВ**



**ЕВРОПЕЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ  
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОМБИКОРМОВ**



**РОССИЙСКИЙ  
ЗЕРНОВОЙ СОЮЗ**



**РОСПТИЦЕСОЮЗ**



**СОЮЗ  
ПРЕДПРИЯТИЙ  
ЗООБИЗНЕСА**



**СОЮЗРОССАХАР**

**ГКО "РОСРЫБХОЗ"**

### ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:



**WORLD GRAIN**

**ЖИВОТНОВОДСТВО  
РОССИИ**

Perfect  
Agro Technologies



**СОВРЕМЕННЫЙ  
ФЕРМЕР**  
ЖУРНАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

**ВЕТЕРИНАРНЫЙ  
ВРАЧ**

**ВЕТЕРИНАРИЯ**

**АПК  
ЭКСПЕРТ**



**АГРОМАКС**



**сфера**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

**КРЕСТЬЯНСКИЕ  
ВЕДОМОСТИ**

**vetkorm**

**Ценовик**

**ТЕХНОЛОГИЯ  
ЖИВОТНОВОДСТВА**  
ПОДРОБНЫЙ ДОКЛАД ВЕТЕРИНАРА

**АгроРынок**

**РВЖ**  
ПРОДУКТИВНЫЕ ЖИВОТНЫЕ

**FARM ANIMALS**  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



**МОЛОЧНОЕ И МЯСНОЕ  
СКОТОВОДСТВО**

**Техника  
и оборудование  
для села**

**РАЦВЕТ ИНФОРМ**  
ЖУРНАЛ ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ ВЕТЕРИНАРОВ И ЗООТЕВЕТОВ

**АГРАРНОЕ  
ОБОЗРЕНИЕ**

### ОРГАНИЗАТОР ВЫСТАВКИ:

**ЦЕНТР МАРКЕТИНГА "ЭКСПОХЛЕБ"**

Член Всемирной Ассоциации Выставочной Индустрии (UFI)



Член Российского Зернового Союза



Член Союза Комбикормщиков

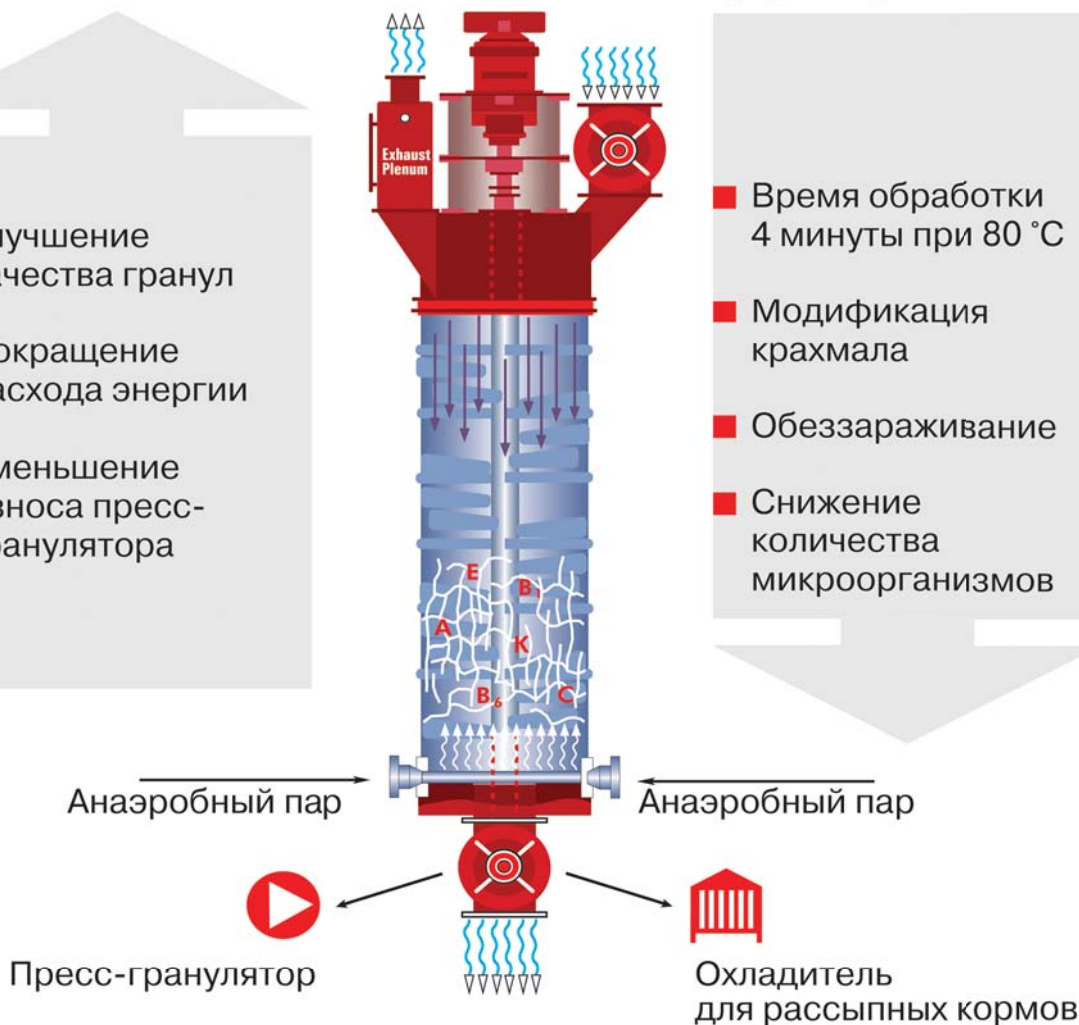


Россия, 129223, Москва, ВДНХ  
Павильон "Хлебопродукты" (№40)  
Телефон: (495) 755-50-35, 755-50-38  
Факс: (495) 755-67-69, 974-00-61  
E-mail: [info@expokhleby.com](mailto:info@expokhleby.com)  
Интернет: [www.breadbusiness.ru](http://www.breadbusiness.ru)

# Динамический кондиционер

- Улучшение качества гранул
- Сокращение расхода энергии
- Уменьшение износа пресс-гранулятора

- Время обработки 4 минуты при 80 °C
- Модификация крахмала
- Обеззараживание
- Снижение количества микроорганизмов



**Оборудование и полная технология производства для комбикормовых заводов:**  
приемка, транспортировка, дробление, дозирование, смешивание, кондиционирование, гранулирование, премиксные линии и линии микродозирования, система ввода жидких компонентов, хранение, расфасовка и т. д.



Комплексные объекты под ключ  
Реконструкция существующих объектов  
Оборудование сертифицировано в РФ  
Оборудование фирмы AWILA® — это признанные во всем мире немецкое качество и надежность

реклама



# Linde Gas - 20 лет успеха в России!



Компания Linde Gas предоставляет широкий спектр услуг по внедрению технологий криогенной заморозки и охлаждения и упаковки продуктов питания в защитной атмосфере.

Использование криогенной технологии позволяет: сократить время заморозки и повысить производительность, сохранить вкусовые качества, форму и текстуру продукта после разморозки, обеспечить минимальные потери веса продукта, высокую мобильность - возможность работать как с крупными, так и с мелкими партиями продукта.

Технология упаковки MAPAX® эффективна и безопасна. Она позволяет замедлить процесс порчи продуктов без применения химических консервантов. При использовании специальных газов, упаковочных материалов и оборудования срок хранения продуктов с высоким качеством значительно увеличивается - от нескольких дней до нескольких недель. Технология MAPAX® открывает новые рынки сбыта и позволяет получать прибыль при реализации продуктов.

# содержание

	<b>отрасль</b>	18
Птицеводство Евразии: перспективы развития		22
<b>круглый стол</b>	<b>SPACE 2014: инновации, исследования, разработки</b>	26



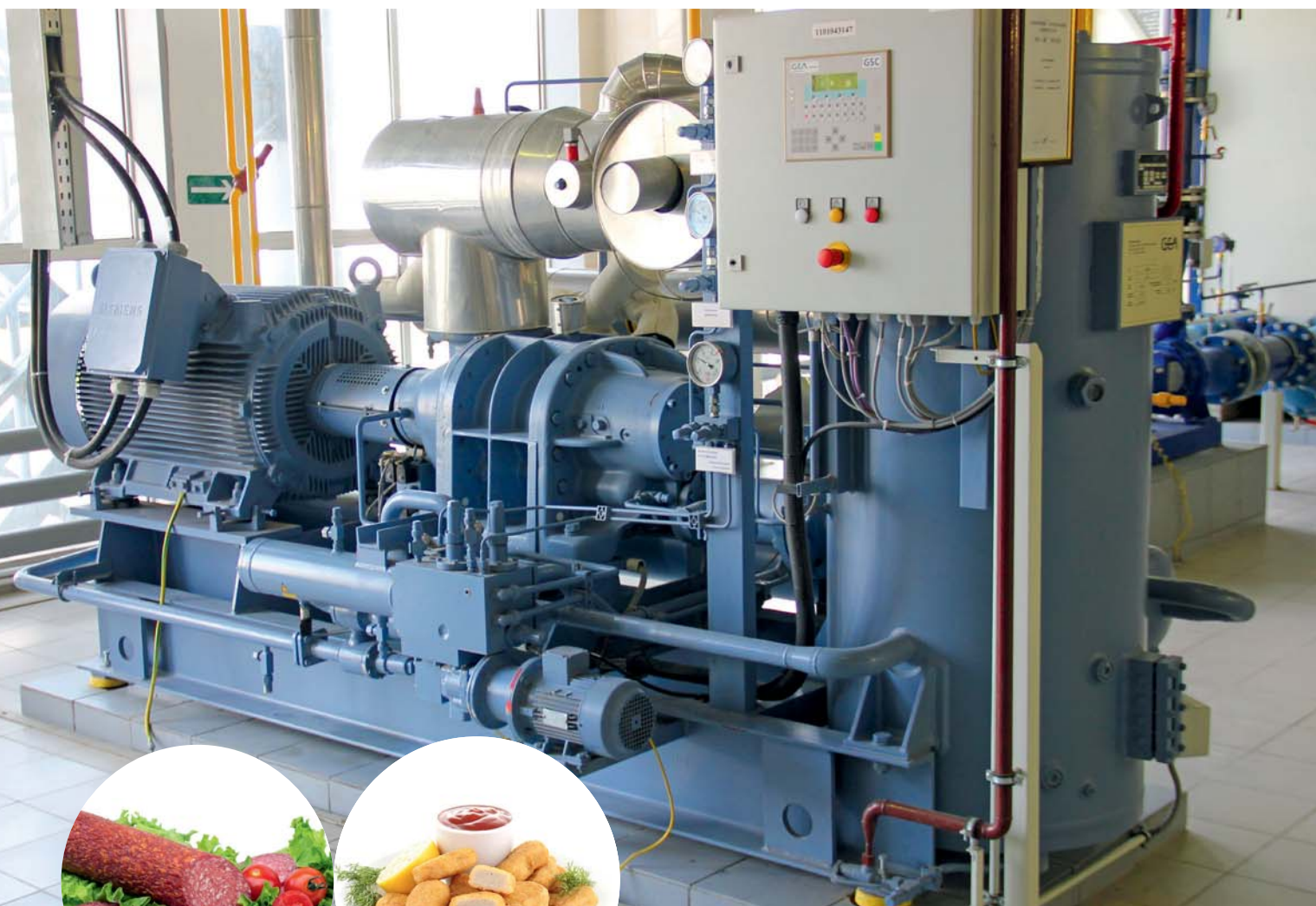
Конференция «Птицепром 2.0/14. Индустрия птицеводства и птицепереработки», организованная Издательским домом «СФЕРА» и «Экспоцентром», объединила на одной площадке представителей самой активно развивающейся отрасли отечественного агропрома.

# 12

<b>тема номера</b>	ПТИЦЕПРОМ 2.0/14			
	Развитие отрасли в новых условиях	12		
<b>отрасль</b>	Новости	18		
/события и факты				
	Рекордное количество посетителей на World Food Moscow	20		
/крупным планом	Птицеводство Евразии: перспективы развития	22		
<b>industry</b>	Eurasian poultry: perspective of development	22		
/close-up				
<b>отрасль</b>	SPACE 2014: инновации, исследования, разработки	26		
/круглый стол				
<b>компании</b>	ГК «Продукты Питания» и KESKINOĞLU: стратегическое партнерство	32		
/события и факты				
	Новости	34		
<b>производство</b>	Новости	36		
/события и факты				
	АПМ: у агропромышленного рынка большой потенциал	38		
/автоматизация	Специалисты мясной отрасли встретились в городе Райнштеттен	40		
			<b>/корма</b>	
				Автоматическая идентификация, сортировка и адресация артикулов с использованием CSB-Eyedentifier® 41
				Морские водоросли: эффективность, безопасность, здоровье 42
				Санитарная обработка кормов – основа безопасности 44
			<b>/ветеринария</b>	
				Подбор схемы вакцинации против ньюкаслской болезни 46
			<b>/санитария и гигиена</b>	
				Меньше затрат, эффективнее бизнес – принцип аренды 48
			<b>/оборудование</b>	
				Эффективная упаковка тушек птицы в пакет 50
				Современные энергоэффективные холодильные установки 54
				Hartmann: стремительный путь к успеху 58
				Hartmann – синоним инновации и отличного качества 60



○ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ○ ПОСТАВКА ○ МОНТАЖ ○ СЕРВИС  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ХОЛОДИЛЬНЫХ УСТАНОВОК



Инженерные решения, улучшающие мир.

## ООО «ГЕА РЕФРИЖЕРЕЙШН РУС»

### Москва

105094, ул. Семеновский вал, 6А

Тел.: (495) 787-20-11, факс: (495) 787-20-12

### Екатеринбург

620028, ул. Фролова, 31, офис 31

Тел./факс: (343) 287-37-30

### Санкт-Петербург

190031, ул. Гороховая, 53, лит. А, пом. 6Н

Тел./факс: (812) 310-38-49

### Владивосток

690091, ул. Набережная, 9

Тел./факс: (4234) 65-02-80

# содержание

Современные энергоэффективные холодильные установки	<b>производство</b>	36
	<b>упаковка</b>	54
	<b>Яичная упаковка нового поколения</b>	66



Целевое назначение PPS – станции упаковки птицы – обеспечить завершенность технологического цикла упаковки тушек с максимальным уровнем гигиены.

# 50

<b>производство</b> /оборудование	Модернизация цеха по производству колбас на Боровской птицефабрике	62	<b>консалтинг</b> /менеджмент	Конфликт между поставщиком и закупщиком сети: причины и способы решения	70
/упаковка	Инновационные маркетинговые тренды в упаковке мяса птицы	64	/маркетинг	Брендинговые тренды и их реализация: пять секретов нейромаркетинга	72
	Яичная упаковка нового поколения	66		Социальные медиа: особенности продвижения	74
/ингредиенты	Увеличение выхода готового продукта за счет комплексных пищевых добавок	68		Динозавр в вашей тарелке	76

## птицепром

№5 (24) 2014

Информационно-аналитический журнал для специалистов птицеводческой индустрии  
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)  
Журнал СФЕРА/ПТИЦЕПРОМ  
ПИ №ФС77-45774 от 6 июля 2011

Адрес редакции:  
Россия, 199034, Санкт-Петербург,  
Большой проспект В. О., д. 18, лит. А,  
БЦ «Андреевский Двор», оф. 358,  
тел./факс: +7 (812) 70-236-70,  
www.sfera.fm

Издатель:  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»


Генеральный директор:  
Алексей Захаров  
Заместитель генерального директора по административным вопросам:  
Лариса Цораева  
l.tsoraeva@sfera.fm  
Директор по продажам и маркетингу:  
Ольга Паленова  
o.palenova@sfera.fm  
Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com  
Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenova@sfera.fm  
Надежда Антипова  
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева  
n.baranitseva@sfera.fm  
Анастасия Кочеткова  
a.kochetkova@sfera.fm  
Выпускающий редактор:  
Виктория Загоровская  
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:  
Анастасия Баранова  
a.baranova@sfera.fm

Корректор:  
Галина Матвеева  
korrektor@sfera.fm  
Дизайн инфографики:  
Нина Слюсарева

Перевод:  
Бюро переводов itbFirst  
Журнал распространяется на территории России и стран СНГ.  
Периодичность – 5 раз 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 , публикуются на коммерческой основе.  
Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.  
Отпечатано в типографии «ПреминумПресс».  
Подписано в печать: 28.10.14.  
Тираж: 3000 экз.







— В этом году нам представилась возможность провести птицеводческую конференцию на площадке «Экспоцентра» в рамках крупнейшей в России отраслевой выставки «Агропродмаш-2014», и мы решили, что пора попробовать себя в новом качестве – устроителей делового мероприятия. По мнению наших гостей и участников, опыт удался. Конференция получилась динамичной, интересной и очень разнообразной в плане представленных докладов. Тему повышения рентабельности производства раскрывали лучшие эксперты отрасли как в сфере производства, так и в сфере маркетинга. Благодаря сложившейся ситуации на рынке все производители и переработчики мяса птицы заинтересованы в расширении мощностей и наращивании объемов выпуска продукции. Сегодня как никогда, после резкого повышения цен на свинину и ограничения импорта продовольствия, отечественное производство мяса птицы приобретает стратегически важное значение. Конференция вызвала большой резонанс среди участников отрасли, и сейчас мы находимся на стадии планирования следующих мероприятий по этой или смежным тематикам.

Ольга Паленова,  
коммерческий директор  
Издательского дома «СФЕРА»

Тема номера

Индустрия птицеводства  
и птицепереработки

# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

*Развитие отрасли в новых условиях.*



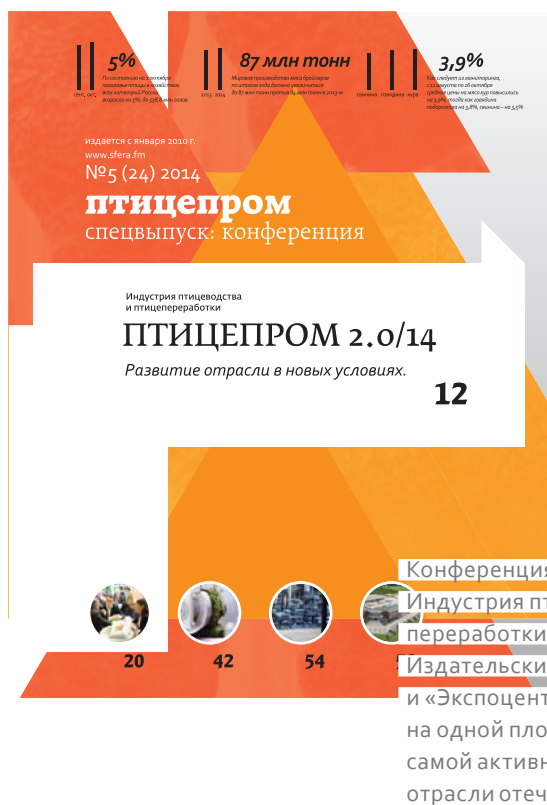
Автор:  
Виктория Загоровская



Фото:  
Татьяна Путинцева



По производству мяса птицы на душу населения в странах СНГ на первом месте находится Беларусь – 52,9 кг.



**В**первые в рамках крупнейшей в России агропромышленной выставки «Агропродмаш-2014» состоялась Международная конференция «Птицепром 2.0/14. Индустрия птицеводства и птицепереработки».

Конференция, организованная Издательским домом «СФЕРА» и «Экспоцентром», объединила на одной площадке представителей самой активно развивающейся отрасли отечественного агропрома.

Участниками мероприятия стали ведущие производители оборудования для индустрии птицеводства, маркетологи и бренд-менеджеры, генеральные директора и собственники птицефабрик из разных регионов России (Ленинградской, Московской и Оренбургской областей, Республик Татарстан, Дагестан и Мордовия, Тамбовской, Костромской, Курской, Ростовской, Брянской и Свердловской областей, Алтай-

ского и Ставропольского края и др.), а также представители Казахстана, Беларуси и Украины: всего более 150 человек.

Выступивший модератором первой сессии конференции **Сергей Шабаев, глава компании «АГРОСПРОМ», председатель МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА ПТИЦЕВОДОВ, президент ЕВРАЗИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ ПТИЦЕВОДОВ**, представил исторический обзор развития отрасли в России и рассказал о ее состоянии и перспективах в странах СНГ.

Он сообщил, что в 2013 году в странах СНГ произведено 77,6 млрд штук яиц и около 6 млн тонн мяса птицы, в том числе свыше 3,8 млн тонн – в России. Мировое производство мяса бройлеров в прошлом году составило 84 млн тонн, в 2014-м ожидается 87 млн тонн, в том числе 19 млн – в Америке.

По производству яиц среди стран СНГ лидерами являются Россия, Укра-

ина и Казахстан. Первенство на мировом рынке принадлежит Китаю. В России в 2012 году произведено около 42 млрд штук яиц, в 2013-м – 41 млрд, в 2014-м ожидается некоторое снижение, а к 2020 году планируется нарастить объемы до 45 млрд штук.

По производству мяса птицы на душу населения в странах СНГ на первом месте находится Беларусь – 52,9 кг, причем к 2020 году предполагается увеличить показатель до 80 кг. В России эта цифра составляет 26,6 кг на человека, в Украине – 27,8 кг, в Казахстане – 18,7, Молдове – 13,5, Армении – 12,5 кг. Показатели остальных стран существенно ниже.

Перед российскими птицеводами поставлена задача к 2020 году довести производство до 4,5 млн тонн. Однако, по прогнозам Сергея Шабаева, уже в 2014 году будет произведено свыше 4 млн тонн. Пока речь идет об обеспечении быстрорастущих внутренних потребностей российского рынка, но эксперт уверен, что у России есть шанс стать крупным поставщиком продукции птицеводства на мировом рынке.

Однако для этого необходимо постоянно искать способы повышения рентабельности производства. За счет чего это можно сделать? Отвечая на данный вопрос, передовым опытом в технологиях птицеводства и птицепереработки поделились участники конференции – представители таких известных компаний, как Очаковский комбинат пищевых ингредиентов, Hartmann, Poly-Clip System, «Рикон Менеджмент», «ГЕА Рефрижерейшн РУС», Sealed Air и другие ведущие представители отрасли.

Так, **генеральный директор Очаковского комбината пищевых ингредиентов Александр Савков** рассказал о возможностях увеличения выхода готового продукта и новых разработках в области пищевых добавок. **Игорь Коротков, инженер отдела продаж GEA Refrigeration Technologies** познакомил

Перед российскими птицеводами поставлена задача к 2020 году довести производство до 4,5 млн тонн.



Впервые в рамках крупнейшей в России агропромышленной выставки «Агропродмаш-2014» состоялась Международная конференция «Птицепром 2.0/14. Индустрия птицеводства и птицепереработки»

гостей мероприятия с передовыми техническими решениями, позволяющими снизить энергопотребление холодильного оборудования и повысить его энергоэффективность. Инновации в области упаковки и упаковочных систем представили **Алена Бухтенкова, специалист компании Sealed Air, и Анна Ростовцева, руководитель направления по птицепереработке Poly-Clip System.**

К ветеринарным проблемам в птицеводстве и вопросам обеспечения безопасности продукции привлек внимание собравшихся **помощник руко-**

**водителя Россельхознадзора России Алексей Алексеенко.**

**Генеральный директор ООО «Хартманн» Владимир Петров** рассказал, как увеличить рентабельность бройлерного производства за счет повышения его технологичности, то есть замены оборудования, внедрения инновационных ресурсосберегающих технологий (например, использования светодиодных систем освещения), оптимизации рационов кормления и уменьшения себестоимости производства кормов путем использования высококачественного белкового продукта (мя-

сокостной муки и масла), полученного при собственной переработке боенских отходов.

**Эксперт в области организации производства и дистрибуции продукции агробизнеса компании «Ринкон Менеджмент» Константин Корнеев** остановился на отношениях между поставщиком мяса птицы и закупщиком торговой сети, причинах конфликтов и способах их решения. Наиболее перспективными нишами на ближайшее будущее, по его мнению, станет фермерская продукция, специализированные товары для детей



Многие продукты из мяса птицы, которые сегодня преподносятся как новинки, были изобретены довольно давно и в XXI веке просто получили новую жизнь. Например, к ним относятся куриные наггетсы.



Конференция «Птицепром 2.0/14. Индустрия птицеводства и птицепереработки» всесторонне представила возможности и инновации для предприятий, работающих сегодня в отрасли

и многофункциональные, в том числе с точки зрения упаковки продукты.

В качестве модератора второй части конференции, в центре внимания которой оказались вопросы продвижения и маркетинга, выступил **Николас Коро**, главный куратор исследовательского центра бренд-менеджмента и бренд-технологий «Реланд групп»

и пять секретов нейромаркетинга. Отметив, что «утопленниками трендов» являются такие понятия, как «дешево», «дорого», «народненько», «гламурненько», Николас Коро рассказал о креативных подходах к созданию бренда и об основах, которые должны сегодня стать фундаментом дизайнерского ребрендинга.

о том, что многие продукты из мяса птицы, которые сегодня преподносятся как новинки, были изобретены довольно давно и в XXI веке просто получили новую жизнь. Например, к ним относятся куриные наггетсы, которые впервые начал готовить Роберт Бейкер. Как сделать продукт успешным? Эксперт представил свое видение этого вопроса.

Завершил мероприятие **генеральный директор и управляющий партнер агентства Paper Planes GVCG Илья Балахнин** рассказом о стратегических коммуникациях в новых медиа. Участники мероприятия узнали о нестандартных решениях серьезных бизнес-вопросов и необычных инструментах коммуникации с целевой аудиторией, в том числе о секретах эффективного использования мобильного Интернета.

Международная конференция «Птицепром 2.0/14. Индустрия птицеводства и птицепереработки» вобрала в себя самые острые темы и всесторонне представила возможности и инновации для предприятий, работающих сегодня в отрасли, став кратким обучающим курсом для руководителей производств и маркетологов.

(RCB&B), член совета Гильдии маркетологов, председатель комитета по международным делам СОМАР, член-корреспондент Академии имиджелогии России.

Он посвятил свой доклад брендинговым трендам, их реализации на современном рынке и открыл аудито-

Коммерческий директор «Хартманн Ферпакунген» **Виктор Вальц** остановился на яичной упаковке нового поколения, а также европейском опыте дизайна.

**Сергей Белков**, флейворист, технолог-разработчик пищевых продуктов, напомнил собравшимся

# Мнения участников

«Утопленниками трендов» являются такие понятия, как «дешево», «дорого», «народненько», «гламурненько»



**Константин Корнеев,**  
эксперт в области  
организации производства  
и дистрибуции продукции  
агробизнеса, исполнительный  
директор компании  
«Ринкон Менеджмент»:

«Подобные конференции  
ценны именно тем, что  
заставляют задуматься:  
а что я у себя могу сделать  
такого, чего еще не пробовал?»

**Константин Корнеев,**  
эксперт в области  
организации производства  
и дистрибуции продукции  
агробизнеса, исполнительный  
директор компании  
«Ринкон Менеджмент»:

– В целом впечатление от мероприятия позитивное: это площадка, где встречаются участники рынка, которые хотят пообщаться между собой и послушать экспертов. Что-то они уже знают, а чего-то нет, потому что отрасль достаточно стандартизированная с точки зрения инновационности, брендов, и в отличие от кондитерской или молочной промышленности, где фантазия в области создания новых продуктов практически бесконечна, на рынке мяса если и появляются одна-две новые идеи, это уже здорово.

Это обуславливает востребованность и актуальность подобных конференций с высоким организационным уровнем, где можно обме-

няться профессиональными мнениями и интересными мыслями.

Вторая часть, посвященная маркетингу, была более живая, дискуссионная. Например, слушая выступление Николаса Коро, который на всех мероприятиях рассказывает очень схожие вещи, но делает это крайне живо, увлекательно и интересно, человек начинает искать, как применить это к себе. Подобные конференции ценны именно тем, что заставляют задуматься: а что я у себя могу сделать такого, чего еще не пробовал? В этом смысле очень интересным мне показался доклад Алены Бухтенковой, специалиста компании Sealed Air, который побуждает специалистов отрасли к дальнейшему совершенствованию своих продуктов.

Находясь на конференции, человек из руководителя, предпринимателя, маркетолога превращается в слушателя и думателя – меняется модель его социального поведения, в этот момент он открыт для всего нового, позитивного, и это прекрасно!



Константин Корнеев:  
«С точки зрения эмоционального заряда мне больше всего понравилось выступление Николаса Коро, а с точки зрения отраслевой профессиональной – выступление эксперта Sealed Air Алены Бухтенковой».



**Сергей Шабает,**  
президент ЕВРАЗИЙСКОЙ  
АССОЦИАЦИИ ПТИЦЕВОДОВ:

«Конференция не только  
состоялась, но и прошла  
на самом высоком уровне,  
отразив наиболее  
актуальные тенденции  
в отрасли птицеводства».

**Сергей Шабает,**  
президент ЕВРАЗИЙСКОЙ  
АССОЦИАЦИИ ПТИЦЕВОДОВ:

– Мне хорошо известно, насколько это сложная задача – организовать конференцию в рамках выставки, когда у всех запланированы деловые встречи и идет активная работа на собственных стендах. Тем не менее она не только состоялась, но и прошла на самом высоком уровне, отразив наиболее актуальные тенденции в отрасли птицеводства.

Я хотел бы от лица всех участников конференции выразить благодарность Издательскому дому «СФЕРА» и, в частности, коммерческому директору Ольге Паленовой, которая занималась подготовкой этого мероприятия.

Мне очень нравится ваш журнал «Птицепром»: философский, умный, он не для рекламы, он – для жизни. Спасибо вам огромное от всех птицеводов!



# Мнения участников

Наиболее перспективными нишами на ближайшее будущее станет фермерская продукция, специализированные товары для детей и многофункциональные, в том числе с точки зрения упаковки продукты.



**Алена Бухтенкова,**  
специалист по упаковочным  
системам Sealed Air Food Care:

«В ходе конференции всплывали действительно животрепещущие вопросы, но в одном все сошлись – что сейчас безопасность и качество продуктов превыше всего, и это очень важная тема для обсуждения».

**Алена Бухтенкова,**  
специалист по упаковочным  
системам Sealed Air Food Care:

– Мне очень понравилось мероприятие с точки зрения состава докладчиков, потому что все, кто выступал, сумели сделать презентацию себя, своей компании и про-

дуктов грамотным, доступным языком. Спикеров отличал очень современный подход к решению проблем отрасли, был представлен альтернативный взгляд на многие вещи.

В ходе конференции всплывали действительно животрепещущие вопросы, но в одном все сошлись – что сейчас безопасность и качество продуктов превыше всего, и это очень важная тема для обсуждения.

Впечатлила сама организация мероприятия – точно рассчитанное время выступлений, строгое соблюдение регламента и, конечно, подбор и последовательность тем: начали с яйца и закончили вопросами брендинга и маркетинга.

