



# хлебопечение/ кондитерская сфера



**Кирилл Рысев,**  
менеджер  
экспортного  
отдела Chopin  
Technologies

*В бизнесе россияне выработали очень требовательный подход – как к себе, так и к партнерам. А вот французам в какой-то мере не хватает самоконтроля и некоторой критичности к самим себе.*

16



**Сергей Краус,**  
председатель  
правления Союза  
производителей  
пищевых  
ингредиентов

*Индустрия пищевых ингредиентов в России пока значительно уступает уровню развития этой отрасли в зарубежных странах. Но в последнее время отечественные пищевые добавки не уступают импортным аналогам.*

## Атака клонов

Конкуренты копируют бренды / стр. 6



РЫБА  
мясо  
птица  
МОЛОКО  
хлебопечение  
*кондитерское дело*  
каталог  
компаний  
ВИДЕО  
вопросы  
к экспертам  
журналы ИД Сфера  
выставки *аналитические*  
*СПАТЪИ*  
ЭКСПЕРТИЗА  
ПРОДУКТОВ  
вакансии  
резюме  
*и т.д.*



Сайт для менеджеров  
и специалистов пищевой промышленности  
[www.sfera.fm](http://www.sfera.fm)

Sfera.fm

Есть чем поделиться





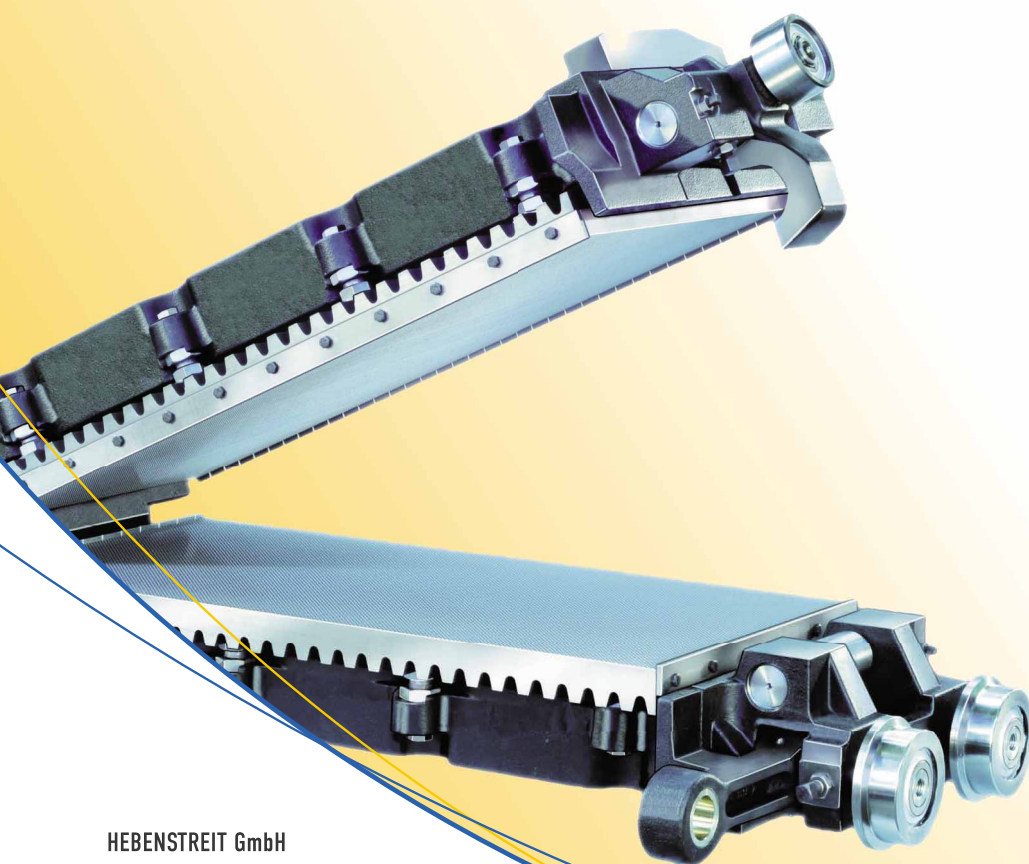
# Наш талантливый марафонец

Новая форма для выпечки вафель ВАС. Разработана для длительной эксплуатации.

**interpack**

PROCESSES AND PACKAGING

Düsseldorf, Germany  
12-18 May 2011  
[www.interpack.com](http://www.interpack.com)  
Hall 3, Stand 3E; 08/E12



Обеспечение и гарантия высочайшего качества производственного процесса – залог успеха предприятия. Мы вносим в это свой вклад, постоянно улучшая наше оборудование, а также разрабатывая новые установки. Яркий пример этому – наша новая вафельная форма, придающая производству чрезвычайную гибкость.

Её основное преимущество в том, что она позволяет производить продукт точных габаритов, форм и толщины, и это даже после длительной эксплуатации данной вафельницы.



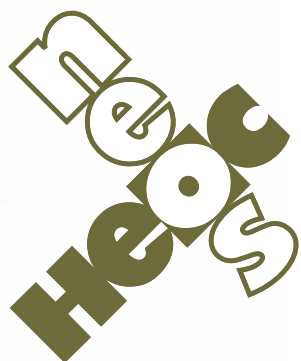
**HEBENSTREIT**

ENGINEERED WAFERS

HEBENSTREIT GmbH  
P.O. Box 1263  
64527 Mörfelden-Walldorf, Germany  
Tel. + 49 6105 202-0  
E-Mail: [info@hebenstreit.de](mailto:info@hebenstreit.de)  
[www.hebenstreit.de](http://www.hebenstreit.de)

Представитель в России:  
ANTON OHLERT  
1-й Щипковский пер., 20;  
115093, г.Москва  
Тел.: +7 495 9612061  
Факс: +7 495 9612071  
E-Mail: [info@ohlert.ru](mailto:info@ohlert.ru)  
[www.ohlert.com](http://www.ohlert.com)





НЕОС-ИНГРЕДИЕНТС  
[www.neos-ingredients.ru](http://www.neos-ingredients.ru)

Поставщик продукции для кондитерского  
и хлебопекарного производства

### **продукция**

Эмульгаторы, пекарские порошки, фосфаты,  
продлители свежести, продлители срока  
годности, кислоты, консерванты, усилители вкуса,  
гелеобразователи, сухой яичный белок, закваски,  
улучшители, разделительные смазки для форм,  
листов и противней, оборудование

### **услуги**

Технологическая поддержка клиентов, выезд  
технолога

---

#### **Офис в Москве:**

109431, Москва, ул. Привольная, дом 70, офис 913  
тел. (495) 229 28 79  
[info@neos-ingredients.ru](mailto:info@neos-ingredients.ru)

#### **Филиал в Краснодаре:**

350059, Краснодар, ул. Уральская, дом 116, офис 10  
тел. (861) 200 68 19  
[krasnodar@emulgator.ru](mailto:krasnodar@emulgator.ru)





16-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ  
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ  
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»



АГРОПРОДМАШ



ufi  
Approved  
Event



# АГРО ПРОД МАШ

10-14  
октября 2011

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

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»  
Москва, Россия

ИНВЕСТИЦИИ  
В БУДУЩЕЕ

Организатор:

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

Организатор:  
ЗАО «Экспоцентр»  
При содействии:  
Министерства  
сельского хозяйства РФ  
Под патронатом:  
ТТП РФ  
Правительства Москвы

Генеральный  
информационный  
спонсор:

**ПРОДИНДУСТРИЯ**

Информационный  
спонсор:



Официальная  
интернет-поддержка:

**oborud.info**  
ПОИСК ОБОРУДОВАНИЯ



# содержание

<b>отрасль</b>	16
Сладости нового века	20
<b>исследование</b>	<b>Рынок хлебобулочных изделий</b> 24



В сегменте кондитерских и хлебобулочных изделий сегодня высокая конкуренция. Однако не все компании в борьбе за полку ведут себя честно. Один из наиболее распространенных способов недобросовестной конкуренции – копирование чужого, как правило успешного, бренда. К сожалению, очень часто компаниям, пострадавшим от подобных действий, бывает непросто доказать свою правоту, и причина тому самая банальная: производитель вовремя не зарегистрировал свой товарный знак. В этом случае отстаивать свои права невозможно.

6

<b>тема номера</b>	Атака клонов	6	<b>производство /оборудование</b>	Урожай мармеладных фруктов от «ЭКМА-КОНФИ»	44
<b>отрасль /экспаты</b>	Люблю французов за жизнерадостность	16		РОНДО представит новую промышленную линию ASTec	46
	Мне нравится русское радушие	18		Аппетитные пончики и донатсы на оборудовании РОНДО	48
<b>отрасль /тенденции</b>	Сладости нового века	20		Оптимальное решение для участка групповой упаковки	50
<b>/исследование</b>	Рынок хлебобулочных изделий	24		Сибирь хлебом славится!	52
<b>industry /close-up</b>	Market for bread and bakery products	24		Работа с персоналом на предприятиях кондитерской промышленности	54
<b>/события и факты</b>	Новости	30	<b>производство /персонал</b>	Санкт-Петербургский международный форум пищевиков	60
<b>производство /события и факты</b>	Новости	32	<b>производство /образование</b>	Продукты нового поколения на выставке «Ингредиенты-2011»	62
<b>производство /оборудование</b>	Приятные мелочи	38	<b>производство /ингредиенты</b>		
	Модернизация для получения максимальной производительности	42			



# содержание

<b>производство</b>	32
Ежедневно свежее и хрустящее	80
<b>исследование</b>	<b>Российский рынок сахара</b> 82

Особенностью производства штучных изделий является то, что их масса устанавливается при делении теста на куски, которое выполняется задолго до окончания процесса выпечки. После деления теста в заготовки вводится начинка, если она предусмотрена рецептурой. Затем следует выпечка заготовок и их охлаждение. На последних двух этапах может произойти изменение массы готовых изделий.

# 38



# 64

Индустрия пищевых ингредиентов в России пока значительно уступает уровню развития этой отрасли в зарубежных странах. Но в последнее время отечественные пищевые добавки не уступают импортным аналогам. В некоторых случаях они более адаптированы к условиям работы отечественных производителей, являются не менее технологичными, не уступают по экономическим и техническим параметрам. И, что немаловажно, обладают преимуществом в стабильности поставок.

<b>производство</b> /ингредиенты	Основные тенденции российского рынка ингредиентов	64	<b>производство</b> /ингредиенты	Жиры специального назначения «СОЮЗ» и «SDS» – идеальный выбор для мучных кондитерских изделий	74
<b>production</b> /ingredients	The main trends of Russian ingredients' market	64		Ориентируясь на запросы производителей	78
	Молочные продукты и ароматизаторы в производстве кондитерских изделий	70	<b>производство</b> /стратегии	Ежедневно свежее и хрустящее	80
	Формула успеха: соответствие трендам рынка и уважение традиций	72	<b>производство</b> /исследование	Российский рынок сахара	82
	Инновации отличают лидера!	73	<b>компания</b> /события и факты	Новости	85

## хлебопечение/ кондитерская сфера

№3 (40) 2011

Информационно-аналитический журнал для специалистов кондитерской и хлебопекарной индустрии  
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).  
Свидетельство о регистрации ПИ №77-18414 от 30 сентября 2004г.  
Адрес редакции:  
Россия, 199034, Санкт-Петербург, Вольшой 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  
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  
Зоя Титова  
z.titova@sfera.fm  
Наталья Баранцева  
n.barantseva@sfera.fm

Илья Ларюшкин  
i.laryushkin@sfera.fm  
Выпускающий редактор:  
Елена Максимова  
konditer@sfera.fm  
Дизайн и верстка:  
Анастасия Барина  
korrektor@sfera.fm  
Корректор,  
литературный редактор:  
Вероника Нечаева  
korrektor@sfera.fm  
Иллюстрация на обложке:  
Нина Кузьмина  
Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 6 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 **Р**, публикуются на коммерческой основе.  
Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.  
Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 25.04.11. Тираж: 5000 экз.







## Искусство быть собой

В борьбе за полку хороши все средства, – полагают некоторые производители. И выбирают путь наименьшего сопротивления: зачем придумывать что-то свое, если можно скопировать (или почти скопировать) успешный бренд, сделать товар более дешевым и ждать, когда потребитель «купится» на разницу в цене?

И действительно, буквально 15 лет назад большая часть населения России не обращала особого внимания на подлинность бренда. Люди не считали зазорным ходить в костюмах Abibas, джинсах Dolche Gabona и кроссовках Sprondi, а любимые всеми конфеты «Белочка» и «Кара-Кум» покупали на развес, ориентируясь исключительно на цену и не интересуясь, кто их произвел.

Несколько лет спустя все изменилось: россияне поняли, что качество контрафактной продукции очень часто оказывается крайне низким, и перестали покупать товары-клоны. Теперь люди доверяют только проверенным брендам. Да и законодательство в России стало более жестким по отношению к плагиаторам. Поэтому в современном бизнесе иметь собственное, желательное узнаваемое, лицо становится все более выгодно.

Казалось бы, схема простая и одинаковая для всех: производить и реализовывать качественную продукцию под оригинальной, привлекающей внимание торговой маркой – и потребитель будет вам доверять. Однако, как показывает практика, многие компании все еще считают по-другому: они предпочитают копировать успешных производителей, рискуя окончательно испортить репутацию, причем, к сожалению, не только свою. В сегменте кондитерских и хлебобулочных изделий плагиаторы тоже встречаются довольно часто. В этом номере эксперты по защите товарного знака и успешные производители расскажут не только о том, как создать успешный бренд, но и как защитить его от конкурентов.

Редактор журнала  
«Кондитерская сфера/хлебопечение»  
Елена Максимова



Автор:



Елена Максимова

**С появлением** Таможенного союза у производителей продуктов питания появились новые возможности защиты интеллектуальной собственности. В частности, некоторые эксперты считают одним из самых эффективных способов борьбы с незаконным копированием бренда меры по приостановлению выпуска товаров на таможенной границе.

**Когда новый продукт** успешно продается, всегда находятся «молодцы», желающие ввести потребителя в заблуждение и заработать на чужом успехе.

# Атака клонов

**В сегменте кондитерских и хлебобулочных изделий сегодня высокая конкуренция. Однако не все компании в борьбе за полку ведут себя честно. Один из наиболее распространенных способов недобросовестной конкуренции – копирование чужого, как правило успешного, бренда. К сожалению, очень часто компаниям, пострадавшим от подобных действий, бывает непросто доказать свою правоту, и причина тому самая банальная: производитель вовремя не зарегистрировал свой товарный знак. В этом случае отстаивать свои права невозможно. Поэтому, чтобы не пострадать от компаний-клонов, необходимо знать, как защитить свою торговую марку.**

Товарный знак причисляется к интеллектуальной собственности, которая охраняется государством во всем мире, в том числе и в России. Она подразделяется на две категории. Первая – авторское право, которое включает литературные и художественные произведения. Вторая – промышленная собственность, в нее входят изобретения, товарные знаки, промышленные образцы.

## 25 миллионов за сходство

По мнению представителей различных компаний, вопрос о защите товарного знака в настоящее время является



Посетите нас



**interpack**  
PROCESSES AND PACKAGING

Дюссельдорф  
12. - 18.05.2011

Павильон 3  
Стенд A07/B08

**PROCESS  
ORIENTATED**

**ENERGY  
EFFICIENT**

**HYGIENIC  
DESIGN**

**CIP  
INTEGRATED**

*Cooking is our Passion*



**CHOCOTECH**

Представитель в России: ANTON OHLERT  
1-ый Щипковский пер., 20; 115093 г. Москва  
тел.: +7 495 961 20 - 61 • факс: +7 495 961 20 - 71  
E-Mail: info@ohlert.ru • www.ohlert.com

CHOCOTECH GmbH • Dornbergsweg 32 • D-38855 Wernigerode  
тел.: +49 39 43 55 06 0 • факс: +49 39 43 55 06 22  
E-Mail info@chocotech.de • www.chocotech.de

↓ По мнению представителей различных компаний, вопрос о защите товарного знака в настоящее время является одним из самых актуальных.

↓ Способы защиты интеллектуальной собственности, возникшие с образованием Таможенного союза, позволяют усилить позиции правообладателей и создать эффективный механизм борьбы с контрафактом из других стран.

одним из самых актуальных, особенно в сегменте товаров массового спроса, в число которых входят и продукты питания.

Например, большой опыт борьбы с контрафактом и нарушением прав на использование товарного знака имеет один из крупнейших производителей сладостей ООО «Объединенные кондитеры».

За последние 2 года в результате принимаемых компанией мер по борьбе с контрафактом, включая меры на таможне, более 40 предприятий признали нарушения и прекратили выпуск «подделок».

В данный момент крупнейшие российские производители кондитерских изделий требуют от омской компании «Сладуница» 25 млн руб. за использование своих марок.

**Введение принципа** регионального исчерпания прав на товарный знак на территории Таможенного союза не дает законных оснований для ввоза и распространения на территории стран – участниц Таможенного союза контрафактной продукции, произведенной, в том числе законно, в других странах – участницах Таможенного союза.

Столичные кондитеры заявляют, что омская фабрика производила конфеты «Тайна Маски», «Плутиска Буратино», «Клич Буревестника», «Праздничные» и «Спортивные», которые «схожи до степени смешения» с продукцией «Объединенных кондитеров».

В начале судебного заседания, прошедшего в марте, руководитель юридического отдела «Сладуницы» ходатайствовал о приостановлении судебного процесса. Он мотивировал свою просьбу тем, что гендиректор фабрики находится в командировке в Германии, однако судья ходатайство не удовлетворил. Тогда юрист пояснил, что иск компания полностью не признает.

Представитель «Объединенных кондитеров» поддержал исковые требования и запросил через суд у «Сладуницы» информацию о том, в какой период производились конфеты со спорными названиями и сколько их было продано по торговым точкам. Юрист московского холдинга приобщил к материалам дела информацию от патентного поверенного, подтверждающую, что товарные знаки, используемые «Сладуницей», принадлежат столичным предприятиям. В результате судья отложил разбирательство.

После заседания начальник юридического отдела «Сладуницы» заявил прессе, что компания действительно производила конфеты со спорными названиями и продавала их только в Омской области, однако продукция не является контрафактной. «Мы не согласны, что нарушаем исключительные права «Объединенных кондитеров» и вводим в заблуждение покупателей. Конфеты под маркой «Празд-

ничные» мы, например, вообще никогда не производили. Сейчас мы отказались от изготовления спорных конфет в связи с реорганизацией предприятия и ведем работу, направленную на регистрацию товарных знаков, чтобы в будущем не возникало подобных споров». По словам юриста, конфеты «Тайна Маски», «Плутиска Буратино», «Клич Буревестника» и «Спортивные» сибирское предприятие начало производить совсем недавно, поэтому успело выпустить только «минимальную пробную партию».

Размер предъявленной «Объединенными кондитерами» компенсации – 25 млн руб. – руководство «Сладуницы» считает нереальным. С ними солидарны и аналитики, по мнению которых вероятность удовлетворения арбитражным судом иска российского холдинга в полном объеме невысока. Однако для «Объединенных кондитеров» главным является скорее не получение компенсации, а решение о прекращении выпуска контрафактной продукции компанией-конкурентом.

## Вафельно-кокосовые близнецы

Богатый опыт борьбы с контрафактом имеет и международный концерн Ferrero. В 2008 году Роспатент подтвердил право компании на товарный знак, изображающий круглую конфету с орехом внутри, и теперь другие кондитеры не могут использовать подобный логотип на упаковке своей сладкой продукции.

Однако попытки копировать продукцию успешного производителя на этом не закончились. Так, на территории стран бывшего СНГ нередко можно встретить конфеты, до смешения схожие со всемирно известным брендом Raffaello.

Дело в том, что в январе этого года высший хозяйственный суд Украины отказал в удовлетворении иска группы Ferrero в споре о защите торговой марки Raffaello. Компания хотела запретить российской кондитерской фабрике «Ландрин» реализовывать вафельные конфеты с кокосовой начинкой и миндальным орехом Landrin Waferatto Classic в Украине. В России продажа данной продукции запрещена уже несколько лет.



# Духовное наслаждение



Посетите нас



Дюссельдорф  
12. - 18.05.2011

Павильон 3  
Стенд В07/С08



## ENROMAT®

Прекрасно зарекомендовавшая себя система глазирования  
для любой производительности.

Надёжно · качественно · экономически выгодно

## SOLLICH



SOLLICH KG · фирма специализирующаяся в области шоколадных  
и кондитерских изделий

Siemensstraße 17-23 · 32105 Bad Salzuflen · Германия

тел.: +49 52 22 950 - 0 · факс: +49 52 22 950 - 300

E-Mail: [info@sollich.com](mailto:info@sollich.com) · [www.sollich.com](http://www.sollich.com)

Представитель в России: ANTON OHLERT

1-ый Щипковский пер., 20; 115093 г. Москва

тел.: +7 495 961 20 - 61 · факс: +7 495 961 20 - 71

E-Mail: [info@ohlert.ru](mailto:info@ohlert.ru) · [www.ohlert.com](http://www.ohlert.com)



## Битва за медведей

Недавно американское предприятие Farley&Sathers (F&S), занимающееся производством кондитерских изделий, уличило немецкую компанию Mederer в незаконном копировании дизайна упаковки своего жевательного мармелада. По итогам судебного заседания был вынесен вердикт – предприятие Mederer должно устранить схожие до смешения элементы дизайна упаковки жевательных медвежат с немецкой «пропиской».

Американский производитель жевательного мармелада, выпускающий продукцию под брендом Trolli, подал в суд иск на немецкую компанию еще в октябре прошлого года. В частности, в вину Mederer вменяются идентичные цвета и шрифты на упаковках.

По мнению представителей F&S, германская компания умышленно вышла на рынок с продукцией в похожей упаковке. За счет этого немецких медвежат трудно с первого взгляда отличить от «более взрослых» американских, а значит, это может ввести потребителя в заблуждение.

У американского бренда есть свои лояльные потребители, и нельзя допустить, чтобы они приняли за него немецкую торговую марку. F&S обвинила Mederer в плагиате и недобросовестном ведении бизнеса.

Сейчас, по утверждению представителей Mederer, все проблемы между двумя компаниями урегулированы, и вскоре на рынок выйдут медвежата в обновленной упаковке.

Между тем история американско-немецких жележных медвежат не ограничивается данным конфликтом. Дело в том, что жевательный

мармелад в форме медвежат был придуман вовсе не американской компанией. В 1981 году именно Mederer представила на рынок тот самый бренд Trolli, из-за которого впоследствии и разгорелся конфликт.

Тридцать лет назад немецкая компания выпускала жележных медвежат и червячков на своем предприятии в американском штате Айова. В 1997 году Mederer продала права на производство жевательного фигурного мармелада на всей территории Северной Америки чикагской компании Wrigley и теперь может выпускать эту продукцию только за пределами США. В 2005 году права на производство съедобных медвежат в Америке приобрела местная компания F&S.

## Борьба за цвет и форму

Конфликт между немецким и американским производителями жевательных медвежат – не единственный на пищевом рынке. За последний год свои отношения в суде также выясняли также Lindt и Stork, Hershey и Mars.



↓ Судебный механизм защиты применяется в том случае, когда ваши права нарушаются фактически, а основания для административного решения данного вопроса отсутствуют.

↓ В 2010 году проверяющие органы выявили 10 млн единиц контрафактной продукции, что на 60% больше, чем годом ранее (6,2 млн единиц). По результатам действий таможенных органов было возбуждено 1076 дел, связанных с нарушениями интеллектуальных прав производителей.

Так, в ноябре 2010 года Hershey Company подала иск на Mars за то, что последняя скопировала упаковку бренда Reese's Peanut Butter Cups, используя те же тона и дизайн (в частности, оранжевую «волну» на коричневом фоне) для своего бренда Promises, выпускающегося под общей торговой маркой Dove.

Таким образом, Hershey обвинила Mars в недобросовестной конкуренции, а Mars выступила со встречным иском, где указала, что ранее Hershey сама заявляла, что не обладает эксклюзивными правами на использование оранжевой палитры для упаковки кондитерских изделий с арахисовым маслом. По словам юристов Mars, оранжевые цвета традиционно используются на кондитерском рынке для обозначения арахисового масла, и права на них не могут принадлежать какой-то одной компании.

**Товарный знак** причисляется к интеллектуальной собственности, которая охраняется государством во всем мире, в том числе и в России. Она подразделяется на две категории. Первая – авторское право, которое включает литературные и художественные произведения. Вторая – промышленная собственность, в нее входят изобретения, товарные знаки, промышленные образцы.

В декабре прошлого года швейцарская компания Lindt, специализирующаяся на производстве шоколада премиум-класса, в Суде ЕС выясняла отношения с August Storck (Германия). На этот раз предметом спора стали формы кондитерских изделий.

Суд отказал Lindt & Spruengli в регистрации торговой марки шоколада в форме пасхальных зайцев, а также мышей, колокольчиков и северных оленей. Такое же решение принял Европейский суд общей юрисдикции (European Union General Court) и по аналогичному иску, предъявленному компании August Storck KG. «Заяц, олень и колокольчик – традиционные формы, в которых выпускается шоколад и шоколадные продукты», заявили судьи. А значит, такая форма не является отличительной особенностью шоколада Lindt.

В 2001 году Lindt добился защиты в 27 странах ЕС такого же зайца, но с надписью Lindt. Позже – с 2004 года – компания Lindt пыталась признать шоколадных зайцев и оленей товарным знаком в ЕС, но ничего не вышло. Агентство по товарным знакам ЕС тогда не защитило и красную ленточку с привязанным колокольчиком, которыми Lindt украсил фигурный шоколад.

### Кто защитит право на идею

С появлением Таможенного союза у производителей продуктов питания появились новые возможности защиты интеллектуальной собственности. В частности, некоторые эксперты считают одним из самых эффективных способов борьбы с незаконным копированием

бренда меры по приостановлению выпуска товаров на таможенной границе.

По данным на 31 декабря 2010 года, в Таможенном реестре объектов интеллектуальной собственности (ТРОИС) зарегистрировано 1838 объектов. И значительную часть (16%) в товарной структуре Таможенного реестра занимают кондитерские изделия.

В 2010 году проверяющие органы выявили 10 млн единиц контрафактной продукции, что на 60% больше, чем годом ранее (6,2 млн единиц). По результатам действий таможенных органов было возбуждено 1076 дел, связанных с нарушениями интеллектуальных прав производителей.

Очевидно, что способы защиты интеллектуальной собственности, возникшие с образованием Таможенного союза, позволяют усилить позиции правообладателей и создать эффективный механизм борьбы с контрафактом из других стран.

### Исчерпание прав на товарный знак

По закону об исчерпании прав на товарный знак, владелец не вправе запретить его использование другим лицам в отношении продукции, введенной в оборот им самим или с его согласия.

Существует два основных принципа применения исчерпания прав интеллектуальной собственности: национальный и международный. Если права на товарный знак считают исчерпанными при введении товаров в хозяйственный оборот внутри страны владельцем знака или третьим лицом, действующим с его согласия, то речь идет о национальном принципе исчерпания прав. Если же исчерпание прав признают независимо от того, где произошло введение товаров в хозяйственный оборот – внутри страны или за границей, – то применяют международный принцип.

Введение принципа регионального исчерпания прав на товарный знак на территории Таможенного союза не дает законных оснований для ввоза и распространения на территории стран – участниц Таможенного союза контрафактной продукции, произведенной, в том числе законно, в других странах – участницах Таможенного союза.

↓ С формой товара, как и с его упаковкой, все гораздо проще. Их можно было отнести к объектам интеллектуальной собственности, если на момент их создания они обладали двумя признаками – оригинальностью и новизной.

↓ Судебный механизм защиты применяется в том случае, когда ваши права нарушаются фактически, а основания для административного решения данного вопроса отсутствуют.



КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

К сожалению, даже крупным компаниям не всегда удается отстоять свой товарный знак. А как же быть средним и мелким производителям, которые не могут себе позволить мощную юридическую поддержку? Об этом расскажет **начальник отдела регистрации, правовой охраны и защиты объектов интеллектуальной собственности группы компаний «Цензор» Виктор Батуев.**

– **Виктор, что входит в понятие интеллектуальной собственности?**

– Интеллектуальная собственность – достаточно широкое правовое понятие, которое можно описать как определенный набор охраняемых государством прав на результаты творческой деятельности, а также на средства индивидуализации, которые могут принадлежать как физическим лицам, так и организациям. Это и авторское право, и патентное право на промышленный образец, право на товарный знак и на фирменное наименование и др.

## Основная рекомендация – обра-

щаться к специалистам в сфере интеллектуальной собственности не только на стадии регистрации товарного знака, но и на стадии его разработки, поскольку после подачи заявки на регистрацию значительно сложнее вносить корректировки, которые бы способствовали успешному завершению процесса.

– **Входит ли в понятие интеллектуальной собственности рецептура, форма и упаковка изделий или следует говорить только о товарном знаке?**

– Рецептура, если рассматривать ее как способ приготовления определенного кулинарного блюда, не является объектом авторского права и, следовательно, не входит в понятие интеллектуальной собственности. Однако если данный способ/рецепт будет изложен в оригинальной форме (например, в виде учебного пособия, стихотворения, комикса) или ему будет присвоено оригинальное название, то указанные элементы, относящиеся к рецепту, можно рассматривать как часть интеллектуальной собственности.

С формой товара, как и с его упаковкой, все гораздо проще. Их можно было отнести к объектам интеллектуальной собственности, если на момент их создания они обладали двумя признаками – оригинальностью и новизной.

– **Что именно можно считать отличительной особенностью товарного знака?**

– Товарный знак – средство индивидуализации, которое является визитной карточкой не его автора и даже не правообладателя. Это лицо конкретного товара, который производится и реализуется его правообладателем, или визитная карточка конкретной

услуги, которую оказывает обладатель знака. Другими словами, потребитель узнает полюбившийся ему товар, глядя на знакомый товарный знак, но при этом не всегда знает точное наименование лица, которое его произвело.

Поэтому, на мой взгляд, нет механизма более сильного в «раскручивании» и продвижении товара на рынке, чем товарный знак. При этом нужно не забывать, что в подавляющем большинстве случаев обозначение, которое служит для индивидуализации товара или услуги, становится товарным знаком только с момента государственной регистрации.

– **Очень часто компании при разработке товарного знака создают логотип, который до смешения похож на какой-нибудь бренд крупной компании, хорошо зарекомендовавшей себя на рынке. Однако многим из фирм-плагиаторов удается выйти сухими из воды: они доказывают, что никакого точного сходства нет. По каким критериям определяется, нарушены ли права компании, которую копируют? Сталкивались ли Вы с такими случаями?**

– Да, действительно такие ситуации случаются. В моей практике приходилось выступать как на стороне истца, так и на стороне ответчика. Здесь нужно сразу разграничивать административное разбирательство и непосредственно судебный процесс.

У палаты по патентным спорам имеются свои критерии оценки схожести обозначения – они содержатся в Правилах составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания. Это, прежде всего, определение сходства по трем факторам: семантическому (смысловому), фонетическому и визуальному. Судом применяется более широкий подход в оценке схожести знаков. В судебном процессе не только учитываются перечисленные выше критерии, но рассматривается вся ситуация комплексно. Суд может уделить внимание любой, как может показаться правообладателю-истцу, мелочи. Может учитываться известность и длительность использования товарного знака, а также вопрос о добросовестности использования товарного знака правообладателем.

– **Каким образом пострадавшая компания может доказать свою правоту в спорных случаях?**

– Необходимо выделить административный порядок защиты своего товарного знака и судебный. Он предусматривает обращение в Палату по патентным спорам, а также в антимонопольную службу. Все основания для обращения в Палату



по патентным спорам содержатся в ч. 4 ГК РФ, поэтому подробно останавливаться на этом не будем. Выделим основной способ защиты прав на товарный знак – это подача возражения против регистрации схожего до степени смешения товарного знака. Данная претензия подается в том случае, когда, на ваш взгляд, экспертиза Роспатента одобрила регистрацию знака, не посчитав, что он достаточно схож с вашим по фонетическому, визуальному или смысловому признакам. Подав такое возражение, вы сможете попытаться доказать обратное и отменить государственную регистрацию.

Судебный механизм защиты применяется в том случае, когда ваши права нарушаются фактически, а основания для административного решения данного вопроса отсутствуют. Российское законодательство предусматривает серьезные санкции за нарушение прав на ТЗ. Но тут необходимо понимать, что не всегда достаточно факта нарушения ваших законных прав на ТЗ. Да, суд прежде всего уделяет внимание доказательствам, но расценить он их может по-разному. Поэтому, в первую очередь, необходимо позаботиться о доказательственной базе, чтобы противоположной стороне невозможно было доказать свою непричастность к правонарушению, а суд смог вынести адекватное, а главное – удовлетворяющее вас решение.

Не менее важно, каким образом эти доказательства были суду представлены. Кроме того, зачастую в процессе возникают вопросы, которые требуют немедленного решения, а вовремя сориентироваться не профессионалу бывает трудно. Необходим комплексный подход...

Поэтому, защищая свою интеллектуальную собственность, не стоит надеяться только на себя – желательно обращаться к специалистам, имеющим опыт в решении аналогичных дел.

**– Что необходимо учитывать производителям, регистрирующим торговую марку?**

– Основное внимание нужно уделить перечню товаров и услуг, относительно которых будет регистрироваться и в дальнейшем функционировать товарный знак, поскольку неграмотно составленный перечень товаров и услуг сведет на нет все затраченные на его регистрацию силы, время и деньги.

Еще один важный момент связан с решением вопроса о том, в каком виде лучше подавать знак на регистрацию: словесном, графическом или комбинированном. Тут одного ответа быть не может. Каждый случай – частный и зависит от множества факторов.

Нужно не забывать, что государственная экспертиза – процесс достаточно субъективный, несмотря на предусмотренные нормативы, ее регламентирующие. Бывают случаи, когда знаку, представляющему собой простое слово, отказывают в регистрации на основании схожести с ранее зарегистрированным, а комбинированный знак, содержащий такое же или схожее слово в оригинальной графике, регистрируют. При этом таких тонкостей – несколько десятков, и их все нужно учитывать, готовясь к регистрации вашего знака.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



## Виктор Батуев,

начальник отдела регистрации, правовой охраны и защиты объектов интеллектуальной собственности группы компаний «Цензор»:

*«Нет механизма более сильного в “раскручивании” и продвижении товара на рынке, чем товарный знак. При этом нужно не забывать, что в подавляющем большинстве случаев обозначение, которое служит для индивидуализации товара или услуги, становится товарным знаком только с момента государственной регистрации».*

**– Есть ли особые принципы регистрации товарного знака на пищевую продукцию, в частности хлебобулочных и кондитерских изделий?**

– Каких-то особых принципов, связанных с регистрацией ТЗ для пищевой продукции, нет. Они одинаковы для любого перечня товаров или услуг, которые Вы хотите снабдить товарным знаком. Как было указано выше, это, прежде всего, внимательное отношение к формированию перечня товара в заявке на регистрацию. В зависимости от наличия или отсутствия схожих знаков, зарегистрированных до вас, этот перечень можно максимально расширить или, наоборот, сузить.