Отдельно хочу отметить выступление компании «Ринкон»: аспекты взаимодействия поставщиков с закупщиками торговых сетей действительно являются проблемными точками каждого предприятия, но не все готовы заострить на этом внимание.

Приятно, что многие слушатели смогли по достоинству оценить предложенные решения и идеи спикеров.

Алена Бухтенкова: «Отдельно хочу отметить выступление компании «Ринкон»: аспекты взаимодействия поставщиков с закупщиками торговых сетей действительно являются проблемными точками каждого предприятия, но не все готовы заострить на этом внимание».



**Ирина Паушкина,**  
директор по маркетингу  
ГК «Челны-Бройлер»:

«Программа была составлена таким образом, что за день я получила максимально полное представление об основных исторических вехах и современных трендах развития отечественного птицеводства, новинках в области оборудования, ингредиентов, упаковки».

**Ирина Паушкина,**  
директор по маркетингу  
ГК «Челны-Бройлер»:

– Признаюсь, что ехала сюда, настроившись на то, что если вдруг в какой-то момент мне станет скучно, я уйду с мероприятия и сэкономлю свое время. В итоге отлучалась всего пару раз – только по очень срочным вопросам.

Для меня как для маркетолога, недавно приступившего к работе в ГК «Челны-Бройлер», стояла задача быстро вникнуть в особенности этой отрасли пищевой промышленности, что мне и удалось сделать благодаря участию в конференции.

Программа была составлена так, что за день я получила максимально полное представление об основных исторических вехах и современных трендах развития отечественного птицеводства, новинках в области оборудования, ингредиентов, упаковки. И в завершение состоялась самая яркая часть – маркетинг со звездами! Все было емко, грамотно и попало в самую точку! ■

## Запрет на ввоз субпродуктов

Еврокомиссия (ЕК) сообщила, что получила от российских властей «короткий список новых продуктов животного происхождения», которые запрещаются к ввозу в РФ.



Представитель ЕК Фредерик Винсент прокомментировал, что новый короткий список ударит по АПК Европы. В данный момент европейские чиновники заняты поиском санитарных проблем, которые стали причиной запрета.

Речь идет о запрете к ввозу субпродуктов, о котором Россельхознадзор сообщил ранее. Ведомство отметило, что в 17 поставленных в Россию товарных партиях субпродуктов были обнаружены несоответствия ветеринарно-санитарным нормам, в частности патогенные микроорганизмы и тяжелые металлы. Также в подконтрольной продукции был выявлен антибиотик хлорамфеникол, запрещенный к использованию на территории Евросоюза.

В итоге под запрет попали говяжьи субпродукты, тримминг, мясокостная мука, говяжий, свиной и птичий жир.

Агроинвестор

## Топ-5 мировых производителей

В настоящее время мировое производство мяса птицы находится на уровне 106 млн тонн. Больше половины этого объема приходится на 5 крупнейших мировых производителей, среди которых находятся и Россия – ее доля составляет порядка 3,2% от общемирового производства мяса птицы.

Интересно, что лишь два государства из топ-5 мировых производителей обеспечивают собственные потребности в данном виде мяса – это США и Бразилия, совокупная доля которых в общем объеме составляет порядка 30%.

Именно они являются крупнейшими мировыми экспортёрами. Так, по итогам 2013 года США экспортировали около 3,9 млн тонн (28% от общемирового экспорта), Бразилия – 3,7 млн тонн (26%). Также значительные объемы экспортируются из стран Евросоюза – порядка 4,5 млн тонн, однако лишь 28% поставляется за пределы ЕС.

К странам с максимальным положительным торговым балансом (экспорт > импорт) относятся США (+3,8 млн тонн), Бразилия (+3,6 млн тонн) и Нидерланды (+0,6 млн тонн). Среди стран с максимальным отрицательным балансом (импорт > экс-

порт): Китай и Гонконг (–1,2 млн тонн), Саудовская Аравия (–0,9 млн тонн), Мексика (–0,8 млн тонн) и Россия (–0,5 млн тонн).

Сергей Чернышов, аналитик информационно-аналитического агентства «ИМИТ»

## Самарская область в первой пятерке

Через два года Самарская область сможет войти в пятерку самых крупных производителей мяса птицы в стране. Об этом заявил губернатор области Николай Меркушкин.



«Сегодня в России объем потребления птицы составляет 42% от общего объема потребления мяса, а в следующие 3–4 года эта цифра вырастет еще на 10%. Мясо птицы дешевле, более диетическое. Поэтому ключевой вопрос – увеличение производства курятины», – заявил он.

По словам Меркушкина, в настоящее время Тимашевская фабрика производит 35 тыс. тонн мяса в год и планирует увеличить объем еще на 35 тыс. тонн. Также активно ведется строительство Сергиевской птицефабрики. «С учетом обстановки в мире мы просим Внешэкономбанк ускорить финансирование проекта, чтобы к концу 2015 года выйти на производство готового продукта. Сергиевская птицефабрика сможет производить до 130 тыс. тонн мяса птицы в год», – отметил губернатор.

webpticeprom.ru



## ВТО: Индия нарушила правила

Индия заявила, что ее ограничения импорта были оправданы международными правилами по здоровью животных, но экспертная группа согласилась с Соединенными Штатами и считает, что индийские меры не основаны на международных стандартах и являются дискриминационными.

«Эта большая победа для американских фермеров», – сказал Майкл Фроман, торговый представитель США. – Они производят самые лучшие и безопасные сельскохозяйственные продукты в мире».

Соединенные Штаты предъявили иск в марте 2012 года; при этом американская птицеводческая индустрия не сомневалась, что это судеб-

ное дело откроет для нее экспортный рынок, оцениваемый, по самым скромным подсчетам, в 300 млн долл.

Министерство торговли Индии заявило, что правительство изучит это постановление и, возможно, примет решение об апелляции после консультаций с департаментом животноводства.

Постановление способно увеличить импорт птицепродуктов из США, хотя Индия может до сих пор попытаться ограничить этот импорт, используя такие меры, как антидемпинговые пошлины, если американские экспортеры попытаются продать свою продукцию по заведомо заниженным ценам.

В противном случае Индия обяжется предоставить свободный доступ на свой рынок другим странам, исходя из правил ВТО.

В июле Индия заблокировала глобальную договоренность по условиям мировой торговли, которая, по мнению ВТО, должна была восстановить роль этой уважаемой организации как площадки для переговоров после двух десятилетий зстоя. При этом Индия продолжает возражать против давления США, которые требуют снять вето с договоренности.

Feedinfo



## Вьетнам: поставки в РФ

Вьетнам готов расширить ассортимент поставляемой в Россию продукции. Помимо рыбы, выращенной в аквакультуре, это может быть говядина, свинина и мясо птицы, произведенные в эпизоотически безопасных зонах.

Об этом на встрече с главой Россельхознадзора Сергеем Данквертом заявил один из руководителей Минсельхоза Вьетнама Ву Ван Там. Комментируя эту инициативу, руководитель российского ведомства отметил относительно организации экспорта пищевой продукции из России во Вьетнам, что он, как считают российские эксперты, во многом тормозится из-за проволочек с вьетнамской стороны. Вместе с тем многие из подобных вопросов могут быть разрешены в ходе консультаций на экспертном уровне.

В свою очередь Ву Ван Там напомнил, что обе страны присоединились к ВТО и готовы подписать Соглашение о свободной торговле. Между Вьетнамом и Россией подписаны соглашения о сотрудничестве в сфере контроля качества пищевой продукции и рыбы. При этом потенциал сотрудничества далеко не исчерпан. Если рыбу в США, Евросоюз и Японию поставляют от 400 до 600 вьетнамских предприятий, то в Россию – лишь 25.

webpticeprom.ru

## Rabobank: тренды на рынке птицы

Российское эмбарго не повлияет на позитивные перспективы для цен на мясо птицы на мировом рынке, говорится в ежеквартальном докладе Rabobank, посвященном птицеводческому сектору. Высокие базовые цены будут способствовать дальнейшему росту прибылей почти во всех регионах мира.



Rabobank

В то время как цены на конкурирующие виды мяса (то есть говядину, свинину) увеличиваются, во всем мире поставки мяса птицы остаются относительно жесткими, что обеспечивает прочную основу для улучшения маржи, тем более что цены на зерно, по прогнозам, продемонстрируют дальнейшее снижение в 2015 году.

«Мы ожидаем, что высокие базовые цены сохранят уровень цен на белое мясо тоже довольно высоким, в то время как цены на темное мясо могут оказаться под некоторым давлением», – говорит аналитик Rabobank Нан-Дирк Малдер.

Наряду с российским эмбарго важным аспектом являются недавние введенные ограничения мировой торговли птицей в Южной Африке. Выгоду от того получит Бразилия вместе с местной промышленностью России и Южной Африки, где маржа значительно повысится. Экспортерам из США и ЕС придется конкурировать или искать альтернативные рынки, и пока эта ситуация будет сказываться на уровне цен, хотя не должна оказать значительного влияния на местных птицеводов.

Цены на мясо птицы в США продолжили сезонный подъем во II квартале 2014 года, обусловленный ростом цен на куриную грудку, который достиг максимума 4 июля. Сбалансированные рыночные условия с измеряемым ростом поставок означают, что производство птицы вырастет на 3% в 2015 году.

Экспорт Бразилии в настоящее время демонстрирует позитивную динамику, хотя рынок мяса птицы страны страдает от относительно слабого внутреннего спроса, что связано с понижением покупательной способности населения. Рынок птицы ЕС продолжает оставаться относительно сильным, что объясняется высоким спросом и ограниченными предложениями.

Китайский рынок показывает признаки восстановления после спада напряженности из-за вспышек птичьего гриппа, а также благодаря реализации отраслевых инициатив по сокращению производственных мощностей.

Meatinfo



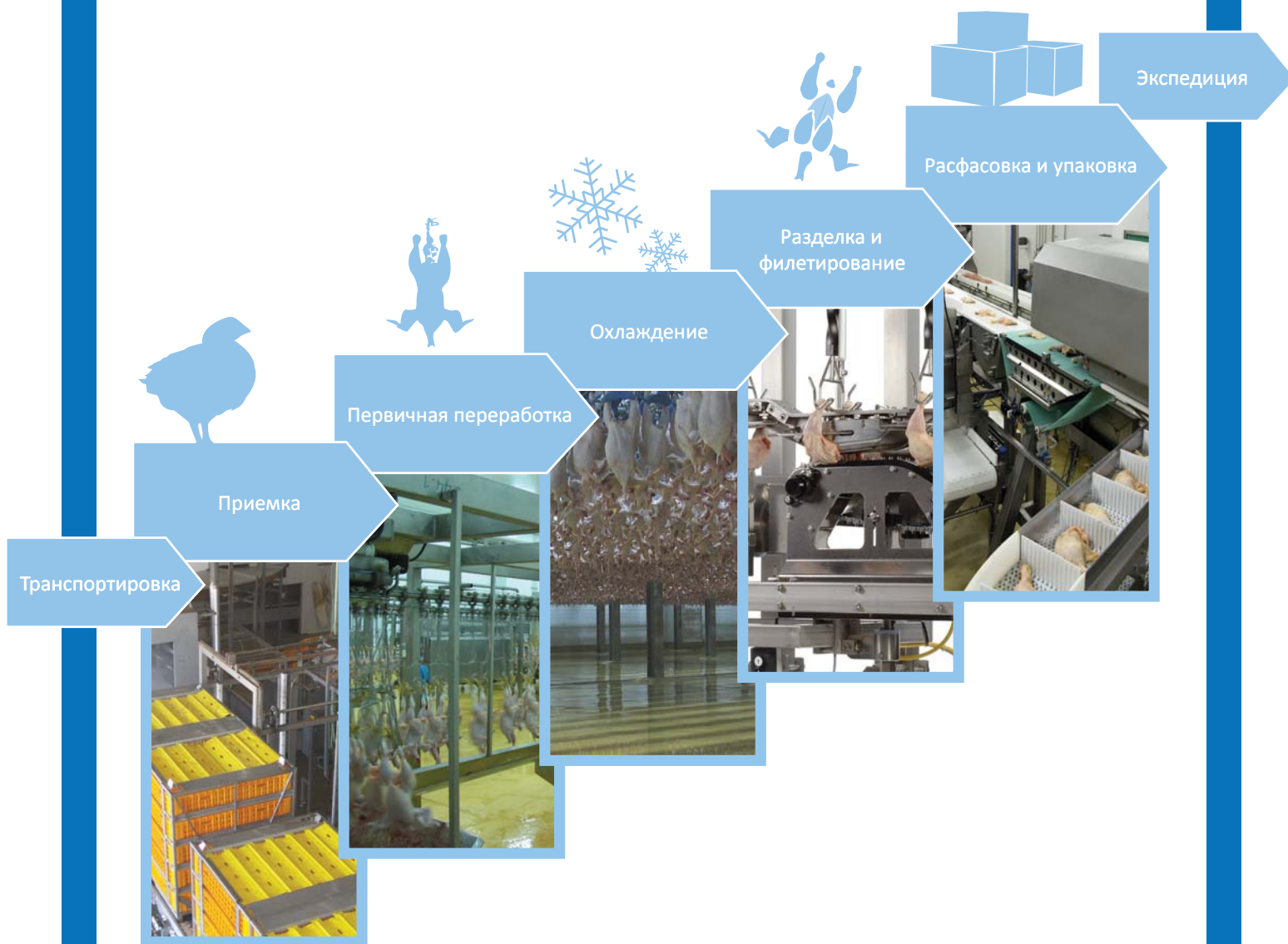


Food Processing Machinery



**Сочетание знания процесса птицепереработки, уникальных партнерских отношений и обширного ассортимента продукции.**

## Комплексное решение



**БААДЕР ЛИНКО** поставляет

Представительство в России и СНГ:  
Россия, 109004, г.Москва, ул. Александра Солженицына, д. 27, 5 этаж  
Тел. +7 495 730-5271, +7 495 730-5270  
Факс: +7 495 730-5272  
E-mail: nml-mos@gmx.de, mos.office@baader.ru  
[www.baader.com](http://www.baader.com)



Событие: **23-я Международная выставка продуктов питания и напитков World Food Moscow**

Источник: материалы организаторов

# Рекордное количество посетителей на World Food Moscow

Завершила свою работу 23-я Международная выставка продуктов питания и напитков World Food Moscow 2014, организованная группой компаний ITE. Выставка показала рекордное количество посетителей – за четыре дня с экспозицией ознакомилось более 30 тыс. человек!

По сравнению с прошлым годом выставка не потеряла ни одного квадратного метра, отметил на открытии **региональный директор ITE по России Александр Шталенков**. На World Food Moscow 2014 свою продукцию продемонстрировали более 1600 компаний из 70 стран мира, а 42 страны подготовили национальные павильоны.

Об интересе к выставке свидетельствует представительный состав зарубежных официальных делегаций. В церемонии открытия World Food Moscow 2014 приняли участие министр торговли и ремесел г-жа Нежла Харуш и министр сельского хозяйства Республики Тунис г-н Лясад аль-Ашаль, министр сельского хозяй-

ства Республики Сербия г-жа Снежана Богосавлевич-Бошкович, заместитель министра Аргентинской Республики по международным экономическим отношениям г-н Карлос Бьянко, заместитель министра сельского хозяйства и морского рыболовства Королевства Марокко г-н Мохамед Садики и другие высокопоставленные гости.

Официальные делегации стран, участвующих в выставке, подтвердили свои намерения о сохранении и дальнейшем увеличении объемов и ассортимента импортируемых в Россию продуктов питания.

С удовлетворением отметив расширение присутствия на выставке зарубежных партнеров и появление новых участников из Северной Африки и Южной Америки, **первый замести-**





**тель председателя Комитета Совета Федерации Федерального собрания РФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Сергей Лисовский** выразил уверенность, что «Россия не только будет покупать продовольствие, но и экспортировать его».

Все дни работы выставки в шести павильонах на стендах участников шли интенсивные переговоры, презентации и дегустации продукции, обсуждение будущих контрактов. Деловые мероприятия в рамках выставки проходили при полных залах, ин-

терес к докладам экспертов продовольственного рынка был огромный.

«У российских индейководов есть перспектива пятикратного увеличения производства, – сказал **вице-президент Международной программы развития птицеводства (IPDP) Альберт Давлеев** на конференции «Красное мясо и птица», проходившей в рамках выставки. – В России очень большой интерес к этому продукту, практически ограниченному в импорте. Мы потихоньку поднимаемся на более высокие линейки в рейтинге мировых производителей. По нашим

прогнозам, Россия вполне способна потреблять как минимум от 5 до 6 кг индюшатины на душу населения. Скорее всего, это будет от 6 до 7 кг».

Сегодня в стране потребляется 1 кг индюшатины на человека, что говорит о быстром росте отрасли – годом ранее среднелюдское потребление этого вида мяса оценивалось в 400 г. Доля индейки в российском объеме производства мяса птицы пока незначительна – всего 2,4%. В 2013 году Россия произвела 137 тыс. тонн индюшатины в живом весе, 127 тыс. тонн из которых пришлось на сельскохозяйственные организации. По прогнозу Росптицесоюза, к 2017 году производство индейки увеличится до 417 тыс. тонн, то есть в три раза к уровню прошлого года.

«Индейка будет не столько конкурировать со свининой, говядиной или мясом курицы, а будет дополнением к этой мясной корзине, – отметил Альберт Давлеев. – В какой-то мере она позволит справиться с дефицитом сырья для мясопереработки, потому что более 40% индюшиного мяса, как правило, уходит на переработку».

Абсолютными мировыми лидерами по производству этого вида мяса являются США и ЕС, которые в 2013 году произвели 2,62 и 1,98 млн тонн соответственно. Общемировое производство индейки оценивалось USDA в 5,41 млн тонн. ■



**Альберт Давлеев,**  
вице-президент Международной программы развития птицеводства (IPDP):

«У российских индейководов есть перспектива пятикратного увеличения производства. В России очень большой интерес к этому продукту, практически ограниченному в импорте. Мы потихоньку поднимаемся на более высокие линейки в рейтинге мировых производителей. По нашим прогнозам, Россия вполне способна потреблять как минимум от 5 до 6 кг индюшатины на душу населения. Скорее всего, это будет от 6 до 7 кг».

# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

доклады международной конференции



Автор:

**Сергей Шабает,**  
глава компании «АГРОСПРОМ»,  
председатель МЕЖДУНАРОДНОГО  
ФОРУМА ПТИЦЕВОООВ,  
президент ЕВРАЗИЙСКОЙ  
АССОЦИИ ПТИЦЕВОООВ

Author:

**Dr. Sergey Shabaev,**  
GEO of AGROSPROM,  
Chairman of INTERNATIONAL  
POULTRY FORUM,  
President of EURASIAN POULTRY  
ASSOCIATION



## Птицеводство Евразии: перспективы развития

Обращаясь к евразийскому птицеводству, я буду говорить о пространстве стран СНГ, включающем Россию, Беларусь, Украину, Казахстан, Армению, Киргизстан, Молдову, Азербайджан, Узбекистан, Таджикистан и Туркменистан.

### Производство яиц: страны-лидеры

В 2013 году в странах СНГ произведено 77,6 млрд штук яиц. Лидерами являются Россия и Украина, растут показатели в Беларуси и Казахстане. В России в 2012 году было произведено около 42 млрд штук яиц, в 2013-м – 41 млрд, в 2014-м ожидается некоторое снижение, а к 2020 году планируется нарастить объемы до 45 млрд штук.

При этом, несмотря на то что население Украины в три раза меньше, чем в России, там производится половина российских объемов – примерно 19,6 млрд, а продукты экспортируются более чем в 40 стран мира. Так, в 2013 году Украина поставила на экспорт 1,85 млрд штук яиц. В этом году, по словам председателя совета директоров Ассоциации «Союз птицеводов Украины» Александра Бакуменко, на экспорт будет поставлено 2,1 млрд штук яиц.

Крупнейшим украинским производителем яиц в Евразии и вторым в мире после Cal-Main Foods, Inc. является компания «Авангард», которой руководит ее владелец Олег Бахматюк. Украина также лидирует по количеству яиц на одного жителя – 430 штук на человека в год. В Армении этот показатель составляет 295, Беларуси – 294, России – 286, Казахстане – 220 яиц на душу населения по итогам 2013 года.

### Euro-Asian poultry: perspective of development

Talking about Euro-Asian poultry-breeding, I will speak about CIS countries space, including Russia, Belarus, Ukraine, Kazakhstan, Armenia, Kyrgyzstan, Moldova, Azerbaijan, Uzbekistan, Tajikistan and Turkmenistan.

### Egg production: leading countries

77.6 billion eggs have been produced in CIS countries in 2013. The leaders are Russia, Ukraine and Kazakhstan, Poland's and Belarus' values are growing. About 42 billion eggs have been produced in Russia in 2012, about 41 million – in 2013. In 2014, a slight decrease is expected, but the plan for 2020 is to grow the volume to 45 billion units.

At the same time, despite the fact that the population of Ukraine is three times less than in

▲  
«В этом году произошло знаменательное событие – Россия, Беларусь, Казахстан, Армения и Украина объединились в ЕВРАЗИЙСКУЮ АССОЦИАЦИЮ ПТИЦЕВОООВ. Причем подписание «Соглашения о международном сотрудничестве в отрасли птицеводства» состоялось в Беловежской Пуще, за тем же столом, за которым рухнул Советский Союз. И мы гордимся тем, что птицеводы оказались выше политики!»



Давая прогноз относительно развития ситуации в странах Евразийского союза, необходимо сказать, что в 2020 году Казахстан планирует производить 308 штук яиц на человека, Беларусь – 401 штуку, Россия – 313 штук.

Отмечу, что мировое первенство в производстве яиц сегодня принадлежит Китаю, который выпускает около 40% глобального рынка. За ним следуют США, Европа и Индия.

### Мясо птицы: рыночный потенциал

Мировое производство мяса бройлеров в прошлом году составило 84,6 млн тонн, в 2014-м ожидается 87 млн тонн, в том числе 19 млн – в Америке, которая продемонстрировала рекордные показатели.

По прогнозам, к 2022 году в мире будет выпущено 129 млн тонн мяса птицы: 114 млн тонн придется на курицу и 15 млн тонн – на мясо индейки, утки и гусей.

В России в настоящее время действуют 203 яичных и 237 бройлерных птицефабрик (в 2013 году 51 предприятие яичного направления перепрофилировалось на производство мяса птицы). В странах СНГ, по данным за 2013 год, было произведено около 6 млн тонн мяса птицы, в том числе свыше 3,8 млн тонн – в России. На Украину пришлось немного более 1,2 млн тонн, на Беларусь – 501 тыс. тонн.

Согласно данным «Союза птицеводов Украины», производство мяса птицы в стране по итогам года достигнет 1,35 млн тонн. Основным игроком, занимающим 50% местного рынка мяса птицы, является «Мироновский Хлебопродукт» (МХП). В прошлом году МХП произвел 473 тыс. тонн мяса птицы. Экспортные операции по продаже куриного мяса составили порядка 28% от общего объема продаж курятины. Доля украинского лидера в экспорте по итогам 2013 года составила 80%, или 123 тыс. тонн мяса курицы, более половины из них поставлялась на территорию государств – членов ТС.

По производству мяса птицы на душу населения в странах СНГ на первом месте находится Беларусь – 52,9 кг. В России эта цифра составляет 26,6 кг на человека, Украине – 27,8 кг, Казахстане – 18,7, Молдове – 13,5, Армении – 12,5, Азербайджане – 9,6, Узбекистане – 2,1, в Туркменистане и Таджикистане – 1,3 кг.

В прошлом году в Россию было ввезено 555,4 тыс. тонн мяса птицы, из них сверх квоты – 190 тыс. тонн. При этом Беларусь стала вторым после США экспортером мяса птицы и первым экспортером по яйцу, поставив в Россию 839 млн штук яиц.

К 2020 году в расчете на экспорт Беларусь предполагает увеличить показатель душевого потребления мяса птицы до 80 кг на человека при наращивании объемов производства до 750 тыс. тонн. В Казахстане к этому времени на одного жителя будет приходиться 17,9 кг при производстве 300 тыс. тонн, в России – 31,5 кг при 4,5 млн тонн.

Russia, about the half of the Russian volumes, or 19.6 billion, is produced there, with products being exported to more than 40 countries of the world. This year, as Alexander Bakumenko, Head of Chairman Council of "Ukrainian Poultry-Breeding Union" Association said, 2.1 billion units from the total amount of 20.1 billion would be produced for exports.

The biggest Ukrainian eggs producer in the Euro-Asia and the second largest in the world after Cal-Main Foods, Inc. is Avangard company, led by its owner Oleg Bakhmatyuk and the Head of Chairman Council Natalia Vasilyuk.

Ukraine is also the leader in the amount of eggs per capita, with 430 units per capita a year. In Armenia, this value is 295, in Belarus – 294, in Russia – 286, in Kazakhstan – 220 eggs per capita by the end of 2013.

Giving the forecast for the situation development in Euro-Asian Union countries, it is worth noticing that by 2020, Kazakhstan plans to produce 308 eggs per capita, Belarus – 401 eggs and Russia – 313 eggs.

I should also notice that the world leadership today belong to China, which produces 454 billion eggs, holding nearly 40% of the global market, with Europe, USA and India following.

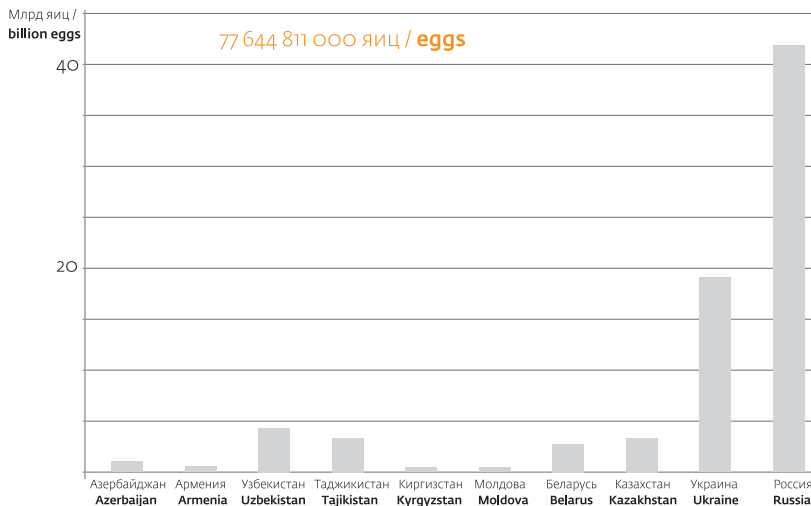
### Poultry meat: market potential

World broiler meat production last year has reached 84.6 million tons, the expected volume for 2014 is 87 million tons, with 19 millions of it in America which has demonstrated the record values. According to the forecasts, about 129 million tons of poultry meat will be produced in the world by 2022, with 114 million tons belonging to chicken



"A significant event has recently taken place: Russia, Belarus, Kazakhstan and Ukraine has united to Euro-Asian Poultry-Breeding Association. This year, it was a great pleasure to meet at the one table at the place where the Soviet Union has fallen – in Belovezhskaya Pushcha, where, despite the political events, our Ukrainian colleagues have arrived to sign the contract. We are proud that poultry-breeders were beyond the politics!"

График 1. Производство яиц в странах СНГ  
Graph 1. Egg production in CIS countries



# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

## доклады международной конференции



Автор:

**Сергей Шабает,**  
глава компании «АГРОСПРОМ»,  
председатель МЕЖДУНАРОДНОГО  
ФОРУМА ПТИЦЕВодов,  
президент ЕВРАЗИЙСКОЙ  
АССОЦИАЦИИ ПТИЦЕВодов

Author:

**Dr. Sergey Shabaev,**  
GEO of AGROSPROM,  
Chairman of INTERNATIONAL  
POULTRY FORUM,  
President of EURASIAN POULTRY  
ASSOCIATION



### Куда мы идем? Перспективы экспорта

Несмотря на то, что перед российскими птицеводами поставлена задача к 2020 году довести объемы производства до 4,5 млн тонн, по моим прогнозам, уже в 2014 году будет выпущено около 4 млн тонн мяса птицы в связи с запуском новых производств. К сожалению, из заявленных проектов в полной мере реализуется всего 30–40%, что объясняется проблемами, с которыми специалистам приходится сталкиваться в ходе строительства, в том числе в области финансирования.

Однако это не останавливает отечественных предпринимателей в стремлении развивать производство и расширять существующие мощности. И хотя пока речь идет об обеспечении быстрорастущих внутренних потребностей российского рынка, я уверен, что у России есть шанс стать крупным поставщиком продукции птицеводства на мировом рынке. Министр сельского хозяйства РФ Николай Федоров заявил, что к 2020 году экспорт мяса птицы должен достичь 150 тыс. тонн.

Один из наиболее перспективных сегментов в плане развития экспорта – продукция халяль. Мировой рынок халяль насчитывает 4 трлн долл., при этом более 60% здесь занимают продукты питания. По оценкам корпорации Nestle, в ближайшем будущем халяльная еда будет составлять 20% от мировой торговли пищевыми продуктами.

Российские птицеводы должны использовать этот тренд для начала поставок продукции халяль в арабские страны, страны Африки и Юго-Восточной Азии.

Например, агрохолдинг «Акашево» (Республика Марий Эл) стал первой российской компанией, которая получила одобрение экспертов ICRIC (Исламской палаты исследования при ОИК, Иран) на поставку мяса птицы в страны мусульманского сообщества. Помимо арабских стран, продук-

and 15 million tons belonging to turkey, ducks and geese.

Nowadays, there are 203 egg poultry factories and 237 broiler poultry factories in Russia (in 2013, 51 egg enterprises changed their profile to poultry meat production). According to the data for 2013, about 6 million tons of poultry meat were produced in CIS countries, with more than 3.8 million tons in Russia. A bit more than 1.2 million tons belonged to Ukraine, 501 thousand tons belonged to Belarus.

According to the data from Ukrainian Poultry-Breeding Union, poultry meat production in the country by the end of the year will reach 1.32–1.33 million tons. The main market player, holding 50% of the local poultry meat market is Mironovsky Hleboprodukt (Mironovo Bread Product, MHP). Its large project in Vinnitsa is developing quickly. Last year, MHP produced 472 thousand tons of poultry meat, with 440 thousand tons at the enterprise in Vinnitsa.

The exports share of the Ukrainian leader by the end of 2013 has reached 80% or 120 thousand tons of chicken meat, with more than half of them being exported to countries from the Customs Union.