**– Что бы Вы посоветовали предприятиям, желающим зарегистрировать товарный знак?**

– Основная рекомендация – обращаться к специалистам в сфере интеллектуальной собственности не только на стадии регистрации товарного знака, но и на стадии его разработки, поскольку после подачи заявки на регистрацию значительно сложнее вносить корректировки, которые бы способствовали успешному завершению процесса. На стадии же создания можно учесть все факторы – как негативные, так и позитивные, и добиться того, что созданное Вами обозначение не только пройдет регистрацию и получит свидетельство на товарный знак, но долго и успешно будет существовать на рынке.

↓ Попытки копирования нашего позиционирования мы фиксировали в сегменте хлебобулочных изделий (ХБИ). В сфере мучных кондитерских изделий подобных прецедентов не было.

↓ У нас разработаны отдельные стратегии управления каждой торговой маркой. На заводах, которые входят в нашу корпорацию, исторически имелось большое число торговых марок, но сейчас у нас ведется работа по оптимизации марочного портфеля.

МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ



**Ольга Турундаевская,**  
директор департамента  
по маркетингу АПК  
«Стойленская Нива»

На кондитерском рынке исторически сложился высокий уровень доверия к отечественным продуктам. 90% от объема российского потребления мучных кондитерских изделий (МКИ) занимает продукция отечественных производителей. Большинство российских потребителей доверяет местным кондитерам, имеющим достаточный уровень узнаваемости. Речь идет как об известности имени производителя, так и об известности торговых марок. Отечественный продукт воспринимается россиянами как произведенный недавно и «недалеко» от дома, вызывает гораздо больше доверия, чем тот, который изготовили на другом конце света и везли до покупателя несколько месяцев.

Таким образом, большинство потребителей МКИ консервативны и в своем выборе опираются на такие факторы как:

- доверие к марке: надежность производителя дает гарантию безопасности продукции;
- доступность цены на изделия к чаю;
- отсутствие вредных для здоровья компонентов в составе.

Продукция зарубежных изготовителей редко отвечает вышеперечисленным факторам потребительского выбора: импортные сладости стоят дороже отечественных аналогов и одновременно воспринимаются россиянами как «чужие, иноземные», вызывая меньше доверия.

Процент потребителей-новаторов, желающих постоянно пробовать что-то новое, своеобразное и одновременно готовых переплачивать за оригинальность составляет в среднем 15-18%. Среди наиболее крупных импортеров МКИ, которые обладают преимуществами по соотношению «цена-качество», можно выделить украинских производителей: Roshen, «АБК», «Киев-контин».

Многие недооценивают важность профессионального брендинга – созданию логотипа и торговой марки, которая станет успешной и широко востребованной на рынке, должны предшествовать глубинные количественные и качественные исследования целевой аудитории потребителей будущего бренда. В частности, особое внимание должно быть уделено социально-демографическим характеристикам, менталитету и эмоциональным потребностям предполагаемых покупателей. Если фирменный стиль бренда попадет в фокус мироощущений, желаний и эстетического видения мира целевой аудитории, а продукция

соответствует по качеству ожиданиям – бренд в 90% случаев станет успешным при условии его грамотного продвижения на рынке.

В построении марочной концепции мы выбрали мультибрендовый подход, который предполагает параллельное сосуществование локальных марок, успевших заслужить лояльность местных потребителей, федерального бренда и проектов СТМ (собственных торговых марок) федеральных и международных сетей. Мы сегментируем рынок, выявляя наиболее крупные группы потребителей, схожих по определенным социально-демографическим характеристикам, и разрабатываем параллельно «живущие» торговые марки, адаптированные под предпочтения каждой группы.

Попытки копирования нашего позиционирования мы фиксировали в сегменте хлебобулочных

## На сегодняшний день

существует острый дефицит свободных «нефантазийных» названий, которые можно зарегистрировать, поэтому при разработке новых марок все производители сталкиваются с серьезными проблемами в области создания названия.

изделий (ХБИ). В сфере мучных кондитерских изделий подобных прецедентов не было.

При создании товарного знака, в первую очередь, имеет смысл принимать во внимание следующее:

- анализ конъюнктуры рынка, мониторинг портфелей уже существующих брендов конкурентов, изучение потребностей конечных покупателей и запросов представителей каналов распределения (главным образом, сетевого ритейла);
- восприятие потребителями самого продукта;
- анализ целевой аудитории;
- тенденции развития рынка;
- имидж компании в глазах широкой общественности.

Защищаться от недобросовестных конкурентов нужно законными способами, в первую очередь патентованием графических и словесных обозначений. Наша компания, например, патентует все свои, и закон нас защищает от незаконного копирования.



Регистрация товарных знаков – одна из самых больших проблем. На сегодняшний день существует острый дефицит свободных «нефантазийных» названий, которые можно зарегистрировать, поэтому при разработке новых марок все производители сталкиваются с серьезными проблемами в области создания названия.

Серьезные сложности связаны также с длительностью процедуры патентования и отсутствием 100% гарантий на достоверность результата при проведении поиска на патентную чистоту в органах ФИПС. То есть, разработав потенциальное название и проверив его в 10-дневный срок на патентную чистоту, производитель в дальнейшем может получить отказ органов ФИПС и заключение о невозможности патентования, даже несмотря на то, что к этому моменту в проект по запуску ТМ в массовое производство уже инвестированы значительные средства.

Как и во многих других процессах, в управлении портфелем торговых марок нужно придерживаться правила «золотой середины». Ассортиментный портфель должен был сбалансирован: чрезмерное количество марок не только требует значительных затрат на продвижение, но и вряд ли займет искомое место в сознании потребителей, которым сложно воспринимать огромное множество предложений. Количество брендов в портфеле должно оптимально соответствовать целям компании: для качественного продвижения и развития всех марок может просто не хватить ресурсов. Ключевой момент – это четкое и однозначное целеполагание. Иными словами, для каждой марки должна существовать стратегия, исходя из которой, становится понятно, для чего эта марка нужна компании и как она будет развиваться в ближайшее время.

У нас разработаны отдельные стратегии управления каждой торговой маркой. На заводах, которые входят в нашу корпорацию, исторически имелось большое число торговых марок, но сейчас у нас ведется работа по оптимизации марочного портфеля.

Потребители премиум сегмента МКИ и массовых торговых марок отличаются по потребительскому поведению, мышлению, предпочтениям. Говоря простым языком, это разные по своей сути группы людей. По этим причинам существенно дифференцированы подходы к продвижению. В первую очередь, отличаются каналы коммуникации, которые используются для информирования целевой аудитории.

Также премиальные и массовые бренды часто имеют различные каналы распределения, различный мерчендайзинг, разные подходы к оформлению и стилизации упаковки. Однако базовые стратегические принципы маркетинга идентичны, и профессиональные маркетинговые стратеги, детально проанализировав специфику сегмента и продукта, могут успешно параллельно развивать оба этих направления.

**Галина Чайковская,**  
директор по маркетингу ЗАО «Кондитерское объединение «Любимый Край»

Потребители больше всего доверяют знакомым проверенным брендам, именно поэтому сегодня выигрывают традиционные продукты и те марки, которые больше всего рекламируются и заслужили доверие.

Брендов кондитерских изделий, знакомых потребителям с детства, не так много. К тому же эти традиционные продукты уже адаптированы к современному рынку и потому сохранили лояльность массового потребителя.

**Чтобы правильно** разработать концепцию торговой марки, нужно четко понимать свою целевую аудиторию, ее ценности, предпочтения, ассоциации, отношение к продукту. После этого выбирается позиция марки, которая и доносится через товарный знак, ассортимент, дизайн и средства коммуникации.

Марки, существующие на рынке около 10 лет и хорошо зарекомендовавшие себя, также имеют достаточно высокий уровень доверия потребителя. К таким примерам можно отнести наши бренды «Посиделкино» и «Штучки».

Современный рынок показывает успешность как российских, так и зарубежных марок.

Для того чтобы привлечь покупателя к своей продукции, необходимо правильно разработать логотип. Прежде всего, он должен быть легко читаемым, узнаваемым, отличным от конкурентов. Кроме того, он должен ассоциироваться с продуктом и позиционированием марки.

Для того чтобы правильно разработать концепцию торговой марки, нужно четко понимать свою целевую аудиторию, ее ценности, предпочтения, ассоциации, отношение к продукту. После этого выбирается позиция марки, которая и доносится через товарный знак, ассортимент, дизайн и средства коммуникации. Именно так родилась наша марка «Посиделкино».

Наши фирменные магазины тоже оформлены в стиле корпоративной марки «Любимый Край». Там в полном ассортименте представлены все продуктовые марки «Посиделкино», «Штучки», «Семислонов», «Оранжевое солнце».

Когда новый продукт успешно продается, всегда находятся «молодцы», желающие ввести потребителя в заблуждение и заработать на чужом успехе. Были случаи копирования и упаковки, и дизайна, и продукта «Посиделкино». Доходило до того, что продукты конкурентов фасовались в коробки и упаковки с нашим логотипом. Но, как правило, это продукты худшего качества, обреченные на провал. Похожая ситуация и с маркой «Штучки». До сих пор некоторые производители постоянно пытаются использовать этот запатентованный товарный знак в наименованиях своих продуктов.

Недобросовестные конкуренты, к сожалению, всегда были и будут. Но защищать свою марку необходимо. Здесь все средства хороши, в зависимости от ситуации. От мирных переговоров до судебного процесса. Такая практика у нас уже есть. **КС**



Гость:

**Кирилл Рысев,**  
менеджер экспортного  
отдела компании Chopin  
Technologies



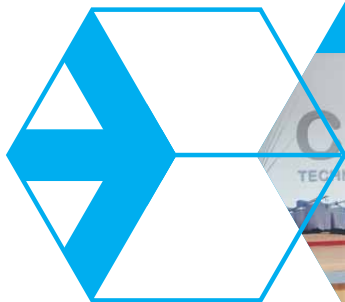
Беседовала:

**Екатерина Сомова**

## \* Справка:

Экспат (англ. expat, происходит от лат. ex patria «вне родины») – термин для обозначения специалистов, работающих за рубежом.

«Французам в какой-то мере не хватает самоконтроля и некоторой критичности к себе, как мне кажется».



**Кирилл Рысев** родился 20 июля 1981 года в городе Рига. Сейчас живет и работает во Франции, в Париже, в компании Chopin Technologies. Женат. Много путешествует, занимается спортом, любит готовить и посещать культурные мероприятия.

«Россиян здесь воспринимают как успешных, требовательных клиентов-партнеров, с которыми можно и нужно строить общий бизнес».

## Люблю французов за жизнерадостность

– Кирилл, если я правильно понимаю, во Францию из Латвии Вы уезжали целенаправленно, на учебу. Почему выбрали именно эту страну?

– В Латвии не было выбора тех профессий, на которые я был нацелен. Выбрал именно Францию, потому что изначально я учился в английской школе и профильный язык знал хорошо, а вот французский учил только 3 года. Мне захотелось усовершенствовать его и больше узнать о культуре этой страны. В итоге я поступил в Университет города Нанта на факультет Экономики и управления. После окончания учебы мне представилась возможность переехать в Париж. При поиске работы мой выбор пал на компанию Chopin Technologies, где мне предложили должность менеджера экспортного отдела по странам Центральной, Восточной Европы и СНГ: руководству понравилось, что

я знаю русский язык, который абсолютно необходим для работы с этими рынками.

– Насколько совпали Ваши ожидания и представления о жизни за границей с тем, что оказалось на самом деле?

– Во-первых, на тот момент для меня было огромным событием поехать в Западную Европу одному и строить свою жизнь самостоятельно. Радикальная смена места жительства и образа жизни естественно сильно расширила мой кругозор, позволила понять и узнать французский менталитет, который, кстати говоря, очень похож на русский: люди здесь такие же открытые, коммуникабельные, легко идут на контакт.

– Вот эта схожесть образа мышления, о которой Вы говорите, распро-

страняется на все сферы жизни и деятельности, как считаете?

– Думаю, что не на все. В бизнесе, например, россияне выработали очень требовательный подход – как к себе, так и к партнерам. А вот французам в какой-то мере не хватает самоконтроля и некоторой критичности к себе, как мне кажется. И еще трудолюбия. Здесь люди очень привыкли к тому, что их права хорошо защищены государством.

– На Ваш взгляд, чему мы, россияне, могли бы поучиться у французам?

– Нам, в первую очередь, не помешало бы приобрести немного уверенности в себе и в собственных силах. Французы, например, хорошо знают свои права, в том числе и в бизнесе, и умеют их защищать. В случае необходимости могут выйти бастовать даже. А в России другой подход – директор всегда прав, люди боятся отстаивать свои права.

И еще об одном отличии могу сказать. В Европе специфика образовательной системы такова, что специализация определяется на самых ранних стадиях: человек заранее выбирает себе профессию и углубленно изучает именно ее. В России же подход более глобальный – наш молодой специалист намного более





«Единственное, что нужно западным коллегам, – уверенность в завтрашнем дне».



амбивалентен, быстрее может вникнуть в новую сферу, начать работать и приносить реальную пользу.

– Значит, российские сотрудники за рубежом в цене! А охотно ли идут сегодня западные компании на партнерство с Россией – не только в вопросе кадров, но и в более крупных масштабах?

– С удовольствием идут! Европейские компании, работающие в АПК, с удовольствием выходят на российский рынок, строят заводы, инвестируют в них деньги. Единственное, что нужно западным коллегам – уверенность в завтрашнем дне. С этим пока трудно, но мне кажется, что за последние 10 лет стабильность несколько возросла и видна не только на макроэкономическом уровне, но и на микроэкономическом.

– Не пугает ли европейцев русская ментальность, наша атмосфера, быт?

– Пугает. Поэтому француз, который не знает ни русского языка, ни культуры, никогда в Россию работать не поедет! Но если найти людей, которые помогут на месте правильно все это организовать, то я думаю, многие компании пойдут на такой риск.

Имя, Фамилия, Отчество:  
Рысев Кирилл Дмитриевич

Дата рождения:  
20.07.1981

Место рождения:  
г. Рига, Латвия

Образование:  
высшее,  
магистр экономических наук.  
Университет города Нант, Франция

Место проживания и работы:  
г. Париж, Франция

Место работы, должность:  
компания Chopin Technologies, которая специализируется на разработке и производстве оборудования для контроля качества зерна, муки и продуктов переработки зерна; менеджер экспортного отдела, ответственный за рынки сбыта в Центральной и Восточной Европе и странах СНГ

Семейное положение:  
женат

Увлечения и интересы:  
путешествия, спорт, культурные события и мероприятия, хорошее вино и кухня разных народов мира

– Интересно, а какой образ русского человека имеется у французов? Стереотипы по-прежнему живы?

– К счастью, нет. Если говорить о Париже, то после китайских туристов русские занимают второе по количеству место. Россиян здесь хорошо знают и понимают, что медведи в Москве не разгуливают по улицам. И потом уже общеизвестно, что у людей, приезжающих из России, зачастую требования намного выше, чем у многих западноевропейцев. Сегодня россиян здесь воспринимают как очень успешных и требовательных клиентов-партнеров, с которыми можно и нужно строить общий бизнес на взаимовыгодных условиях.

– Кирилл, а Вы сами, будучи русским, за что любите Францию?

– Первое, за что люблю французов, – за их жизнерадостность. Они не живут, чтобы работать, а работают, чтобы жить. Второе – это кухня: Франция известна своими винами и сырами, которые я очень сильно люблю. И третье, я восхищаюсь тем, что они смогли сохранить аутентичность каждого своего региона. Здесь 22 области, и в каждой из них можно увидеть свою неповторимую архитектуру, историю. **КС**



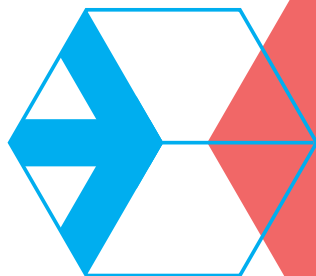
Гость:

**Ян Ван Дрил**

Беседовала:

**Екатерина Сомова**

**\* Справка:**  
*Экспат* (англ. expat, происходит от лат. ex patria «вне родины») – термин для обозначения специалистов, работающих за рубежом.



**Ян Ван Дрил** родился в Голландии в 1953 году. Более 30 лет занимал ведущие руководящие посты в крупнейших масложировых компаниях мира. Последнее время живет и работает в России, в должности вице-президента Корпорации **«СОЮЗ»**. К российской действительности привыкает хорошо, считает, что местное радушие скрашивает трудности адаптационного периода. Учит русский язык, любит дайвинг и путешествия.

«У меня много друзей и в Малайзии, и в Америке, и в Европе, а чтобы повидаться с ними, мне достаточно лишь сесть в самолет!»

«В масложировой промышленности тружусь уже более 30 лет!»

## Мне нравится русское радушие

**– Ян, расскажите о том, как развивалась Ваша карьера в отрасли. С чего Вы начинали как профессионал?**

– В масложировой промышленности я тружусь уже более 30 лет. Работал в разных европейских странах, в США, в Азии и в Африке. Начинал с должности инженера и «дорос» до руководящих позиций. Так, например, некоторое время я отвечал за действующий бизнес компании Sime Darby (крупнейшего в мире производителя пальмового масла) и его развитие в Европе, Ближнем Востоке и Африке. Затем руководил одним из самых известных заводов по переработке масел и производству специализированных жиров в Малайзии, отвечал за большой, абсолютно новый, современный завод по переработке растительных масел и жиров в Великобритании Unilever UK Lt. Кроме того, у меня был

опыт руководства проектом по повышению эффективности работы завода по переработке растительных масел и жиров компании Van den Berg Oils Unilever USA, а также я возглавлял проект и производство в компании Unimills, и это далеко не все.

**– Каковы были Ваши первые впечатления о работе в России?**

– Корпорацию «СОЮЗ» я знаю уже более 10 лет по моей предыдущей работе. Это динамично развивающаяся структура с прекрасным менеджментом. Продукция «Союза» уже известна высоким качеством – завод можно поставить в один ряд с ведущими мировыми масложировыми производствами. Мне кажется, что Корпорация сегодня является единственной масложировой компанией в России, которая быстро и грамотно развивается,

у нее большие перспективы. Именно поэтому я и работаю здесь, в Калининграде.

**– Какие профессиональные задачи Вы сами для себя ставите?**

– Главная моя задача – вывести Корпорацию «СОЮЗ» на мировой уровень, сделать так, чтобы она встала в один ряд с крупнейшими международными предприятиями. Кроме того, я консультирую специалистов Корпорации в вопросах управленческого менеджмента. И одна из приоритетных задач – это международная сертификация производства в Калининграде. Последние скандалы по поводу высокого уровня диоксинов в кормах для животных, следовательно в мясе и яйцах, – очень яркий пример того, что к вопросам качества нужно относиться максимально трепетно.



*«Законодательство в области пищевых продуктов должно быть и будет, я уверен, международным».*



Имя, Фамилия:

Ян Ван Дрил

Дата рождения:

1953 год

Место рождения:

Голландия

Место проживания и работы:

Калининград, Россия

Образование:

Технический университет в Дельфте по специальности инженер-химик

Место работы, должность:

вице-президент Корпорации «СОЮЗ», которая специализируется на производстве и поставках российским предприятиям пищевой промышленности жиров специального назначения

Опыт работы:

компания Sime Darby, Golden Hope Plantations, Unilever UK Ltd, Van den Berg Oils Unilever USA, Unimills и др.

Семейное положение:

женат

Свободное время:

любит дайвинг и путешествия

В последнее время потребители становятся более осведомленными и требовательными к продуктам, которые они едят, многие знают, что должно быть в составе, а что нет. К тому же интернационализация в нашем бизнесе все ускоряется: люди путешествуют больше, чем раньше, открывают новые страны и их продукты. И неизбежно потребители будут сравнивать продовольственные товары других стран с теми, которые они едят в России, и будут выбирать лучшее. Именно поэтому законодательство в области пищевых продуктов должно быть и, я уверен, будет международным.

**– Ян, чем Россия отличается от других стран, в которых Вам довелось жить и работать?**

– Отличается только режимом. Он у меня в России иной, чем в Малайзии, откуда я прибыл. И, конечно же, погодой. Я привык к теплomu клима-

ту – в Малайзии температура воздуха выше +35 °С днем и не ниже +25 °С ночью, поэтому можно было ходить весь день в шортах, не испытывая дискомфорта!

**– А по родине скучаете?**

– Нет, не скучаю. При сегодняшней глобализации расстояния уже не играют большой роли – города и страны стали значительно ближе друг другу. Наверное, я – человек мира! У меня много друзей и в Малайзии, и в Америке, и в Европе, а чтобы повидаться с ними, мне достаточно лишь сесть в самолет. Я обожаю путешествия, которые приносят новый опыт и впечатления, знание языков и т. п. К счастью, у меня нет проблем при смене часовых поясов. А для нового я открыт всегда: например, вместе с женой собираюсь начать изучение русского языка. И вообще, мне нравится русское радушие и жизнерадостность. **КС**

Подготовила:



Елена Максимова

# Сладости нового века

С 28 по 30 марта в Международной промышленной академии прошла Международная конференция «Кондитерские изделия XXI века»



В рамках мероприятия были рассмотрены приоритетные направления и перспективы развития производства кондитерских изделий в странах Таможенного союза; реформа технического регулирования в кондитерской промышленности; актуальность пересмотра и разработки национальных стандартов. Также участники конференции уделили внимание тематикам научного обеспечения производства кондитерских изделий; изготовления кондитерских изделий лечебного, профилактического и специального назначения; сырья и ингредиентов; контроля качества сырья и производства готовой продукции; тенденциям в упаковке.

## Перспективы отрасли

**Президент Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «Асконд» Сергей Носенко** рассказал слушателям о состоянии российской «сладкой» отрасли. По его словам, рынок кондитерских товаров нашей страны признан одним из самых быстроразвивающихся в мире, наблюдается рост производства всех категорий сладостей: «По сравнению с началом 1990-х годов изменились и состояние, и структура отечественной кондитерской отрасли. Большинство предприятий модернизировали и расширили свою производственную базу, приобрели оборудование, соответствующее современному мировому уровню».

ню. И сегодня можно с уверенностью констатировать, что российская кондитерская промышленность достигла уровня развития, достаточного для полного удовлетворения запросов российского рынка в кондитерских товарах», – отметил эксперт. По данным Ассоциации «Асконд», импортная продукция занимает 11% всего объема кондитерского рынка страны. Потребление сладостей в расчете на душу населения стабильно растет, а продукция отечественных изготовителей пользуется постоянным спросом у населения.

«По сравнению с началом 1990-х годов изменились и состояние, и структура отечественной кондитерской отрасли. Большинство предприятий модернизировали и расширили свою производственную базу, приобрели оборудование, соответствующее современному мировому уровню».

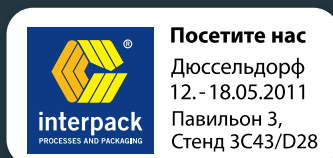
Некоторые спикеры выразили свою обеспокоенность слишком большой долей импорта кондитерских изделий на отечественном рынке. Например, **управляющий директор ООО «Объединенные кондитеры» Николай Васюков** отметил, что на российском рынке, который является одним из крупнейших в мире, растет доля иностранной сладкой продукции, более 50% которой составляют товары из Украины. При этом цена зарубежной продукции зачастую ниже среднерыночной.

По мнению господина Васюкова, главной проблемой следует считать импорт не столько конечной продукции, сколько сырья: «российский сырьевой рынок зависит от импорта, причем в некоторых группах – таких как какао-бобы, орехи, тропические масла – на 100%. В целом доля импорта сырья для кондитерской про-



**Шоколад, который тает во рту.** Бюлер - ведущий мировой производитель оборудования для пищевой промышленности. Благодаря возможностям компаний Бюлер Барт и Бюлер Биндлер концерн Бюлер предлагает весь спектр технологий и оборудования переработки и производства - от сырых какао-бобов до готовых шоколадных изделий. Самые инновационные технологии производства, создающие шоколад, который тает во рту.

Представительство в Москве Бюлер АГ, Телефон: +7 (495) 786 87 63  
office.moscow@buhlergroup.com, www.buhlergroup.com



**Innovations for a better world.**



мышленности составляет около 40%. Доля же стоимости сырья (сахар, какао, орехи, масло, молоко, мука) составляет до 65% себестоимости конечной продукции, поэтому рынок кондитерских изделий чувствителен к колебаниям цен на сырье», – заключил эксперт.

### Таможенно-тарифное регулирование отрасли

Вопросы таможенного регулирования в своих выступлениях затронули сразу несколько докладчиков.

Кондитеры России, Казахстана и Белоруссии видят актуальность объединения усилий для защиты общих интересов в рамках единого таможенного пространства. Так, с декабря 2010 года вступило в действие Постановление Правительства РФ «О мерах по защите экономических интересов российских производителей карамели». Документ устанавливает на три года специальную пошлину на карамель в разме-

являются серьезным камнем преткновения для многих специалистов отрасли: зачастую производителям бывает непросто перестраиваться под новые правила из-за недостатка информации.

О том, в каком направлении происходит развитие стандартизации отрасли, рассказала **заместитель директора по научной работе ГНУ НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии Людмила Скокан**. Она сообщила, что мероприятия, направленные на совершенствование системы стандартизации, основаны на:

- гармонизации национальных стандартов с международными;
- уточнении и актуализации межгосударственных и национальных стандартов в целях создания доказательной базы выполнения требований технических регламентов Таможенного союза;
- реализации Программы разработки национальных стандартов на 2011 год и подготовке проекта Программы на 2012 год.

В настоящее время в фонде стандартов, действующих в кондитерской промышленности, находятся 37 стандартов, 20 из кото-



«Одновременно с конференцией проходил Международный смотр качества кондитерских изделий, на котором 33 предприятия представили 127 образцов продукции».

ре 294,1 долл. за 1 тонну. Больше всего от этого решения страдает Украина, которая теряет четверть экспортных возможностей и несет убытки в размере минимум 35 млн долл.

### С конкурентами надо сотрудничать

В современном мире при возрастающем давлении конкуренции все труднее стать лидером. Для того чтобы оставаться на вершине, необходимо иметь продуманную стратегию. Например, конкурент на одном рынке может стать союзником на другом, поэтому партнерство является основой успеха. О том, каким образом объединять усилия, рассказала **заместитель директора по научной работе ГНУ НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии Татьяна Савенкова**. По ее словам, внешние силы оказывают большое влияние на развитие бизнеса, поэтому для многих партнерство позволяет осуществлять непрерывный процесс совершенствования. Поэтому, только прикладывая совместные усилия, производители смогут максимально расширить ресурсы и способности и направить их на осуществление проектов важных проектов.

### Направления развития стандартизации

Основные задачи развития стандартизации в промышленности определяются Посланиями Президента Федеральному собранию РФ, Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года и Программой действий Министерства промышленности и торговли России.

Постоянные изменения российского законодательства в области и стандартизации продуктов питания

рых применяются к различным видам кондитерских изделий и полуфабрикатов, 17 – к методам контроля.

Стандарты на жевательную резинку, какао-порошок, конфеты, кондитерские изделия пастильные, мармелад, карамель, ирис, халву, драже, вафли, галеты, крекер, рулеты бисквитные, изделия кондитерские пряничные, восточные сладости мучные и типа мягких конфет имеют статус «Общие технические условия». Людмила Скокан отметила, что разработаны они были в период с 1976 по 1996 годы. Их существенный недостаток – отсутствие характерных для каждого вида изделия идентификационных признаков, установленных тождественных характеристик продукции ее существенным признакам. А значит, работа по этим стандартам в соответствии с требованиями закона «О техническом регулировании» для предприятий, вырабатывающих кондитерскую продукцию, не представляется результативной.

Только два национальных стандарта «Шоколад. Общие технические условия» и «Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения», разработанные в 2008 году, соответствуют поставленным задачам развития в области технического регулирования кондитерской промышленности.

Доказательная база фонда стандартизации кондитерской отрасли имеет в своем составе 17 стандартов. Из них, например, стандарт на метод определения содержания спирта, разработанный в 1951 году. Другие стандарты: методы определения кислотности и щелочности, методы определения содержания влаги и сухих веществ, методы определения массовой доли золы и металломагнитных примесей, методы определения плотности пористых изделий, методы определения сахара, ксилита и сорбита, массовой доли общей сернистой кислоты – разработаны в период 1970-1990 годов. С того времени прошло более 20 лет, и однозначно указанные методы определения устарели.

К настоящему времени разработаны более точные и быстрые методы контроля.



Специалистами института кондитерской промышленности проведен анализ достаточности нормативной базы и разработан перечень национальных стандартов и свод правил, в результате применения которых обеспечивается соблюдение требований разрабатываемого Федерального закона «Технический регламент на кондитерскую продукцию».

При разработке перечня руководствовались следующими приоритетами:

- безопасность продукции для жизни и здоровья населения;
- обеспечение единства измерений;
- гармонизация национальных стандартов с международными стандартами ИСО, ЕЭС.

Применение национальных стандартов должно обеспечить соблюдение требований технического регламента.

В качестве примера сравнения новых и старых методов определения качества продукции можно привести метод определения степени измельчения шоколада и кондитерских полуфабрикатов. На сегодняшний день на российских кондитерских предприятиях широко используется метод определения степени измельчения с помощью микрометра и седиментационный метод Реутова (ГОСТ 5902). Однако, по мнению специалистов, эти методы имеют большую погрешность измерения, так как результаты определений во многом зависят от квалификации оператора.

Поскольку определение степени измельчения по методу Реутова дает лишь общую долю твердых частиц и не позволяет определить весь спектр гранулометрического состава, требуется переход на более совершенные автоматизированные методы определения гранулометрического состава.

В настоящее время для измерения размеров частиц за рубежом широко используется метод лазерной дифракции. Он имеет ряд преимуществ, в числе которых:

- широкий диапазон измерения размера частиц (от нм (10-9) м до мм (10-3) м);
- минимальное время для получения экспериментальных данных;
- возможность использования нетоксичных растворителей (растительных масел);
- сравнительно высокая воспроизводимость результатов определений.

Так как процесс определения степени измельчения полностью автоматизирован, исключается зависимость результата от квалификации оператора.

Все участники конференции согласились, что в новом веке требуются новые подходы не только к вопросам стандартизации отрасли, но и к ведению бизнеса. Необходимо уделять достаточно внимания продвижению товаров, грамотному оформлению упаковки. И конечно, вводить в ассортимент и развивать функциональные, полезные и натуральные продукты.

Одновременно с конференцией проходил Международный смотр качества кондитерских изделий, на котором 33 предприятия представили 127 образцов продукции. Дегустационная комиссия отметила высокое качество продукции и наградила лучшие компании золотыми, серебряными и бронзовыми медалями. Гран-При за стабильно высокое качество и широкий ассортимент кондитерских изделий получили 5 предприятий: Холдинг «Объединенные кондитеры», ОАО «Кондитерский комбинат "Кубань" (Краснодарский край), ОАО «Брянконфи», (Брянск) за стабильно высокое качество и широкий ассортимент кондитерских изделий, АО «Рахат» (Республика Казахстан), ОАО «АККонд» (Республика Чувашия). **КС**



Saint Petersburg, Gorelovo

Greenstate

YIT Lentek – Gorelovo

# INDUSTRIAL PARK

Участки для размещения производств и логистических комплексов. Коммуникации подведены к участкам. Получены лимиты инженерного обеспечения.

- Отличная транспортная доступность
- Инженерная готовность участков обеспечит быстрый запуск проектов
- Гарантии международного концерна YIT при реализации проектов
- Возможность реализации масштабных проектов с площадью застройки до 58 Га
- Уже работают мясоперерабатывающий завод Пит Продукт (Atria), логистический центр Gorigo, предприятия Dermosil и Viking Life-Saving Equipment

ЗАО «ЮИТ Лентек» — крупный девелопер в Северо-Западном регионе

- жилая недвижимость
- офисная недвижимость
- торговая недвижимость
- промышленное строительство
- логистические центры



Бабичева Анна  
т.: +7 812 336 37 57 доб. 2046  
моб.т.: +7 921 656 58 75  
e-mail: Anna.Babicheva@yit.ru

yit.ru

Together we can do it.





Больше всего бараночных изделий выпускается в Санкт-Петербурге (15%), сухарей, гренок и хрустящих хлебцев – во Владимирской области (16%), пирожков, пирогов и пончиков – в Ставропольском крае (пятая часть от общего объема изготовления данного вида продукции).

Author:

**Yury Yashin,**  
Ph. D., Intesco Research  
Group Chief Director's  
Advisor, a member of the  
Marketers' Guild

**Юрий Яшин,**  
к.э.н., советник  
генерального директора  
Intesco Research  
Group, член Гильдии  
Маркетологов

## Рынок хлеба и хлебобулочных изделий

*Хлеб и хлебобулочные изделия относятся к товарам стратегической значимости, а для граждан являются продуктами первой необходимости и неотлагаемого спроса. Ни экономический кризис, ни даже неблагоприятные погодные условия и засушливое лето 2010 года, приведшие к сокращению урожая зерна, практически не повлияли на конъюнктуру российского рынка хлебобулочных изделий.*

### Кризис не подкосил хлебную отрасль

В 2008-2010 годах рынок демонстрировал стабильность, предсказуемость и позволял его игрокам достаточно эффективно продолжать развитие своего бизнеса.

## Market for bread and bakery products

*Bread and bakery products are the goods of the strategic importance, and for the citizens they are the products of the first necessity and essential demand. Neither the economic crisis nor adverse weather conditions and dry summer of 2010 that led to reduction of grain yield have not virtually effected on the conjuncture of the bakery goods on the Russian market.*

### The crisis has not knocked down the grain industry

In 2008-2009 the market showed the stability, predictability and allowed its gamblers to effectively enough go on with the developing of their business.



Объем российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий в натуральном выражении с 2007 года медленно сокращался и в 2010 году составил немногим более 7,0 млн тонн (**рис. 1**).

Почти весь объем рынка в натуральном выражении представлен продукцией отечественных производителей, доля зарубежных изделий составила чуть более 0,1%.

На протяжении 2007-2010 годов доля импорта на российском рынке хлеба и хлебобулочной продукции колебалась от 0,11 до 0,14%. В 2009 году наблюдалось лишь незначительное сокращение импортной продукции, а в 2010-м эта доля изменилась незначительно и составила 0,1%. В 2011 году прогнозируется рост доли импорта на рынке до 0,2% (**рис. 2**).