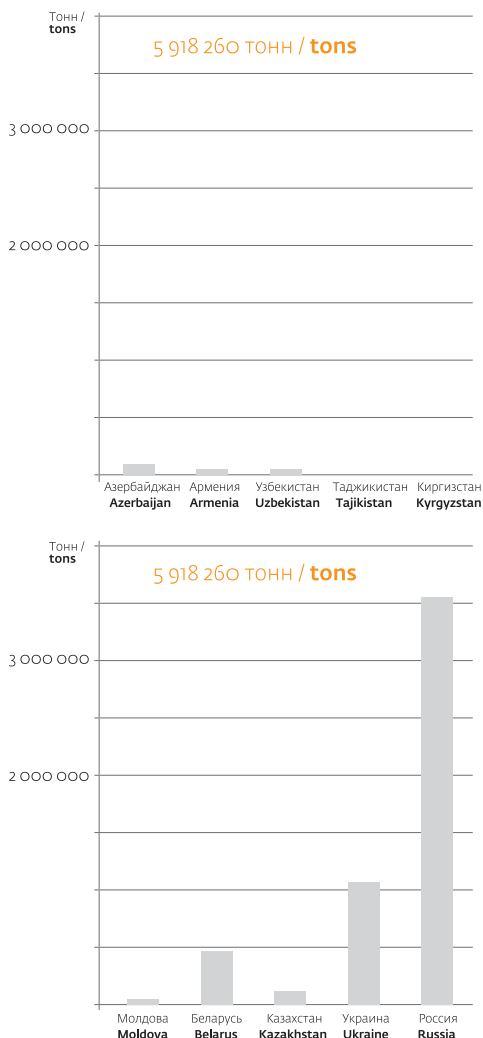
As for poultry meat production per capita in CIS countries the leading position is held by Belarus with 52.9 kilos. In Russia, this value is 26.6 kilos per capita, in Ukraine – 27.8 kilos, in Kazakhstan – 18.7 kilos, in Moldova – 13.5 kilos, in Armenia – 12.5 kilos, in Azerbaijan – 9.6 kilos, in Uzbekistan – 1.6 kilos, in Turkmenistan and Tajikistan – 1.3 kilos.

Last year, 555.4 thousand tons of poultry meat were imported to Russia, with 190 thousand tons beyond the quota. Taking this into account, Belarus has become the second largest poultry meat exporter after the USA and the leading exporter of eggs, supplying 839 million eggs to Russia.

▲  
Украинская компания «Авангард» – второй в мире производитель яиц с показателем 6,3 млрд штук и 14 100 тонн сухих яичных продуктов.



График 2. Производство мяса птицы в странах СНГ  
Graph 2. Poultry meat production in CIS countries



ция агрохолдинга поставляется в страны Юго-Восточной Азии и планируются поставки в Северную Африку.

На мировом рынке большую долю занимает халяльное мясо, произведенное в немусульманских странах – Бразилии, Австралии, Новой Зеландии. Европа же в этом году приняла закон об обязательном оглушении животных перед забоем (газом или разрядом электричества), тогда как согласно мусульманским канонам при производстве продуктов по технологии халяль это недопустимо. Благодаря этому у отечественных птицефабрик появился реальный шанс выйти со своим предложением на европейский рынок.

Как сказал однажды Владимир Путин, кроме углеводородов, мы должны поставлять на экспорт и пищевую продукцию, как это когда-то делала царская империя, обеспечивая яйцом половину рынка Европы и Великобритании. ■

Taking exports into account, Belarus plans to increase the value of per capita poultry meat consumption to 80 kilos per capita by 2020, increasing the production volumes to 750 thousand tons. In Kazakhstan, there would be 17.9 kilos per capita by this time, with the production volume of 300 thousand tons, in Russia – 31.5 kilos with 4.5 million tons.

## Where do we go? Exports prospects

Despite the fact that Russian poultry-breeders have the task to increase the production volumes to 4.5 million tons, I have a prospect that in 2014, more than 4 million tons of poultry meat will be produced because of the start of new production capacities. Unfortunately, only 30–40% of the announced projects are being realized, which can be explained by problems that specialists have to face during the construction process, in the financing field as well.

But that doesn't stop national businessmen in their wish to develop the production process as to increase the existing capacities. Even though now we can speak about satisfying the fast-growing inner needs of the Russian market, I am sure that Russia has the chance to become the large supplier of poultry-breeding production at the global market.

Nikolay Fedorov, Russian Minister of Agriculture, said that poultry meat exports should reach 150 thousand tons by 2020. One of the most prospective branches for exports development is Halal production. World Halal market is worth 4 trillion dollars, with the 60% share of food. According to the values by Nestle corporation, Halal food will hold the share of 20% of all food trade in the recent future.

Russian poultry-breeders should use this trend for the beginning of Halal production imports to Arabic, African and Asian Pacific countries.

For example, Akashevo agricultural holding (Mariy El Republic) has become the first Russian company having received the favor from ICRIC (Islamic Chamber of Research within IC, Iran) for supplying poultry meat to Islamic countries. The contract for Halal poultry meat supply with the Sahel Al-Madina Kompani For Frozen company (Saudi Arabia) is signed. Besides the UAE, agricultural holding production is supplied to Iran and Bahrain.

Halal meat exports to non-Islamic countries, such as Brazil, India, Australia and New Zealand also has good prospects.

Besides, this year Europe has signed the law about the necessary animal deafening before the slaughter (by gas or electricity), though Islamic rules for Halal food production do not let this. Because of this, Russian poultry factories have the real chance to enter the European market with their offer.

As Vladimir Putin once said, besides the hydrocarbons, we should export food production as well, as Russian Empire did it once, providing half of the British egg market. ■



The Ukrainian company Avangard is the second largest egg producer in the world with the value of 6.3 billion units and 14,100 tons of dry egg products.

Servolux company group led by Evgeny Baskin is the largest poultry meat manufacturer in Belarus – in 2013, it has released 112.8 thousand tons of products under the brands Petrukha and Bratya Grill (Grill Brothers).



Группа компаний «Серволукс», которой руководит Евгений Баскин, является крупнейшим производителем мяса птицы в Беларуси – в 2013 году ею было выпущено 112,8 тыс. тонн продукции под брендами «Петруха» и «Братья Гриль».



## SPACE 2014: инновации, исследования, разработки

**Ж**ивотноводческая выставка SPACE 2014, которая прошла с 16 по 19 сентября в выставочном комплексе Parc-Expo французского города Ренн, превзошла свои предыдущие рекорды: количество экспонентов увеличилось до 1427, среди которых 457 зарубежных из 36 стран мира.

Выставка приняла 114 718 посетителей (+0,1% к показателю 2013 года), среди которых 13 350 зарубежных (+10%) из 118 стран (110 в 2013-м). Экспозиционная площадь составила 68 тыс. кв. метров, что на 500 кв. метров больше, чем в прошлом году. Такой наплыв участников и посетителей отражает рост инвестиций в отрасль животноводства и ее реальные перспективы, несмотря на существующие сложности.

«В Еврокомиссии принято решение о поддержке европейских фермеров по трем направлени-

ям: прямая компенсация потерь производителей, связанных с закрытием российского рынка, продвижение продукции и открытие новых рынков, а также экспортные субсидии, – заявил на торжественном открытии мероприятия министр сельского хозяйства Франции Стефан ле Фоль. – Вместе с Министерством иностранных дел мы ищем альтернативы российскому рынку. На данный момент ведутся переговоры по открытию американского рынка – ЕС и США собираются создать зону свободной торговли. Кроме того, свинина и говядина могут уже в ближайшее время найти активный сбыт на Филиппинах, в Алжире и, конечно же, в Китае и Индонезии, с которыми ведутся переговоры. Бразилия может стать покупателем французского молока».



**Алан Верреес,**  
менеджер по международной  
торговле Emka Incubators



**Винсент Бомье,**  
директор по экспортным  
продажам Grimaud Freres



**Марсель Уйсманс,**  
менеджер по маркетингу  
и коммуникациям Hendrix Genetics



**Филиппэ Боксно,**  
региональный менеджер  
по продажам Petersime



**Ф**ранция и Россия не прекращают при этом контактов в ветеринарно-санитарной сфере. В сентябре страну посетила делегация российских регуляторов, которые провели инспекции ряда предприятий.

Стефан ле Фоль также подчеркнул, что, хотя российское эмбарго серьезно ударило по европейским производителям, французские фермеры не должны забывать, что приоритетными стратегическими регионами для них остаются Средиземноморье и Африка.

Роль SPACE в качестве второй мировой выставки в сфере животноводства (после Eurotier в Германии) значительно укрепилась в этом году. Зарубежные официальные лица, среди которых министр сельского хозяйства Гвинеи, посол Нидерландов во Франции, президент межпрофессионального объединения в птицеводстве Сенегала, остались довольны результатами посещения мероприятия. SPACE позволила им укрепить отношения для улучшения общения на международном уровне.

Участники выставки получили возможность встретиться напрямую с животноводческими компаниями, а также конечными потребителями их продукции, оборудования и услуг.

Благодаря объединению профессионалов соответствующих отраслей и позитивной рабочей атмосфере SPACE 2014 выполнила свою миссию, несмотря на общемировой контекст, отмеченный колебаниями цен, непредвиденными ситуациями на международном рынке и текущей неопределенностью, связанной с последствиями российского эмбарго, ужесточением нормативов по защите окружающей среды, сложностями на некоторых предприятиях.

По мнению организаторов, 49 новинок, представленные на конкурс Innov'Space, три из которых получили специальные призы, продемонстрировали важнейшую роль инноваций в области животноводства.

Темой площадки исследований и разработок стал «Индивидуальный подход в работе». Это позволило животноводам, техническим специалистам и руководителям сельскохозяйственных компаний обсудить организацию работы на предприятиях для достижения оптимального баланса между технико-экономическими показателями и качеством продукции.

Раздел генетики имел особый международный характер в этом году благодаря приезду участников конгресса CINOR (Всемирный конгресс нормандской породы овец) и присутствию четырех международных судей конкурса.

Следующая выставка пройдет в Ренне с 15 по 18 сентября 2015 года.

## ДОСЬЕ

**Событие:** 28-я животноводческая выставка SPACE 2014

**Дата:** 16–19 сентября

**Место:** Франция, город Ренн, выставочный комплекс Парс-Экпо

**Площадь:** 68 тыс. кв. метров

**Участники:** 1427 экспонентов, среди которых

457 зарубежных, из 36 стран мира

**Посетители:** 114 718 человек, среди которых 13 350 зарубежных, из 118 стран мира

## Мнения участников

*– Какие разделы и темы выставки Space пользуются наибольшей популярностью среди посетителей? Как изменился их состав?*



♦ Алан Верреес,  
Emka Incubators:

– Мы представлены на выставке в разделе оборудования как производители промышленных инкубаторов, и в центре нашего внимания находится разработка новинок в данной области.

Мне кажется, раздел оборудования пользуется повышенным интересом как со стороны профессионалов отрасли, так и со стороны посетителей – потенциальных клиентов, для которых покупка техники – это долговременная инвестиция на 10–20 лет, и им нужна полная информация о предложениях на рынке, последних новинках. Поэтому посетители уделяют разделу особое внимание, рассматривая и сравнивая оборудование разных производителей.



♦ Винсент Бомье,  
Grimaud Freres:

– В этом году на Space много людей, которые приехали из Африки, потому что африканский сегмент рынка мяса птицы достаточно активно развивается. Кроме того, немало посетителей из Европы, в какой-то степени из Азии, и значительная их часть – наши действующие либо потенциальные клиенты в области продажи генетического материала.

## ЦИТАТА



**Алан Верреес,**

менеджер по международной торговле Emka Incubators:

*«Раздел оборудования пользуется повышенным интересом как со стороны профессионалов отрасли, так и со стороны потенциальных клиентов, для которых покупка техники – это долговременная инвестиция на 10–20 лет».*



**Марсель Уйсманс,**

Hendrix Genetics:

– Как мне кажется, во многом из-за сложной ситуации в отрасли животноводства, особенно во Франции, центральное место занимают вопросы производительности труда, эффективности и прибыльности производства. Как компания, занимающаяся вопросами генетики, мы уделяем внимание совершенствованию управления, кормов, тому, как получить от продукта больше, чем мы имеем сейчас, и передаем свои знания нашим клиентам.

Сегодня европейский рынок, в том числе Франции, находится под определенным давлением, ситуация в России также не способствует улучшению положения дел в отрасли, однако индустрия животноводства в целом достаточно развита для того, чтобы выжить и найти выход из положения.



**Филиппэ Боксно,**

Petersime:

– Изначально выставка создавалась во Франции как региональная, но сейчас мы видим все больше зарубежных посетителей, и год от года Брасе продолжает расти за их счет. Это обуславливает наш интерес к мероприятию.

Что касается проблем и животрепещущих тем, то они существенно различаются от страны к стране. Для одних наиболее актуальным вопросом является перенасыщенность рынка, для других, наоборот, – нехватка продукции местного производства. У нас в стране главной проблемой остаются затраты на корма, рост цен на них и контроль за ценами – все это сегодня широко обсуждается.

*– Какие инновационные решения вы представляете в этом году?*



**Алан Верреес,**

Emka Incubators:

– Как производители инкубаторов мы решили сосредоточить свои усилия на экономии энергозатрат, гигиене предложенных решений, легкости использования и поэтому разработали «технология 27» с опцией охлаждения водой температурой около 27 градусов, благодаря чему отсутствует потребность в использовании охладителя. Если температура внешней среды ниже 24 градусов, мы можем охлаждать установ-

ки без дополнительных затрат электроэнергии, что является большим прорывом в сфере инкубаторостроения.

Кроме того, заказчик получает преимущества в плане соблюдения стандартов гигиены благодаря использованию холодной воды. Приведем такой пример: если вы достанете бутылку с водой из холодильника в теплом климате (при температуре 37,5 градуса, как в инкубаторе), то заметите испарение, соответственно, образуется живительная среда для развития бактерий. У нас испарения нет – в этом заключается смысл «технологии 27».



**Винсент Бомье,**

Grimaud Freres:

– В настоящее время мы заинтересованы в развитии на российском рынке. Наша сильная сторона с точки зрения клиента состоит в улучшении рационов питания птицы. Мы обращаем внимание на взаимосвязь состава кормов и получаемых привесов и предлагаем новые технологии по коррекции рациона.



**Марсель Уйсманс,**

Hendrix Genetics:

– Последние четыре года мы занимаемся так называемой геномной селекцией. Сейчас в этой области происходит настоящая революция, и в ходе своих исследований мы пытаемся установить взаимосвязь генетических показателей и производительности. Большая часть наших усилий направлена на сбор образцов ДНК с особей, их анализ и взаимосвязь с программой по разведению поголовья. По образцу крови мы можем прочитать весь код ДНК цыпленка, и если видим разницу между двумя особями, то объясняем



## ЦИТАТА



**Винсент Бомье,**

директор по экспортным продажам Grimaud Freres:

*«Животноводство в Азии развивается гораздо более быстрыми темпами, чем в Европе, поэтому многие азиатские страны представляют для нас интерес».*

ее и связываем с разницей в их производстве. Затем устанавливаем: если у той или иной особи есть определенные параметры ДНК, то показатели будут выше. Так что мы можем влиять на производительность, используя материал ДНК.



**Филиппэ Боксно,**

Petersime:

– Сегодня широко обсуждается сокращение времени пребывания яиц в инкубаторах. Совместно с птицеводческой компанией Aviagen мы работаем над созданием оборудования, помогающего преинкубировать яйца в процессе хранения и тем самым минимизировать их потери при длительном размещении в инкубаторах. Одно из решений, только что представленных нами на рынке, – так называемая установка для восстановления, помогающая преинкубировать яйца в период хранения. Ее ключевые особенности – возможность подпитки яиц во время хранения, минимизация потерь яиц в инкубаторах, вызванная длительным сроком хранения. Если вы храните яйца больше семи дней, какой-то их процент обязательно будет утерян, так как часть эмбрионов не переживает столь длительное время. Подпи-

тывая яйца, мы поддерживаем жизнеспособность эмбрионов.

Инновационная разработка уже была отмечена особой наградой Spase – двумя звездами, означающими в системе оценки выставки «очень хорошо». Отмечу, что три звезды получают лишь очень немногие.

*– Можете ли вы назвать основные тенденции и особенности рынка Франции?*



**Алан Верреес,**

Emka Incubators:

– Для нас рынок Франции и франкоязычных стран остается стабильным, наши клиенты постепенно расширяют свои инкубатории, и сейчас мы не наблюдаем ни резкого роста, ни существенного падения в данном сегменте.



**Винсент Бомье,**

Grimaud Freres:

– Во Франции объемы производства мяса птицы достаточно стабильны. Несмотря на то, что она по потре-

блению и производству утиного мяса не занимает лидирующих позиций, Франция является самой первой страной в Европе по инкубации утиных яиц и производству утят. Так, у нас есть два подсегмента, которые успешно развиваются во Франции, – производство уток породы мулард и мускусных уток: первые идут на фуа-гра, вторые – на мясо.

Кроме того, можно отметить популярность органического животноводства, причем все чаще интерес к нему продиктован заботой о потребителях и окружающей среде.



**Марсель Уйсманс,**

Hendrix Genetics:

– Ключевой тренд во Франции, особенно в сфере животноводства, – перераспределение сил на рынке в сторону уменьшения количества игроков при одновременном росте масштабов их деятельности.



**Филиппэ Боксно,**

Petersime:

– Основные особенности рынка Франции объясняются спецификой национальной культуры. Для местных потребителей важна маркировка, отличия продукции от представленных аналогов, разница в том, на каких фермах выращиваются цыплята, размер и качество яиц. Также для отрасли очень важна разница затрат на производство. Если у птицеводов появляется необходимость в какой-либо разновидности птицы, то поставщикам важно ее своевременно предоставить.

*– Какие страны являются наиболее перспективными для развития бизне-*

## ЦИТАТА

◇  
**Марсель Уйсманс,**

менеджер по маркетингу и коммуникациям Hendrix Genetics:

*«Ключевой тренд во Франции, особенно в сфере животноводства, – перераспределение сил на рынке в сторону уменьшения количества игроков при одновременном росте масштабов их деятельности».*

*са, в том числе вашей компании? Где вы видите рост в вашем сегменте, увеличение объемов продаж?*



◇  
**Алан Верреес,**  
Emka Incubators:

– Россия однозначно находится в первой пятерке приоритетных рынков. Здесь для нас особенно важен обмен информацией с российскими участниками отрасли, чтобы правильно оценить ожидания потенциальных клиентов относительно конкретных видов продукции. Также перспективным представляется Ближний Восток, который постоянно движется вперед в плане развития животноводства.



◇  
**Винсент Бомье,**  
Grimaud Freres:

– Мы расширяем свое присутствие в Таиланде, Малайзии, Китае, Корее, Японии и других странах Азии. Экспортируем продукцию в более чем 70 стран, так что для нас важны все части земного шара, в том числе Бразилия и другие страны Южной Америки.

ки, Австралия. Но наиболее динамично развивающийся рынок мяса пекинской утки – азиатский: Таиланд, Малайзия, Индонезия, Китай.

За рубежом наша цель – наладить продажи родительского поголовья пекинской утки для дальнейшего производства утят. С этой целью мы активно работаем в Восточной Европе, России, Украине, Беларуси.

Когда мы начали работать с Россией, примерно шесть лет назад, то сравнивали наш генетический материал с местным. Наши партнеры в России – это производитель пекинской утки ГПЗ «Благоварский» (Республика Башкортостан) и ООО «Генетик» (Республика Марий Эл). За годы совместной работы мы добились хорошего результата, обозначили разницу между нашей и местной продукцией и стали ее импортировать.

Отмечу, что сегодня наша компания занимает значительную долю мирового рынка генетики и селекции – около 45%, всего же здесь представлены три главных игрока.

*– Как на вас отразился запрет российского правительства на экспорт продуктов питания и сельско-*

*хозяйственных товаров из Европы? Что вы думаете об этом решении?*



◇  
**Алан Верреес,**  
Emka Incubators:

– Для некоторых европейских компаний запрет может иметь положительный эффект, потому что россиянам придется производить все больше продуктов питания, в том числе куриного мяса, а значит, местным предприятиям понадобятся инкубаторы, спрос на которые будет только увеличиваться.

Конечно, на ситуацию можно посмотреть с разных сторон, и я надеюсь, что бойкот европейских продуктов скоро будет снят, однако пока от российских санкций мы только выигрываем. Компания уже отмечает рост объемов продаж, так как многие птицеводческие предприятия России решили заняться выращиванием птицы или нарастить объемы производства.



◇  
**Винсент Бомье,**  
Grimaud Freres:

– Во Франции спектр нашей деятельности достаточно широк: мы занимаемся производством кур, свиней, уток, гусей и экспортируем большие объемы в Россию. Запреты с ее стороны чреватые трудностями для компании, так как большой объем продукции (я имею в виду поголовье и конечную продукцию) уже был подготовлен для экспорта в Россию, теперь же он находится на хранении, теряя в качестве. Мы надеемся, что проблема будет решена настолько быстро, насколько это возможно, и мы продолжим сотрудничество с российскими предприятиями. Что касается генетического материала, то здесь мы



## ЦИТАТА



Филиппэ Боксно,

региональный менеджер по продажам Petersime:

*«Изначально выставка создавалась во Франции как региональная, но сейчас мы видим все больше зарубежных посетителей, и год от года Sprace продолжает расти за их счет».*

продолжаем экспорт, так как он не попал под запрет.

Спрос на нашу продукцию растет, у нас множество проектов в России, потому мы используем все возможности присутствия на рынке страны для продвижения нашей компании, проводим презентации, размещаем рекламу.

Хотя, по большому счету, запрет обернулся для нас определенными преимуществами, так как из-за него в России стремятся производить больше, следовательно, растет спрос на родительское поголовье для селекции.



Марсель Уйсманс,

Hendrix Genetics:

– У нас есть партнеры в России, способные поставлять свою продукцию производителям. По большому счету сейчас они находятся на защищенном рынке, поэтому цены будут расти, а соответственно, возрастет и прибыль.

Инкубационные яйца не попадают под запрет, так что здесь у нас проблем тоже нет. Что касается отрасли свиноводства, то мы в буквальном смысле хотим привнести на этот рынок свежую кровь, свежие гены, новые разновидности племенных жи-

вотных. В краткосрочной перспективе запрет на импорт не является критичным, но если ситуация сохранится на протяжении многих лет, то проблемы неизбежны. Надеемся, что путем переговоров страны придут к компромиссным решениям, иначе для бизнеса ситуация сложится не слишком хорошо. Санкции – это вопрос политики, и любой бизнес несет от этого свои убытки.

Кроме того, российским потребителям, конечно, придется заплатить дважды.



Филиппэ Боксно,

Petersime:

– Нас как поставщика оборудования запрет России на импорт европейского продовольствия не затронул. Насколько я знаю, на местном российском рынке нет аналогичной продукции, поэтому страна заинтересована в продолжении поставок не меньше, чем мы.

По моему мнению, данный запрет политически мотивирован, и представителям бизнеса не стоит принимать ту или иную сторону. Конечно, любая политическая ситуация влияет на экономику, но мы остаемся в стороне от этой игры и никак не можем повлиять на положение вещей. ■



Успех – вопрос  
системы

## Быстрее Надежнее Эффективнее

Успешные компании птицеперерабатывающей промышленности во всем мире сотрудничают с CSB-System. Повысьте Вашу конкурентоспособность с нашим IT-решением.

### Ваши преимущества:

- оптимально настроенные процессы
- соответствие всем требованиям отрасли
- быстрая окупаемость благодаря короткому сроку внедрения

### CSB-System в России:

115054 г. Москва, ул. Пятницкая 73, офис 8  
Тел.: 007 (495) 641-51-56 ■ Факс: 007 (495) 953-31-16

197342 г. Санкт-Петербург,  
ул. Белоостровская 2, офис 423  
Тел.: 007 (812) 449-42-63 ■ Факс: 007 (812) 449-42-64

e-mail: [info@csb-system.ru](mailto:info@csb-system.ru) ■ [www.csb.com](http://www.csb.com)

Компания: ГК «Продукты Питания»

# ГК «Продукты Питания» и KESKINOĞLU: стратегическое партнерство

ГК «Продукты Питания» – крупнейший российский производитель замороженных полуфабрикатов, лидер рынка продукции из мяса птицы, заключила договор о стратегическом партнерстве с Группой компаний KESKINOĞLU – ведущим турецким производителем и экспортером мяса курицы и продуктов из нее.



Дамир Имамович, вице-президент компании «Продукты Питания» (справа): «Нашим партнерам мы гарантируем самые высокие стандарты качества продукции, развитую систему дистрибуции и широкий спектр сервисных услуг»

На основе уже состоящих между KESKINOĞLU и «Продуктами Питания» партнерских торговых отношений компании решили перейти на принципиально новый уровень долгосрочного сотрудничества. А именно – планируется организация производства полуфабрикатов и консервированной продукции как на территории России со стороны

KESKINOĞLU, так и в Турции со стороны «Продуктов Питания». Такой формат сотрудничества по размещению заказов на производство под собственными брендами подразумевает также внедрение новейших решений в сфере технологий переработки, обмен опытом и ноу-хау.

ГК «Продукты Питания» на мощностях KESKINOĞLU в Турции планирует произ-

водство полуфабрикатов и консервированной продукции под ТМ «Золотой Петушок» в соответствии с требованиями турецкого потребительского рынка.

Для компании «Продукты Питания» данное сотрудничество позволяет расширить рынок сбыта, выйти на европейский международный рынок, увеличить оборот.

Выходя на международный рынок, ГК «Продукты Питания» становится первой компанией в своей отрасли, которая начинает производство и продажу продукции на европейском рынке. Сотрудничество с партнером, который уже имеет такой многолетний опыт работы в отрасли и является глобальным игроком, дает российскому предприятию полную уверенность в успешности проекта и начале дальнейшей экспансии.

В то же время ГК KESKINOĞLU заинтересована в сбыте своей продукции в России. Размещая заказы у ГК «Продукты Питания» в Калининграде, турецкий игрок решает основной вопрос – сохранить высокие стандарты качества выпускаемой продукции под ТМ KESKINOĞLU и TAVUK при конкурентной цене и значительно сократить сроки поставки до конечного потребителя в России.

Объемы заказов будут определяться исходя из потребности рынка. Ожидается, что к 2015 году объем производства составит 200 тонн в месяц. Планируется, что в дальнейшем стратегическое сотрудничество будет расширено.

У ГК «Продукты Питания» есть все ресурсы для гарантированного выполнения заказов и удовлетворения самого главного требования – выпуска продукции высокого качества. Производство сертифицировано по международным стандартам HACCP, IFS, также ей присвоен Еврономер.

Производственный комплекс ГК «Продукты Питания» в Калининграде является крупнейшим по выпуску замороженных полуфабрикатов в России и одним из



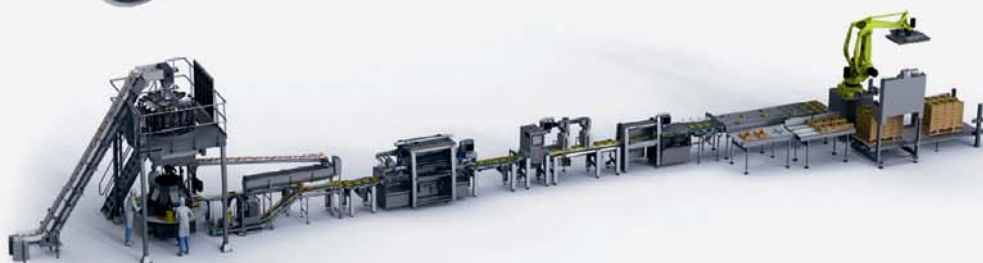


1.1

## ЛИНИИ ОТ ISHIDA. ПОЛНЫЙ ФАРШ!

Уникальная модульная система для пищевой промышленности объединяет всё ключевое оборудование мирового класса от Ishida в единую линию, которая может быть интегрирована в любое производство.

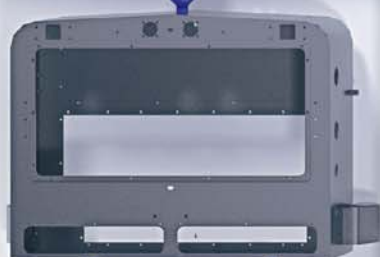
- Линия от одного поставщика
- Уменьшает потребность в рабочей силе
- Сокращает потери продукта



СЛОЖНОСТЬ ★☆☆☆☆

### ЛИНИЯ ОТ ОДНОГО ПОСТАВЩИКА

- От ваших идей об организации производства до установки полностью функциональной линии - мы поможем вам на каждом этапе.
- Команда профессионалов Ishida Solutions поможет вам по-новому увидеть те задачи, которые вы ставите перед упаковочной линией.
- Собранные вместе в единую линию наши уникальные упаковочные системы покажут вам все преимущества закупки оборудования у одного поставщика.



### ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЛИНИИ МИРОВОГО КЛАССА

- Быстрые, гигиеничные и производительные – комплексные линии Ishida помогут сохранить оптимальную свежесть и вкус продукции из мяса и птицы.
- Например, мультиголовочный весовой дозатор со шнековой подачей Ishida предотвращает слипание кусков мяса, тем самым обеспечивая быстрое и точное взвешивание продукта.

### САМЫЕ СОВРЕМЕННЫЕ ИДЕИ, САМАЯ БЫСТРАЯ ОКУПАЕМОСТЬ.

- Инновационный трейсилер Ishida QX-1100 является одним из самых быстрых, представленных на рынке, позволяя запаивать до 200 упаковок в минуту.
- Когда ваша линия работает с высочайшей скоростью, минимальными простоями, потерями продукта и затратами на рабочую силу, окупаемость инвестиций также происходит максимально быстро.





## ОГРАНИЧЕННЫЕ ПЛОЩАДИ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

- Мы можем создать индивидуальные системы, которые помогут вам экономить время, деньги и пространство, гарантируя максимальное использование существующих производственных площадей.

## ПОЛНАЯ ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА

- После монтажа и на протяжении многих лет ваши линии будут поддерживаться российской командой сервисной службы Ishida, обеспечивая её оптимальную производительность.

Для большей информации посетите наш сайт  
[www.ishidaeurope.com/integrated-solutions](http://www.ishidaeurope.com/integrated-solutions)





ПТИЦА



МЯСО

ООО «Ишида Юроп,  
129164, Россия, Москва, Ракетный бульвар, 16.  
Тел.: +7 499 272 05 36, Факс: +7 499 272 05 37  
[www.ishidaeurope.ru](http://www.ishidaeurope.ru)  
[info@ishidaeurope.ru](mailto:info@ishidaeurope.ru)



 **ISHIDA**



#### ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ

##### «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ»

«Продукты Питания» – крупнейший российский производитель замороженных полуфабрикатов. Лидер рынка по производству продукции из мяса птицы (VS = 27,2%, AC Nielsen DJ/2013). Торговые марки – «Золотой Петушок», «Российская Корона», «Домашняя Сказка», «Балтптицепром», «ФрешПродукт» и Perpetto. Компания имеет четыре завода по выпуску полуфабрикатов, готовых обедов и лазаньи, консервов и мяса цыплят-бройлеров, а также собственную производственную базу в Калининградской области и развитую систему дистрибуции, охватывающую всю территорию России, Украины, Беларуси и Казахстана.

#### ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА КОМПАНИИ KESKINOĞLU

KESKINOĞLU работает в птицеводческом бизнесе начиная с 1963 года. Является лидером по производству сырья и замороженных полуфабрикатов из курицы в стране, а также основным экспортером мяса птицы из Турции. KESKINOĞLU – первая турецкая компания, получившая право экспорта в ЕС. Помимо птицеводческого бизнеса, предприятие на протяжении многих лет развивает и другие направления бизнеса: производство оливкового масла, кормов для животных, органических удобрений, картонной упаковки, логистику, собственную сеть ресторанов Tavvuk, а также продукцию медицинского назначения.

ведущих современных предприятий в своей отрасли. На сегодняшний день мощности завода в Калининграде позволяют выпускать 13 тыс. тонн продукции в месяц, так что новые взятые на себя объемы по производству и все свои обязательства по договору перед партнером ГК «Продукты Питания» реализует полностью.

Данное долгосрочное сотрудничество обеспечит для обеих компаний расширение продуктового портфеля и окажет благоприятное влияние на рост объемов продаж. Кроме того, в очередной раз подтвердит их статус лидера рынка замороженных полуфабрикатов в России и в Турции, и самое главное – обеспечит российских и турецких потребителей еще более интересным выбором продуктов высокого качества в категории ЗПФ и консервации.

Говоря о совместном проекте, **вице-президент компании «Продукты Питания» Дамир Имамович** отметил: «Стратегическое сотрудничество с KESKINOĞLU – это для нас важнейший шаг в развитии бизнеса. Мы гордимся доверием, которое нам оказала эта международная компания. Со своей стороны нашим партнерам мы гарантируем самые высокие стандарты качества продукции, развитую систему дистрибуции и широкий спектр сервисных услуг. Я полагаю, что в ближайшем будущем деловые возможности, которые Группа компаний «Продукты Питания» предлагает в двустороннем экономическом плане (закупка сырья, производство продуктов на четырех наших заводах, другие партнерские проекты), получат новый импульс и перспективное развитие». ■

## РЕАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ НА ПРЕСС- ГРАНУЛЯТОР НАЧИ- НАЮТСЯ С МОМЕНТА ЕГО ПОЛОМКИ.



Ориентировочные затраты:

**\$160,000**

Надежность является фундаментальной характеристикой оборудования по производству комбикормов.

Гранулятор CPM, в котором даже наименьшая деталь произведена в соответствии с наивысшими стандартами качества, обеспечивает непрерывность производства, высокую производительность и низкие эксплуатационные расходы. За дополнительной информацией обращайтесь к одному из наших консультантов по тел.

+31 75 6512 611 (Европа) или  
+1 319-232-8444 (США) или  
посетите [www.cpmeurope.com](http://www.cpmeurope.com).



CPM. Производитель оборудования по гранулированию, плющению и дроблению для комбикормовой, маслосебяющей промышленности, промышленности по переработке биомассы и вторичного сырья. Основана в 1883 году.

ГЛОБАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР С  
1883 ГОДА



БИОМАССА

КОМБИКОРМА



МАСЛИЧНЫЕ



ДРУГИЕ

**CPM Европа. Ваш партнер в  
производительности**

## «Дукчинская» запустит производство «охладженки»

Губернатор Магаданской области Владимир Печеный побывал на птицефабрике «Дукчинская», где идет строительство трех новых цехов по выращиванию бройлеров, каждый из которых рассчитан на 20 тыс. птиц. Об этом сообщает пресс-служба областной администрации.



В планах предприятия также строительство инкубатора, который позволит самостоятельно получать цыплят и отказаться от их закупок на стороне. Пока готов к вводу в строй один цех, здесь уже завершен монтаж оборудования, в ближайшее время начнут работать ветеринарные специалисты.

Как рассказала губернатору и. о. генерального директора птицефабрики Елена Жамьянова, первую продукцию предприятие планирует поставить в Магаданский рынок уже к Новому году. «В ноябре планируем завести цыплят из Новосибирска. Мы хотим для начала с целью изучения рынка поставить 10 тыс. птиц, хотя цех рассчитан на 20 тыс. Пока будем предлагать охлажденное мясо бройлеров для розничной продажи, а уже с января будущего года начнем поставки в бюджетные учреждения Магаданской области», – сообщила Елена.

Это первое крупное предприятие в регионе, которое будет поставлять охлажденное мясо.

eastrussia.ru

## «Белая птица» создаст производство на базе «Оптифуд»

Белгородский агрохолдинг «Белая птица» планирует создать на базе активов обанкротившегося холдинга «Оптифуд» в Ростовской области птицеводческое производство полного цикла.

Компания выкупила более 8 млрд руб. долгов «Оптифуда» перед Россельхозбанком и готовится перезапустить производство в начале 2015 года. «Белая птица» планирует вложить 6 млрд руб. в приобретение 50 тыс. га земли, строительство с нуля комбикормового завода (300 тыс. тонн в год) и убойного цеха на 12 тыс. голов в час. К середине 2015 года в «Белой птице» намерены выйти на мощность 138 тыс. тонн в год.

Глава компании Игорь Барщук сообщил, что землю собираются приобретать в Белокалитвинском и Семикаракорском районах, ком-



бикормовый завод будет построен в Усть-Донецком районе, а убойный цех, скорее всего, – в райцентре Белая Калитва (рассматривается несколько площадок).

«Финансироваться вложения будут за счет собственных и заемных средств, о своем желании кредитовать нас уже сообщили Банк Москвы, Россельхозбанк и Промсвязьбанк», – отметил бизнесмен.

Мощность курского дивизиона компании составляет 116 тыс. тонн в год, белгородского – 143 тыс. тонн. Таким образом, ростовские активы «Белой птицы» могут занять больше трети в структуре производства холдинга. Выкупив долги «Оптифуда», белгородский холдинг фактически получил предприятия по производству и переработке мяса бройлеров мощностью 100 тыс. тонн в год. Речь идет о трех площадках выращивания цыплят-бройлеров (16,7 тыс. тонн в год каждая; включают птичники, инкубаторий, кормоцех, ветеринарную лабораторию и вспомогательные помещения), двух мясоперерабатывающих комбинатах (на 42,4 и 57,6 тыс. тонн в год), а также складах. В 2011 году, последним благополучно для «Оптифуда», объемы его производства составили 84 тыс. тонн мяса птицы.

agro.py

## Детское питание на основе индейки

Производство детского питания на основе мяса индейки налаживают в Татарстане. Предприятие мощностью 3 тыс. мяса птицы в год возводится в Зеленодольском районе республики.



Об этом сообщила ведущий советник отдела развития отраслей животноводства Минсельхозпрода РТ Резеда Гилмиева.

Крестьянско-фермерское хозяйство «Сабирзянова ГА», которое возводится в Зеленодольском районе, рассчитано на выращивание, откорм и убой индеек. В конце 2015 года оно выйдет на проектную мощность 3 тыс. тонн мяса птицы в год.

Хозяйство будет располагать своим комбикормовым заводом. Кроме того, запланирована собственная переработка и производство продукции, в том числе детского питания.

ИА «Татар-информ»

## А где-то в Крыму...

В Севастопольском регионе начались работы по восстановлению работы птицефабрики в селе Орлино, сообщил губернатор Севастополя Сергей Меняйло.

«Мы возрождаем одну из самых крупных птицефабрик, которые раньше были в городе. Это уже решенный вопрос», – отметил он.

Кроме того, заместитель директора «Птицекомплекс-Агро» Милан Джурович представил проект создания птицефабрики по выращиванию кур-несушек мощностью 300 тыс. голов и производству 87 млн яиц в год – ГП ОХ «Черноморское» общей стоимостью 166 млн руб. В рамках проекта планируется построить три объекта производственной мощностью по 100 тыс. голов кур-несушек в каждом.

ptichki.net

## Проекты в Тамбовской области

Руководитель администрации Тамбовской области Олег Бетин принял участие в селекционном совещании, которое провел глава Правительства РФ Дмитрий Медведев.



Он доложил главе кабинета, что в рамках государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Тамбовской области идет формирование центра кластерного развития производителей и переработчиков продукции животноводства и растениеводства.

Так, завершены или находятся в стадии реализации ряд проектов по развитию мясного птицеводства. Вышла на проектную мощность Инжавинская птицефабрика, начато строительство фермы «Тамбовская индейка» и Токаревской птицефабрики, предполагается возведение бройлерной птицефабрики «Иловаяская».

За последние шесть лет в регионе сложилась устойчивая динамика роста доли производства скота и птицы: с 10% в 2008 году до 83,5% в 2014-м. В перспективе к 2020 году регион планирует выйти на объем производства мяса в 1 млн тонн.

Как отметил губернатор, значительную роль в сельскохозяйственном секторе местной экономики играют предприятия малых форм хозяйствования, которыми в прошлом году было произведено 3246 тонн мяса и 353 тыс. штук яиц.

webpticeprom.ru

## Новый владелец Токаревской птицефабрики

Администрация Тамбовской области одобрила сделку по вхождению ГАП «Ресурс» в уставный капитал Токаревской птицефабрики. Покупателем 100% акций Токаревской выступило входящее в «Ресурс» ЗАО «Адыгейское бройлерное объединение».



Подписание договора между предприятиями состоялось в рамках агропромышленной выставки «Золотая осень» в присутствии председателя совета директоров ГАП «Ресурс» Виктора Наурузова и главы администрации Тамбовской области Олега Бетина.

Как говорится в сообщении ГАП «Ресурс», приобретение Токаревской птицефабрики предоставляет Группе агропредприятий стратегические преимущества по увеличению объемов производства и выходу на новые рынки сбыта продукции. В итоге «Ресурс» планирует в течение полутора лет построить на базе Токаревской птицефабрики семь бройлерных площадок, инкубаторий, комбикормовый завод и птицеперерабатывающий комбинат. Совокупные мощности вертикально интегрированного производства превысят 150 тыс. тонн мяса бройлеров в год. Объем инвестиций в покупку и строительство активов составит более 9 млрд руб. Финансовым партнером ГАП «Ресурс» в данном проекте выступает Россельхозбанк.

webpticeprom.ru

## Гусиная ферма в Липецкой области

В Хлевенском районе Липецкой области появится ферма по разведению гусей, где будет содержаться порядка 85 тыс. голов.

Срок реализации проекта – 2014–2017 годы. Руководитель компании «СХПК «Победа» Михаил Аксенов планирует производить не менее 600 тонн в живом весе гусяного мяса в год.

«СХПК «Победа» в октябре – ноябре 2014 года начнет репрофилирование животноводческого комплекса в гусиную ферму. Проект будет финансироваться за счет заемных средств, предоставленных частным инвестором. Всего в него будет вложено более 124 млн руб.

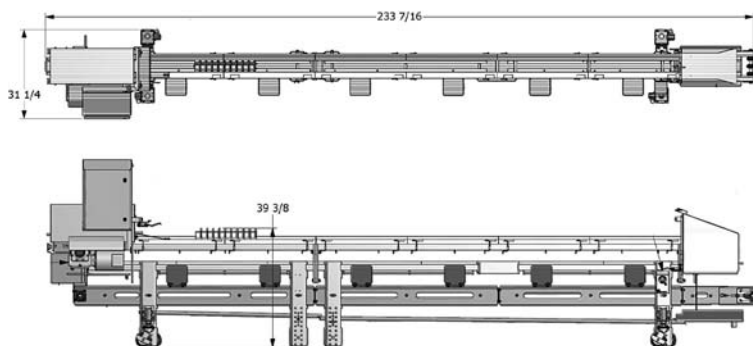
Реализация этого проекта анонсируется еще с 2012 года, и в 2014-м планировалось его завершение. Однако сроки начала строительства откладывались из-за того, что предприятие не могло получить кредит ни в одном банке региона, несмотря на содействие местной власти.

agro.py





УЖЕ В РОССИИ И СНГ



Модульная конфигурация позволяет изготовить машину любой длины.



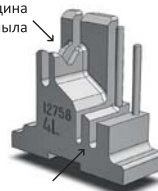
## МАШИНЫ ДЛЯ СЕГМЕНТАЦИИ КРЫЛЬЕВ КУРИЦЫ И ИНДЕЙКИ

Серия моделей CWS/TWS – это безопасное и гибкое решение для сегментации крыльев. Разделяет крыло на 2 или 3 анатомических сегмента, а именно – **локоть (2-й сустав)**, **плечо (1-й сустав)** и **кончик крыла**. Уникальная режущая конструкция производит более **95% высококлассных разрезов** и настроена на необходимый размер продукта.

### Преимущества:

- безопасность по сравнению с дисковыми ножами и пилами;
- превосходное качество разреза;
- малые габариты;
- модульная конфигурация позволяет увеличить количество рабочих мест от 2 до 8;
- может работать не только как отдельная машина, но и встраиваться в различные линии разделки.

V-образная впадина для клыла



Двойная впадина для средних и маленьких птиц



CWS обеспечивает точный анатомический разрез по суставу.



## Kerry открывает Центр инноваций в Москве

Компания Kerry – один из мировых лидеров в области производства ингредиентов и вкусовых добавок для продуктов питания – отметила открытие нового Регионального центра разработок и инноваций в Москве.

Центр, направленный на расширение сотрудничества Kerry с глобальными и региональными клиентами в России и СНГ, был официально открыт Джерри Биханом, президентом и генеральным директором Kerry, в присутствии посла Ирландии в России, Его Превосходительства Оуна О'Лири.

В ходе своей официальной речи на торжественной церемонии Джерри Бихан подчеркнул, что московский центр позволит использовать весь опыт и знания Kerry с наибольшей эффективностью в стратегически важном регионе. Он также отметил: «Это событие послужит ключевым фактором в развитии отношений с клиентами и соответствии их требованиям по разработке новых продуктов, что еще раз подчеркивает стратегическую важность наше-



Слева направо: Оун О'Коннелл, президент региона EMEA компании Kerry; Оун О'Лири, посол Ирландии в России; Джерри Бихан, президент и генеральный директор Kerry; Оливье Пикар, управляющий директор региона Россия и Восточная Европа, компании Kerry; Скотт Шерингер, президент EMEA, развивающиеся регионы, Kerry

го нового регионального центра в Москве. Российский центр будет тесно сотрудничать с Глобальным центром технологий и инноваций EMEA в Ирландии, тем самым перенимая все новейшие знания и разработки в индустрии напитков, молочной, мясной, снековой, а также кондитерской и хлебобулочной сферах». **Р**

ООО «Керри»  
143421, Московская область,  
Красногорский район,  
26-й км автодороги  
«Балтия»,  
Бизнес-центр «РигаЛенд»  
Тел./факс: +7 (495) 789-63-95  
www.kerry.com

Крупнейшим источником доходов в Европе были, по данным BfT, прошлогодние продажи антипаразитарных препаратов с долей более 30% от общей выручки. По вакцинам достигнуты 27% от продаж, для фармацевтических специалистов – примерно 26% и по антибиотикам – более 16%. Ассоциация BfT также отметила, что европейская промышленность по производству препаратов для животных, согласно информации IFAN, каждый год инвестирует в исследования и разработки в общей сложности 400 млн евро.

agriacta.com

## Японцы создали яйца с белыми желтками

В Японии начато массовое производство яиц с белыми желтками, которые, по мнению местных поваров, являются секретом выпечки совершенного бисквита.



Желтки-альбиносы имеют тот же вкус и обладают теми же кулинарными свойствами, что и желтые, но предоставляют поварам больше возможностей. Одним из самых дорогих видов выпечки в Японии является «белая губка», которая подается во время традиционной чайной церемонии. Теперь и этому изданию можно придать более изысканный вкус.

Изготовители сладостей и выпечки долго пытались решить старую проблему желтка: им нравятся его вкусовые качества, но темно-желтый цвет не позволяет им испечь то, что они хотят. Если кулинары хотят придать светлый цвет своему изданию, они вынуждены сначала нейтрализовать желтый цвет более сильными красителями.

Компания QR, создавшая яйца с белым желтком, надеется, что главными потребителями ее продукции будут японские и зарубежные кондитерские фирмы. Яйца с белым желтком стоят почти на 40% дороже обычных, но крупные производители шоколада, такие как концерны «Мэйдзи» и «Мориана», уже сделали первые заказы. Это пока единственный случай, когда японские инженеры-пищевики предприняли попытку изменить естественный продукт питания. Как самый крупный японский поставщик яиц на пищевой рынок, компания QR за 90 лет своей деятельности накопила уникальный опыт технологии производства этого продукта. Создание яиц с белым желтком было основано на вековом опыте фермеров Азии по выращиванию цыплят.

Если кормить цыплят и кур только рисом, а не зерном, то большая часть желтых и красных пигментов из

## «Петелинка» – награда за инновации

Охлажденное мясо птицы в пакете для запекания под брендом «Петелинка» стало победителем в Международном конкурсе «Инновационный продукт года – 2014» в номинации «Охлажденные полуфабрикаты из мяса птицы».



Филе птицы «по-деревенски» ТМ «Петелинка» производится из цельного куриного филе в сливочном соусе с добавлением свежей зелени. Продукт представляет собой классическое блюдо домашнего приготовления и является уникальным предложением для потребителей, которые хотят решить проблему нехватки времени, но не готовы отказываться от вкусной натуральной еды.

Продукт не требует распаковки перед приготовлением: вакуумный пакет, выдерживающий высокую тепловую нагрузку, превосходно заменяет собой форму для запекания. С упаковки удаляется этикетка, пакет прокалывается любым острым предметом, помещается в духовку и запекается при температуре 180 °С. Среднее время приготовления блюда – примерно 45 минут.

«Инновационный продукт года» – это крупнейший в мире конкурс, в котором потребители выбирают лучшие товары за инновации и качество. Учрежденный 29 лет назад во Франции, «Инновационный продукт года» проводится в 30 странах с целью показать потребителям лучшие новинки товаров на рынке их страны и наградить производителей за новые разработки в производстве потребительских товаров.

Итогом конкурса предшествовала серьезная работа по поиску и оценке инновационных товаров потребительского спроса. На первом этапе отбор продуктов проводили члены экспертного совета, состоящего из профессионалов потребительского рынка, известных маркетологов, а также топ-менеджеров ве-

дущих СМИ. После чего были проанализированы покупательские предпочтения более 30 тыс. россиян. Товары, получившие большинство голосов в каждой номинации, и стали победителями конкурса.

По сообщению компании

## Лекарства для животных

Европа является вторым в мире после Северной Америки наиболее важным рынком для препаратов для животных.

Это подчеркнула Федеральная ассоциация по охране здоровья животных (BfT), ссылаясь на «Годовой отчет – 2013» от Европейской международной организации по охране здоровья животных (IFAN Европа). В прошлом году в Европе было продано ветеринарных препаратов в общей сложности почти на 4,7 млрд евро, что соответствовало 28% глобальных доходов. На Северную Америку приходилось 42% глобальных доходов, 11% – на Латинскую Америку, на Азию – 12% и на Тихоокеанский регион – 7%.



желтка их яиц исчезает. Введя и ряд других незначительных диетических изменений в рацион кур, ученые получили желток-альбинос, который содержит менее 25% желтого пигмента, или зеаксантина, и меньше 50% капсантина, или красного пигмента.

*ptichki.net*

## Иск по поводу закона о грязных курах

Американская общественная группа надзора за качеством пищи и воды (Food and Water Watch) подала иск в федеральный суд, чтобы остановить реализацию нового закона об инспекции предприятий по производству птицы (NPIS), который получил название «Модернизация системы контроля убоя птицы».

Представители группы заявили, что новые правила исключают ключевые функции системы инспекции безопасности пищевых продуктов в птицеводческих компаниях из-за ограниченного надзора инспекторами Министерства сельского хозяйства США.

«Эти правила существенно снижают всю принципиальность осмотра птицы и прокладывают путь для введения аналогичной системы в других секторах мясной промышленности», — сказала **У. Хонтер, исполнительный директор Food and Water Watch.** — Решение Минсельхоза США о том,

что осуществлять проверку качества и безопасности продукции будут не ветеринарные инспекторы, а сотрудники мясоперерабатывающих предприятий, — инициатива лоббистов мясной промышленности, которые добились этого более десяти лет».



В своем иске Food and Water Watch говорит, что новая система нарушает «Закон об инспекции продукции птицеводства» (PPIA), принятый в 1957 году, который дает МСХ США полномочия для защиты здоровья и благополучия потребителей путем надзора и обеспечения того, чтобы продукты птицеводства были качественными, здоровыми, не фальсифицированными, должным образом маркированы и упакованы. Организация утверждает, что закон NPIS нарушает ряд законодательных требований, в том числе предписания PPIA о том, что федеральные государственные инспекторы, а не персонал мясоперерабатывающих предприятий, несут ответственность за выявления некачественной, небезопасной или фальсифицированной птицеводческой продукции. В иске также говорится, что правила NPIS нарушают требование PPIA о том, что федеральные инспекторы должны контролировать забой и переработку птицы, что делается, чтобы избежать попадания непригодных для потребления человеком

частей тушки птицы в переработанную продукцию.

В своих комментариях Food and Water Watch представила подробные результаты анализа пилотной программы, которая должна была выявить потенциальные риски и преимущества нового закона об инспекции продукции птицеводства. Анализ показал, что персонал мясокомбинатов пропустил в производство более 30% неподходящих продуктов. У 60% проверенной птицы имелись дефекты, такие как наличие перьев, салых желез, трахеи и проч. «Новая система инспекций будет вредить потребителям и сведет на нет столетний опыт эффективного государственного регулирования мясной промышленности», — говорит г-жа Хонтер.

*Meatinfo*

## В США выбирают куриные сэндвичи

Хотя гамбургеры с говядиной до сих пор являются лидерами заказов в ресторанах быстрого питания США, все больше американцев выбирают сэндвичи с панированной куриной грудкой, отмечает в отчете исследовательской компании NPD Group из Чикаго.

За последние четыре года сэндвичи с панированной куриной грудкой стали продаваться примерно на 3% чаще, идя в ногу с растущей категорией

гамбургеров. «Среди факторов, способствующих увеличению заказов таких сэндвичей с точки зрения потребителя, находится восприятие курицы (в панировке и без нее) как лучшего варианта питания, а также введение новых типов панировки, таких как цельнозерновая», — сообщила **Энн Робертс, вице-президент NPD.** Кроме того, помимо роста продаж во всех категориях быстрого питания, куриный сэндвич все больше продается в некоммерческом фуд-сервисе, в частности в школах и больницах.



В прошедшем сезоне (закончившемся в июле) посетители семейных ресторанов заказали 2,4 млрд сэндвичей с панированной куриной грудкой, что на 4% больше, чем в предыдущем. Рестораны быстрого обслуживания отмечают 3%-ный рост заказов, независимые рестораны увеличили подачу этого блюда на 2%, а некоммерческие пункты общепита, такие как больницы, школы и рабочие кафетерии, увеличили продажи панированных сэндвичей за этот период на 5%. Для сравнения: бургеры с говядиной отметили 3%-ный рост заказов в ресторанах быстрого питания, и всего было продано 9 млрд бургеров.

*Пресс-служба USAPEEC*



## Технолог Джон Максфилд ожидает от упаковочной машины большего, чем просто рекламные обещания.

С Multivac он в надёжных руках благодаря:  
130 000 проданным машинам,  
900 лучшим консультантам и инженерам,  
65 дочерним компаниям и  
50-летнему опыту работы по всему миру.





[www.multivacrus.ru](http://www.multivacrus.ru)



**MULTIVAC**  
BETTER PACKAGING



Международная выставка  
«Агропродмаш-2014»

762 компании  
из 36 стран мира

Площадь экспозиции –  
более 22 тыс. кв. метров

Продemonстрировали достижения  
и новинки для 30 отраслей  
пищевой промышленности

Событие: **Международная выставка «Агропродмаш-2014»**

## «Агропродмаш-2014»: у агропромышленного рынка большой потенциал

В Москве с 6 по 10 октября прошла XIX Международная выставка «Агропродмаш-2014». Ее организовал и провел «Экспоцентр» при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, правительства Москвы, под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ.

Участниками экспозиции площадью более 22 тыс. кв. метров стали 762 компании из 36 стран мира. Они продемонстрировали достижения и новинки для 30 отраслей пищевой промышленности.

Смотр «Агропродмаш-2014» привлек к себе особое внимание в связи с острой потребностью в импортозамещении на российском продовольственном рынке. Как наглядно подтвердила экспозиция этого года, продовольственный и агропромышленный рынок России продолжает активно развиваться и остается в высшей степени привлекательным. Понимание того, что санкции – явление временное и, чтобы

не потерять рынок, надо за него бороться, продемонстрировали своим активным участием в «Агропродмаш-2014» всемирно известные иностранные компании пищевой и перерабатывающей индустрии.

Так, большой интерес у специалистов вызвало оборудование для переработки мяса, рыбы и морепродуктов. Его привезли на выставку более 190 компаний – лидеров рынка из 21 страны. В Салоне «Ингредиенты, добавки, специи, оболочки» участвовало около 70 крупных фирм и предприятий. В Салоне холодильного оборудования со своими новинками знакомили предприятия из России, Финляндии, Швеции, Германии, Италии. Дальнейшее развитие получили и другие тематические разделы, многие из которыхполнились новыми участниками.

Деловая программа в этом году была сформирована в соответствии со сложившейся ситуацией в отечественном пище-проме, на внутреннем и мировом продо-

вольственных рынках. Состоялись такие крупные отраслевые события, как Всероссийский форум «Кадры в пищевой промышленности России», IV Международный мясной конгресс, конференция «Птицепром 2.0/14. Индустрия птицеводства и птицепереработки» и другие. Национальный союз мясопереработчиков совместно с Минсельхозом и Минпротторгом провели Всероссийское совещание руководителей мясоперерабатывающих предприятий «Пути преодоления кризисных явлений в отрасли». В дни работы выставки также прошли многочисленные семинары, мастер-классы, презентации, профессиональные конкурсы.

«В нынешних условиях выставка сохранила устойчивую тенденцию к увеличению количества экспонентов, увеличению численности иностранных государств, а это свидетельствует, что в России есть твердая основа для развития отрасли АПК, – отметил в приветственном слове на церемонии открытия «Агропродмаш-2014» вице-президент ТПП РФ Владимир Страшко.

«Достижения российского АПК на мероприятии демонстрируют около 500 отечественных компаний, которые приехали из всех регионов страны, – сообщил заместитель генерального директора ЗАО «Экспоцентр» Михаил Толкачев. – Выставка занимает ведущее место не только в РФ, но и в Европе».

Исполнительная власть уделяет огромное внимание проведению «Агропродмаш», связывая с ней перспективы выпуска в России качественной продукции на качественном оборудовании. В своем обращении к организаторам и участникам министр сельского хозяйства РФ Николай Федоров отметил, что «объединяя на одной площадке производителей оборудования и переработчиков сельхозпродукции, выставка тем самым способствует ускорению внедрения инноваций на агропромышленных предприятиях».

В приветствии заместителя министра промышленности и торговли РФ Андрея Дутова, озвученном на церемонии открытия, говорится, что «проведение мероприятия способствует развитию международных контактов и межотраслевых связей, стимулирует рост конкурентоспособности отечественной промышленности, предоставляет реальную возможность ознакомиться с передовыми разработками и обсудить современные тенденции в развитии производства машин и оборудования для пищевой и перерабатывающей промышленности». ■



# X ЮБИЛЕЙНЫЙ БАЛТИЙСКИЙ ФОРУМ ВЕТЕРИНАРНОЙ МЕДИЦИНЫ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

# 2014



## 18-20 СЕНТЯБРЯ

## ИТОГИ



775

участников



10

секций



114

докладов



3

дня



12

стран







Компания: **ООО «ЦСБ-Систем»**  
127434, г. Москва,  
Пятницкая ул., 73, оф. 8  
Тел.: +7 (495) 641-51-56  
Факс: +7 (495) 953-31-16  
E-mail: info@csb-system.ru  
www.csb.com

## Специалисты мясной отрасли встретились в городе Райнштеттен

Компания CSB-System 17 и 18 сентября вновь провела международный практический семинар для специалистов мясной отрасли. Более 200 участников из 21 страны мира использовали эту платформу для обмена опытом и знаниями.

Кроме информативных теоретических докладов по актуальным в мясной отрасли темам, было предложено посещение мясоперерабатывающего комбината и логистического центра EDEKA Südwest Fleisch GmbH в городе Райнштеттен.

Тематический обзор охватывал различные направления деятельности предприятия, начиная с классификации охлажденной свинины при ее приемке, планирования и управления разделкой, оборудования разделки, до концепции упаковки, планирования производства, регистрации производственных данных, системы анализа эффективности работы оборудования, автоматизации, прослеживания продукции и доставки новых законодательных предписаний для производителей продуктов питания. Доклады были сделаны ведущими специалистами компаний EDEKA Südwest Fleisch, ATP, Itec, Sealpac, CSB-System и CSB-Automation.

### Обеспечение максимальной свежести продукции

Центральное место в тематике семинара было выделено информационным технологиям мясоперерабатывающего комбината и логистического центра EDEKA Südwest Fleisch GmbH.

В 2011 году ряд производственных площадок на Юго-Западе Германии были централизованы в одно новое производство и логистический центр в городе Райнштет-



тен для обеспечения максимальной свежести продукции с гарантированным качеством при оптимальном обеспечении собственных торговых филиалов. Для этого с помощью высокоспециализированного IT-решения была автоматизирована и гибко организована вся цепочка поставок, что позволило повысить производственные мощности на 34%, обработку заказов на 24% и количество поставок на 22%.

**Руководитель предприятия Юрген Зинн** в своем выступлении подчеркнул значение IT для мясоперерабатывающего комбината: «Мы позиционируем себя как поставщика услуг и организатора процессов для торговых филиалов EDEKA. Поэтому эффективное высокопроизводительное IT нам необходимо уже на этапе убоя и разделки. Эффективная внутренняя логистика играет при этом решающую роль». **Эдвин Мانتель, представитель руководства EDEKA Südwest Fleisch GmbH**, в своем докладе детально представил

отдельные процессы: «Важнейшей целью для нас является выполнение требований к свежести продукции. Для того чтобы достичь необходимого быстродействия, мы повсеместно используем CSB-System – от приемки сырья до отгрузки готовой продукции клиентам».

### Посещение предприятия

Во второй день участники семинара посетили мясоперерабатывающий завод, который относится к самым современным и инновационным в Европе предприятиям. Особенными показателями и факторами успеха являются высокий уровень автоматизации и колоссальная производительность логистики. В сочетании с новейшим оборудованием и машинами решение CSB-System оптимизирует цепь процессов и позволяет ежедневно производить до 650 тонн высококачественной мясной продукции для более чем 1150 торговых филиалов EDEKA. ■



Авторы:



**Игорь Демин,**  
генеральный директор  
ООО «ЦСБ-Систем»



**Герман Шальк,**  
директор по продажам  
CSB-System AG

**ООО «ЦСБ-Систем»**  
127434, г. Москва,  
Пятницкая ул., 73, оф. 8  
Тел.: +7 (495) 641-51-56  
Факс: +7 (495) 953-31-16  
E-mail: info@csb-system.ru  
www.csb.com

## Автоматическая идентификация, сортировка и адресация артикулов с использованием CSB-Eyedentifier®



При помощи  
CSB-Eyedentifier®  
вы автоматизи-  
руете иденти-  
фикацию продуктов  
посредством ана-  
лиза фотографиче-  
ских изображений.