### Сегменты

В целом российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий в натуральном выражении условно разделяется на два сегмента: первый включает в себя хлеб из пшеничной, ржаной муки и из смеси разных сортов муки, второй – хлебобулочные изделия. По состоянию на начало 2011 года вышеназванные доли рыночных сегментов по отношению к 2009 году практически не изменились: доля сегмента хлеба из пшеничной и ржаной муки и из смеси разных сортов составила чуть более 70%; доля же сегмента хлебобулочных изделий была на уровне 30% общего объема рынка (**рис. 3**).

Более детально рынок сегментирован по видам хлеба и хлебобулочных изделий. Выделяют следующие сегменты: хлеб ржаной, хлеб из пшеничной муки первого сорта, булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта, хлеб пшеничный из муки высшего сорта, хлеб ржано-пшеничный и пшенично-ржаной, сдобные хлебобулочные изделия, хлеб пшеничный из муки второго сорта, булочные изделия из пшеничной муки первого сорта, бараночные изделия, сухари, гренки и хрустящие хлебцы и сегмент пирожков, пирогов и пончиков, диетический хлеб и хлебобулочные изделия (**рис. 4**).

В 2010 году доли рыночных сегментов выглядят следующим образом: наибольшая часть рынка в натуральном выражении принадлежала сегменту ржаного хлеба и составляла 27,0%. Доля сегмента пшеничного хлеба из муки первого сорта почти приблизилась к доле лидера, заняв 24,7% общего объема рынка. Булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта составили 19,2% рынка в натуральном выражении. Доля сегмента пшеничного хлеба из муки высшего сорта составила 8,6% объема рынка, доля хлеба ржано-пшеничного и пшенично-ржаного – 6,9%, сдобных хлебобулочных изделий – 4,1%, хлеб пшеничный из муки второго сорта занимала 2,6% рынка, булочные изделия из пшеничной муки первого сорта – 2,4%, бараночные изделия – 1,7%, сухари, гренки и хрустящие хлебцы – 1,6%, сегмент пирожков, пирогов и пончиков занимал

The volume of the Russian market of bread and bakery products in physical terms have been slowly declined since 2007 and in 2010 it was just a little more than 7,0 million tons (**Diagram 1**).

Almost entire market volume in its physical terms is represented with the production of domestic manufactures, the share of the foreign products is just over 0.1%.

Over 2007-2010 period the import ratio of bread and bakery goods on the Russian market ranged from 0.11% to 0.14%. In 2009 there was only a slight reduction of imports, while in 2010 such share changed a little and was 0.1%. In 2011 the growth of import ratio is predicted up to 0.2% (**Diagram 2**).

### Segments

In general the Russian market of bread and bakery products in its physical terms is conventionally divided into two segments: the first one includes bread of wheat, rye flour and mixture of various kinds of flour, the second one includes the bakery products. As for early 2010 above shares of market segments have not virtually changed relating to 2009: segment share of bread of wheat, rye flour and mixture of various kinds of flour was just over 70%; segment share of the bakery products was at 30% of the total market (**Diagram 3**).

The market is more detail segmented according to the kinds of bread and bakery products. The following segments are allocated: rye bread, bread made of wheat the first grade flour, bakery products made of wheat the prime grade flour, the first grade wheat bread, rye wheat and wheat rye bread, rich baked goods, the second grade wheat bread, bakery goods of the first grade wheat flour, doughnuts, crackers, toasted bread and crisp bread

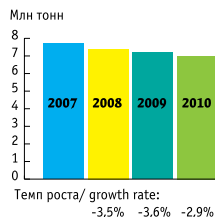


The largest amount of doughnuts is delivered in Saint Petersburg (15%),

of crackers, toasted bread and crisps is in Vladimir region (16%), of cakes, pies and doughnuts is in Stavropol Territory (the fifth part of the total production volume of this product).

**Рис. 1. Динамика объема российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий в 2007-2010 годы, млн тонн**

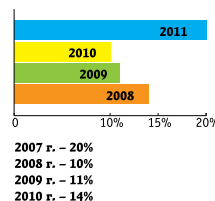
**Diagram 1. Dynamics of the volume of the Russian market of the bread and bakery products in physical terms in 2007-2010, million tons**



2007 г. – 7 757 793 тонн  
2008 г. – 7 486 408 тонн  
2009 г. – 7 215 560 тонн  
2010 г. – 7 008 179 тонн

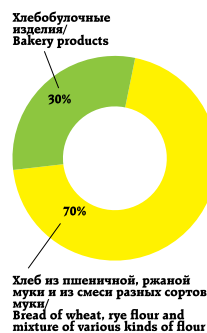
**Рис. 2. Динамика доли импорта на рынке хлеба и хлебобулочных изделий в натуральном выражении в 2008-2011\* годы, %**

**Diagram 2. Dynamics of the import ratio of the bread and bakery products on the Russian market in physical terms in 2008-2011\*, %**



**Рис. 3. Сегментация рынка хлеба и хлебобулочных изделий по группам в натуральном выражении в 2010 году, %**

**Diagram 3. Market segmentation of bread and bakery products in physical terms in 2010 in groups, %**



Источник / source:  
Intesco Research Group

Крупнейшими российскими производителями хлеба и хлебобулочных изделий являются: ОАО «Хлебный Дом», ОАО «Каравай» (Санкт-Петербург), ОАО «Липецкхлебмакаронпром» (г. Липецк), ОАО «Первый хлебокомбинат» (г. Челябинск), ОАО «Хлебозавод №22» (Москва), ОАО «Владимирский хлебокомбинат» (г. Владимир), ЗАО «Хлебокомбинат «Пеко» (Москва), ОАО «Ростовский хлебозавод №1» (г. Ростов-на-Дону), ОАО «Волжский пекарь» (г. Тверь) и ЗАО «Щелково-хлеб» (г. Щелково Московской области). Эти предприятия лидируют на рынке уже несколько лет подряд.

всего 0,8%. Сектор диетического хлеба и хлебобулочных изделий заполнил 0,5% рынка.

Самыми популярными видами на рынке хлеба и хлебобулочных изделий являются хлеб ржаной, хлеб из пшеничной муки первого сорта, булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта и хлеб пшеничный из муки высшего сорта, на которые приходится около 80% совокупного объема данного рынка.

### Динамика розничных продаж

За 2009 год розничные продажи хлеба и хлебобулочных изделий выросли на 11%. В стоимостном выражении они увеличились на 34,5 млрд руб. и в четвертом квартале 2009 года достигли 115,8 млрд руб. В трех кварталах 2010 года розничные продажи варьировали в пределах 82,8-84,6 млрд руб., а в четвертом квартале возросли до 128,7 млрд руб. Анализ динамики розничных продаж хлеба и хлебобулочных изделий показал, что, во-первых, ни экономический кризис, ни погодные условия и засушливое лето 2010 года не привели к сокращению объема розничных продаж и, во-вторых, – как и в предыдущие годы, наибольшие продажи приходились на четвертый квартал года (рис. 5).

В структуре розничной цены на хлеб наибольшую долю занимали расходы на производство, сырье и основные материалы за вычетом возвратных отходов, побочной и сопутствующей продукции, а также затраты на оборот сферы обращения.

### Статистика по регионам

Четвертая часть всех розничных продаж хлеба и хлебобулочных изделий – 25,9% – приходится на Центральный федеральный округ, а пятая часть – 20,2% – на Приволжский федеральный округ. Доли Южного и Сибирского округов в структуре

and a segment of pies, cakes and doughnuts, diet bread and bakery products (**Diagram 4**).

In 2010 the shares of market segments are as follows: the largest part of the market in physical terms belonged to the segment of rye bread and was 27.0%. The share of wheat bread made of flour of the first grade almost reached the leader share due to occupying of 24.7% of the total market amount. The bakery products made of wheat flour of the prime grade were 19,2% of the market amount in physical terms. The share of wheat bread made of the first grade flour was 8.6% of the market volume, of rye wheat and wheat rye bread was 6.9%, of rich baked goods was 4.1%, of wheat bread made of the second grade flour occupied the share of 2,6% of the market volume, bakery goods of the first grade wheat flour was 2.4%, doughnuts was 1.7%, crackers, toasted bread and crisp bread was 1.6%, the segment of pies, cakes and doughnuts was 0.8%. The segment of diet bread and bakery products filled the share of 0.5% of the market.

### Dynamics of retail sales

For 2009 the retail sales of bread and bakery products rose up to 11%. They increased by 34,5 billion rubles and in the forth quarter of 2009 reached the amount of 115,8 billion rubles in value terms. In three quarters of 2010 the retail sales varied between 82,8 – 84,6 billion rubles, in the forth quarter rose up to 128,7 billion rubles. Analysis of dynamics of the retail sales of bread and bakery products showed that firstly neither the economic crisis nor weather conditions and dry summer in 2010 did not lead to reduction of retail sale volume, secondly, as it was in previous years the largest selling belong to the forth quarter of the year (**Diagram 5**).

The largest share in structure of the retail cost on bread belongs to production costs, raw and basic materials except recyclable waste, incidental and relevant output, as well as expenses on rotation of sphere of circulation.

### Regional statistics

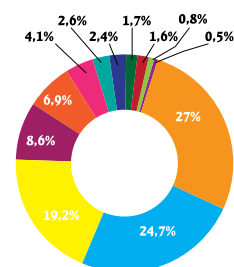
The forth part of all the retail sales of bread and bakery products in amount of 29.9% belongs to the Central Federal District, the fifth part in amount of 20,2% is for the Volga Federal District. The shares of the South and Siberian Districts in the structure of retail sales is 19 and 11.1% respectively. The smallest share in amount of 4.4% belongs to the Far Eastern Federal District.

The regions with the largest production volumes of wheat bread made of the prime grade flour in 2010 as it was in previous years were Samara, Rostov, Tyumen regions, as well as Saint-Petersburg, the Tatarstan Republic, Krasnodar Territory, the Saha Republic (Yakutia), Bashkiria and Moscow. The largest amounts of rye bread was still produced in Moscow, Moscow region, Saint-Petersburg, Nizhny Novgorod region, Kirov region and the Tatarstan Republic.

In 2010 the leaders of production of individual segments of bread products and supply to the domestic market were the following regions. The Moscow companies in the segment of rye bread produced more than 7% of the domestic production

Рис. 4. Сегментация российского рынка хлеба и хлебобулочных изделий по видам в натуральном выражении в 2010 году, %

Diagram 4. Market segmentation of bread and bakery products in physical terms in 2010 in kinds, %



- хлеб ржаной / rye bread
- хлеб из пшеничной муки 1 сорта / bread made of the 1st grade wheat flour
- булочных изделий из пшеничной муки высшего сорта / bakery products made of the prime grade wheat flour
- хлеб пшеничный из муки высшего сорта / the 1st grade wheat bread
- хлеб ржано-пшеничный и пшенично-ржаной / rye wheat and wheat rye bread
- сдобные хлебобулочные изделия / rich baked goods
- хлеб пшеничный из муки 2 сорта / the 2nd grade wheat bread
- булочных изделий из пшеничной муки 1 сорта / bakery goods of the 1st grade wheat flour
- бараночные изделия / doughnuts
- сухари, гренки и хрустящие хлебцы / crackers, toasted bread and crisp bread
- пирожков, пирогов и пончиков / pies, cakes and doughnuts
- диетический хлеб и хлебобулочные изделия / diet bread and bakery products

Источник / source:  
Intesco Research Group

*The largest share in structure of the retail cost on bread belongs to production costs, raw and basic materials except recyclable waste, incidental and relevant output, as well as expenses on rotation of sphere of circulation.*



розничных продаж составляют соответственно 19 и 11,1%. Самая низкая доля – 4,4% – принадлежит Дальневосточному федеральному округу.

Регионами с наибольшими объемами производства пшеничного хлеба из муки высшего сорта в 2010 году, как и в предыдущие годы, являлись Самарская, Ростовская, Тюменская области, Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Краснодарский край, Республика Саха (Якутия), Башкирия и Москва. Наибольшие объемы ржаного хлеба по-прежнему производились в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Нижегородской области, Кировской области и Республике Татарстан.

В 2010 году лидерами производства по отдельным сегментам хлебной продукции и поставкам на отечественный рынок являлись следующие регионы. В сегменте ржаного хлеба на предприятия

*В структуре розничной цены на хлеб наибольшую долю занимали расходы на производство, сырье и основные материалы за вычетом возвратных отходов, побочной и сопутствующей продукции, а также затраты на оборот сферы обращения.*

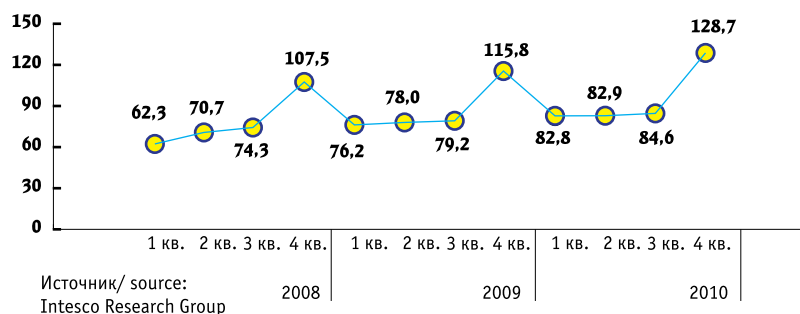
Москвы пришлось более 7% отечественного производства этой продукции. Доли Московской области и Санкт-Петербурга в структуре российского производства находились в диапазоне от 5 до 6,5%.

К числу регионов с высокими показателями объема выработки можно отнести Нижегородскую и Кировскую области, на каждую из которых приходилось чуть больше 4%, а также Республику Татарстан – ее доля составила около 3,5%.

Более 11% всего пшеничного хлеба из муки первого сорта было выпущено на предприятиях Республики Дагестан. На производителей Краснодарского края приходится десятая часть продукции отечественного производства.

Лидером производства булочных изделий из пшеничной муки высшего сорта стала Москва с долей почти в 15%, за ней следуют Московская область, занимающая десятую часть, а Нижегородская область и г. Санкт-Петербург – на них приходится по 5%.

Около 10% хлеба ржано-пшеничного и пшенично-ржаного было произведено в Воронежской области. В Московской и Новосибирской областях сосредоточено по 5% производства, в Омской и Брянской областях – чуть больше 3% общего объема предложения отечественного продукта в данном сегменте рынка.



if such goods. The shares of Moscow and Saint-Petersburg in the structure of the Russian market were at the range of 5% to 6.5%.

Nizhny Novgorod and Kirov regions can be attributed to the regions with high production rates, each of them produced the amount of just over 4%, as well as the Tatarstan Republic which share was in amount of nearly 3%.

More than 11% of all wheat bread made of the first grade flour was produced at the factories of Dagestan. The producers of Krasnodar region made the tenth part of all domestic production volume.

The producing leader of bakery products made of the first grade wheat flour was Moscow with the share of 15%, then it's followed by Moscow region occupying the tenth part, Nizhny Novgorod and Saint-Petersburg – they account for 5%.

About 10% of rye wheat and wheat rye bread was produced in Voronezh region. In Moscow and Novosibirsk regions the production of 5% is concentrated, in Omsk and Bryansk regions it is just over 3% of the total scope of domestic proposal in this market segment.

About 7,5% of rich baked goods' production is situated in Moscow. In Nizhny Novgorod region it is concentrated in amount of more than 6%, in Saint Petersburg – 6%, in Moscow region it is a little less than 6% of proposal in this segment.

The producing leader of wheat bread made of the second grade flour is Irkutsk and Novosibirsk region which share is the tenth part of the segment. About 7% of the Russian production of this market segment of bread and bakery products is represented by the companies of Altay Territory. The shares of Chabarovsk

**Рис. 5.** Динамика розничных продаж хлеба и хлебобулочных изделий по кварталам в 2008-2010 гг., млрд. руб.

**Diagram 5.** Dynamics of retail sales of bread and bakery products in quarters of 2008-2010 period, billion rub.

*The Russian largest producers of bread and bakery products are: "Chlebny Dom", "Karavay", "Lipetskchlebkaronprom" (Lipetsk city), "The First Bread-Baking Complex" (Chelyabinsk city), "Bread-Baking Plant No. 22" (Moscow city), "Vladimir Bread-Baking Complex" (Vladimir city) Open Joint-Stock Companies, "Bread-Baking Complex "Peko" Close Joint-Stock Company (Moscow city), "Rostov Bread-Baking Plant No.1" (Rostov-on-Don city) and "Volzhsky Baker" (Tver city) Open Joint-Stock Companies and "Chelkovovchleb" (Chelkovo city of Moscow region).*

Около 7,5% российского производства сдобных хлебобулочных изделий находится в Москве. В Нижегородской области сосредоточено более 6%, в Санкт-Петербурге – 6%, а в Московской области – чуть меньше 6% предложения в этом сегменте.

Лидерами по изготовлению хлеба пшеничного из муки второго сорта являются Иркутская и Новосибирская области, на долю которых приходится по десятой его части. Порядка 7% российской продукции этого сегмента рынка хлеба и хлебобулочных изделий представляет предложение предприятий Алтайского края. Доли Хабаровского края, Свердловской области и Красноярского края в структуре российского производства колеблются от 5 до 6%.

Больше всего бараночных изделий выпускается в Санкт-Петербурге (15%), сухарей, гренек и хрустящих хлебцев – во Владимирской области (16%), пирожков, пирогов и пончиков – в Ставропольском крае (пятая часть от общего объема изготовления данного вида продукции).