На многих контрольных пунктах перед предприятием стоит задача идентификации и дальнейшей адресации артикулов. Это может быть как принимаемое на товарном входе сырье, так и готовая продукция на выходе из производства. На мясоперерабатывающих предприятиях, например, производится визуальный контроль и идентификация артикулов на выходе из участка обвалки.

С использованием CSB-Eyedentifier® вы автоматизируете идентификацию продуктов на своем предприятии. Идентификация с помощью анализа фотографических изображений позволяет эффективно и надежно регистрировать в системе информацию о продукции, в том числе на контрольных пунктах приемки товаров и на выходе из отделов разделки мясного сырья и производства.

Если раньше были необходимы выполняемые вручную действия по идентификации, сортировке и назначению

цели артикулам, то сегодня, благодаря инновационной технологии обработке информации фотографических изображений, эти процессы могут быть полностью автоматизированы. При этом CSB-Eyedentifier® «обучается» распознавать продукты. Это означает, что система регистрирует изображения объектов, идентифицирует характерные признаки и сохраняет их. В последующем она полностью автоматически идентифицирует содержимое ящиков, лотков и коробов, распознает инородные предметы, выполняет сортировку артикулов и назначает дальнейшую цель их перемещения.

Основное преимущество CSB-Eyedentifier® – повышение эффективности процесса и минимизация количества ошибок. Вся важная информация по идентификации надежно документируется центральной системой управления CSB-System с возможностью ее последующего анализа.

### Компактная технология CSB-Eyedentifier® включает в себя:

- корпус из нержавеющей стали V4A с вычислительным блоком и сенсорным экраном;
- промышленную систему фотокамер, опциональное оснащение 3D-камерой;
- специальную единицу гомогенного освещения;
- программное обеспечение для регистрации изображений объектов, идентификации сохраненных в памяти характерных признаков, сортировки продуктов и назначения им цели на перемещение;
- открытые интерфейсы для простой и быстрой интеграции сканеров, весового оборудования, принтеров этикеток, температурных сенсоров или металлодетекторов.

Устройство CSB-Eyedentifier® характеризуется гибкостью своего применения. Оно отвечает высоким требованиям предприятий пищевой промышленности, особенно в условиях производственного окружения. Массивный корпус из V4A-нержавеющей стали и ударопрочный сенсорный экран гарантируют надежную эксплуатацию устройства в производственных условиях с экстремальными температурами и влажностью.

Устройство CSB-Eyedentifier® было специально разработано в соответствии со строгими требованиями гигиенических стандартов и отвечает степени защиты IP69K.

### Основные преимущества использования устройства:

- Надежная и полностью автоматическая идентификация, сортировка и целенаправленное перемещение артикулов.
- Быстрый и надежный анализ всех производственных данных.
- Идеальная интеграция благодаря компактной технологии.
- Возможность работы при высокой скорости движения ленты транспортера.
- Надежное использование в производственном окружении с экстремальными температурами и при высокой влажности.
- Соответствие требованиям гигиенических стандартов, а также степени защиты IP69K.
- Простое обслуживание устройства и высокая гибкость пользовательского интерфейса за счет применения современной технологии сенсорного экрана.
- Оптимизация использования ресурсов благодаря высокой эффективности процессов.
- Минимизация количества ошибок. **Р**





Компания:

**Olmix**

ZA du Haut du Bois,  
56580, Brehan, France  
Tel.: +33 297 38 81 03  
www.olmix.com

# Морские водоросли: эффективность, безопасность, здоровье



*Несмотря на то, что в наши дни приоритет все еще находится на стороне химических веществ, в частности антибиотиков, экстракты водорослей могут влиять на наше здоровье*

**В**ажные элементы, получаемые из морских водорослей, обладают доказанной эффективностью в усовершенствовании продуктивности животноводства благодаря лучшей гигиене, оздоровлению и усвояемости питательных веществ.

Эта тема была поднята во Франции на конференции Breizh Algae Tour 2014. На мероприятии, проводимом французской компанией Olmix в выставочном центре La Cite Nantes, присутствовало более 500 участников из более чем 25 стран.

Olmix занимается разработкой продукции из водорослей для улучшения гигиены животноводства, уничтожения микотоксинов в кормах, стимулирования пищеварительной и иммунной системы животных. За 20 лет компания заняла одно из ведущих мест в мире в области морских биотехнологий и биохимии. По словам **директора компании Эрве Балюсона**, «водоросли обладают исключительным неизведанным потенциалом. Молекулы веществ, получаемых из водорослей, представляют источник инноваций для биотехнологий». Понимание того, что морские водоросли являются возобновляемым источником сырья с нео-

жиданно богатым потенциалом, может внести значительную лепту в пропитание 9 млрд человек к 2050 году.

Уникальные элементы, отсутствующие в наземных растениях, так называемые *ulvans*, обнаруженные в зеленых водорослях рода *Ulva*, обладают эффективностью в оздоровлении и улучшении показателей роста животных. Несмотря на то, что в наши дни приоритет все еще находится на стороне химических веществ, в частности антибиотиков, экстракты водорослей могут влиять на наше здоровье. Другой важный фактор заключается в возможности постоянной утилизации водорослей: они собираются в естественной среде, где растут без нужды в свежей воде, удобрениях и пестицидах.

## Новый подход к здоровью

В ходе обсуждения, получившего название «Водоросли и питание: новый подход к здоровью», специалисты Olmix пригласили пятерых экспертов, готовых высказаться на заявленную тему. **Профессор Эрве Блоттьер, руководитель исследовательского отдела UMR INSERM U913 во французском Нанте**, обратил внима-

ние на важную роль кишечника как экосистемы, которой необходимо правильное питание – ведь, как гласит пословица, «мы – то, что мы едим». «Несомненно, наша модель производства обеспечивает питание сложной экосистемы, какой является кишечник. Как и, скажем, у курицы, число бактерий в нашей системе пищеварения в десять раз превышает число клеток в организме», – сказал он. Его коллега, **профессор Мишель Ненлис**, представил данные новейшего исследования, показавшего, что кишечник является «вторым мозгом» с 200 млн независимых нейронов.

**Профессор Джон Б. Фернес, исследователь физиологии пищеварительной системы из Университета Мельбурна (Австралия)**, заявил, что кишечник представляет собой важнейший орган иммунной системы, ответственный за самую большую область контакта с окружающей средой и обеспечивающий реакции на патологические воздействия, токсины и паразитов.

Как сказал **профессор Бернар Клорег, руководитель биологической станции в Roscoff UP MC (Роскофф, Франция)**, водоросли могут оказывать благотворное влияние на пищеварительную экосистему, воздействовать на микроорганизмы, стимулировать как энтерическую часть вегетативной нервной системы, так и иммунитет. **Мустафа Берри, инженер-исследователь из UMR INRA 1282 во французском Туре**, рассказал о благотворном воздействии на питание и здоровье путем замены искусственных добавок, пестицидов и антибиотиков в сфере переработки продуктов питания натуральными элементами, полученными из водорослей.

## Повышение производительности животноводства

Принимая во внимание значимость эффективного кормления в животноводстве, специалисты Olmix представили новую добавку для животных кормов Mfeed+, основанную на экстрактах морских водорослей и частичках глины. Она выступает в качестве основы для ферментативных реакций, обеспечивая базу для взаимодействия ферментов и частичек корма в кишечнике. Кроме того, она обеспечивает пищеварение свободными ионами металлов, которые необходимы для активации некоторых ферментов и которые зачастую отсутствуют в кормах.

«Благодаря оптимизации эффективности ферментов кишечника MFeed+ способствует более эффективному усвое-

нию корма. Так как для роста используется большее количество питательных веществ, в толстый кишечник попадает меньший объем непереваренного корма, что позволяет обеспечивать баланс кишечной микрофлоры и работу стенок кишечника», – рассказала **Мари Галлисо, технический инспектор Olmix**, в ходе своей речи на секции мастер-классов. Во время мастер-классов участники могли получить практический опыт по применению водорослей в сельском хозяйстве и их воздействию на здоровье животных и человека.

### Водоросли в борьбе с микотоксинами

В ходе этого мастер-класса Olmix показала риски воздействия микотоксинов на животных через угнетение иммунитета, проблемы с пищеварительной системой и органами размножения. Также специалисты компании показали препараты для предотвращения появления микотоксинов на фермерском хозяйстве (Mycotoxin Risk Evaluator), оптимизировали решение по борьбе с микотоксинами (MT.X+ Calculator) и презентовали набор основных фактов о микотоксинах (Mycotoxins Essentials). MT.X+ представляет собой сочетание натуральных адсорбентов на основе глины и экстрактов морских водорослей, разрабатываемых Olmix для контроля риска появления микотоксинов в кормах.

### Водоросли и иммунитет

Наиболее яркий мастер-класс был посвящен воздействию водорослей на им-



**Эрве Блоттьер,**  
руководитель исследовательского  
отдела UMR INSERM U913  
во французском Нанте:

*«Наша модель производства обеспечивает питание сложной экосистемы, каковой является кишечник. Как и, скажем, у курицы, число бактерий в нашей системе пищеварения в десять раз превышает число клеток в нашем организме».*

Вскрытие позволяет работать над коррекцией питания и управлением поголовьем, а также определить превентивные программы, такие как программы по использованию биологически активных добавок на основе экстрактов морских водорослей, специально адаптированных для каждого вида поголовья скота и птицы.



компонентов для фармацевтической, кормовой и пищевой промышленности. Для отказа от антибиотиков в работе с поголовьем и перехода к применению натуральных добавок только что был создан целый проект по научному сотрудничеству Французского института сельскохозяйственных исследований (INRA) и Olmix Group с их опытом по использованию натуральных пищевых добавок на основе водорослей в сельском хозяйстве.

### Водоросли и аквакультуры

Морепродукты год от года становятся все более важным источником белка для человека, и производство аквакультур растет по всему миру, особенно в Азии. И здесь для использования водорослей открываются большие возможности. В ходе мастер-класса прошло исследование за авторством Филиппа Серена, бывшего директора вьетнамской компании Proconco, ведущего производителя кормов для аквакультур.

Одна из наиболее актуальных проблем для аквакультур – источники сырья. В ходе мероприятия много внимания было уделено роли водорослей как стабильного источника белков, заменяющего корма для рыб в питании аквакультур. Также для презентации своей работы по использованию водорослей в качестве нового источника белков для аквакультур был приглашен доктор Како.

Другая проблема производства аквакультур заключается в вопросах здоровья. Доктор Лок Тран, специалист, открывший патогенный микроорганизм, ответственный за синдром ранней смертности, объяснил роль водорослей в борьбе с данным патогеном.

По результатам работы Эрве Балюсон подвел следующий итог: «Конечной целью должно стать достижение успеха в животноводстве без применения антибиотиков – благодаря водорослям». **Р**



Вскрытие позволяет работать над коррекцией питания и управлением поголовьем, а также определить превентивные программы, такие как программы по использованию биологически активных добавок на основе экстрактов морских водорослей, специально адаптированных для каждого вида поголовья скота и птицы.

### Водоросли в качестве пребиотиков

В ходе данного мастер-класса участники смогли познакомиться с возможностью использования морских водорослей для производства биологически активных

мунитет. На нем участникам был представлен шанс лицезреть вскрытие трупов животных при участии ветеринаров и тем самым наглядно понять его эффективность при диагностике проблем со здоровьем свиней и домашней птицы.



# Санитарная обработка кормов – основа безопасности

По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), диарейные заболевания занимают в мире шестое место в списке десяти основных причин смерти животных (3,6%). Возбудители недуга – патогенные бактерии и, в частности, сальмонелла. Развитые экономические страны несут ощутимые убытки от сальмонеллеза. Например, в США потери оценивают в 2 млрд долл., в Канаде – в 500 млн долл.

**В**ысокая частота заражения патогенными бактериями говорит о необходимости тщательно соблюдать гигиенические меры. Зачастую уже в начале производства кормов обнаруживается значительное заражение сырья. Кроме снижения питательной ценности кормов, патогены отрицательно влияют на его здоровье и показатели выращивания.

Компании «Биотек» и «Даавижн» предлагают специальные кормовые добавки на основе органических кислот, позволяющие максимально обезопасить корма и питьевую воду от патогенной микрофлоры. Например, в Европе созданы специальные службы, которые проводят мониторинг ингредиентов кормов для скота на наличие патогенов, и уже с 2003 года установлено, что применение органических кислот – естественное безопасное и эффективное средство для борьбы с сальмонеллой и другими патогенными бактери-

ями на всех стадиях производства сельскохозяйственной продукции.

Антибактериальное действие продуктов для обеззараживания кормов и кормового сырья – результат правильного отбора органических кислот, которые имеют наибольшую антимикробную активность.

По отношению к энтеробактериям, в частности к сальмонелле, различные органические кислоты показывают разную активность. При использовании, например, уксусной и молочной кислот требуется больше времени на обработку корма или увеличение дозировки. Для проверки эффективности воздействия кислот на бактерии был выполнен тест по обеззараживанию кормов при температуре окружающей среды +29 °С. Время, за которое количество сальмонеллы в корме снижалось на 90%, показано в таблице.

Для защиты кормов и кормового сырья, а также для защиты нормальной ки-

шечной микрофлоры у птицы существуют проверенные и эффективные препараты – «Сальмотек» и «Аквасейф», в состав которых входят только самые активные органические кислоты, которые взаимно дополняют действие друг друга в борьбе с патогенной микрофлорой. Опыт доказывает: применение этих препаратов в кормлении птицы улучшает конверсию корма, снижает заболеваемость кишечными инфекциями, полностью предотвращает заражение кормов и кормового сырья сальмонеллой.

«Сальмотек» и «Аквасейф» участвуют в процессах регуляции pH в желудке, предотвращают колонизацию желудочно-кишечного тракта патогенами. Препараты укрепляют иммунитет животных, поддерживают нормальный баланс кишечной микрофлоры, повышают сопротивляемость патогенам, а следовательно, снижают количество вспышек кишечных инфекций.

Уже через несколько часов после применения «Сальмотека» и «Аквасейфа» в слепой кишке у цыплят-бройлеров уменьшается общее количество *Salmonella enteritidis*, а также фиксируется положительное воздействие на продуктивность животных, особенно в критические для системы пищеварения стадии (смена рациона).

В состав препарата, который применяется для обработки воды для поения («Аквасейфа»), добавлены также соединения цинка и меди. Цинк оказывает стимулирующее действие на иммунную систему организма, повышает устойчивость животных к болезням. Медь обладает не только антимикробным эффектом, но и очищает систему подачи воды от биопленки и известкового осадка.

Благодаря использованию «Сальмотека» и «Аквасейфа» улучшаются зоотехнические параметры выращивания птицы и повышается рентабельность производства. **Р**

Таблица. Характеристики фарша из ММО до и после обезжиривания

Кислота, кг/т	Время воздействия, дни			
	2	3	4	5
Муравьиная	12	4	1,5	0,8
Уксусная	–	–	16	12
Пропионовая	–	–	14	8
Молочная	–	–	17	10



## КОМБИКОРМОВЫЕ ЗАВОДЫ “ПОД КЛЮЧ”



ОБОРУДОВАНИЕ



АВТОМАТИЗАЦИЯ



СЕРВИС



**Мы не просто производим оборудование,  
а создаем технологии успешного бизнеса!**







Компания:  
**ТД «Биопром-Центр»**,  
эксклюзивный дистрибьютор  
ОАО «Покровский завод  
биопрепаратов»

105120, Москва,  
3-й Сыромятнический пер., д. 3/9, стр. 1  
Тел.: (495) 739-42-17  
Факс: (495) 739-42-19  
E-mail: info@bioprom-td.ru  
www.bioprom-td.ru  
www.pokrovbio.ru

Автор:  
**Михаил Гирин**,  
кандидат ветеринарных наук,  
руководитель группы  
научных консультантов  
ООО «Торговый дом  
«Биопром-Центр»

# Подбор схемы вакцинации против ньюкаслской болезни

*Вакцинация против ньюкаслской болезни обязательна в России. Однако предметом выбора остается тип вакцины, штамм живой вакцины, способ применения и возраст прививки. В данном исследовании обобщены практические полевые данные по применению вакцин в бройлерных птицеводствах.*

**В** условиях менеджмента площадки по выращиванию бройлеров по принципу «пусто – занято» и в условиях замкнутого цикла сравнивалась эффективность применения живых и инактивированных вакцин в различных сочетаниях и способах применения. Тест-объектами являлись птичники, из которых формировались опытные и контрольные группы. Критерием количественной оценки служили такие клинические показатели благополучия и здоровья птицы, как сохранность, среднесуточный прирост массы, конверсия комбикорма, а также уровень специфических гуморальных антител. Чем больше были полученные значения, тем лучшими защитными свойствами обладала вакцина или метод ее применения. На основе полученных данных рассчитывались средние значения сохранности, среднесуточного привеса, конверсии, индекса эффективности, отклонения от среднего и анализировались с помощью статистических методов.

Результаты полевых опытов свидетельствуют об эффективности прививки в инкубаторе спрей-методом вакцины из штамма B1, выражавшейся в более высоких значениях сохранности и среднесуточного привеса по сравнению с контрольными птичниками. Испытание различных методов ревакцинации на 2–3-й неделе жизни цыпленка показали наибольшую эффективность метода выпойки вакцины в 10-кратной дозировке по сравнению со

спрей-методом и окулярным методом применения, при этом наиболее однородный иммунитет был получен при вакцинации выпойкой и окулярном методе. Наихудшие показатели здоровья птицы и однородности иммунитета получили при спрей-вакцинации. При сравнении эффективности вакцин из штаммов «Бор-74 ВГНКИ» и «Ла-Сота» установлено, что в условиях менеджмента площадки по принципу «пусто – занято» в группе, привитой выпойкой вакциной из штамма «Бор-74 ВГНКИ», показатели благополучия и здоровья птицы лучше, однако средний титр специфических антигеммагглютининов – в среднем меньше на 1 log2. В условиях замкнутого цикла содержания средние показатели сохранности и индекса эффективности после применения вакцин из штаммов «Бор-74 ВГНКИ» и «Ла-Сота» практически не отличались, однако наибольшее отклонение от среднего отмечено в группе, привитой вакциной из штамма «Бор-74 ВГНКИ», что указывает на нестабильность и меньшую воспроизводимость результатов в будущем. В условиях птицеводства с замкнутым циклом выращивания оценивалась эффективность прививки в суточном возрасте инактивированной вакцины против ньюкаслской болезни, при этом в остальном схема вакцинации состояла из прививки в инкубаторе вакцины из штамма B1 спрей-методом и ревакцинация в 15-суточном возрасте выпойкой вакцины из штамма «Ла-Сота». В группе, привитой инактивированной вакциной, ин-

декс эффективности и титр антигеммагглютининов был больше.

Полученные полевые данные коррелируют с лабораторными наблюдениями и исследованиями других авторов. Ввиду значительной величины экспериментального поголовья и повторных опытов собранный статистический материал заслуживает доверия.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- применение живой вакцины из штамма B1 позволяет получить более высокие производственные показатели по сравнению с контрольной группой;
  - в условиях птицеводства с низким давлением полевого вируса (менеджмент площадки по выращиванию бройлеров по принципу «пусто – занято») наилучшие производственные показатели получены после применения живой вакцины из штамма «Бор-74-ВГНКИ» по сравнению с вакциной из штамма «Ла-Сота», что, по-видимому, обусловлено меньшими остаточными патогенными свойствами штамма «Бор-74-ВГНКИ». Применение этой вакцины позволяет избежать поствакцинальных осложнений и проявления других респираторных инфекций (ИБК, пневмовирусной, MG и MS-инфекций);
  - при ревакцинации цыплят на 2–3-й неделе жизни лучшие показатели обеспечивают применение живых вакцин выпойкой, а спрей-метод показал наихудшие результаты видимо в связи с провокацией вторичной вирусной и бактериальной инфекций верхних дыхательных путей.
- В условиях высокого вирусного давления (на площадках с замкнутым циклом выращивания) применение инактивированной вакцины в суточном возрасте позволяет на 28-й день получить существенный протективный титр сывороточных антигеммагглютининов и высокие производственные показатели. **Р**



## БЛАГОПОЛУЧИЕ ВАШЕГО ХОЗЯЙСТВА - НАША ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЗАБОТА!

- **мировые бренды**
- **проверенное качество**
- **доступные цены**
- **консультация специалистов**
- **бесплатная диагностика**
- **оперативная доставка**



### ФИЛИАЛЫ:

«**БИОПРОМ-ЮГ**»: 355555, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Северная, д. 324, корп. А, офис 412, тел.: (8612) 55-78-78/72, e-mail: ug@bioprom-td.ru

«**БИОПРОМ-ВОРОНЕЖ**»: 394029, г. Воронеж, Ленинский проспект, д. 15, офис 329, тел.: (4732) 41-09-32, e-mail: voronezh@bioprom-td.ru

«**БИОПРОМ-ПОВОЛЖЬЕ**»: 432072, г. Ульяновск, 9-й проезд Инженерный, д. 24, тел.: (8422) 26-05-76, e-mail: ulfilial@bioprom-td.ru

«**БИОПРОМ-КАЗАНЬ**»: 420097, г. Казань, ул. Заслонова, д. 44, тел.: (843) 211-90-84, e-mail: kazan@bioprom-td.ru

«**БИОПРОМ-УФА**»: 450059, г. Уфа, ул. Р. Зорге, д. 12/1, офис 206, тел.: (347) 293-02-63, e-mail: ufa@bioprom-td.ru

«**БИОПРОМ-ОМСК**»: 644007, г. Омск, ул. Гусарова, д. 55, лит. А, офис 31, тел.: (381) 21-33-25, e-mail: omsk@bioprom-td.ru

«**БИОПРОМ-КУРСК**»: 305022, г. Курск, ул. 2-я Рабочая, д. 23, тел.: (960) 676-22-49, e-mail: kursk@bioprom-td.ru

«**БИОПРОМ-КАВКАЗ**»: 368024, Республика Дагестан, Хасавюртовский район, тел.: (928) 062-18-20, e-mail: bioprom.kavkaz@mail.ru

### ГОЛОВНОЙ ОФИС:

Россия, 105120, г. Москва, 3-й Сыромятнический пер., д. 3/9, стр. 1, тел.: +7 (495) 739-42-17, факс: +7 (495) 739-42-19, [www.bioprom-td.ru](http://www.bioprom-td.ru), [www.peltarion.ru](http://www.peltarion.ru), [www.kepro.ru](http://www.kepro.ru), e-mail: info@bioprom-td.ru



# Меньше затрат, эффективнее бизнес – принцип аренды

Межотраслевые правила наряду со ст. 212 Трудового кодекса РФ устанавливают для работодателя ряд обязанностей по созданию безопасных условий труда. Так, он обязан обеспечить приобретение и выдачу работникам специальной одежды. За счет собственных средств организация должна обеспечить и соответствующий уход за ней.

Можно тратить существенные средства на покупку, стирку, ремонт и уход за спецодеждой, а можно взять ее в аренду, доверив все это профессионалам. Межотраслевые правила разрешают предприятию передать данные функции на аутсорсинг.

В этом случае производители могут не только получить качественный сервис, но и значительно сэкономить. Так, на Западе от 75 до 90% предприятий пищевой промышленности и животноводства берут спецодежду в аренду.

Организация закупки и обслуживания спецодежды для сотрудников – дорогостоящий и трудозатратный процесс, он не является профильным для предприятия и отвлекает от основного вида деятельности.

«Услуга аренды спецодежды подразумевает, что она находится на балансе организации, предоставляющей эту услугу. Эта же компания берет на себя всю ответственность за обслуживание спецодежды ваших сотрудников: стирка, дозакупка, ремонт, доставка, сбор и утилизация старых комплектов, – поясняет **Николай Кокорев, генеральный директор компании «Рентекс»**, имеющей восьмилетний опыт работы на этом рынке. – Цикл работы представляет собой организацию сбора и выдачи спецодежды, включая сменные комплекты; вывоз использованной одежды; обслуживание, контроль качества и ремонт; доставку чистых комплектов на предприятие. Благодаря этому достигается существенная оптимизация затрат предприятия. Все комплекты отшиваются индивидуально под каждого сотрудника». **Р**



## Комментарий

Проанализировав чаты и комментарии в Сети на тему аренды спецодежды, мы собрали наиболее часто встречающиеся вопросы и попросили ответить на них **Машкову Ольгу, директора по маркетингу и пиару компании Blesk InCare**, специализирующейся в данной области.

**– Какой минимальный штат сотрудников должен быть в компании, чтобы переход на аренду униформы оказался рентабелен?**

– Оптимально, чтобы количество сотрудников, использующих спецодежду, было не менее 30 человек.

**– Как быть в случае текучки кадров? Выкупать комплекты?**

– Если вы заказываете одежду из стандартных коллекций, то наша компания принимает до 35% от общего объема, это прописано в контракте.

**– Вы предоставляете в аренду высококачественные комплекты**

**одежды, стоят они дорого. А если наш сотрудник порвет или испортит ее, мы должны это оплачивать?**

– Суть услуги состоит в том, что компания не только предоставляет униформу и обслуживает ее, но также обеспечивает необходимый ремонт.

**– Зачем переходить на аренду, если проще покупать дешевую спецодежду и чаще ее менять?**

– Предприятие имеет право покупать и списывать спецодежду согласно нормативам, не чаще. Или это возможно, если она пришла в негодность. Все это ложится на плечи бухгалтера. Деньги, которые вы «экономите», покупая дешевую спецодежду, компенсируются оплатой рабочего времени вашего бухгалтера и кладовщика, вынужденных вести учет расхода униформы на каждого сотрудника, а также затраты на регулярную покупку новых дешевых комплектов спецодежды.



## Нобилис Гамборо 228Е

Для победы над болезнью Гамборо  
необходима не грубая сила,  
а сбалансированный подход





# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

доклады международной конференции



Компания:

**ООО «Поли-клип Систем»**  
142116, Московская обл., г. Подольск,  
Железнодорожная ул., д. 9, лит. В  
Тел.: +7 (495) 229-46-70  
Факс: +7 (496) 755-47-20  
194223, г. Санкт-Петербург,  
пр. Тореза, д. 68  
Тел./факс: +7 (812) 448-36-24  
Сервис: +7 (812) 448-36-22

Автор:

**Анна Ростовцева,**  
руководитель направления  
по птицепереработке  
Poly-clip System



## Эффективная упаковка тушек птицы в пакет

Известно, что переработка птицы является в настоящее время динамично развивающимся направлением в пищевой индустрии.

**Г**рамотная и качественная упаковка птицы – целых тушек и частей – дает возможность производителю решать множество важных задач для обеспечения продвижения своего продукта на рынке. Его защита от внешних воздействий, таких как грязь, бактерии, влага, свет, посторонние запахи, обеспечивает сохранение высокого качества на протяжении срока годности. Защита продукта от изменений внутри упаковки сохраняет аромат и вкус, влажность, вес. Презентация производителя (рисунок на упаковке, брендирование), а также продукта (информация о нем на упаковке и этикетке) способствуют продвижению имиджа компании.

Для упаковки птицы Poly-clip System предлагает автоматические установки, полуавтоматы, ручные однокрепочные клипсаторы для пакетов и сеток, этикетировщики.

Для небольшого объема производства используются машины одинарного клипсования серии EZ, предназначенные для работы на металлической клипсе типа S.

В зависимости от модели такие установки могут применяться для упаковки тушек и частей курицы, уток, гусей, индюшек.

Особое место в линейке клипсаторов занимают установки для работы на пластиковой клипсе. Качественный и эстетичный зажим, возможность использования разных цветов клипсы, возможность прохождения упакованного продукта через металлодетектор – все эти факторы обеспечивают для клипсаторов на пластиковой клипсе достойную альтернативу работающим на клипсе металлической.

Основные преимущества однокрепочных клипсаторов серии EZ:

- плотная, герметичная упаковка;
- комплектация ножом обеспечивает аккуратное отрезание остатков пакета при клипсовании;
- продукт помещается в пакет, обжимается и клипсуется одним оператором;
- простота конструкции сокращает количество простоев;
- работает тихо и без перебоев;
- простой и удобный в обслуживании;
- минимальное количество движущихся частей.

Для нанесения дополнительной информации, например даты выпуска, срока годности, номера партии, на все упаковочные машины линии EZ может быть установлен этикетировщик.



При помощи MPL можно достичь скорости укладки продукта в пакеты до 25–30 штук в минуту



Этикетирование в процессе упаковки удобно и эффективно, исключает дополнительные операции. Прочное закрепление ламинированной этикетки под клипсу позволяет:

- оперативно менять и печатать изменяемую текстовую информацию для потребителя;
- обеспечить стойкость к истиранию и механическим повреждениям;
- изготовить этикетки с предварительной печатью, например логотипа компании;
- точно отслеживать партии;
- защитить маркировку – нанесение информации происходит методом тиснения.

Упаковщик Poly-clip MPL в комбинации с одним или двумя клипсаторами серии EZ делают станцию идеальным механизмом для полуавтоматической упаковки в пакеты всех видов птицы. Скорость и бесшумность работы станции являются прекрасным дополнением

ем надежности и простоты управления. При помощи MPL можно достичь скорости укладки продукта в пакеты до 25–30 штук в минуту. Машина MPL работает со стопкой пакетов и с пакетами на ленте, а также предназначена для использования термоусадочных

Для упаковки птицы Poly-clip System предлагает автоматические установки, полуавтоматы, ручные односкрепочные клипсаторы для пакетов и сеток, этикетировщики.

пакетов с возможностью их вакуумирования.

Для открытия пакетов на машинах MPL используется воздух, что обеспечивает экономию времени оператора и, соответственно, ускоряет процесс упаковки по сравнению с работой, например с использованием конуса.

С MPL можно получить различные варианты комбинирования для обеспечения оптимальной логистики упаковочного участка: комплектация с одним или двумя клипсаторами, а также интегрирование в упаковочные линии в комбинации с оснащенными клипсаторами транспортерами для подачи тушек и транспортерами для отвода готового продукта.

Полуавтоматические установки могут быть совмещены со станциями сбрасывания птицы – с возможностью упаковки калиброванного продукта.

Целевое назначение PPS – станции упаковки птицы – обеспечить завершенность технологического цикла упаковки тушек с максимальным уровнем гигиены.

Станция упаковки птицы PPS, оснащаемая установками MPL и клипсаторами, позволяет решить производителю следующие задачи:

- исключить контакт с транспортной тарой оператора, работающего с непакетованным продуктом;
- обеспечить клипсование пакетов с уложенными в них тушками и укладку упакованных тушек в транспортную тару.
- организовать подачу пустой транспортной тары и отвод заполненной, например в холодильные склады для хранения.