Объем российского производства пшеничного хлеба из муки высшего сорта в 2010 году, по нашим оценкам, составил 586,7 тыс. тонн, а хлеба пшеничного из муки 1 сорта – 1 693,1 тыс. тонн. Хлеб пшеничного из муки второго сорта было выпечено 180,1 тыс. тонн, а хлеба ржаного – 1 852,8 тыс. тонн. Производство хлеба ржано-пшеничного и пшенично-ржаного достигло 472,6 тыс. тонн, а диетического хлеба и хлебобулочных изделий – около 36 тыс. тонн. Сдобных хлебобулочных изделий было изготовлено 278,5 тыс. тонн, бараночных изделий – 119,1 тыс. тонн, булочных изделий из пшеничной муки высшего сорта – 1318,3 тыс. тонн, булочных изделий из пшеничной муки первого сорта – 164,2 тыс. тонн, пирожков, пирогов и пончиков – 51,5 тыс. тонн, сухарей, гренек и хрустящих хлебцев – 101,7 тыс. тонн.

### Хлебные «тяжеловесы»

Крупнейшими российскими производителями хлеба и хлебобулочных изделий являются: ОАО «Хлебный Дом», ОАО «Каравай» (Санкт-Петербург), ОАО «Липецкхлебмакаронпром» (г. Липецк), ОАО «Первый хлебокомбинат» (г. Челябинск), ОАО «Хлебозавод №22» (Москва), ОАО «Владимирский хлебокомбинат» (г. Владимир), ЗАО «Хлебокомбинат «Пеко» (Москва), ОАО «Ростовский хлебокомбинат №1» (г. Ростов-на-Дону), ОАО «Волжский пекарь» (г. Тверь) и ЗАО «Щелковохлеб» (г. Щелково Московской области). Эти предприятия лидируют на рынке уже несколько лет подряд.

В 2009 кризисном году произошла стабилизация платежеспособного спроса на хлеб и хлебобулочные изделия: не наблюдалось ни роста, ни падения. Однако в кризисных условиях платежеспособный спрос вновь сдвинулся в сторону простых массовых сортов хлеба. Засушливое лето 2010 года добавило забот производителям хлеба и хлебобулочных изделий. Конкуренция между произво-



In general the Russian market of bread and bakery products in its physical terms is conventionally divided into two segments:

*the first one includes bread of wheat, rye flour and mixture of various kinds of flour, the second one includes the bakery products. As for early 2010 above shares of market segments have not virtually changed relating to 2009.*

and Sverdlovsk regions and Krasnoyarsk Territory in the structure of the Russian production vary between 5% and 6%. The largest amount of doughnuts is delivered in Saint Petersburg (15%), of crackers, toasted bread and crisps is in Vladimir region (16%), of cakes, pies and doughnuts is in Stavropol Territory (the fifth part of the total production volume of this product).

The Russian production volume of wheat bread made of the prime flour in 2010 according to our calculations was in amount of 586,7 thousand tones, wheat bread made of the first grade flour was 1 693,1 thousand tones. The wheat bread made of the second grade flour was baked in amount of 180,1 thousand tones, rye bread was 1 852,8 thousand tones. The production of rye wheat and wheat rye bread reached 472,6 thousand tones, of diet bread and bakery products was about 36 thousand tones. The rich baked goods were produced in amount of 278,5 thousand tones, doughnuts were 119,1 thousand tones, bakery products made of the prime grade wheat flour were 1 318,3 thousand tones, bakery products made of the first grade wheat flour were 164,2 thousand tones, cakes, pies and doughnuts were 51,5 thousand tones, crackers, toasted bread and crisps were 101,7 thousand tones.

### Bread "heavyweights"

The Russian largest producers of bread and bakery products are: "Chlebny Dom", "Karavay", "Lipetskhlebkaronprom" (Lipetsk city), "The First Bread-Baking Complex" (Chelyabinsk city), "Bread-Baking Plant No. 22" (Moscow city), "Vladimir Bread-Baking Complex" (Vladimir city) Open Joint-Stock Companies, "Bread-Baking Complex "Peko" Close Joint-Stock Company (Moscow city), "Rostov Bread-Baking Plant No.1" (Rostov-on-Don city) and "Volzhsky Baker" (Tver city) Open Joint-Stock Companies and "Chelkovovchleb" (Chelkovo city of Moscow region).





дителями возросла. Поскольку конкуренция между производителями оказалась достаточно жесткой, то выдержать ее давление предприятиям помогало снижение издержек, благодаря использованию дешевых ингредиентов, незначительно снижающих качество хлебопекарной продукции. Одновременно в период 2009-2010 годов население России экономило на продуктах питания посредством поиска таких торговых точек, где привычные товары стоят дешевле, а также за счет сокращения частоты или снижения объема своих покупок. При этом хлеб и хлебобулочные изделия, как продукты «первой необходимости», эта тенденция практически не затронула. Лишь чуть более 6% жителей России старались меньше покупать хлеб и хлебобулочные изделия. К тому же применение в изготовлении хлеба и хлебобулочных изделий, как и мучных кондитерских изделий ингредиентов – заменителей, комплексных пищевых добавок, эмульгаторов, пекарских порошков, продлителей свежести и срока годности, консервантов, усилителей вкуса, заквасок, улучшителей хлеба и т. п. – не осталось без внимания потребителей массовых сортов хлеба и хлебобулочных изделий.

### Прогнозы специалистов

По прогнозам аналитиков Intesco Research Group, в связи с отменой обязательной сертификации продуктов питания и обусловленными этим обстоятельством ожиданиями потребителей о появлении на продовольственном рынке некачественных продуктов, платежеспособный спрос населения будет постепенно смещаться в сторону покупок привычных сортов хлеба и хлебобулочных изделий.

В 2011 году возрастает государственное регулирование рынка хлеба и хлебобулочных изделий посредством регулирования смежных рынков зерна и муки. Оно осуществляется преимущественно двумя мерами. Первая связана с выводом на торги 5,63 млн тонн зерна из государственного интервенционного фонда, которое должно снизить напряжение на рынке пшеницы и ржи. Минимальные цены, по которым будут распроданы зерновые запасы, колеблются от 6 тыс. руб. до 7,5 тыс. руб. за тонну в зависимости от вида зерна и регионов продажи. К тому же правительство намерено распределять фуражное зерно из интервенционного фонда по заявкам регионов по цене в половину ниже рыночной – то есть по закупочной цене, с небольшой наценкой. Вторая мера реализуется посредством введения временной отмены до второго полугодия 2011 года импортной пошлины на ячмень, овес, пшеницу, рожь и кукурузу. Указанные инструменты регулирования рынка будут способствовать замедлению роста цен на конечную продукцию.

Дальнейшая динамика цен на хлеб и хлебобулочные изделия зависит от величины объема предложения сырья из зерна урожая 2011 года. Рынок хлеба и хлебобулочных изделий находится в ожидании роста предложения урожая 2011 года. **КС**

These companies have been leading the market for several years already.

In crisis 2009 year the purchasing power on bread and bakery products was stabilized, there was neither growth nor decline. However according to crisis conditions purchasing power shifted again in the direction of simple mass sorts of bread. The dry summer of 2010 added worries for the bread and bakery products' producers. The competition among the producers was tough enough then in order to withstand its pressure the companies were helped with the reduction of expenses due to using of cheap ingredients slightly reducing the quality of bread and bakery products. At the same time, in 2009-2010 period the Russian population saved on food by searching the outlets where the goods were cheaper, as well as by reducing of the frequency and amounts of their purchases.

In that case bread and bakery products as the "essential" products were not particularly concerned. The Russians in amount of just over 6% tried to buy less amounts of bread and bakery products. In addition, using of ingredients in the production of bread and bakery products, as well as bakery confectionery goods, such as substitutes, complex food additives, emulsifiers, baking powder, freshness and shelf life prolongators, preservatives, flavour enhancer, sourdoughs, bread improvers etc. was not left without attention of consumers of mass bread and bakery sorts.

### Specialists' prognosis

According to the Intesco Research Group analysts' prognosis subject to the termination of mandatory food product certification and concerned with this circumstance consumers' anticipation of appearing of unsatisfactory goods at the market, the purchasing power of the population will gradually shifted in the direction of purchase of usual bread and bakery kinds. In 2011 the government regulation of market of bread and bakery products increases through the regulation of related markets of grain and flour. They are performed mainly by two measures. The first concerns with deduction for sales of grain in amount of 5,63 million tones out of the state intervention fund that are to reduce the pressure at the markets of wheat and rye. The minimum quotes at which grain stock will be sold range from 6 to 7,5 thousand rubles per ton depending on grain species and sale regions. In addition, the government intends to distribute the feed grain from the intervention fund according to the requests of regions at a price that is half lower than the market one that is at a purchase price with a small extra charge. The second measure is realized by introducing of the temporary suspension of import duties on barley, oats, wheat, rye and corn up to the second half of 2011. Specified ways of market regulation will contribute to slower growth in prices of final output.

The further dynamics of prices on bread and bakery products depends on the volume magnitude of supply of raw materials out of the harvest of grain in 2011. The market of bread and bakery products is now at the state of anticipation of growth in harvest supply in 2011. **СВ**

*В целом российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий в натуральном выражении условно разделяется на два сегмента: первый включает в себя хлеб из пшеничной, ржаной муки и из смеси разных сортов муки, второй – хлебобулочные изделия. По состоянию на начало 2011 года вышеназванные доли рыночных сегментов по отношению к 2009 году практически не изменились.*

## Корпорация «СОЮЗ» на выставке «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» INGREDIENTS RUSSIA 2011



15-18 марта 2011 года Корпорация «СОЮЗ» приняла участие в Международном форуме «Пищевые ингредиенты XXI века», прошедшем в рамках Московской международной выставки «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» INGREDIENTS RUSSIA 2011.

От компании на форуме выступил вице-президент Корпорации «СОЮЗ» Ян Ван Дрил с докладом «Современные мировые тенденции развития масложировой отрасли». Он поднял самый актуальный на данный момент вопрос об интернационализации законодательства в области пищевых продуктов, о стремлении ответственных производителей к процессам GREEN PROCESSING, о безопасности производства, о соблюдении параметра SUSTAINABLE, о стабильности сырья и экологической рациональности. Отдельно была отмечена мировая тенденция к снижению употребления трансизомеров жирных кислот.

Эту тему продолжила его коллега – заместитель начальника технического регулирования Корпорации «СОЮЗ» Л. В. Зайцева в докладе «Жиры

специального назначения – необходимая составляющая безопасности и качества пищевых продуктов». В этом выступлении был подробно раскрыт вопрос об опасности трансизомеров жирных кислот для здоровья человека, автор подводил к однозначному решению: промышленные трансизомеры необходимо исключить из рациона россиян.

На конкурсе «Ингредиент года 2011», проходившем в рамках выставки, Корпорация «СОЮЗ» была награждена двумя дипломами: «За вклад в развитие отрасли и внедрение инновационных технологий» и «За лучший доклад» (выступление Л. В. Зайцевой с докладом «Жиры специального назначения – необходимая составляющая безопасности и качества пищевых продуктов»). **Р**

[www.soyuzcorp.com](http://www.soyuzcorp.com)

## «ВКонтакте» станет жвачкой и леденцами

Дистрибутор кондитерских изделий и кофе «Европа Фудс» собирается выпускать жвачки, жевательные конфеты и леденцы «ВКонтакте». Компания уже ищет партнера, который будет производить кондитерские изделия под известной маркой.



Гендиректор «Европа Фудс» Константин Ставицкий понимает, что его конфеты будут в первую очередь ассоциироваться с одноименной социальной сетью, но споров и судов с владельцами сервиса не боится. Соцсеть не регистрировала свой товарный знак по классу пищевых продуктов.

Компания «Европа Фудс» занимается поставками сладостей и кофе на Дальний Восток, в Сибирь и другие регионы нашей страны. Дистрибутор сотрудничает с российскими и украинскими кондитерскими фабриками. Например, с фабрикой «Меркурий». По словам Константина Ставицкого, леденцы и жвачки под брендом «ВКонтакте» для «Европы Фудс» будет по лицензии производить одна из отечественных фабрик. Переговоры с потенциальными партнерами уже идут. Господин Ставицкий прекрасно понимает, что новый кондитерский бренд до степени смешения похож на название соцсети: «Конечно, когда слышишь название «ВКонтакте», сразу думаешь об интернет-сервисе».

Шансы у «Европы Фудс» на бренд неплохие. Прецедент регистрации названия компанией, не связанной с социальной сетью, уже был. В июне 2010 года подмосковное ООО «Инвест парк», владеющее сетью пивных баров в Подмосковье, получило товарный знак «ВКонтакте», и теперь только оно имеет право делать пиво, соки и открывать одноименные гостиницы.



Сегодня самая популярная в России социальная сеть не застрахована, например, от производителей школьных принадлежностей, игрушек, крепкого алкоголя – эти и другие классы свободны. К слову, Facebook и Twitter также не регистрировали в России ничего «лишнего», что побудило торговый дом «Перекресток» подать заявку на одноименные товарные знаки по классу напитков.

Marker.Ru

## «Сладкое» трио против Украины

Кондитеры стран Таможенного союза (ТС) объединяются против Украины. Как сообщила президент Ассоциации кондитеров Казахстана Лариса Константиныди, на днях будет принят закон о защите кондитеров республики.

Согласно законопроекту, таможенные пошлины на ввоз украинских конфет с нулевой пошлины повысятся до 29-46%. После принятия Казахстаном ожидается ратификация законопроекта другими странами ТС. По данным Ассоциации кондитеров Казахстана, украинские сладости в импорте занимают 72%, российские – 18% и белорусские – 5%. На рынке России украинские конфеты занимают 40-50% рынка.

«Теперь мы втроем будем противостоять Украине. Мы сейчас все в одной лодке, никто ее расклевывать не собирается. У нас общие интересы», – говорит президент ассоциации. По ее словам, проект постановления о принятии защитных мер кондитеров РК передан правительству до 23 марта. Подписание проекта ожидается со дня на день.

После принятия Казахстаном закона автоматически по соглашению, которое было принято комиссией ТС, начинается процедура ратификации постановления и распространение его действия по всей территории союза.



Защитные меры будут введены по 7 кодам товарных знаков (по карамели и шоколадным конфетам) в виде высокой ввозной пошлины.

Кроме того, для защиты своих интересов производители сладостей Казахстана, России и Беларуси объединяются в Ассоциацию кондитерской отрасли в рамках Таможенного союза (ТС).

По словам Ларисы Константиныди, учредителями Ассоциации кондитеров стран Таможенного союза (АСКОНТС) со стороны Казахстана являются Ассоциация кондитеров Казахстана и Союз товаропроизводителей пищевой и перерабатывающей промышленности, со стороны Беларуси – «Белпищепромом», с российской стороны – Ассоциация кондитерской отрасли РФ.

«Учредительное собрание проводилось в июне 2010 года. Все документы подписаны, сданы на регистрацию в московский регистриру-



ЦЕНТР СЕРТИФИКАЦИИ  
**ГОСТЕСТ**

**Предлагает широкий спектр услуг по сертификации оборудования, сырья и готовой продукции! А также:**

- ◆ Декларации и сертификаты соответствия, в т. ч. на требования Технических Регламентов
- ◆ Разработка и регистрации ТУ
- ◆ Экспертные заключения Роспотребнадзора (ранее СЭС)
- ◆ Письма для таможи МИНПРОМТРОГА
- ◆ Сертификаты ISO

**Доставка курьером по Москве БЕСПЛАТНО**

г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 3, оф. 624

Тел.: 8 (495) 781-34-34

Тел.: 8 (495) 771-00-56

[info@gostest.com](mailto:info@gostest.com)

[www.gostest.com](http://www.gostest.com)



ющий орган. Надеемся, что к концу апреля мы будем зарегистрированы, и уже сможем официально объявить о ее существовании», – говорит она.

По словам **президента Союза товаропроизводителей пищевой и перерабатывающей промышленности Анатолия Попелюшко**, ТС расширил возможности для кондитеров в плане увеличения продаж, но сохранил текущие проблемы. «Это 165 млн человек с покупательской способностью. Рынок расширился, но на самом деле проблемы остаются прежними. Наша цель – добиться, чтобы ни один предприниматель не пострадал, чтобы он свободно чувствовал себя на рынке. Доработка законодательной базы, отработка с координационным советом всех вопросов – вот наша задача. Сначала это должно происходить на местном уровне, потом выходить на уровень ассоциации и выноситься общее решение», – подчеркнул он.

Лариса Константиноиди считает, что с помощью ассоциации процесс решения проблем кондитеров трех стран будет существенно быстрее. «Если, допустим, у изготовителей сладостей Казахстана возникает какая-то проблема, которая требует разрешения, то нам не нужно будет терять наше правительство и ставить перед ним вопросы, чтобы оно решало на союз-

ном уровне, а мы будем действовать непосредственно через Ассоциацию кондитеров ТС», – резюмировала президент казахстанской ассоциации.

*Kursiv.Kz*

### Гигантская ростовская пасха

В Ростовской области пекари приготовили к Пасхе творожное лакомство весом около 500 кг.



В день Воскресения Христова, 24 апреля его выставили на площадке одного из культурно-исторических туристических комплексов, а затем угостили всех гостей праздника. Высота пасхи составила 130 см, окружность – почти 5 м. Кроме творога, для приготовления изделия потребовались сливочное масло, изюм, арахис, корица, мускатный орех, сахарная пудра и ванилин. Процесс приготовления занял неделю. Организаторы акции рассчитывают попасть в Книгу рекордов России.

*Газета «Труд»*



**RONDO**  
Dough-flow & more.



### RONDO поставляет тысячную тестораскаточную машину Rondostar в немецкую пекарню

В январе 2011 года компания RONDO поставила тысячную тестораскаточную машину Rondostar в пекарню-кондитерскую Валь в Бесензее, недалеко от Берлина. Это событие стало продолжением успешной истории электронной тестораскаточной машины Rondostar.



В октябре 2006 года Rondostar была впервые представлена посетителям выставки IBA. И сразу же восхитила пекарей-кондитеров. Она покорила прежде всего своей высокой производительностью и простым управлением с помощью сенсорного экрана. Новинкой стал корпус Rondostar, полностью выполненный из не-

ржавеющей стали. Он задает новые стандарты гигиеничности пищевого оборудования. Прочность, производительность и гибкость использования сделали Rondostar одной из самых популярных тестораскаточных машин в мире, которая по сей день восхищает пекарей-кондитеров. ■

[www.rondo-online.com](http://www.rondo-online.com)



## СЛАДОСТЬ – ВСЕГДА В РАДОСТЬ!



Отдельные машины и полные автоматические линии для производства печенья и пряников (тестомесы, системы подачи замеса, ротационные и роторно-штампующие машины, линии ламинации, мультиэкструдеры, туннельные печи, системы охлаждения).



ООО «ППТК» — официальный представитель Padovani в России.

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



ППТК

Санкт-Петербург, Галерная ул. 30 литер «А», оф. 1Н  
т. (812) 325 46 75, 570 12 26. e-mail: [info@pptk.ru](mailto:info@pptk.ru)



## Новейшие технологии в традиционных рецептах

Пасха – это не только праздничное настроение, но и головная боль для всех производителей хлебобулочных изделий. НПО «Маргарон» постаралась облегчить жизнь технологам, наладив производство нового маргарина для выпечки – «Маргарон 82%» (Пасхальный).



Пасхальный кулич – украшение праздничного стола, каждый с детства помнит вкус и аромат домашних куличей, испеченных на натуральном сливочном масле с длительным брожением. Ритм современной жизни, внедрение новых технологий не позволяют нам вернуться к «бабушкиной» технологии приготовления теста, но, по счастью, позволяют вспомнить тот самый вкус и аромат пасхального кулича.

«Маргарон 82%» (Пасхальный) выпущен по специальной тех-

нологии и предназначается для дрожжевых изделий с высоким содержанием сдобных веществ: куличей, многокомпонентной сдобы, кексов. Придает изделию приятный сливочный аромат, хорошую структуру пористости. При этом маргарин не оставляет салостого ощущения, которое возникает при высоком содержании ТТГ в маргарине при температуре 35 °С, но при этом обеспечивает хороший подъем изделий в расстойке и в печи. **2**

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

## Все для выпечки

ЗАО «Техлен» – российская фирма – производитель профессионального инвентаря для хлебопечения.

Производство ведется по четырём направлениям:

- тележки печные, транспортные и для перемещения евролотков;
- листы волнистые и плоские, перфорированные и неперфорированные;
- формы для выпечки тостового хлеба: прямоугольные, треугольные и круглые;
- формы перфорированные для выпечки батонов, минибагетов, рулетов.

В 2010 году фирма освоила технологию и приступила к изготовлению следующих видов продукции:

- листы для выпечки хлебных палочек: материал – нержавеющая сталь или алюминий;
- листы для выпечки гамбургеров и круассанов: материал –

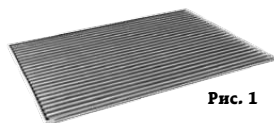


Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

нержавеющая или черная углеродистая;

- листы для оригинальной продукции: форма желоба: округлая, прямоугольная и другая; размеры желобов – по заказу. **2**

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

## Москвичи предпочитают на завтрак хлеб с маслом

Жители столицы не особо балуют себя гастрономическими изысками, свидетельствуют результаты последнего опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ).



Завтрак среднестатистического москвича – это прежде всего хлеб (49%) и сыр (43%), чуть меньшее число граждан съедает на завтрак колбасу и сливочное масло – по 37 и 32% соответственно. Вместе с тем в Москве проживает гораздо меньше любителей начинать день кашей (22%), булочками (22%), яичницей (21%), йогуртами и творожными продуктами (21 и 16% соответственно) и омлетом (15%).

Еще реже столичные жители завтракают сырниками (11%), кашами быстрого приготовления (10%), фруктами (11%), вареными яйцами или яйцами всмятку (по 8%), мюсли или хлопьями (по 7%), блинами (7%), творожной запеканкой, оладьями (6%). Наименее популярный вариант – свежие овощи (3%).

Интересно, что еще 8% опрошенных признались, что завтракают тем, что осталось от ужина, а 6% и вовсе ничего не едят.

Если говорить о напитках, которыми предпочитают начинать утро москвичи, то здесь лидеры пристрастий – черный чай и черный кофе (по 33%). Несколько менее популярен кофе с молоком – 25%. Еще меньше тех, кто предпочитает пить на завтрак зеленый чай, – 15%. Мало распространенными вариантами являются чай с молоком, соки, молоко, питьевая и минеральная вода, какао.

Мужчины чаще женщин едят на завтрак хлеб: 56% против 42%, в то время как дамы чаще предпочитают «полезный» завтрак: йогурты – 26% против 16%, творог 20% против 12%, свежие фрукты, каши быстрого приготовления и мюсли. Из напитков для представительниц прекрасного пола наиболее предпочтительны кофе с молоком – 29% и зеленый чай – 20%.

Наблюдаются различия в пристрастиях и в разных возрастных группах. Так, респонденты старше 45 лет чаще, чем молодежь, выбирают на завтрак хлеб – 56% против

38%, сыр – 47% против 37%, каши – 30% против 18%, тогда как среди 18-24-летних участников опроса оказалось больше любителей йогуртов – 29% против 18%, зеленого чая – 22% против 11%.

*RBC Daily*

## ГМО-продукты разрушают почки и печень

Опасения, что генетически модифицированные продукты небезопасны для человеческого организма, высказывались давно. И сегодня они подтвердились в очередной раз.

Из новых документов следует, что потребление генетически модифицированного зерна и соевых бобов приводит к значительным нарушениям во внутренних органах у крыс и мышей, в особенности в почках и печени. Об этом свидетельствуют данные результатов 19 исследований животных.



«Почти 9% измеряемых параметров, включая кровь и биохимию мочи, вес органов и микроскопические анализы (гистопатология), у животных, которых кормили ГМО-пищей – значительно нарушены», – заявил профессор Жиль-Эрик Сералини. Причем почки самцов пострадали больше всего – почти на 44%, а печень самок претерпела изменения на 31%. И это неудивительно, ведь почки и печень более всего реагируют в случае хронической интоксикации через пищу.

Но помимо этих органов, могут быть затронуты интоксикацией из-за употребления ГМО и сердце, селезенка, а также кровяные клетки.



Конечно, опасности подвергаются не только лабораторные животные, ведь ГМО-соя и разные сорта кукурузы составляют 83% коммерческой ГМО-продукции, которую в настоящее время потребляют миллиарды людей. Эти результаты могут иметь серьезные последствия для человеческого рода, и авторы показывают, как множество связанных с ГМО-продуктами проблем со здоровьем могут проходить незамеченными через поверхностные и некомпетентные оценочные нормы, использующиеся по всему миру.

*«КоммерсантЪ»*





## Геннадий Онищенко раскритиковал Nestle и PepsiCo

Стали известны причины гнева главного санитарного врача страны Геннадия Онищенко, обрушившегося на прошлой неделе на головы крупнейших инвесторов в российский пищевой сектор – компании Nestle и PepsiCo.

Дело в том, что в начале апреля они написали письмо первому вице-премьеру Игорю Шувалову, в котором попросили отменить поправки в Санитарные правила и нормы (СанПиН), придуманные г-ном Онищенко.

Производители утверждают, что эти поправки создают дополнительные административные барьеры и грозят им колоссальными издержками. 11 апреля, господин Онищенко заявил, что Роспотребнадзор выявил на российских предприятиях Nestle грубые нарушения санитарного законодательства, которые могут привести к массовым пищевым отравлениям. Спустя три дня ведомство на своем сайте разместило материал, в котором предупредило о вреде потребления сладких безалкогольных газированных напитков «типа Пепси-колы». Названия других продуктов в материале не упоминались. Представители транснациональных компаний тогда заявляли, что не знают о причинах возникновения претензий главного санитарного врача.

Однако причина все-таки была – возможно, Геннадий Онищенко просто обиделся на международные игроки. Дело в том, что 4 апреля Консультативный совет по иностранным инвестициям (КСИИ), который объединяет крупные западные компании, в том числе Nestle и PepsiCo, направил письмо первому вице-премьеру Игорю Шувалову с просьбой не допустить вступления в силу поправок к СанПиН, подготовленных Роспотребнадзором. Летом 2010 года Комиссия таможенного союза утвердила единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам. К концу 2011 года вся пищевая продукция в России должна им соответствовать, а действие национальных документов, подтверждающих безопасность продуктов, прекращается 1 января 2012 года. Одновременно с этим Роспотребнадзор принял дополнения и изменения №22 к СанПиН «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов», которые уста-

навливают дополнительные требования к продуктам питания в России.

Как говорится в письме КСИИ, документ должен был вступить в силу 7 апреля 2011 года, после чего многие продукты станут считаться «некачественными, опасными, не подлежащими реализации и подлежащими немедленному уничтожению». Авторы письма особо обращают внимание г-н Шувалова «на некорректность подавляющего большинства вводимых требований и отсутствие их научной обоснованности», а также на отсутствие переходных периодов.

Поправки Роспотребнадзора приведут к тому, что производители пищевых продуктов в России и странах Таможенного союза понесут «колоссальные издержки, которые являются абсолютно необоснованными», предупреждают авторы письма. В конечном итоге это неминуемо приведет к росту розничных цен на продукты питания, предупреждают западные игроки. В связи с этим КСИИ призывает господина Шувалова оперативно принять меры по отмене поправок Роспотребнадзора.



Кроме того, компании просят рассмотреть вопрос об отмене с 1 января 2012 года российских санитарных требований в отношении пищевых продуктов, включенных в единые требования Таможенного союза. В секретариате Игоря Шувалова подтвердили получение этого письма. «Министерству экономического развития дано поручение рассмотреть этот вопрос и доложить», – заявил представитель секретариата. Представители компаний, чьи подписи стоят под обращением, от комментариев воздержались, не дали их и Роспотребнадзор.

RBC Daily

## Минсельхоз поставил ценовую планку по зерну

Отечественные растениеводы получили ценовой ориентир на свою продукцию на осень текущего года.

Минсельхоз объявил цены, по которым государство может начать закупки зерна на рынке. В этом году пшеницу предполагается закупать по ценам, которые оказались ниже ценовых уровней 2008 года. Никакого стимула для увеличения посевных площадей объявленные цены не дают, отмечают эксперты.

RBC Daily



Министерство сельского хозяйства России объявило закупочные цены на зерно на 2011 год. Как говорится в сообщении пресс-службы ведомства, цены объявлены в соответствии с федеральным законом «О развитии сельского хозяйства» и правилами осуществления государственных закупочных и товарных интервенций для регулирования рынка сельхозпродукции, сырья и продовольствия.

Цена закупки на мягкую продовольственную пшеницу 3-го класса по Центральному, Северо-Западному, Приволжскому, Северо-Кавказскому и Южному федеральным округам составит 5 тыс. руб. за тонну, пшеницу 4-го класса – 4,65 тыс. руб. за тонну, пшеницу 5-го класса – 4,3 тыс. руб. за тонну. Цена закупки на мягкую продовольственную пшеницу 3-го класса по Уральскому, Сибирскому и Дальневосточному федеральным округам – 4,7 тыс. руб. за тонну, пшеницу 4-го класса – 4,45 тыс. руб. за тонну, пшеницу 5-го класса – 4,1 тыс. руб. за тонну. Цена на продовольственную рожь группы А по всем регионам утверждена в размере 3,9 тыс. руб. за тонну, ячмень фуражный – 4 тыс. руб. за тонну, кукурузу 3-го класса – 4,4 тыс. руб. за тонну.



Министр сельского хозяйства Елена Скрынник отметила, что решение о проведении закупочных интервенций будет приниматься после начала уборки зерна. Минсельхоз вновь объявил цены в последний день срока, обозначенного законом, и оказалось, что они низкие и никаких стимулов для увеличения посевных площадей не дают, говорит исполнительный директор аналитического центра «Совэкон» Андрей Сизов. «Но вопрос уровня цены сейчас не столь важен, более важно, насколько четко работает механизм интервенций. А он в текущем сезоне оказался полностью дискредитированным», – добавляет эксперт.

# Знаете ли Вы рецепт успеха конкуренции?

Ведущие мировые предприятия хлебобулочной отрасли успешно сотрудничают с CSB -System.



IT-решение для всего  
Вашего предприятия



**CSB-System**  
INTERNATIONAL

**CSB-System в России:**  
115455, г. Москва, ул. Пятницкая, 73  
тел.: +7 (495) 64-15-156  
факс: +7 (495) 95-33-116

197342, г. Санкт-Петербург  
ул. Белоостровская 2, офис 423  
тел: +7 (812) 44-94-263  
факс: +7 (812) 44-94-264

e-mail: info@csb-system.ru  
www.csb-system.ru



## В Татарстане освоено производство хлеба с добавлением гречневой муки

В торговой сети новинка появится в текущем месяце, сообщили в Союзе хлебопроизводителей республики.

Разработчики задались целью освоить новый сорт хлеба, который без опаски могли бы употреблять люди, страдающие сахарным диабетом, поскольку зерновые виды хлеба им противопоказаны.



Пробные партии нового изделия уже произведены на хлебобараночном комбинате Казани и хлебозаводе Зеленодольска.



Кроме того, к летнему сезону в Союзе хлебопроизводителей Татарстана готовят еще один новый сорт хлеба, который будет изготавливаться с добавлением семян льна. Этот продукт станет полезным для потребителей, страдающих атеросклерозом и недугами желудочно-кишечного тракта.

Татар-информ

## Кот-д'Ивуар возобновит экспорт какао после снятия санкций ЕС



Кот-д'Ивуар, который является основным экспортером какао-бобов в мире, надеется немедленно возобновить продажу этого сырья после снятия санкций со стороны Евросоюза и других организаций, сообщает агентство «Франс Пресс» со ссылкой на заявление **законного президента страны Алассана Уаттары**.

Основным барьером, сдерживавшим приток ивуарийского какао на мировой рынок, еще два дня назад был Лоран Гбагбо, не желавший уступать полномочия главы государства Уаттаре.

В декабре 2010 года на выборах в Кот-д'Ивуаре Гбагбо проиграл, но отказался передавать власть Уаттаре, что привело к усилению народных волнений, начавшихся еще в ноябре. Ожесточенная борьба между двумя лидерами заставила ЕС и ряд других организаций ввести санкции на импорт ивуарийских какао-бобов, что в перспективе могло привести к резкому удорожанию шоколада на мировых рынках. Однако в понедельник Гбагбо после штурма президентской резиденции в крупнейшем городе страны Абиджане все же попал в руки сторонников Уаттары.

Накануне МИД Франции уже заявил, что рассчитывает на снятие экономических санкций против

Кот-д'Ивуара уже во вторник по итогам встречи дипломатических глав ЕС в Люксембурге.

Действительно в коммюнике Совета Европы, принятом после встречи, оговаривалось, что эмбарго на ивуарийские порты Абиджан и Сан-Педро, где находятся главные пакгаузы с запасом какао-бобов, сняты. Главные ивуарийские трейдеры какао Ivorian Refining Company and the Coffee и Cocoa Trade Management Committee также получили от Совета Европы разрешение к беспрепятственной торговле своей продукцией.

Сам господин Уаттара в среду заявил, что уже подписал указ, предусматривающий, что экспорт какао-продукции из страны после устранения последних препятствий начнется немедленно и в больших объемах. «Порт Абиджан находится под нашим контролем. Я назначил его временного начальника. Все готово к тому, чтобы быстро вывозить какао-бобы со складов», — отметил он.



За четыре месяца, которые прошли в борьбе Уаттары и Гбагбо после второго тура выборов на складах Абиджана и Сан-Педро скопились 400 тыс. тонн какао-бобов.

О той важности, которую оба противника придавали главному ингредиенту при изготовлении шоколада, свидетельствует тот факт, что во время военных действий оба лидера стремились взять под свой контроль производство и экспорт какао-бобов. Ранее государственный ивуарийский телеканал распространил распоряжение Гбагбо

о том, что государство становится единственным покупателем какао-бобов у производителей, а также берет под контроль экспорт этого продукта, который обеспечивает 20% ВВП Кот-д'Ивуара. В свою очередь, Уаттара несколько раз своими указами накладывал эмбарго на вывоз из страны этих плодов и требовал у крупных мировых компаний соблюдать эти распоряжения.

В начале года мировые цены на какао достигли рекордных отметок на фоне беспорядков в Кот-д'Ивуаре. Однако после сообщений о снятии санкций и большом запасе какао в Абиджане и Сан-Педро в ходе торгов на нью-йоркской бирже NYMEX (New York Mercantile Exchange) котировки майских фьючерсов на какао-бобы несильно изменились, прибавив в цене 0,26%, свидетельствуют данные торгов.