Полностью автоматизированный процесс упаковки тушек достигается с помощью установки APL – оператору только необходимо подать ее в загрузочный желоб.

Универсальность и эффективность использования автоматических установок APL заключается в следующих преимуществах:

- обработка влажного и сухого продукта;
- использование металлических и пластиковых клипс;
- использование этикетировщика ES 5000;
- производительность – 18 штук в минуту;
- сенсорная панель управления;
- соответствует всем требованиям гигиены производства;
- может быть встроена в линию по упаковке, дальнейшему взвешиванию и этикетированию.

Для упаковки тушек и частей птицы используются пакеты из разных материалов. Полиэтиленовые пакеты рекомендуются для охлажденного и замороженного продукта и являются более дешевыми по отношению к термоусадочным. Термоусадочные пакеты используются для придания лучшего внешнего вида продукту, что достигается благодаря плотному прилеганию к птице. Они располагаются в рулоне и соединены между собой клеевой лентой в виде «цепочки».

Немного остановимся на расходных материалах.

Клипсы серии S подходят для двухскрепочных и односкрепочных клипсаторов и автоматов. Имеют следующие особенности:

Особое место в линейке клипсаторов занимают установки для работы на пластиковой клипсе.

- одинарные клипсы (S-клипсы) имеются на штангах или бобиных в зависимости от клипсатора;
- подходят для клипсования пакетов, сеток и оболочек;
- четыре стандартных цвета (больше цветов по запросу);
- два типа обжима: W и V;
- для некоторых клипсаторов возможна маркировка продукта кодировкой клипсы.

Клипсаторы серии Plasti-Clip EZ P имеют следующие особенности:

- используются пластиковые клипсы на штангах или бобиных;
- предназначены для пакетов и сеток;
- проходят через металлодетектор;
- герметичная единообразная упаковка;



Целевое назначение PPS – станции упаковки птицы – обеспечить завершенность технологического цикла упаковки тушек с максимальным уровнем гигиены



# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

доклады международной конференции



Компания:

**ООО «Поли-клип Систем»**  
142116, Московская обл., г. Подольск,  
Железнодорожная ул., д. 9, лит. В  
Тел.: +7 (495) 229-46-70  
Факс: +7 (496) 755-47-20  
194223, г. Санкт-Петербург,  
пр. Тореза, д. 68  
Тел./факс: +7 (812) 448-36-24  
Сервис: +7 (812) 448-36-22

Автор:

**Анна Ростовцева,**  
руководитель направления  
по птицепереработке  
Poly-clip System



- стандартный белый цвет (другие цвета по запросу);
- для некоторых клипсаторов возможна кодировка лазером.

Не секрет, что многие предприятия в птицеперерабатывающей отрасли производят продукты глубокой переработки: колбасные изделия, ветчины, копченую продукцию.

В свою очередь, компания Poly-clip System предлагает широкий спектр оборудования для упаковки и клипсования, которое нашло применение в таких отраслях, как мясная индустрия, молочная промышленность, производство мороженого, корма для животных и многих других.

Модельный ряд предлагаемых машин обеспечивает решение всевозможных задач для производителей. Условно программу поставок Poly-clip System можно разделить на следующие группы, в каждой из которых есть установки, позволяющие получать особенные, интересные продукты:


- односкрепочные клипсаторы с ручным или автоматическим управлением;
- автоматы и полуавтоматы двойного клипсования – в данной линейке присутствуют клипсаторы, обеспечивающие герметичность закрепления оболочки и эстетичный вид батона за счет чистых, без остатков продукта, концов батона;
- концепция «два в одном»: автоматы для термосварки и клипсования – герметичность закрепления батона, возможность работать на пленке, а не готовой оболочке, позволяют производителю значительно расширить ас-

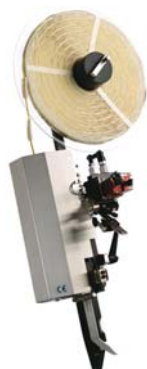
сортимент производимой продукции, выпускать продукты для дальнейшей обработки в автоклаве и, как следствие, имеющие длительный срок годности. Такие машины могут быть интересны для предприятий птицеперерабатывающей отрасли, планирующих организацию или имеющих в своем технологическом цикле производство кормов для животных из

## Этикетирование

в процессе упаковки удобно и эффективно, исключает дополнительные операции.

побочных продуктов основного производства.

Автоматизированные линии. Одной из интереснейших установок в этой группе является машина CBS для закрепления пластиковых колпачков на колбасные батоны. Уникальное решение для текущих и пастообразных продуктов (паштеты, соусы и проч.) – потребителю не нужно теперь срезать клипсу и пачкать руки, остатки продукта не засохнут на краях срезанной оболочки – продукт выдавливается через специальный конус. Идеально и дома, и в дороге. 



Для нанесения дополнительной информации, например даты выпуска, срока годности, номера партии, на все упаковочные машины линии EZ может быть установлен этикетировщик



**Выставка №1 для профессионалов  
животноводства и птицеводства в России**

**3 - 5 февраля 2015 г.**

**Россия, Москва, Выставочный комплекс «ВДНХ»**







Компания:

**«ГЕА Рефрижерейшн РУС»**

105094, г. Москва, ул. Семеновский Вал, д. 6а  
Тел.: (495) 787-20-11, факс: (495) 787-20-12

190031, г. Санкт-Петербург,  
Гороховая ул., д. 53а, пом. 6Н  
Тел./факс: (812) 310-38-49

620028, г. Екатеринбург, ул. Фролова, д. 31, оф. 31  
Тел./факс: (343) 287-37-30

690091, г. Владивосток, Набережная ул., д. 9  
Тел./факс: (4234) 65-02-80

E-mail: moscow.grasso@gea.com  
www.gearef.ru, www.gea.com

Автор:

**Игорь Коротков,**  
инженер по продажам компании  
«ГЕА Рефрижерейшн РУС»

## Современные энергоэффективные холодильные установки

На многих предприятиях пищевой промышленности, в том числе птицеперерабатывающих, сложилась практика оценки коммерческих предложений поставщиков холодильного оборудования по двум основным критериям: соответствие технологическим параметрам предприятия и минимальная стоимость системы хладоснабжения. Зачастую упускается еще один важный критерий – энергетическая эффективность технических решений, заложенных в основу предложенного холодильного оборудования.

▲ Меры, направленные на повышение энергетической эффективности холодильного оборудования, в конечном итоге позволяют снизить себестоимость продукции.

На сегодняшний день в России темпы роста тарифов на электроэнергию опережают рост цен на все продукты питания. Цены на электроэнергию для промышленности в стране уже достигли уровня США и постепенно приближаются к европейским. Доля электроэнергии, потребляемой холодильными установками современных предприятий мясо- и птицепереработки, составляет до 50% от совокупного энергопотребления, и меры, направленные на повышение энергетической эффективности холодильного оборудования в конечном итоге позволяют снизить себестоимость продукции.

Далее хочу рассказать о некоторых технических решениях, повышающих энергетическую эффективность холодильных систем.

### Применение агрегатов с двухступенчатым сжатием

Принцип двухступенчатого сжатия хладагента в низкотемпературных установках известен очень давно, но его применение влечет увеличение стоимости оборудования. Именно по этой причине компании, участвующие в конкурсах на поставку холодильных установок, в которых основным критерием оценки является низкая стоимость, технические решения с двухступенчатым сжатием хладагента не применяют, даже если понимают целесообразность этого выбора. Ниже дан график 1, на котором приведено сравнение показателя COP (холодильного коэффициента) для двухступенчатого и одноступенчатого винтовых компрессорных агрегатов (оба с экономайзерами).

COP это отношение холодопроизводительности компрессорного агрегата к по-

▲ Приняв среднегодовую наработку компрессорных агрегатов 5 тыс. часов и среднюю стоимость 1 кВт электроэнергии 3,5 руб., получим экономию электроэнергии 854 тыс. руб. в год. Как правило затраты, связанные с заменой одноступенчатого винтового компрессорного агрегата на двухступенчатый окупаются за 1,5–2 года.

График 1. Сравнение показателя COP (холодильного коэффициента) для двухступенчатого и одноступенчатого винтовых компрессорных агрегатов (оба с экономайзерами)

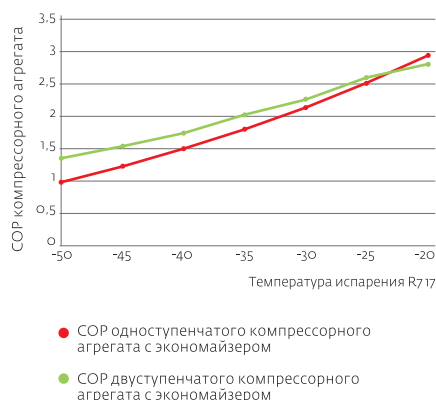


График 2. Сравнение энергопотребления одного винтового компрессорного агрегата и двух параллельно работающих агрегатов, суммарная производительность которых равна производительности первого

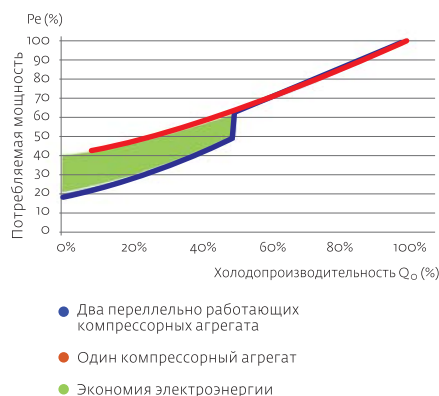
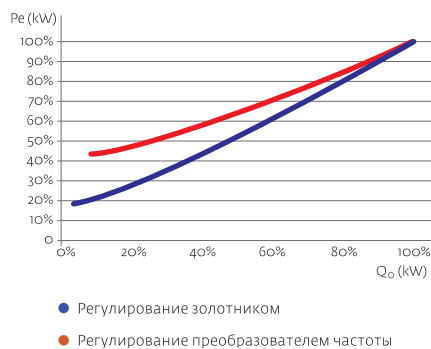


График 3. Показатели энергопотребления компрессора для двух способов регулирования производительности: золотником и преобразователем частоты



требляемой им электрической мощности ( $COP = Q_o/P_e$ ). Из графика видно, что при температуре кипения хладагента  $-40^\circ\text{C}$  одноступенчатый винтовой компрессорный агрегат потребляет электроэнергии на 17% больше чем двухступенчатый, а режим кипения хладагента  $-40^\circ\text{C}$  является самым распространенным в системах заморозки предприятий мясо- и птицепереработки.

В качестве примера приведу следующие цифры: одноступенчатый винтовой компрессорный агрегат с экономайзером холодопроизводительностью 454,5 кВт потребляет 306,9 кВт электроэнергии, а ближайший его двухступенчатый аналог холодопроизводительностью 455,2 кВт – 258,1 кВт.

Приняв среднегодовую наработку компрессорных агрегатов 5 тыс. часов и среднюю стоимость 1 кВт электроэнергии 3,5 руб., получим экономию электроэнергии 854 тыс. руб. в год. Как правило затраты, связанные с заменой одноступенчатого винтового компрессорного агрегата на двухступенчатый, окупаются за 1,5–2 года.

Почему COP двухступенчатого компрессорного агрегата выше, чем у одноступенчатого? Ответ в эффективности винтового компрессора, которая оценивается коэффициентом подачи  $\lambda$ .

На коэффициент подачи влияет множество факторов: конструкция шеевого уплотнения, вязкость масла, растворимость хладагента в масле и т. п., но наибольшее значение имеет степень повышения давления в компрессоре  $\lambda = P_{\text{вс}}/P_{\text{наг}}$ . Другими словами, чем меньше значение  $\lambda$  для компрессора, тем меньше в компрессоре внутренних потерь, связанных с перетечками хладагента.

Для описанного выше режима работы компрессорных агрегатов при температуре кипения хладагента  $-40^\circ\text{C}$  для хладагента аммиак значение  $\lambda = 18,8$  для одноступенчатого компрессорного агрегата, в то время как для каждого компрессора двухступенчатого агрегата  $\lambda = 4,34$ .

Кроме того, компрессоры двухступенчатого агрегата воспринимают меньшие нагрузки от сжимаемого хладагента и благодаря этому имеют больший ресурс.

### Оптимизация работы оборудования при минимальной нагрузке

Чтобы соответствовать критерию выбора «минимальная стоимость предложения» многие поставщики холодильного оборудования выбирают компрессорные агрегаты большей единичной мощности, тем самым уменьшая их общее количество. Это иногда приводит к тому, что большой винтовой компрессорный агрегат длительное время работает с частичной нагрузкой. Осо-



Примеры установленных двухступенчатых компрессорных агрегатов



Примеры установленных компрессорных агрегатов



# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

## доклады международной конференции



Компания:

### «ГЕА Рефрижерейшн РУС»

105094, г. Москва, ул. Семеновский Вал, д. 6а  
Тел.: (495) 787-20-11, факс: (495) 787-20-12

190031, г. Санкт-Петербург,  
Гороховая ул., д. 53а, пом. 6Н  
Тел./факс: (812) 310-38-49

620028, г. Екатеринбург, ул. Фролова, д. 31, оф. 31  
Тел./факс: (343) 287-37-30

690091, г. Владивосток, Набережная ул., д. 9  
Тел./факс: (4234) 65-02-80

E-mail: moscow.grasso@gea.com  
www.gearef.ru, www.gea.com

Автор:

### Игорь Коротков,

инженер по продажам компании  
«ГЕА Рефрижерейшн РУС»

бенность винтовых компрессорных агрегатов в том, что значение коэффициента COP при частичной нагрузке существенно ниже COP при 100%-ой производительности. Это связано с его конструкцией, за счет которой производительность изменяется положением золотника производительности. При снижении объемной производительности компрессора уменьшается и его геометрическая степень сжатия и, как следствие, возникает повышенный расход электроэнергии, связанный с работой компрессора в режиме «недожатия» хладагента.

На графике 2 приведено сравнение энергопотребления одного винтового компрессорного агрегата и двух параллельно работающих агрегатов, суммарная производительность которых равна производительности первого. Из него следует, что при работе холодильной системы с тепловой нагрузкой не менее 50% два параллельно работающих компрессора позволяют существенно снизить потребление электроэнергии. Это происходит за счет полного отключения одного из параллельно работающих компрессоров, а оставшийся компрессор работает в более эффективном режиме.

### Применение преобразователя частоты для регулирования производительности винтового компрессора

Установка преобразователя частоты для регулирования производительности винтового компрессорного агрегата позволяет компенсировать описанную выше неэффективность, связанную со снижением COP при золотниковом регулировании производи-

тельности компрессора. Изменение частоты вращения роторов винтового компрессора позволяет изменять его производительность пропорционально изменению частоты вращения, а золотник при этом находится в положении 100%-ной производительности. То есть в диапазоне регулирования преобразователем частоты компрессор работает в режиме максимальной эффективности.

На графике 3 приведено энергопотребление компрессора для двух способов регулирования производительности: золотником и преобразователем частоты. Из графика видно, что при частичной производительности применение преобразователя частоты для регулирования производительности дает существенное снижение потребления электроэнергии.

В заключение хочется сказать, что технических решений, повышающих энергетическую эффективность холодильных систем, очень много, и перечисленные выше методы снижения потребления электроэнергии не составляют и десятой доли возможных вариантов. Повышать эффективность холодильных систем можно также путем утилизации тепла от холодильных установок, использованием естественного холода в зимнее время или от воды, потребляемой предприятием.

И самое главное, выбирая поставщика холодильного оборудования, всегда следует оценивать энергетическую эффективность предложенного варианта, так как затраты, связанные с модернизацией существующих холодильных систем, всегда превысят расходы на реализацию этих же технических решений во время первичного монтажа. ■

На сегодняшний день в России темпы роста тарифов на электроэнергию опережают рост цен на все продукты питания. Цены на электроэнергию для промышленности в стране уже достигли уровня США и постепенно приближаются к европейским.

Как правило, затраты, связанные с заменой одноступенчатого винтового компрессорного агрегата на двухступенчатый, окупаются за 1,5–2 года.

13-я Международная выставка  
молочной и мясной индустрии

**17–20 марта  
2015 года**

Москва, ВДНХ, павильон 75



**МОЛОЧНАЯ  
И МЯСНАЯ  
ИНДУСТРИЯ**



Оборудование  
и технологии для  
агропромышленного  
производства  
молочной и мясной  
продукции

[www.md-expo.ru](http://www.md-expo.ru)



Тел.: +7 (495) 935-81-40, 935-73-50  
e-mail: [md@ite-expo.ru](mailto:md@ite-expo.ru)  
[www.md-expo.ru](http://www.md-expo.ru)

Одновременно  
с выставкой:







Компания:

**Hartmann Lebensmitteltechnik  
Anlagenbau GmbH**

Sudring 17  
D-31582 Nienburg/Weser  
Amtsgericht Walsrode HRB 31378  
Tel.: +49 5021 / 92269 19, +49 5021 / 92269 21  
Fax: +49 5021 / 92269 50  
E-mail: info@hartmann-la-gmbh.de



Автор:

**Якоб Хартманн,**  
ассистент генерального директора  
компании Hartmann

# Hartmann: стремительный путь к успеху

*Компания Hartmann Lebensmitteltechnik Anlagenbau GmbH была основана 1 мая 2005 года в немецком городе Нинбург (Везер) дипломированным инженером Михаэлем Хартманном.*



Двенадцать сотрудников, работавших прежде в других фирмах, с первого дня существования компании со своим ноу-хау внесли огромный вклад в развитие комплексного пакета предоставляемых заказчику услуг с множеством технических вариантов, разработанных для предприятий пищевой промышленности: от птицеводства и свиноводства до инкубаториев и линий убоя, а также дальнейшей переработки.

Конец 2007 – начало 2008 года ознаменовались выдающимся достижением в истории компании: совместно с одним из ведущих производителей оборудования она разработала и реализовала совершенно новую клетку, известную на рынке под названием Hartmann.

Непрерывный рост производственной деятельности привел к тому, что в России были приняты на работу квалифицированные инженеры, которые непосредственно на месте сопровождают проекты и предоставляют обучающий курс для персонала заказчика, на котором они получают навыки работы с новой техникой.

В конце 2008 года Hartmann открыл еще одну независимую компанию в России – ООО «Хартманн», для того чтобы удовлетворить растущий спрос и гарантировать безупречный сервис по всей территории страны.

Совместно с европейскими производителями – мировыми лидерами в отрасли – фирма Hartmann успешно позиционировала свои проекты в РФ и оснастила современным оборудованием для



Компания Hartmann из Германии, а также ООО «Хартманн» из Москвы в этом году приняли участие в крупнейшей Международной выставке «Агропродмаш» в «Экспоцентре», где представили новый стенд с измененным дизайном

клеточного содержания птицы многие местные предприятия.

Тесное сотрудничество Hartmann с ведущими производителями техники для пищевой индустрии и близость к европейскому рынку и в дальнейшем будет способствовать регулярной модернизации оборудования и совершенствованию сервисного обслуживания, что является чрезвычайно выгодным для конечного потребителя.

### Выставка «Агропродмаш» превзошла все ожидания!

Компания Hartmann из Германии, а также ООО «Хартманн» из Москвы в этом году приняли участие в крупнейшей Международной выставке «Агропродмаш» в «Экспоцентре», где представили новый стенд с измененным дизайном.

Несмотря на текущую неблагоприятную экономическую ситуацию и серьезную девальвацию рубля в 2014 году, мы были настроены оптимистично и ожидали, что эта выставка будет успешной. Мы очень рады, что многие предприятия, с которыми мы работаем не один год, а также потенциальные клиенты нашли нас, чтобы обсудить новые проекты, осмотреть но-

винки продукции или познакомиться с компанией и ее командой.

Уже в первый день работы выставки наблюдался значительный наплыв посетителей, который стал еще больше во второй день, в связи с чем количество гостей на нашем стенде превзошло все ожидания. Мы были очень рады видеть наших партнеров, поставщиков, а также сотрудников из разных регионов России и находили время для общения со всеми желающими, потому что выставка, несмотря на ско-

*Мы очень гордимся тем, что мягкий пол, который мы разработали пять лет назад и продаем с тех пор, очень ценят заказчики. До настоящего времени ни одному из них не понадобилась замена, что является доказательством высокого качества изделий.*

ротечность, является хорошей площадкой, чтобы установить личный контакт и рассказать о себе.

Кроме того, в этом году мы приняли участие в конференции, организованной журналом «Птицепром». **Генеральный директор ООО «Хартманн» Владимир Петров** выступил с докладом о широком спектре деятельности

компании и имел возможность представить всем ее участникам инновации и философию Hartmann.

В этом году дополнительно к системе освещения для клеточного оборудования мы разработали систему освещения для напольного содержания птицы, которая вызвала оживленный интерес посетителей стенда, и уверены, что она получит признание на рынке. Были проведены переговоры на тему строительства новых птицефабрик или расширения существующих предприятий с напольным или клеточным содержанием. Кроме того, мы очень гордимся тем, что мягкий пол, который мы разработали пять лет назад и продаем с тех пор, очень ценят заказчики. До настоящего времени ни одному из них не понадобилась замена, что является доказательством высокого качества изделий.

Цена инкубационного яйца в России постоянно растет. Прошедшая выставка «Агропродмаш» показала, что увеличивается тенденция содержать родительское поголовье бройлеров для производства собственного инкубационного яйца и, соответственно, инвестировать в большие высококачественные инкубатории, которые мы предлагаем совместно с лидером на мировом рынке в этом сегменте – компанией Petersime.

Отмечается тенденция повышения спроса на установку для последующей переработки боенских отходов, поскольку на птицефабриках проводится масштабная модернизация этого оборудования. В нашем портфолио присутствует оборудование ведущего производителя в данной сфере, компании Haarslev, отвечающее требованиям заказчиков и позволяющее произвести конечный

продукт, сохраняя при этом витамины и протеины.

Повышенный спрос, который наблюдается на рынке свинины, и, соответственно, возросший интерес к предлагаемому нами оборудованию в области свиноводства также позволяет с оптимизмом и позитивным настроем смотреть в будущее. **Р**



# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

доклады международной конференции



Компания:

**ООО «Хартманн»**

125040, г. Москва,

1-я ул. Ямского поля, д. 9/13, офис 509

Тел.: +7 (495) 609-68-00, +7 (495) 609-68-58

Факс: +7 (495) 609-68-98

E-mail: v-petrov09@yandex.ru

Автор:

**Владимир Петров,**  
генеральный директор



## Hartmann – синоним инноваций и отличного качества

Компания Hartmann с головным офисом в Нинбурге на севере Германии – одна из ведущих европейских фирм, которая работает на российском рынке более девяти лет, осуществляя поставки современного оборудования для птицеводческих и животноводческих хозяйств.

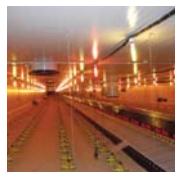
Спектр ее деятельности охватывает полный технологический цикл бройлерного производства: проектирование отдельных птичников и птицеводческих фабрик, технологии выращивания ремонтного молодняка и родительского стада, выращивание птицы в клетках и напольное содержание, инкубаторы и линии убоя, цеха изготовления протеиновых кормов.

На российском рынке компания представляет крупнейшие европейские заводы – изготовители оборудования. За счет большого опыта работы Hartmann гарантирует высокое качество, инновационность и надежность предлагаемого оборудования. Компания также является связующим звеном между заказчиком и производителем.

Нашими поставщиками технологического оборудования являются такие крупные предприятия, как Roxell, Lubing, Reventa, Fienhage Poultry Solutions, Fancom, Petersime, Ziehl-Abegg и другие.

Roxell – бельгийская фирма, которая производит кормораздаточную технику для птицеводства, начиная от кормохранилищ разной вместимости и заканчивая запатентованными системами кормления. Система Vitoo предназначена для ремонтного молодняка, KiXoo – для родительского стада, Boozster – для кормления петухов родительского стада, MINIMAX и HaiKoo – для напольного и клеточного выращивания бройлеров.

Fienhage Poultry-Solutions – это в первую очередь поставщик автоматических гнезд для кур-несушек, а также клеточного оборудования, которое было разработано совместно с нашим отделом по птицеводству. Особенностью этих клеток для выращивания бройлеров является мягкий пол, создающий великолепные гигиенические условия, которые обеспечивают птице определенный комфорт, а также служащий успешным решением таких проблем птицеводства, как болезнь ног и нмины грудной клетки. На выставке «Аг-



Hartmann осуществляет полный технологический цикл бройлерного производства: проектирование отдельных птичников и птицеводческих фабрик, технологии выращивания ремонтного молодняка и родительского стада, выращивание птицы в клетках и напольное содержание, инкубаторы и линии убоя, цеха изготовления протеиновых кормов.



роферма-2012» эта инновационная разработка была награждена призом Best Product of the World.

Компоненты для приточно-вытяжной вентиляции нам поставляет немецкая фирма Reventa. Благодаря широкому ассортименту возможен выбор любого технически и экономически обоснованного варианта вентиляции, необходимого для обеспечения благоприятного микроклимата в птицеводческих помещениях для разных регионов России.

Hartmann также представляет инновационное оборудование бельгийского предприятия Petersime – лидера мирового рынка в инкубаторной технике, и является его официальным и единственным дистрибьютором на российском рынке. Petersime производит инкубаторы нового поколения серии S-line с многочисленными запатентованными инновациями; они были разработаны для минимизации энергопотребления и позволяют получить высокий вывод цыплят при минимальных затратах.

В 2013 году в России было запущено собственное производство высокоэкономичных светодиодных систем освещения для птицеводства Hartmann Led.



▲ «Использование технологии клеточного содержания при откорме бройлеров является одним из основных путей увеличения производственных мощностей. Откорм в многоярусных клеточных батареях позволяет в несколько раз увеличить поголовье по сравнению с напольным содержанием»

На данный момент выпускаются светильники, предназначенные для клеточного и напольного выращивания бройлеров, а также напольного содержания ремонтного молодняка, родительского стада. В зависимости от вида птицы мы предлагаем светильни-

---

Для увеличения рентабельности бройлерного производства сегодня прежде всего необходимо повышение технической и технологической оснащенности российских предприятий, то есть замена оборудования.

---

ки разной мощности, которые обеспечивают локальное и равномерное распределение света внутри клетки. Мы достигаем максимальной освещенности 140–120 лк на линии кормления и 110 лк на линии поения; также существуют зоны с уровнем 40, 60, 70 лк, то есть птица может выбирать комфортную для себя среду, которая необходима ей в процессе развития.

Светодиодные системы позволяют регулировать степень освещения, понижая или повышая ее, и за счет этого имитировать рассвет или закат. Кроме того, они имеют функцию синего света, которая используется для работы со стадом в процессе выращивания, а также играют важную роль при отлове птицы, чтобы обеспечить получение мяса первой категории.

Для того чтобы дать возможность заказчикам не тратить деньги на новую систему освещения, а использовать старую и, кроме того, легко силами своих специалистов заменить лампы накаливания и люминесцентные лампы на светодиодные, компания Hartmann разработала специальные светодиодные светильники.

Мы очень гордимся нашими давними заказчиками, с которыми компания начинала свое развитие, – это птицефабрики «Зеленецкая», «Сосновская», «Рефтинская», «Ситно», «Уралбройлер» и другие. Среди наших сегодняшних клиентов такие крупные предприятия, как птицефабрика «Акашевская» (Республика Марий Эл), «Челны-Бройлер» (Республика Татарстан), «Мираторг» (Брянск), «Ясные зори» (Белгород).

Огромный опыт и тесная продолжительная работа с постоянными постав-

щиками позволяют компании Hartmann разрабатывать и реализовывать индивидуально для каждого клиента оптимальное решение стоящих перед ним задач, регулярно выводить на рынок инновации, способствующие увеличению рентабельности бизнеса заказчиков.

Так, за девять лет мы реализовали проекты по племпредукторам второго порядка, установив оборудование более чем для 25 компаний общей производительностью 788 млн инкубационных яиц в год.

Фирма Hartmann поставила и ввела в эксплуатацию инкубационное оборудование общей производительностью 797 млн яиц в год более чем на 23 предприятиях.

В рамках проектов по напольному и клеточному выращиванию бройлеров, реализуемых более чем в 30 компаниях, было установлено оборудование, рассчитанное на 47,5 млн голов. Укомплектовано 11 цехов по выпуску протейнового продукта суммарной мощностью 66,5 тыс. тонн мясокостной муки в год.

В заключение хочу отметить, что уровень развития отечественного птицеводства дает возможность использовать инновационные технологии на разных уровнях, даже в плане замены ламп накаливания на лампы светодиодного освещения.

Для увеличения рентабельности бройлерного производства сегодня

---

Нашими поставщиками технологического оборудования являются такие крупные предприятия, как Roxell, Lubing, Reventa, Fienhage Poultry Solutions, Fancom, Petersime, Ziehl-Abegg и другие.

---

прежде всего необходимо повышение технической и технологической оснащенности российских предприятий, то есть замена оборудования. Далее – масштабное применение инновационных ресурсосберегающих технологий, например использование светодиодных систем освещения. Третья составляющая – это уменьшение себестоимости производства кормов путем использования высококачественного белкового продукта, а именно – мясокостной муки и масла собственного производства, полученного при переработке боенских отходов. ■



**SCHALLER®** Компания:

**ЗАО «ШАЛЛЕР»**

Россия, 115054, г. Москва,

Павелецкая пл., д. 2, стр. 2

Тел.: +7 (495) 797-63-33

Факс: +7 (495) 797-63-44

E-mail: office.moskau@schalleraustria.com

www.schalleraustria.com

# Модернизация цеха по производству колбас на Боровской птицефабрике

*В конце прошлого года крупнейшая российская птицефабрика «Боровская» обновила цех по переработке мяса птицы. Для его оснащения была привлечена известная австрийская компания Schaller® – ведущий поставщик комплексных решений для мясной промышленности.*



Благодаря высокой автоматизации удалось повысить производительность цеха вдвое, а также существенно облегчить работу сотрудников, занятых на этом этапе

В цех поставлена линия по производству колбасных изделий и деликатесов из мяса птицы, состоящая из колбасного шприца REX и автоматического клипсатора Tipper Tie Technopack. Вакуумный колбасный шприц REX точно порционирует измельченное сырье в искусственную или натуральную оболочку, после чего производится клипсование и выдача продукта. Весь процесс происходит в автоматическом режиме, что существенно упрощает работу операторов и увеличивает производительность цеха. Новая линия позволяет также расширить ассортимент выпускаемой продукции.

За этапами порционирования, набивки и клипсования следует процесс копче-

ния, который производится теперь в новых термокамерах Schaller Thermostar с использованием натуральной буковой щепы. Важнейшими преимуществами этих установок являются минимум потерь благодаря отличной системе контроля влажности, значительное сокращение потребляемой энергии за счет минимальной продолжительности процессов, компактная конструкция, а также легкий уход и очистка, обеспечивающие оптимальную гигиеничность. Кроме того, на каждую коптильную раму подается одинаковое количество воздуха, что обеспечивает равномерный обдув продуктов.

Упаковка продукции производится с помощью двухкамерной упаковочной машины Comet. Эта установка проста

в управлении, имеет компактную конструкцию и характеризуется высокой скоростью работы.

На предприятии также появились новый льдогенератор Nock и установка для заточки куттерных ножей. Модульная конструкция льдогенератора позволяет производить любое необходимое количество льда стабильно высокого качества. Установка отличается низким энергопотреблением, прочной конструкцией и соответствует строгим гигиеническим стандартам.

На данный момент цех оснащен всем необходимым новейшим оборудованием для производства качественной продукции и работает на полную мощность. Благодаря высокой автоматизации удалось повысить производительность цеха вдвое, а также существенно облегчить работу сотрудников, занятых на этом этапе.

В сфере технологии компания Schaller также внесла свою лепту в производство вкусных и высококачественных продуктов Боровской птицефабрики. Специалисты «Шаллер» в сотрудничестве с технологами предприятия разработали рецептуры аппетитных колбас и деликатесов из мяса птицы с использованием смесей специй Schaller Premium. Например, колбаса высшего сорта полукопченая «Охотничья», которая не раз участвовала в конкурсах и закрытых дегустациях и всегда удостоивалась наград и восторженных отзывов. Или копченые перепела, для производства которых используется маринад Schaller Premium, благодаря чему перепела получаются вкуснее, с более нежной консистенцией и привлекательным внешним видом. Новые продукты пришлись по вкусу покупателям, которые с удовольствием приобретают экологически чистые, качественные и вкусные колбасы и деликатесы птицефабрики «Боровская». **Р**



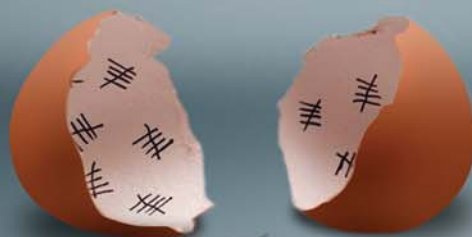
ДОВЕРИЕ, ЗАСЛУЖЕННОЕ ДЕЛОМ!

## ПТИЦА РАСТЕТ – БИЗНЕС ПРОЦВЕТАЕТ!

ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЕ КОМБИКОРМА  
ГОЛДЧИК®, GOLDDOTT®

ПРЕМИКСЫ И КОНЦЕНТРАТЫ ЭКОНОМИКС®

ДЕЗИНФЕКТАНТЫ ДЛЯ ПОМЕЩЕНИЙ И  
ОБОРУДОВАНИЯ DESINTEC®



[WWW.AGRAVIS.RU](http://WWW.AGRAVIS.RU)



# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

доклады международной конференции



Компания:

**ЗАО «Силд Эйр»**

Москва, Смольная ул., 24д, 8-й эт.

Тел.: +7 (495) 795-01-01

Факс: +7 (495) 795-01-00

E-mail: cryovac.cismkt@sealedair.com

www.sealedair-emea.com



Автор:

**Алена Бухтенкова,**

ведущий специалист по развитию бизнеса,  
рынок птицы, Sealed Air Food Care

## Инновационные маркетинговые тренды в упаковке мяса птицы

Российское птицеводство активно развивается. В 2013 году Россия заняла 7-е место в мире по объемам производства мяса бройлера. И уже в первом полугодии 2014-го в стране было выпущено на 8,55% больше продуктов из мяса птицы, чем в аналогичном периоде предыдущего года.

Подобная ситуация складывается не только в России, но и на международной арене. Следует отметить, что введенные ограничительные санкции как нельзя лучше способствовали вливанию государственных денежных средств в развитие сельскохозяйственного сектора, в частности птицеводства. Количество желающих построить и запустить прибыльный птицеводческий комплекс, выпускающий конкурентоспособный продукт, становится все больше. Существенная доля руководителей стремится не экономить, а сокращать затраты, делая производственные процессы эффективными. Именно поэтому мы, эксперты компании «Силд Эйр», ценим, когда птицепереработчики приглашают нас к участию в проекте с самого начала.

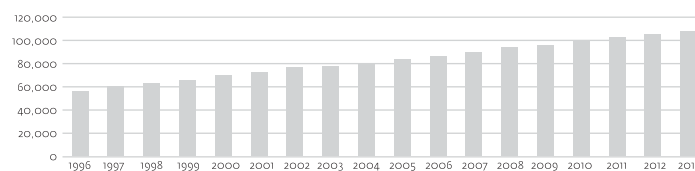
Принцип работы «Силд Эйр» заключается в том, что мы всегда советуем клиентам строить концепцию биз-

неса, исходя из самого продукта. Для этого необходимо ответить на ряд вопросов:

- На какой рынок будет ориентирована выпускаемая продукция – внешний или внутренний?
- Какова география планируемых поставок?
- Какие объемы необходимо производить, чтобы с легкостью находить баланс спроса и предложения?

Мировые тенденции в производстве мяса птицы

Мировое производство, тыс. тонн



Источник: OECD-FAO Agricultural Outlook 2013-2022



Вакуумная упаковка в термоусадочные пакеты. Создана с применением высоких технологий. Позволяет продлить срок хранения продукта (охл. тушка птицы до 7 дней), оставляя его сочным и питательным



- Каковым будет ассортимент выпускаемой продукции?
- На какой сегмент рынка будет ориентирована продукция?

Производители часто ждут от упаковочных систем избавления от всех возможных проблем, забывая золотое правило: сама упаковка не творит чудес, она лишь помогает продукту.

Упаковочное решение сегодняшнего дня это:

- бактериологически чистый и безопасный продукт;
- соблюдение температурных режимов не только на производстве, но и на всей логистической цепочке;
- лишь после этого – правильно подобранная упаковка!

Сегодня основным каналом сбыта мяса птицы и продуктов из него явля-

ются розничные сети, которые задают ключевой тренд развития и продвижения усовершенствованных упаковочных систем. Поскольку на первый план выходит критерий безопасности, сети хотят видеть продукт с максимально увеличенным сроком годности в гер-

Производители часто ждут от упаковочных систем избавления от всех возможных проблем, забывая золотое правило: сама упаковка не творит чудес, она лишь помогает продукту.

метичной, яркой, информационной, удобной для конечного потребителя упаковке.

Тушка и разделка, упакованные в стрейч-пленку и РЕ-пакет, не соответствуют этим требованиям. Тогда как, например, вакуумная упаковка в термоусадочные пакеты позволяет продлить срок хранения охлажденной тушки птицы до 7 дней, оставляя ее сочной и питательной.

Инновационная система CRYOVAC SES®, которую предлагает компания «Силд Эйр», использует термоусадочную тонкую пленку, напоминающую стрейч, и характеризуется возможностью нанесения печати, превосходными оптическими свойствами, герметичной сваркой на готовых лотках с низким профилем.

Еще один продукт нашей линейки – LID – система запайки готовых лотков с защитной атмосферой внутри (MAP), обеспечивающая сроки хранения продукта до 10 дней. Лотки из жесткого или вспененного барьерного материала запечатываются барьерной термоусадочной пленкой с антифоговым покрытием и возможностью нанесения печати.

Darfresh – упаковка в вакуум с эффектом «второй кожи». Она обеспечивает один из максимальных сроков хранения среди вакуумных систем (свежее мясо – до 21 дня, деликатесная нарезка – до 4 месяцев).

Новая система Darfresh® с использованием запатентованной инновационной технологии упаковки на трейслерах – Darfresh® on Tray – значительно расширяет возможности маркетинга и мерчандайзинга. С ее помощью достигается сокращение расхода верхней пленки до 40% и увеличение выхода по сравнению со стандартной скин-

упаковкой также до 40%. Производительность сравнима со стандартными системами MAP (МГС).

CRYOVAC® Freshness Plus® Bag – уникальная разработка, предназначенная специально для мяса птицы, которая представляет собой пакет со встроенным поглотителем запаха. При этом производителям следует учесть, что он не поглощает запах порчи продукта!

Еще одно интересное предложение – VPP – вертикальная система упаковки продуктов с добавлением жидкой фракции. Ее отличительная черта заключается в отсутствии воздуха внутри упаковки за счет запайки пакета по продукту.

Практически каждая система из широкого спектра упаковочных решений компании «Силд Эйр» соответствует требованиям по обеспечению качества и безопасности продукта, продления сроков его хранения, при этом все позиции ассортимента постоянно совершенствуются, благодаря чему среди основного перечня постоянно появляются новинки.

Это относится и к линейке упаковочного оборудования «Силд Эйр». Так, новинкой 2014 года стал адаптированный под анатомические особенности российской птицы автоматический загрузчик целой тушки в пакет – BL120. Интерес к нему со стороны клиентов постоянно растет, что впол-

Существенная доля руководителей стремится не экономить, а сокращать затраты, делая производственные процессы эффективными.

не понятно – ведь мы живем в век автоматизации!

Упаковочные решения «Силд Эйр» можно увидеть на полках магазинов во всем мире, и уже более 20 лет компания работает в России.

Приглашаем всех желающих посетить наш выставочный центр PackForum в Париже, где можно детально ознакомиться с любой из существующих упаковочных систем, опробовать понравившуюся линию и проверить ее в действии, поэкспериментировать с различными дизайнами упаковки и, конечно, пообщаться с ведущими экспертами мирового уровня компании «Силд Эйр». ■



Упаковочные решения «Силд Эйр» представлены на полках магазинов во всем мире и более 20 лет в России





Компания:

**«Хартманн Ферпакунген»**

Bredrene Hartmann A/S

Ørnegaardsvej 18

DK-2820 Gentofte

Denmark

Tel.: +49 6196 932152

E-mail: [viw@hartmann-packaging.com](mailto:viw@hartmann-packaging.com)

[www.hartmann-packaging.com](http://www.hartmann-packaging.com)

Автор:

**Виктор Вальц,**

коммерческий директор

«Хартманн Ферпакунген»

## Яичная упаковка нового поколения

Я уверен, что каждый из вас помнит упаковку, которая появилась на российском рынке 30–40 лет назад, – так называемые «грохотки», представлявшие собой прокладку из формованной бумажной массы, на которую укладывалось 30 яиц. Поставщиком технологии этих «грохоток» была одна-единственная фирма-производитель – Hartmann.

Кроме того, компания построила в Советском Союзе шесть заводов по производству таких упаковок. Два из них расположены на Украине, в Житомире, один – в Беларуси, в Зеленом Бору, остальные до сих пор работают на территории России: это «Готэк» в Железногорске, «Гофрон» в Кашире и Туймазинский картонный комбинат в городе Туймазы. Все три предприятия были запущены в 1970-е годы и везде установлены аналогичные машины для производства «грохоток» на 30 яиц. Именно с этого началась история работы датского концерна Hartmann в России.

Со временем от производства машин и оборудования компания перешла также к выпуску самих прокладок, а затем – упаковок, рассчитанных на 4, 6, 10, 12, 15 и 18 яиц.

В своей деятельности мы никогда не выделяли Россию как отдельный рынок. Россия для нас всегда являлась интегрированным элементом мировой экономики и мирового производства яиц. Иными словами, на-

ши предложения в области оборудования и упаковки ориентированы на все страны, в том числе и Россию.

Продукция сертифицирована для всех европейских рынков. Наши предприятия расположены в Южной и Северной Америке, Канаде, Малайзии. Европейский рынок, в том числе Россию, обеспечивают заводы в Дании, Финляндии, Венгрии.

Объем продаж по российским меркам небольшой и насчитывает 184 млн евро, или примерно 3 млрд упаковок в год. И в 10 раз больше производится на наших станках и оборудовании другими предприятиями. Доля компании на рынке в Европе достаточно высока и составляет 40%. На сегодняшний день мы являемся ведущим производителем упаковок для яйца в мире, у нас представлен самый широкий ассортиментный ряд продукции. В отличие от других игроков, мы не только предлагаем упаковку, но и сопровождаем наших клиентов в ходе продвижения бренда на рынке.



▲ Конструкция упаковок Hartmann и их материал, на 100% состоящий из специально обработанного вторичного бумажного сырья, гарантируют их высокую прочность и гигроскопичность



▲ Среди наших клиентов, активно использующих эту новинку, – птицефабрика «Роскар», крупнейший на Северо-Западе России производитель яйца, а также Окская птицефабрика

Все наши фабрики и заводы, в какой бы стране они ни располагались, считают охрану окружающей среды одной из первостепенных задач. Благодаря единому комплексному подходу нам удастся оптимизировать технологические процессы таким образом, чтобы обеспечить долговременную экологичность производства. Конструкция упаковок Hartmann и их материал, на 100% состоящий из специально обработанного вторичного бумажного сырья, гарантируют их высокую прочность и гигроскопичность.

Когда «грохотки» пришли на российский рынок, они уже были экологически чистым продуктом, производимым или из целлюлозы, на которой работал наш финский завод, или из газетной бумаги. Сегодня мы рабо-

таем на газетной бумаге, производя технологическую очистку этого продукта не химическим способом, а механическим. На современной птицефабрике весь процесс автоматизирован, благодаря чему ни один человек к яйцу не прикасается и, естественно,

Для хранения и транспортировки таких нежных натуральных продуктов, как яйца, требуется соответствующая экологически чистая и надежная упаковка.

Hartmann предлагает богатейший ассортимент упаковок для яиц и славится самыми современными разработками в этой области.

оно доносится до покупателя в своем первозданном виде.

В 1980-е годы наша фирма разработала упаковку, рассчитанную на 6 и 12 яиц – прежде всего для англоязычных стран, и на 10 яиц, которая продавалась в центральной Европе. Следующим этапом развития стало появление упаковки на 4 и 18 яиц, что позволило расширить ассортиментный ряд, представить продукт в разных ценовых категориях.

Богатый опыт работы позволил нам находить решения и для более сложных задач, поэтому сегодня мы предоставляем не только богатейший в мире ассортимент форм, но и самый большой выбор цветов. Разработанный нами специальный способ окончательного прессования позволяет получать особо гладкую поверхность, допускающую 4–6-цветную печать на крышке и 2–4-цветную печать – на передней и задней сторонах упаковки.

Если нужно представить продаваемые сорта яиц так, чтобы сразу привлечь внимание покупателя, рекомендуем остановить выбор на упаковках с этикетками, или, как их еще называют, мини-постерами. Они дают безграничный простор для цветовых решений и обеспечивают оптимальную презентацию продукции.

Около шести лет назад в ответ на требования нового времени мы разработали и представили на рынке инновационный продукт, к созданию которого были привлечены дизайнеры из Великобритании, – упаковку для яиц imagic™, в которой сочетается функ-

циональность и прекрасный внешний вид. Своеобразный дизайн imagic™ знаменует собой разрыв с традицией прямых линий и полностью меняет наши представления о том, как должна выглядеть упаковка для яиц. Плавные очертания и красочная расцветка в десяти разных исполнениях призваны привлечь внимание покупателей. Новые функциональные элементы придают упаковке особую прочность и обеспечивают удобство при обращении с ней для конечных потребителей.

Среди наших клиентов, активно использующих эту новинку, – птицефабрика «Роскар», крупнейший на Северо-Западе России производитель яйца, а также Окская птицефабрика.

Спрос на яйца и различные яйцепродукты по-прежнему растет. Потребитель хочет иметь здоровое питание – яйца, соответствующие принятым стандартам, от кур, содержащихся в естественных условиях и питающихся натуральным кормом. И готов за это платить. С другой стороны, есть и такие покупатели, для которых основную роль играет цена. Наши ноу-хау, опробованные во всем мире, позволяют подобрать соответствующие решения и в том и в другом случае.

Не случайно Hartmann – признанный лидер мирового рынка в области разработки новых видов яичных упаковок. Мы работаем в тесном со-

Доля компании на рынке в Европе достаточно высока и составляет 40%. На сегодняшний день мы являемся ведущим производителем упаковок для яйца в мире, у нас представлен самый широкий ассортиментный ряд продукции. В отличие от других игроков, мы не только предлагаем упаковку, но и сопровождаем наших клиентов в ходе продвижения бренда на рынке.

трудничестве с яичной промышленностью и предприятиями торговли, поэтому хорошо знаем запросы покупателей и специфику российского рынка. Это дает нам возможность своевременно отвечать на требования клиентов и разрабатывать дизайн под их индивидуальные потребности. ■



На современной птицефабрике весь процесс автоматизирован, благодаря чему ни один человек к яйцу не прикасается и, естественно, оно доносится до покупателя в своем первозданном виде





Компания:

**ООО «Очаковский комбинат  
пищевых ингредиентов»**

Тел.: +7 (495) 970-67-35,

8-800-250-36-63

[www.okpi.ru](http://www.okpi.ru)

E-mail: [sales@okpi.ru](mailto:sales@okpi.ru)

Автор:

**Александр Савков,**

генеральный директор  
Очаковского комбината  
пищевых ингредиентов

## Увеличение выхода готового продукта за счет комплексных пищевых добавок

Очаковский комбинат пищевых ингредиентов на протяжении многих лет занимается производством добавок, в том числе предназначенных для инъектирования и массажирования мяса птицы.

Согласно данным Росстата, в середине августа произошел скачек цен на достаточно большой список продуктов, также выросли проценты по кредитам, стоимость кормов – пищевые добавки лизин- и холинхлорид подорожали более чем на 15%, увеличение цен на топливо превысило 6%. В сложившихся условиях есть только один путь сохранения прибыльности бизнеса и позиций компании на рынке – повышать рентабельность. Возможностей для этого несколько: развитие более глубокой переработки мяса птицы, выпуск замороженной продукции, где можно получить высокий выход готового изделия, чтобы поддержать низкие цены, с одной стороны, и получить высокую прибыль – с другой. Поясню, что имеется в виду. У России есть амбиции относительно экспорта наших товаров за границу. Поскольку возможности поставок на дальние расстояния «охлажденки» достаточно ограничены,

экспорт замороженной продукции становится перспективным направлением.

На протяжении четырех лет Очаковский комбинат пищевых ингредиентов предлагает рассолы для инъектирования и массажирования мяса курицы. Тенденцией последних нескольких месяцев стали многочисленные просьбы со стороны заказчиков об увеличении процента выхода готового продукта. Раньше птицефабрикам было достаточно 10–15% для того, чтобы поддержать рентабельность. Сейчас требуемые показатели колеблются в пределах 40–100 % от массы.

Выполнение подобных заявок требует серьезного научного подхода к разработке комплексных пищевых добавок. Адаптивный научно-практический подход позволил нам создать серию рассолов под названием SALADICA Leggero, а именно – рассольные системы серии БП-04, БП-06 и БП-07, которые позволяют поддержать выход готового продукта на уровне 100%

«Первой на серию инновационных рассолов, увеличивающих выход продукта, обратила внимание компания Tyson, проявившая значительно больший интерес к нашей разработке, чем отечественные переработчики мяса, часть которых все еще мыслит устаревшими категориями, решая проблемы добавлением цитратов или фосфатов».

Тенденцией последних нескольких месяцев стали многочисленные просьбы со стороны заказчиков об увеличении процента выхода готового продукта.

от массы. Рассолы являются инновационной разработкой и основаны на принципе неньютоновских жидкостей.

В некоторых продуктах реализованы достаточно необычные технологии, в которых далеко продвинулись американцы, – используются неньютоновские жидкости, не попадающие под описания ньютоновских процессов. Самый яркий пример – кетчуп. При выдавливании он является жидкостью сверхтекучей, однако, как только кетчуп попадает на хлеб, мясо и пр., то представляет собой плотный густой гель, сохраняющий форму. Наверняка никто не задавался вопросом, как это сделано. А в действительности американцы в течение 50 лет работали над тем, как можно с помощью совершенно простых пищевых добавок достичь подобных свойств.

Второй пример – высокоамилазная крахмальная патока, которая производится как в России, так и по всему миру. Она также относится к продуктам с высоким содержанием густых веществ, составляющим 60%. При этом патока является сверхтекучей, ее можно высушить и превратить уже в так называемый сухой сироп.

В своей разработке мы опирались на феноменологический подход. Феноменология в нашем случае была более абстрактной и многошаговой, чем эксперимент, при этом больше привязана к эксперименту, нежели к теории. Первым на этот подход нас натолкнул физический факультет МГУ, поскольку фундаментальная физика на данный момент – одна из основ создания наших рассолов. Стоявшая перед нами задача заключалась в том, чтобы изучить и применить на практике теорию механизмов вязкоэластичных деформаций неньютоновских жидкостей и использовать практические исследования одной из пищевых лабораторий Американского физического общества.

За основу так же, как и американцы, мы взяли эмпирическую формулу Оствальда де Вале, поскольку она является простым аналогом более сложного теоретического соотношения. Вязкость жидко-

сти уменьшается с увеличением напряжения сдвига, то есть когда коэффициент псевдопластика меньше единицы и при медленных движениях вязкость велика. При увеличении динамики отмечается линейное убывание. Поясню, что это значит на практике. Когда на жид-

---

Поскольку динамическая вязкость – это сверхтекучесть, а статическая вязкость – это плотность, теперь задача заключается в том, чтобы увеличить диапазон между сверхтекучестью и так называемой сверхгустотой. Чем больше этот разрыв, тем эффективнее будет инъектирование мяса и выгоднее – производство полуфабрикатов из птицы.

---

кость воздействуют путем какого-либо давления, она становится сверхтекучей. Как только воздействие прекращается – жидкость становится сверхгустой. Что это дает? При инъектировании курицы – натуральных полуфабрикатов из мяса – в ней можно разместить максимальное количество влаги. После того как вы перестаете производить давление и когда влага уже внутри, она становится сверхгустой и не выходит из продукта ни при транспортировке, ни при дальнейшей заморозке.

Практическую часть формулы Оствальда де Вале с применением в пищевой промышленности подробно проработала и опубликовала одна из лабораторий США. В частности, она провела серию практических экспериментов по тестированию пищевых ингредиентов, придающих жидкости свойства сверхтекучести. В таком качестве выступают соединения солей натрия: хлорид натрия (пищевая соль) и гидрокарбонат натрия (пищевая сода). Здесь особенно важно абсолютно четко и дозированно применять данные ингредиенты. К сожалению, в России многие действуют по принципу «соль – она и есть соль, насыпать ковшом – и будет то, что надо». Мы – сторонники точного научного подхода, который вплоть до грамма рассчитывает применение соли в рассолах для мяса.

Также американская лаборатория провела серию экспериментов с группой гидрофильных полимеров – так называемых полусахаридов, полученных из природного сырья, способных в низкой concentra-

ции образовывать стабильные гели, по сути – гидроколлоиды. Их разделили на две группы: первая отвечала за динамическую, вторая – за статическую вязкость продукта, то есть за сохранение ее плотности при отсутствии воздействия давлением. В ходе своих исследований мы прошли весь путь американских ученых за полтора года. Итогом явился стабильный баланс солей и двух групп гидроколлоидов, на основе которых мы создали три вида рассолов для инъектирования мяса – под разные группы оборудования, чаще всего установленные на российских предприятиях.

В настоящее время мы ведем исследования в области расширения границ диапазона вязкоэластичных характеристик рассола. Поскольку динамическая вязкость – это сверхтекучесть, а статическая вязкость – это плотность, теперь задача заключается в том, чтобы увеличить диапазон между сверхтекучестью и так называемой сверхгустотой. Чем больше этот разрыв, тем эффективнее будет инъектирование мяса и выгоднее – производство полуфабрикатов из птицы.

Пока рассмотрена лишь часть процесса создания высокотехнологичного продукта – рассола для инъектирования натуральных полуфабрикатов, – потому что за основу мы брали только физику жидкостей. Но разработки в этом направлении имеют огромный потенциал, который мы собираемся реализовать в будущем. В частности, планируется приступить

---

Рассолы являются инновационной разработкой и основаны на принципе неньютоновских жидкостей.

---

к исследованиям в области химических связей, которые образуются в рассоле для мяса: изучить взаимодействие, обуславливающее устойчивость молекул, а также прочность разрыва химического взаимодействия двух основных групп пищевых ингредиентов (гидроколлоидов и солей). Это позволит создать более интересный рассол, обеспечивающий серьезные преимущества использования предприятиями пищевой промышленности.

На сегодняшний день в птицепереработке и глубокой заморозке мяса наша новая серия рассолов является самым передовым решением, открывающим максимальные возможности по увеличению выхода готового продукта и обеспечивающим рост прибыли. ■

▲  
При инъектировании курицы в ней можно разместить максимальное количество влаги. После того как вы перестаете производить давление и когда влага уже внутри, она становится сверхгустой и не выходит из продукта ни при транспортировке, ни при дальнейшей заморозке.



Компания:

**«Ринкон менеджмент»**

Тел.: +7 (499) 403-12-03

E-mail: info@rincon-m.ru

www.agro-consulting.ru



Автор:

**Константин Корнеев,**  
исполнительный директор  
компании «Ринкон менеджмент»

## Конфликт между поставщиком и закупщиком сети: причины и способы решения

График 1.  
Динамика цен  
на тушку ЦБ  
в различных  
каналах  
реализации, руб.

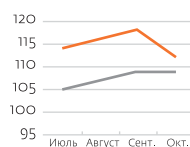


График 2.  
Количество  
изменений цен  
в сетях со стороны  
поставщиков  
с начала 2014 года



Для того чтобы начать работать с торговой сетью, необходимо понять, как она выбирает себе поставщиков. Существует стереотип, что сеть предпочитает видеть на своих полках самую дешевую и низкокачественную продукцию, однако на самом деле она делает выбор, опираясь на целый комплекс параметров.

**В** них входит ассортимент, качество продукции, уровень сервиса (подразумевает под собой процент выполнения заявок по полноте и точности их поступления, и должен быть не менее 95%). Кроме того, важна ценовая политика и качество менеджмента.

Качество менеджмента в данном случае выражается в том, как компания взаимодействует с ритейлером. Бывают ситуации, когда менеджер приезжает на переговоры с торговой сетью, а закупщик знает о его продукции больше, чем он сам. Еще один фактор – маркетинговая активность: о ней часто забывают, считая, что кура – это социальный продукт, поэтому, если сделать этикетку и назвать ее очередным «куриным» на-

званием, она будет продаваться. О том, что существует трейд-маркетинг, что можно регулировать «проходимость» с полки, забывает около 70% компаний.

Теперь о причинах возникновения конфликтов. Какие цели и задачи есть у продавца и какие – у сети? Для продавца, который работает в каком-нибудь агрохолдинге, важно выполнить плановые показатели продаж по объему, средней цене, ожидаемой доходности. Поставлять желательно в «анатомическом» ассортименте, постараться включить в единый контракт весь ассортимент (тушку, части, полуфабрикаты, паштеты, колбасы, рулеты). Желательно не тратить ни копейки на маркетинг. Отсюда вытекает разница в подходах к ценообразованию у сети

▲ «На фоне «унификации» основных параметров продукции (свежесть, безопасность) у разных поставщиков смещение потребительского выбора идет в сторону инновационности и «новизны» товара».

и производителя. Последнему очень хочется унифицировать процесс изменения цен для сетей с оптом и сегментом B2B.

Закупщик должен выполнить свои показатели по эффективности, обеспечить присутствие товара на полке, получить весь комплекс услуг по поставке птицы по минимальной цене, принимать изменения цен исходя не из рыночной ситуации, а из собственной оценки, получать только необходимый ассортимент, без учета «анатомии» птицы. Он хочет унифицировать требования к «большим» и «маленьким» поставщикам и, конечно, получить от них маркетинговую поддержку.

На графике 1 представлена динамика цен на тушку в различных каналах реализации и количество изменений цен в сетях со стороны поставщиков с начала 2014 года. Посмотрим на среднее количество таких инициатив. В обычном порядке сети получили бы до октября по мясу птицы примерно 8 уведомлений о необходимости корректировки цены, однако в этом году представители торговли получили порядка 14 уведомлений. В соответствии с типовыми договорами, заключаемыми между поставщиком и сетью, столько повышений производить нельзя. Но, учитывая рост рынка и необходимость наполнения торговых полок продуктами, последние вынуждены на это соглашаться.

В настоящий момент напряжение между поставщиками мяса птицы и сетями усиливается, поскольку во время кризиса для поставщика оптовый канал продаж выгоднее сетевого, изменение цен в сетях проходят медленнее, чем меняется цена на рынке, а продвижение продукции фактически не нужно в связи с образовавшимся дефицитом. В результате поставщики пытаются диктовать свои условия сетям, пересмотр цен происходит чаще, чем нужно, наблюдается падение уровня сервиса.

В этих обстоятельствах общими ошибками являются: принятие решения без учета ситуации с другими видами мяса или исходя из краткосрочной перспективы, взаимное неприятие условий, приводящих к срыву поставок.

Для решения или хотя бы минимизации конфликта необходим правильный выбор сетевых клиентов. Региональные торговые сети, такие как «Солнечный круг» или «Артемиды-Дон» в Ростове-на-Дону, являются более выгодными партнерами для небольших поставщиков, чем, например, Х5 или «Магнит», от которых они непременно получат претензии.

Важно также иметь четкую переговорную позицию с сетями. Следующий мо-

мент – выбор оптимальной географии: целесообразно работать там, где продукция однозначно выдерживает сроки годности, в противном случае вам грозят претензии по качеству. Конечно, необходимо иметь программу поддержки продаж, причем не в виде серии

---

Для продавца, который работает в каком-нибудь агрохолдинге, важно выполнить плановые показатели продаж по объему, средней цене, ожидаемой доходности.

---

рекламных телевизионных роликов или отдельных акций, а в виде комплексного решения. Производитель непременно потеряет полку, если он не сформировал программу мероприятий по стимулированию спроса.

Особое внимание хочу обратить на сбалансированный марочный портфель и наличие категорийного менеджмента. Есть немало компаний, которые выпускают различные виды продукции: охлажденную, замороженную, халяльную, изделия для жарки. Выработывая принципы их продвижения, нужно помнить, что это разные категории товаров, они по-разному оцениваются каналами продаж и потребителями. И ставя единые задачи для разных категорий, поставщики теряют деньги.

Сегодня для большинства покупателей ключевым фактором является безопасность продукции, особенно охлажденной. При этом неважно, реальные это знания или «придуманные». Поэтому он всегда обращает внимание на дату производства, качество упаковки и ее целостность, маркировку. Затем идет такой критерий, как свежесть, следом – узнаваемость бренда, привлекательная цена, дизайн, новизна продукта.

Вопрос конкуренции переходит в плоскость маркетинга и вариативности продукта. Сейчас, с учетом дефицита, с одной стороны, и роста конкуренции – с другой, дорогая свинина «потащила» за собой птицу. Если же свинина вдруг резко подешевеет, то птица вернется на полку, но уже в гораздо большем объеме. Поэтому чем лучше у компании сформирован марочный портфель, то есть продукция разведена по категориям и торговым маркам, тем больше у нее возможностей для ценового, логистического и торгового маневра. То есть в случае падения цен она

может снижать их не на весь объем продукции, а только на какую-то часть, скажем, на заморозку или отдельную дешевую марку «охлажденки», не меняя при этом позиционирования всего остального ассортимента.

Сегодня на рынке есть три наиболее перспективные продуктовые ниши, на которые производителю следует обратить внимание, – их освоение позволит расширить «полочное присутствие» и повысить интерес к своему ассортименту:

#### • «Фермерская» продукция

Согласно исследованиям, для российского потребителя ближе и понятнее именно термин «фермерский продукт», нежели зарубежные Organic, BIO и т. д. Ниша практически свободна и демонстрирует уверенный рост.

#### • Продукция для детей

Несмотря на кризис, сегмент продуктов для детей растет быстрее остальных категорий. Особенно актуален этот тренд для производителей, у которых есть глубокая переработка – колбасы, ветчины, паштеты. Объемы продаж в категории детской продукции падают в самую последнюю очередь.

#### • Многофункциональные продукты

Потребители привыкают, что товары становятся многофункциональными, и ждут этого от продуктов питания, в том числе от упаковки.

Если раньше сети обращали внимание на максимально открытый продукт с ука-

---

Сегодня на рынке есть три наиболее перспективные продуктовые ниши: «фермерская» продукция, продукция для детей, многофункциональные продукты.

---

занием торговой марки и всех требований согласно ГОСТу, то теперь – на маркетинг и инновации. Сейчас, когда лидеры рынка, такие как «Черкизово» или «Приосколье», начали работать со своим продуктом и улучшать его внешний вид, за ними стали подтягиваться и другие производители.

Подобные тенденции ставят вопрос о готовности компании к инвестициям в изменение и увеличение ассортимента, что, в свою очередь, позволит расширить присутствие в торговой сети: чем разнообразнее представленная продукция, тем сложнее такого поставщика заменить. ■





Компания:

**RCB&B**

107031, г. Москва,  
Столешников пер., д. 7, стр. 3  
[www.rcbb.ru](http://www.rcbb.ru)  
[www.relandgroup.com](http://www.relandgroup.com)



Автор:

**Николас Коро,**  
главный куратор исследовательского  
центра брендменеджмента  
и брендтехнологий  
«Реланд групп» (RCB&B),  
член Совета гильдии маркетологов,  
председатель Комитета  
по международным делам СОМАР,  
член-корреспондент Академии  
имиджологии России

## Брендинговые тренды и их реализация: пять секретов нейромаркетинга

▲  
Нейромаркетинг – высокоточное аппаратное тестирование человеческих неосознанных реакций на статический или моторический визуальный объект или несколько объектов.

▲  
Нейробрендинг – это создание бренда на основе неосознанных потребительских восприятий составных частей брендируемого товарного объекта.

Абсолютное большинство торговых марок «птицепрома» в России на сегодняшний день имеет базовую визуализацию, подвергавшуюся рестайлингу, но не ребрендингу, и потому несет в себе элементы эмоциональной потребительской усталости, в то время как потребности покупателей адресуют их к новому стилистическому видению в соответствии с изменившимися трендами современных домохозяек и работающих женщин.

«Утопленниками трендов» являются такие понятия, как «дешево», «дорого», «народненько», «гламурненько». Наиболее популярные позиционные бренды на «птичьих полках» направлены на классовый антагонизм через визуальное восприятие с единственной точкой перемирия, которой стала «поляна экологичности».

Открою секрет 1: покупатель платит за товар, а переплачивает осознанно за удовольствие!

Нейромаркетинг – высокоточное аппаратное тестирование человеческих

неосознанных реакций на статический или моторический визуальный объект или несколько объектов.

Соответственно, нейробрендинг – это создание бренда на основе неосознанных потребительских восприятий составных частей брендируемого товарного объекта.

В то же время семиотические признаки графем, влияющие на потребительский выбор, остались неизменными. Однако изменились возрастные и доходные аспекты принадлежности к целевой аудитории «свежеупакованной» птицы и продуктов переработки (например, наггетсов), что

▲  
Цвет называют музыкой глаз, и в этом есть своя доля истины. Как и музыка, имеющая свои законы гармонии из семи нот, тембральности, октав, цвет имеет свои непреложные законы. И эти законы лежат не в плоскости метафор, а в плоскости сугубо физиологической.

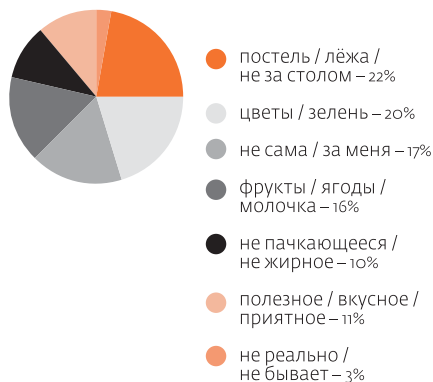
### Визуально-цветовая ассоциативность?

Женщинам-респондентам (мидл) было предложено ответить на простой вопрос: когда вы употребляете наггетсы (ситуация приема пищи / время суток)?



### Идеальный завтрак

Мы попросили женщин-респондентов (мидл) дать спонтанное ситуативное описание идеального завтрака, который создаст позитивное настроение.



### Причина потребления наггетсов

Женщины (мидл) с достаточно очевидной предсказуемостью ответили на прямой потребительский вопрос.



должно лечь в основу дизайнерского ребрендинга лицевой комбинаторики упаковки.

**Секрет 2: покупатель платит за то, что воспринимает первично!**

«Утопленниками трендов» являются такие понятия, как «дешево», «дорого», «народненько», «гламурненько».

Цвет называют музыкой глаз, и в этом есть своя доля истины. Как и музыка, имеющая свои законы гармонии из семи нот, тембральности, октав, цвет имеет свои непреложные законы. И эти законы лежат не в плоскости метафор, а в плоскости сугубо физиологической.

**Секрет 3: цвет в бизнесе, это – деньги и прибыли! Надо не просто помнить об этом, но и использовать!**

Визуально-цветовая ассоциативность? Где она на полках?..

Мы предложили женщинам-респондентам (мидл) ответить на простой вопрос: когда вы употребляете наггетсы (ситуация приема пищи / время суток)? Результаты опроса показали, что 39% предпочитают их на ужин, 21% – в полдник или в качестве вечернего перекуса, 18% – на завтрак, для 16% наггетсы, скорее, подходят для перекуса или ланча, а для 6% – это ночная еда.

Также мы попросили женщин дать спонтанное ситуативное описание идеального завтрака, который создаст позитивное настроение. Наибольшее число респонденток, а именно 22%, выбрали ответ «постель / лёжа / не за столом», для 20% главным элементом оказались цветы/зелень, 17% назвали идеальным завтрак, приготовленный кем-то другим, 16% определяющей составной его частью считают фрукты, ягоды или молочные изделия, 10% предпочтут что-то не пачкающееся / не жирное, 11% – полезное / вкусное / приятное. И 3% сказали, что идеального завтрака не существует.

На прямой вопрос о причине потребления наггетсов женщины ответили с достаточно очевидной предсказуемостью: польза – 31%, лег-

Абсолютное большинство ТМ «птицепрома» в РФ, на сегодняшний день, имеет базовую визуализацию, подвергавшуюся рестайлингу, но не ребрендингу, и потому несет в себе элементы эмоциональной потребительской усталости, в то время как потребности покупателей адресуют их к новому стилистическому видению в соответствии с изменившимися трендами современных домохозяек и работающих покупательниц.

кость – 26%, вкусно – 21%, просто – 17%, затрудняюсь ответить – 4%. Где здесь место для «дорого-бедно»?!

**Секрет 4: скорость имеет значение!**  
Попытка наивной персонализации «убиенного продукта» вкупе с цветовыми и семиотическими ошибками ведет к тому, что у покупателя наступает психологическая слепота по отношению к товарно-марочному капиталу – бренду. Важны ли при этом какие-то 0,6 секунды, за которые потребитель спонтанно оценивает товар и принимает решение о выборе той или иной торговой марки к исходу 6-й секунды, не отдавая себе при этом рационального отчета?

Бренд обязан легко идентифицироваться по любой из своих составляющих и фрагментарных частей (звук рефрена, лого, цвет, слоган и т. д.) в голове потребителя в целостный образ!

Бренд обязан легко идентифицироваться по любой из своих составляющих и фрагментарных частей (звук рефрена, лого, цвет, слоган и т. д.) в голове потребителя в целостный образ!

Итак, секрет 5: бренд – это регулярно выполняемое обещание, основанное на ожиданиях потребителей, которое отличается от торговой марки тем, что отвечает на два вопроса: достоин ли этот продукт меня? поднимется ли от приобщения к нему мой социальный статус в собственных глазах и глазах окружающих? ■





Автор:

**Илья Балахнин,**  
генеральный директор  
и управляющий партнер  
агентства Paper Planes



## Социальные медиа: особенности продвижения

Я отношусь к категории людей, которые уверены: социальные медиа представляют собой то, что называется the must, — некий обязательный канал, без которого в современном мире достаточно сложно правильно выстраивать коммуникацию.

▲ В соцсетях каждый присоединившийся к площадкам вашего бренда — это человек, которого вы знаете «в лицо»: семейный портрет, привычки, предпочтения в выборе мест питания и совершения покупок и т. д. Опираясь на эти данные, можно подстраивать под него всю стратегию коммуникации.

**П**о опыту мне известно, что люди, приходящие слушать выступления специалистов в данной области, имеют два стереотипа. Первый заключается в том, что социальные медиа не очень эффективны на рынке B2B. Второй гласит, что социальные медиа — это инструмент коммуникаций, только с очень молодой аудиторией.

Начнем с развенчания последнего. Согласно данным крупнейшей маркетинговой компании TNS Media, жители России в возрасте от 16 до 42 лет взаимодействуют с социальными сетями гораздо теснее, чем с какими-либо другими каналами коммуникации: 94% заходят в свои аккаунты хотя бы раз в день. Гораздо интереснее статистика, показывающая, что россияне занимают второе после филиппинцев место в мире по количеству времени, проводимому в соцсетях. В России среднестатистический пользователь Интернета уделяет им 17,2 часа в месяц, для филиппинца этот пока-

затель составляет 17,6 часа. Тем не менее, по данным TNS, за последний год доля пользователей социальных сетей 57–67 лет выросла в 17 раз.

▲ Согласно прогнозу TNS, в ближайшие 5 лет доля покрытия данной категории новыми медиаканалами выровняется относительно аудитории 16–42 лет, и порядка 80–90% россиян пенсионного возраста станут пользователями социальных сетей.

В ходе опроса компании Kantar, 36 млн наших соотечественников заявили, что в обязательном порядке обращаются к социальным сетям, прежде чем принять решение о покупке того или иного товара или пользовании услугой. Вместе с тем 15,5 млн респондентам вообще не требуется подтверждение собственного мнения, и они не предпринимают целенаправленных действий, чтобы соотнести свои ощущения с отзывами других людей, в том числе игнорируя возможности соцсетей.

▲ С точки зрения мобайла самый интересный кейс среди всех, что есть пока в России, принадлежит крупнейшему игроку мясного рынка — Группе компаний «Останкино».

Тем не менее, помимо них, существует большой спектр инструментов, который может использоваться на рынке продуктов питания. К нему относятся: «Википедия», блоги и микроблоги, сервисы для фотоконтентов (например, Instagram), сервисы для аудио- и видеоконтентов, игровые площадки и, конечно, форумы. Не секрет, что колбасная продукция уже давно не пользуется доверием потребителей, ожидающих увидеть в ее составе что угодно, за исключением мяса. В такой ситуации форумы – очень важный канал для изменения сложившихся стереотипов.

Однако наибольшие перспективы продвижения связаны с мобильными устройствами, за которыми, несомненно, будущее Интернета – это хороший шанс для тех компаний, которые на определенном этапе не успели вскочить на волну цифрового прогресса.

С точки зрения мобайла самый интересный кейс среди всех, что есть пока в России, принадлежит крупнейшему игроку мясного рынка – Группе компаний «Останкино».

Когда специалисты предприятия тестировали свой сайт для пользователей мобильных устройств, доля которых среди всех посетителей Интернета, по данным за прошлый год, составляет 33,9%, выяснилось, что больше трети всех заходов на страницу производится именно с мобильных и планшетов. Одновременно тестировался сайт адаптивный, который способен изменять свою верстку, и не адаптивный, рассчитанный на довольно простое целевое действие – посетителю предлагалось зарегистрироваться и попробовать новый сорт колбасы.

Оказалось, что почти в два раза лучше конвертировались люди, пришедшие с мобильных устройств на адап-

тивную версию сайта, чем пользователи его неадаптивного аналога.

Если еще несколько лет назад свойство сайта изменять собственную верстку было, во-первых, факультативным, а во-вторых, – довольно дорогостоящим (цена за разработку уве-

---

Существует большой спектр инструментов, который может использоваться на рынке продуктов питания. К нему относятся: «Википедия», блоги и микроблоги, сервисы для фотоконтентов (например, Instagram), сервисы для аудио- и видеоконтентов, игровые площадки и, конечно, форумы.

---

личивалась вдвое), то сейчас разница между адаптивным и неадаптивным вариантом невелика, что исключает критерий стоимости из числа важнейших при принятии решения о создании или совершенствовании сайта компании.

Итак, почему участникам птицеводческой отрасли так важно взаимодействовать с пользователями социальных сетей?..

Не секрет, что когда дело касается продуктов питания, у потребителей возникает множество сомнений, чувство недовольства и другие негативные эмоции, поэтому с пользователями в социальных сетях важно строить работу по двум направлениям. Первое – доказательство качества. Мы работаем с одним из крупных мясных производителей, у которого даже есть соответствующий слоган: «Качество от фермы – до прилавка». Чтобы донести в ходе коммуникации с пользователями эту мысль, стоит именно через социальные сети показывать все этапы производства: начиная с выращивания кормовых культур на ферме, условий содержания животных, заканчивая процессом мясопереработки, технологиями, которые в нем задействованы, условиями хранения и доставки готового продукта до торговых сетей.

Вторая линия, которую важно проводить, связана с educator choice, или правильным осознанным выбором. Многие люди при покупке, например, куриной тушки руководствуются принципами «чем дешевле, тем лучше» и «я

один раз попробовал, понравилось, поэтому буду приобретать ее и впредь». Это серьезно усугубляет ситуацию, потому что, если вам есть чем похвастаться с точки зрения конкурентного качества продукта, очень важно объяснить потребителям, что собственно таким конкурентным качеством является. Доносить до людей, на основании чего они должны предпочесть вас как производителя, объяснять критерии выбора. Ни телевидение, ни пресса, ни радио, никакой другой традиционный канал, в отличие от социальной сети, не позволит выстроить продолжительную качественную коммуникацию с аудиторией и при этом составить ее максимально конкретный портрет.

В соцсетях каждый присоединившийся к площадкам вашего бренда – это человек, которого вы знаете «в лицо»: семейный портрет, привычки, предпочтения в выборе мест питания и совершения покупок и т. д. Опираясь на эти данные, можно подстраивать под него всю стратегию коммуникации.

Еще одно важное свойство социальных сетей связано с широкими возможностями для проведения исследований без ограничения по географическому принципу. В условиях до предела сжатого бюджета, используя данную площадку, где люди регулярно делятся опытом, можно провести об-

---

Россияне занимают второе место после филиппинцев по количеству времени, проводимому в соцсетях.

---

ширное исследование, включающее тотальный мониторинг отзывов как о продукте конкурентов, так и о продуктовой категории в целом. Для каждого региона построить релевантную карту предпочтений, в том числе отдельно по брендам, установить, что являлось сдерживающим фактором при выборе того или иного продукта.

Особенность индустрии продуктов питания заключается в высокой доле потребительских рисков при выборе той или иной товарной позиции. И прикладная работа с лидерами мнений оказывается подчас еще одним эффективным инструментом, на который я также советую обратить внимание всем производителям! ■

▲  
«Специализация возглавляемого мною агентства «Пейпер Плейнс» – коммуникации в Интернете. Если говорить об опыте работы компании применительно к мясной отрасли, надо упомянуть о сотрудничестве с группой «Продо», портфель брендов которой, в том числе, включает изделия из мяса птицы, охлажденную и переработанную продукцию».



# ПТИЦЕПРОМ 2.0/14

доклады международной конференции

Автор:

**Сергей Белков,**  
флейворист, технолог-разработчик  
пищевых продуктов



## Динозавр в вашей тарелке

Какова вероятность, выйдя на улицу, встретить динозавра? Стандартный ответ – 50%: либо встретишь, либо нет. На самом деле это заблуждение, и я постараюсь объяснить почему, задав второй вопрос: какова вероятность встретить динозавра в вашей тарелке?



За то, что сегодня мы можем видеть динозавра в своей тарелке каждый день, мы должны сказать спасибо человеку, которого уже нет с нами, – профессору Корнельского университета Роберту Бейкеру. По сути, с него началась вся птицепереработка

**О**твет – практически 100%-ная! Все объясняется очень просто: курица, если рассматривать ее с биологической точки зрения, является не только потомком динозавра, а попросту современным динозавром. Динозавры не вымерли, они есть и сейчас.

За то, что сегодня мы можем видеть динозавра в своей тарелке каждый день, мы должны сказать спасибо человеку, которого уже нет с нами, – **профессору Корнельского университета Роберту Бейкеру**. По сути, с него началась вся птицепереработка. Первый рецепт, который он создал, – это курица гриль. Казалось бы, что может быть проще, однако до него практически никто не использовал данный способ приготовления, а если даже использовал, мясо получалось сухим. Бейкер придумал специальный соус, который пропитывал курицу в процессе жарки, и она получалась сочной. Профессор опубликовал замечательный список рецептов, часть которых до сих пор встречается в кулинарных книгах во всем мире.

Среди других известных вещей, которые он придумал, – куриные сосиски.

Как правило, никто из тех, кто выпускает и употребляет их в пищу, не знает, кому этим обязан. Кстати, реализация идеи поставила Бейкера перед маркетинговой проблемой: он не знал, как назвать продукт – *hot bird* или *bird dog*.

Будучи профессором, вместе с группой своих студентов и аспирантов Бейкер придумал делать из куриного мяса колбасу. Тот рецепт, который сегодня считается «бабушкиным», в действительности принадлежит Бейкеру. Кроме того, он первым разработал рецепт куриной ветчины и ветчины из индейки, а также салями из мяса курицы – продуктов, которые мы можем видеть в широком ассортименте на всех магазинных полках.

Все эти простые и доступные сегодня изобретения относятся к 1950–60-м годам и принадлежат одной группе исследователей, которые фактически дали толчок развитию птицеперерабатывающей промышленности.

Помимо того, Бейкер с командой работал над замороженными блюдами, и благодаря их усилиям появилась технология изготовления замороженных омлетов. Это были полуфабрикаты из



Первый рецепт, который создал Бейкер, – это курица гриль. Профессор придумал специальный соус, который пропитывал курицу в процессе жарки, и она получалась сочной

яиц, которые после разморозки не теряли формы и вкуса.

Для популяризации мяса птицы Бейкер держал свой небольшой ресторанчик, который был открыт для посетителей только в течение Нью-Йоркской ярмарки. Там он подавал блюда, которые прежде в Америке никто не ел, например гамбургеры и сэндвичи с курицей, причем, надо сказать, они пользовались большим успехом. Мясо птицы стало популярно лишь с недавнего времени. А тогда было новинкой, с постоянно растущим спросом.

Самой главной разработкой Бейкера считаются куриные наггетсы. Вопреки расхожему мнению, их придумал не Макдоналдс – он лишь запатентовал продукт в 1980-е годы. В 1960-х рецепт не был запатентован Бейкером, поскольку профессор считал, что все открытия должны принадлежать людям.

Определение наггетсов гласит, что это «кусочки куриного филе в панировке, обжаренные в большом количестве растительного масла. При таком способе приготовления получается вкусная румяная корочка, а внутри – нежное мясо».

Но в действительности это не наггетсы, по крайней мере, не те, которые предлагал Роберт Бейкер. Изначально они готовились из мяса грудинки, порезанного кусочками, а затем обваливаемого дважды в муке, яйце и панировочных сухарях, чтобы добиться очень хрустящей корочки. Поэтому настоящие наггетсы – это куриный фарш в специальной панировке, позволяющей продукту храниться в замороженном виде и быть размороженным.

Со временем рецепт наггетсов изменился. Кроме того, что куриное мясо стали измельчать, в него добавляют множество других ингредиентов, как при приготовлении котлет и гамбургеров.



Посмотрев на статистику объемов производства курицы в США, мы увидим, что начиная с 1940-х годов, когда Бейкер активно пропагандирует мясо птицы, этот сегмент демонстрирует наибольшую динамику роста в сравнении с другими видами мяса. Данная тенденция, которую мы наблюдаем до сегодняшнего дня по всему миру, – в огромной степени заслуга Роберта Бейкера.

Посмотрев на статистику объемов производства курицы в США, мы увидим, что начиная с 1940-х годов, когда Бейкер активно пропагандирует мясо птицы, этот сегмент демонстрирует наибольшую динамику роста в сравнении с другими видами мяса. Данная тенденция,

Будучи профессором, вместе с группой своих студентов и аспирантов, Бейкер придумал делать из куриного мяса колбасу. Кроме того, он первым разработал рецепт куриной ветчины и ветчины из индейки, а также салями из мяса курицы.

которую мы наблюдаем до сегодняшнего дня по всему миру, – в огромной степени заслуга Роберта Бейкера.

Из истории жизни ученого и его изобретений можно извлечь хороший урок и прийти к выводам, позволяющим ответить на вопрос: что может сделать продукт более успешным?

Прежде всего необходимо экспериментировать. По моему глубокому убеждению, безумная погоня – когда кто-то изобретает продукт, а другой подхватывает идею и ее подделывает – демонстрирует принципиально неверный подход. Если вы хотите создать что-то новое на рынке, нужно обязательно делать это самим и не бояться. Куриные наггетсы были придуманы не в один день. Роберт Бейкер занимался разработкой несколько лет, и в результате у него родилась концепция продукта, которой сегодня пользуются повсеместно.

Во-вторых, не врать целевой аудитории. Как потребитель я вижу, что мясо курицы в составе многих изделий пытаются маскировать, и здесь мне не вполне понятна мотивация производителей. Это, напротив, преимущество продукта, на который нужно делать ставку!

Например, «Пельмени куриные» – это правильный продукт, в названии которого не скрывается присутствие мяса птицы, а совсем наоборот. Противоположная ситуация, когда в составе продукта, названного «Пельмени мясные», – только куриный фарш.

Отдельный момент – упаковка. В настоящее время наблюдается тенденция к нанесению на нее большого количества избыточной информации («без ГМО», «натуральное», «не содержит усилителей вкуса», Organic и т. п.). Это фан-

тазии, которые не имеют никакого отношения к реальности. В конце концов в курице вообще ГМО не бывает. К тому же нет никаких научных доказательств отрицательного воздействия на здоровье человека изделий с ГМО или особого влияния на него натуральной фермерской продукции. Понятно, что, повесив одну лишь этикетку, можно получить выгоду, обратить на себя внимание потребителя, запуганного телевидением. Однако в конечном счете – это обман, поскольку декларируемые характеристики не имеют значения. Значение имеют вкусовые качества и полезные свойства. Куриное мясо гораздо лучше говядины, в которой при термической обработке образуются канцерогены. По сравнению со свиной курятиной – идеальный диетический продукт. Употреблять и готовить ее намного удобнее, чем другие виды мяса. Почему бы не акцентировать внимание на этом?

Кроме того, курица – это экологично. Занимаясь птицеводством, мы бережем ключевые ресурсы – еду, воду, землю, необходимость в которых гораздо меньше, чем в других отраслях животноводства. Если заботиться о сохранении окружающей среды, при этом не бросаясь в такие крайности, как вегетарианство, остается один вариант – переходить со свинины и говядины на мясо птицы.

И разумеется, курица – это экономично. В данном случае совершенно не-

Самой главной разработкой Бейкера считаются куриные наггетсы. Вопреки расхожему мнению, их придумал не Макдоналдс – он лишь запатентовал продукт в 1980-е годы. В 1960-х рецепт не был запатентован Бейкером, поскольку профессор считал, что все открытия должны принадлежать людям.

верно мнение о том, что хороший продукт дешевым не бывает. Еда не должна быть дорогой!

В заключение хочу призвать птицеперерабатывающие предприятия более ответственно и вдумчиво относиться к своему потребителю, стараться выпускать новые интересные продукты и совместными усилиями сделать так, чтобы вероятность встретить динозавра в тарелке стала еще больше! ■





# Международная выставка VIV Russia 2015

**МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ  
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК**

**19-21** Мая  
Москва, Крокус Экспо

САММИТ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ОТРАСЛИ | **18 МАЯ**, LOTTE HOTEL MOSCOW

FEED to MEAT



Более 350 компаний из 36 стран мира в области животноводства, свиноводства, птицеводства, кормопроизводства и здоровья животных представят новейшее оборудование, технологии и инновационные разработки для специалистов агропромышленного комплекса.

## Специальные разделы

## Календарь выставок 2015-2016



VIV Asia 2015

11-13 марта 2015  
Бангкок, Таиланд



VIV Russia 2015

19-21 мая 2015  
Москва, Россия



VIV Turkey 2015

11-13 июня 2015  
Стамбул, Турция

VIV China 2016

6-8 сентября 2016  
Пекин, Китай

Организаторы:

Тел.: +7 (495) 797-6914 • Факс: +7 (495) 797-6915

E-mail: [info@vivrussia.ru](mailto:info@vivrussia.ru)

[www.vivrussia.ru](http://www.vivrussia.ru) • [www.viv.net](http://www.viv.net)

Organized by:



21-я МЕЖДУНАРОДНАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА



ufi  
Approved  
Event

# ЮГАГРО

## 25-28 ноября 2014

# ПОЛЕ ДЕЛОВЫХ РЕШЕНИЙ

Организатор выставки



КРАСНОДАРЕКСПО  
в составе группы компаний ITE

[www.yugagro.org](http://www.yugagro.org)

+7 (861) 200-12-50, 200-12-70, [yugagro@krasnodarexpo.ru](mailto:yugagro@krasnodarexpo.ru)

Генеральный спонсор



Генеральный партнер



Официальный спонсор



Спонсор раздела «Растениеводство»



Спонсор раздела «Мелиорация. Тепличное оборудование»



Спонсор деловой программы



Официальный партнер



Генеральный информационный партнер



Генеральный интернет-партнер



Официальные информационные партнеры



Генеральный ТВ-партнер





# ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ\*

# ПРОД ЭКСПО

9–13  
февраля 2015

22-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ  
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ  
И СЫРЬЯ ДЛЯ  
ИХ ПРОИЗВОДСТВА



[www.prod-expo.ru](http://www.prod-expo.ru)



## Вместе к успеху!

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ

\* Согласно Общероссийскому рейтингу  
выставочных мероприятий 2012–2013 гг.  
Подробнее о рейтинге – на сайте [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)

Организатор  
 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА



18+

Реклама



Пищевая  
безопасность



Эффективность  
бизнес-процессов



Увеличение  
сроков годности



Развитие  
брендов

Представляем основные рычаги для повышения эффективности от Sealed Air Food Care.

В Sealed Air Food Care мы обеспечиваем измеримые бизнес-результаты для наших партнеров, делая ставку на четыре двигателя целенаправленных инноваций для получения взаимовыгодных результатов.



## ХОТИТЕ ПОВЫСИТЬ ПРОДАЖИ? СДЕЛАЙТЕ ВАШ ПРОДУКТ НЕПОВТОРИМЫМ!



Вы хотите, чтобы ваш бренд выделялся от продукции конкурентов? Система упаковки Cryovac SES поможет вам это сделать. SES – инновационная, герметичная, термоусадочная пленка с плотным облегаем продукта для охлажденной и замороженной птицы. Высокая механическая прочность пленки снижает риск повреждения упаковки. SES гарантирует герметичность и сохраняет высокое качество и гигиену продукта. Повышенная надежность и потребительская привлекательность решения Cryovac® SES подчеркнет свежесть вашей продукции и сделает именно ваш продукт центром внимания на полке супермаркета.

Узнайте больше, отсканировав код QR,  
или позвоните в наш офис в Москве: +7 (495) 795-01-01





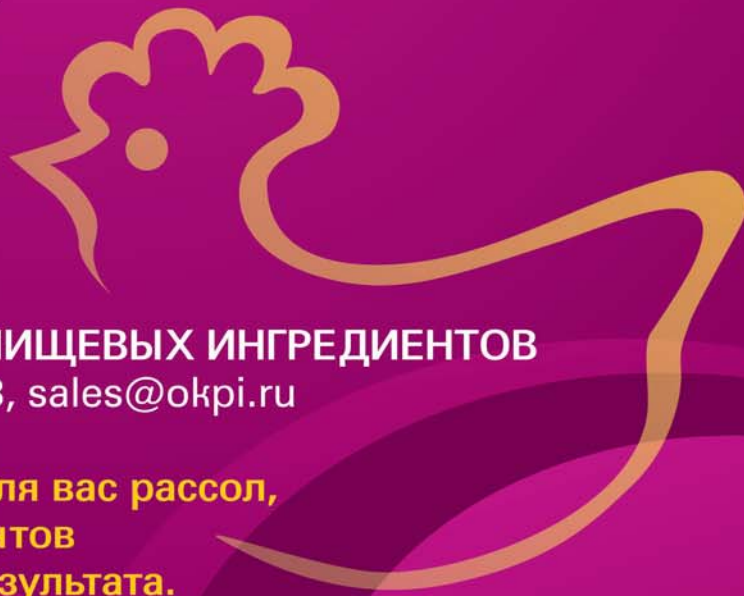
# Рассолы для инъектирования натуральных полуфабрикатов из мяса курицы

Комплексная пищевая добавка **Саладика Леггеро Оптима БП-04**  
Разработана в 2012 году. Основана на свойствах псевдопластичных жидкостей. Содержит 7 гидроколлоидов.  
**Высокий выход готового продукта до 80%.**  
Признанный рассол на рынке птицепереработки.

Комплексная пищевая добавка **Саладика Леггеро Оптима БП-06**  
Новейшая разработка Очаковского комбината пищевых ингредиентов. **Улучшенная формула позволяющая достигать 100% выхода готового продукта.**

Комплексная пищевая добавка **Саладика Леггеро Оптима БП-07**  
Хит продаж последних нескольких месяцев. Новый рассол с уникальными вязкоэластичными характеристиками.  
**Выход готового продукта до 120%.**

Для массирования мяса курицы рассол **Саладика Эко Про Ц**  
Эффективен для массирования филе грудки (выход до 40%) и массировании тушки мяса курицы (выход до 20%).  
Натуральный рассол на основе аминокислот.  
Качественный продукт, проверенный годами.



**ОЧАКОВСКИЙ КОМБИНАТ ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ**  
[www.okpi.ru](http://www.okpi.ru), 8-800-250-36-63, [sales@okpi.ru](mailto:sales@okpi.ru)

**Позвоните и мы подберем для вас рассол,  
проведем серию экспериментов  
и достигнем ожидаемого результата.**