РИА «Новости»

## КФ «Амта» получила статус «Лидер экономики России 2010 года»

По итогам Всероссийского бизнес-рейтинга, кондитерская фабрика «Амта» (Улан-Удэ) получила статус «Лидер экономики России 2010 года», а **директор Сергей Пронин** был награжден орденом «Звезда экономики России» и национальным сертификатом «Бизнесмен года».



По сообщению организационного комитета Всероссийского бизнес-рейтинга, ранжирование проводилось среди более чем 620 тыс. предприятий на основании



ООО «Вайденхаммер Пэкэджинг»

600032 Владимир, ул. Добросельская, 224 «Б»

Контакт: Станислав Фролов, тел.: (4922) 21 27 20, stanislav@greiner-gpi.ru

Контакт в центральном офисе в Германии:

Мария Кабанова, тел.: +49 6205 203 411, maria.kabanova@weidenhammer.de

Посетите нас



Дюссельдорф  
12.-18.05.2011

Зал 9 Стенд D-31

## Современная упаковка для качественного продукта

**WEIDENHAMMER**  
PACKAGING GROUP  
www.weidenhammer.ru



# ВАШ ПАРТНЕР ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ШОКОЛАДА, ГЛАЗУРЕЙ И ЖИРОВЫХ НАЧИНОК.

Посетите нас



Дюссельдорф  
12.-18.05.2011

Наш стенд  
3C24/C26

В компании Caotech мы знаем своих заказчиков и понимаем их потребности. Особенно, когда речь идет о качестве продукта и надежности, что является важными факторами для достижения успеха при производстве шоколада.

Сотрудничая с нашими клиентами, мы разрабатываем наиболее эффективные линии для производства шоколада, глазурей и жировых начинок, тем самым, делая возможным производство лучших продуктов для Ваших потребителей. Используя шаровые мельницы CAOTECH, наши заказчики успешно работают в кондитерской отрасли, удовлетворяя самые строгие требования рынка.

Производительность наших установок составляет от 10 до 2000 кг/час, как для порционного, так и для непрерывного производства. Уникальная конструкция мельниц гарантирует оптимальную эффективность измельчения масс. Это позволяет использовать данное оборудование для производства



таких теплочувствительных масс, как молочный шоколад, шоколад без содержания сахара, белый шоколад.

Предлагаем Вашему вниманию основные преимущества нашего оборудования:

- Малая занимаемая площадь
- Эффективное потребление электроэнергии
- Низкие эксплуатационные расходы
- Превосходное качество конечного продукта
- Оптимальное распределение частиц в массе
- Более длительный срок хранения конечного продукта

Послепродажная поддержка клиентов – один из наиболее важных критериев в деловых отношениях. Мы поддерживаем регулярную связь с нашими заказчиками, оказывая им всестороннюю поддержку при первой необходимости. Благодаря партнерским отношениям с клиентами и гибкости нашей компании, мы достаточно быстро развивались в последние годы. Сейчас компания Caotech является мировым лидером в области технологий измельчения для кондитерской промышленности.



**caotech**  
grinding technology

статистических данных государственных органов РФ за 2010 год. В рейтинге представлены исключительно предприятия-лидеры, закончившие отчетный период с прибылью и являющиеся лучшими налогоплательщиками. Компания «Амта» добилась преимуществ над конкурентами и заняла 26-е место среди производителей кондитерских изделий, что является признаком высокого профессионализма руководства и всего трудового коллектива, — отмечается в наградном листе. Официальная церемония награждения состоится в Санкт-Петербурге в июне 2011 года в рамках V-го Бизнес-саммита лидеров экономики России и Украины.

baikal-media.ru

### «Курскхлебпром» закрывает хлебозавод в областном центре

ООО «Курскхлебпром» приняло решение о закрытии ООО «Курский хлебозавод», расположенного в областном центре, сообщили «Абирегу» в компании.

Известно, что предприятие специализируется на выпуске кондитерской продукции. Оборот предприятия в 2009 году составил 126,9 млн руб., чистая прибыль — 3,7 млн рублей. Между тем курский

губернатор, комментируя ситуацию с хлебозаводом, заявил, что решение собственников предприятия закрыть завод связано с его убыточностью.

Rosinvest.com

### САХО подтверждает репутацию

Предприятия Федеральной сети хлебозаводов, входящей в Группу компаний «САХО», продолжают снабжать хлебобулочной продукцией крупные медицинские учреждения и воинские части в регионах России.



В первом полугодии 2011 года суммарный объем поставок по государственному и муниципальным заказам составил более 235 тонн продукции под маркой «Хлебница». По условиям тендеров, в 2011 году продукция под маркой «Хлебница» поставляется в Новосибирскую государственную областную клиническую больницу, в два медучреждения в Искитиме, в районные больницы Кургата и Куйбышева, а также в Омскую центральную районную больницу. В Московской области продукция Звенигородского

хлебокомбината САХО поставляется для нужд четырех больниц и для частей МВД. Регулярные поставки для государственных нужд остаются одним из приоритетов хлебопекарного направления САХО. Компания предлагает конкурентоспособные цены при стабильно высоком качестве продукции благодаря вертикально интегрированной структуре, объединяющей предприятия всей цепочки — от производства зерна до реализации готового хлеба.

Информкондитер

### Ценовой накал сохраняется на рынке полимеров РФ

Дефицит сырья на полимерном рынке России в 2011 году продолжит способствовать повышению цен как на полимеры, так и на изделия из них, считает директор департамента аналитики компании «Альянс-Аналитика» Тамара Хазова.

В 2010 году на полимерном рынке произошел ценовой накал: ПЭВД подорожал на 20,8%, ПЭНД на 14%, полипропилен — на 20,4%, полистирол — на 17,6%, ПВХ — на 11%, ПЭТФ — на 10%, сообщила госпожа Хазова на конференции «Сырьевой вектор развития полимерного бизнеса».

Такая тенденция продолжилась и в этом году. За первый квартал 2011 года по сравнению с аналогичным периодом 2010 года ПЭВД стал дороже на 15,3%, ПЭНД — на 24%, полипропилен — на 15%, полистирол — на 10,5%, ПЭТФ — на 30,5%, цены на ПВХ были стабильны. Ценовая цепочка 2011 года в руб./т без учета НДС, по оценке Т. Хазовой, выглядит так: сырье пиролиза — 15 тыс. руб./т, этилен — 24,6 тыс. руб./т, ПЭНП — 54,45 тыс. руб./т, пленки — 65,06 тыс. руб./т. Таким образом, стоимость конечной продукции превышает стоимость сырья в 4,3 раза.

Тамара Хазова выделила две возможные модели развития российского рынка полимеров — экспортно-сырьевая (в кризис эта модель себя не оправдала из-за зависимости от цены нефти) и инновационная, которая предполагает строительство производства мономеров и полимеров. По словам эксперта, сейчас ресурс мощностей базовых полимеров использован, поэтому необходимо строительство новых установок. Кроме того, действующие установки были созданы по технологиям 1960–1980 годов и устарели, а также имеют небольшой масштаб (по этилену в среднем 425 тыс. тонн в год). Текущие инвестиционные проекты также реализуются по технологиям конца XX века. Тамара Хазова отметила неэффективное использование углеводородного сырья, для решения этой проблемы необходимо строить установки пиролиза и дегидрирования, а также усилить интеграцию нефтегазовых компаний и нефтегазохимических производств.

Unipack.Ru



### В 2011 году белорусские пекари увеличат производство на 0,4%

В 2011 году хлебопекарные предприятия потребительской кооперации изготовят 105,6 тыс. тонн хлеба, или 100,4% к прошлому году.

Удельный вес хлебобулочных изделий Белкоопсоюза в объеме производства по Белоруссии составляет 20,5%. Сегодня в системе потребительской кооперации функционируют 77 хлебопекарных предприятий, которые в основном обслуживают сельское население и жителей малых городов. В 80% из них проведено техническое перевооружение, в текущем году планируется модернизировать 13 оставшихся предприятий. На эти цели будет направлено более 4 млрд руб.

Ассортимент кооперативных хлебобулочных изделий представлен хлебом подовым и формовым, сдобными булочными изделиями, а также пирогами, караваем, пышками, сухарными изделиями, хлебобулочными изделиями диетического и профилактического назначения. Ежедневно в торговую сеть поставляется более 350 наименований хлебной продукции. За 2010 год хлебопекарными предприятиями изготовлено более 1500 наименований хлебобулочных и более 800 — кондитерских изделий. Хлеб вырабатывается по различным технологиям как с использованием заварного способа приготовления теста, так и по традиционной схеме с использованием ржаной закваски на чистых культурах молочнокислых бактерий и хлебопекарных дрожжей. Применяется также однофазная технология производства хлеба по ускоренному способу приготовления теста с применением сухих заквасок, хлебопекарных улучшителей, пищевых добавок. Белкоопсоюз также отмечает, что на хлебопекарных предприятиях разработаны и утверждены программы производственного контроля, где определена система управления качеством и безопасностью выпускаемой продукции в процессе производства, хранения, транспортировки и реализации продовольственного сырья и пищевых продуктов. Все стадии технологического процесса обеспечены лабораторным контролем. За последние пять лет на развитие, техническое перевооружение и укрепление материально-технической базы хлебопекарных предприятий было направлено более 58 млрд руб.

БелаПАН

## ХЛЕБОПЕКАРНЫЕ ПРОТИВНИ

для отечественного и импортного оборудования

- плоские • волнистые • перфорированные
- с антипригарным покрытием

Изготовление под заказ. Доставка.

### ООО «Перфоком»

Н.Новгород, просп. Гагарина, 178  
тел./факс: (831) 461-87-87, 469-37-78  
e-mail: info@perfocom.ru

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА:**

**Москва:**  
(498) 662-45-77, 662-45-78  
e-mail: moskva@perfocom.ru

**Санкт-Петербург:**  
(812) 704-19-41, 704-60-05  
e-mail: spb@perfocom.ru

**Казань:**  
(843) 273-04-71, 273-27-50  
e-mail: kazan@perfocom.ru

**Краснодар:**  
(861) 234-28-22, 234-28-99  
e-mail: krasnodar@perfocom.ru

**Самара:**  
(846) 954-30-27, 954-43-51  
e-mail: samara@perfocom.ru

**www.perfocom.ru**





# АГРО-3

ТАГРО

RHEON



MINIPAN

EUROFOURS

VMI RESTO ITALIA

Diasna

STAMAP

BACKTECH

MA

HYDROTECHNICA

Jufaba

MIMAC

MA

BAKON

HUB

DAUB IV

STARP

COMIZ

PLM

Packaging Machinery

## Комплексные решения для предприятий хлебопекарной и кондитерской промышленности



МОСКВА: (495) 721-20-77  
Краснодар: (861) 275-70-88  
Саратов: (8452) 48-61-77  
Красноярск: (391) 264-01-82  
Новосибирск: (383) 362-02-52  
Екатеринбург: (343) 375-72-39  
Ростов: (863) 295-40-54  
С.-Петербург: (812) 320-15-08

Полный комплекс услуг  
по вводу в эксплуатацию предприятий:

- проектирование, комплектация, поставка
- все виды монтажных и пуско-наладочных работ
- технологическая поддержка, внедрение новых технологий
- обучение персонала, гарантийное и сервисное обслуживание



Подготовила: Светлана Карельская

# Приятные мелочи



**Ч**то сегодня берет на работу к чаю среднестатистический офисный работник? А что родители дадут детям в школу в качестве перекусов? Небольшие булочки, слоенки или пирожки, приобретенные вместе с другими продуктами в гипермаркете. Как правило, потребители предпочитают покупать изделия в индивидуальной упаковке, так как это удобно и гигиенично.

Произвести и упаковать штучные мучные изделия – особое искусство. Продукт должен иметь идеальный товарный вид: никто не захочет приобретать для перекуса ломаный или слишком раскрошенный товар. Обертка же данных изделий долж-

на быть не только удобной для потребителя, но и привлекающей внимание, так как сегмент штучной мучной продукции довольно насыщен и производителю необходимо иметь возможность выделиться на полке.

## Хорошо, когда все одинаковые

Особенностью производства штучных изделий является то, что их масса устанавливается при делении теста на куски, которое выполняется задолго до окончания процесса выпечки. После деления теста в заготовки вводится начинка, если она предусмотрена рецептурой. Затем следует выпечка заготовок и их охлаждение. На последних двух этапах может произойти изменение массы готовых изделий.

Если размеры двух единиц одного и того же изделия будут отличаться настолько, что это будет видно невооруженным глазом, производители рискуют потерять доверие потребителя к бренду.



AUS LIEBE ZUM TEIG  
ИЗ ЛЮБВИ К ТЕСТУ

FRITSCH



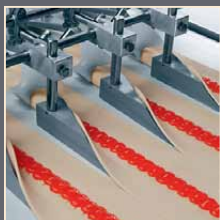
## Солнце Встаёт!

Качество возбуждает аппетит. Разнообразие приносит радость. Доставьте удовольствие Вашим клиентам. И себе – наслаждение успехом в деле. Внесите лакомое разнообразие в свой ассортимент. С помощью техники от ФРИЧ для изготовления мучных кондитерских и сдобных изделий. Она просто блистает суперпроизводительностью, почти безграничным многообразием видов, бережной обработкой теста и простейшей сменой продукта. Она обеспечивает тончайшую рыхлую слоистость и объёмное поднятие даже таких натуральных видов теста, с кото-

рыми Вы на любом другом оборудовании долго бы блуждали как в потёмках на ощупь. Хотите ли Вы оставаться лучше в классическом ассортименте изделий или же попробовать что-то абсолютно новое, техника от ФРИЧ для изготовления мучных кондитерских и сдобных изделий гарантирует высочайшее качество и рентабельное производство. А вместе с ними – истинную радость в каждой пекарне. Мы с удовольствием вышлем Вам подробную информацию о нашей технике для изготовления мучных кондитерских и сдобных изделий. Позвоните нам.

E-Mail: [sales@fritsch-russia.ru](mailto:sales@fritsch-russia.ru)  
телефон (495) 380 09 50

 [www.fritsch-russia.ru](http://www.fritsch-russia.ru)







Мелкофасованные мучные изделия являются продуктами с высокой добавленной стоимостью, поэтому расходы на их упаковку можно включить в цену конечного продукта.



Для того чтобы свести погрешность к минимуму, необходимо выбрать качественные тестоделители и дозаторы начинок, а также четко соблюдать режимы выпечки и охлаждения продуктов.

### Проверка на точность

В зависимости от способов нагнетания полуфабриката тестоделители делятся на машины с поршневым, шнековым, валковым, лопастным и комбинированным нагнетанием. Современные производители тестоделителей, как правило, гарантируют высокую точность деления, однако на деле ожидания изготовителей мучных изделий не всегда бывают оправданы. Как правило, точность работы тестоделителя определяют по средней массе изделий, полученной взвешиванием не менее 10 шт. Более надежным способом определения точности тестоделителя считается вычисление средней квадратичной погрешности ряда. Полученная величина как раз и будет являться параметром точности.

Причины погрешности работы тестоделительных машин можно поделить на следующие группы:

- погрешность, связанная с конструкцией оборудования;
- колебание режима работы;
- погрешность весов;
- неоднородность тестовой массы;
- ошибки оператора при настройке, наладке или регулировке режима работы.

Точность дозаторов для начинок тоже немаловажна. Как правило, количество начинки, предусмотренное рецептурой, вводится через электронную панель управления. Высокая точность дозирования обычно достигается за счет грамотно разработанной конструкции дозирующего узла.

### Упаковка вкусных «штучек»

Для упаковки штучных мучных изделий используют довольно широкий спектр материалов, в основном предпочитают различные пленки. На небольших и средних предприятиях используются компактные

упаковочные машины. Упаковка на них формируется с помощью пневмоножа и поступает на автоматический конвейер. Такие машины имеют небольшие размеры, малую потребляемую электроэнергию и относительно низкую цену при высоком качестве упаковки. На более крупных производствах используются агрегаты, позволяющие упаковать за короткий срок большое количество изделий. Чем более удобной будет упаковка, тем сильнее вероятность того, что покупатель выберет именно ваш продукт.

### Сохранить свежесть помогут газы

Одной из тенденций последнего времени является увеличение сроков хранения продуктов, в том числе и штучных мучных изделий. Это может происходить благодаря введению в рецептуру консервантов, однако помочь сохранить свежесть могут и инновационные упаковочные решения. Одно из них – упаковка в модифицированной атмосфере. Она позволяет продлить сроки хранения изделий за счет внедрения внутрь упаковки особой смеси газов, подбираемой в индивидуальном порядке для каждого вида продукта. Газовая смесь состоит из азота, кислорода и углекислого газа, смешанных в определенной пропорции.

Модифицированная атмосфера замедляет развитие микроорганизмов, которые вызывают порчу продукта, за счет этого и увеличиваются сроки хранения. Причем такая упаковка никак не влияет на органолептические показатели и качество продукта. При упаковке мучной продукции в модифицированную атмосферу кислород не используется, так как в выпечке он вызывает разложение жиров, в результате которого появляются неприятные запахи.

Для упаковки хлебобулочных изделий используются антимикробные свойства углекислого газа, однако применять его можно только для упаковывания выпечки с минимальным содержанием влаги, так как, растворяясь в водной составляющей продукта, он образует угольную кислоту и окисляет изделие. Также из-

«Более надежным способом определения точности тестоделителя считается вычисление средней квадратичной погрешности ряда. Полученная величина как раз и будет являться параметром точности».

быток углекислого газа может привести к повреждению структуры продукта, изменению цвета и появлению неприятного запаха у жирных и масляных изделий.

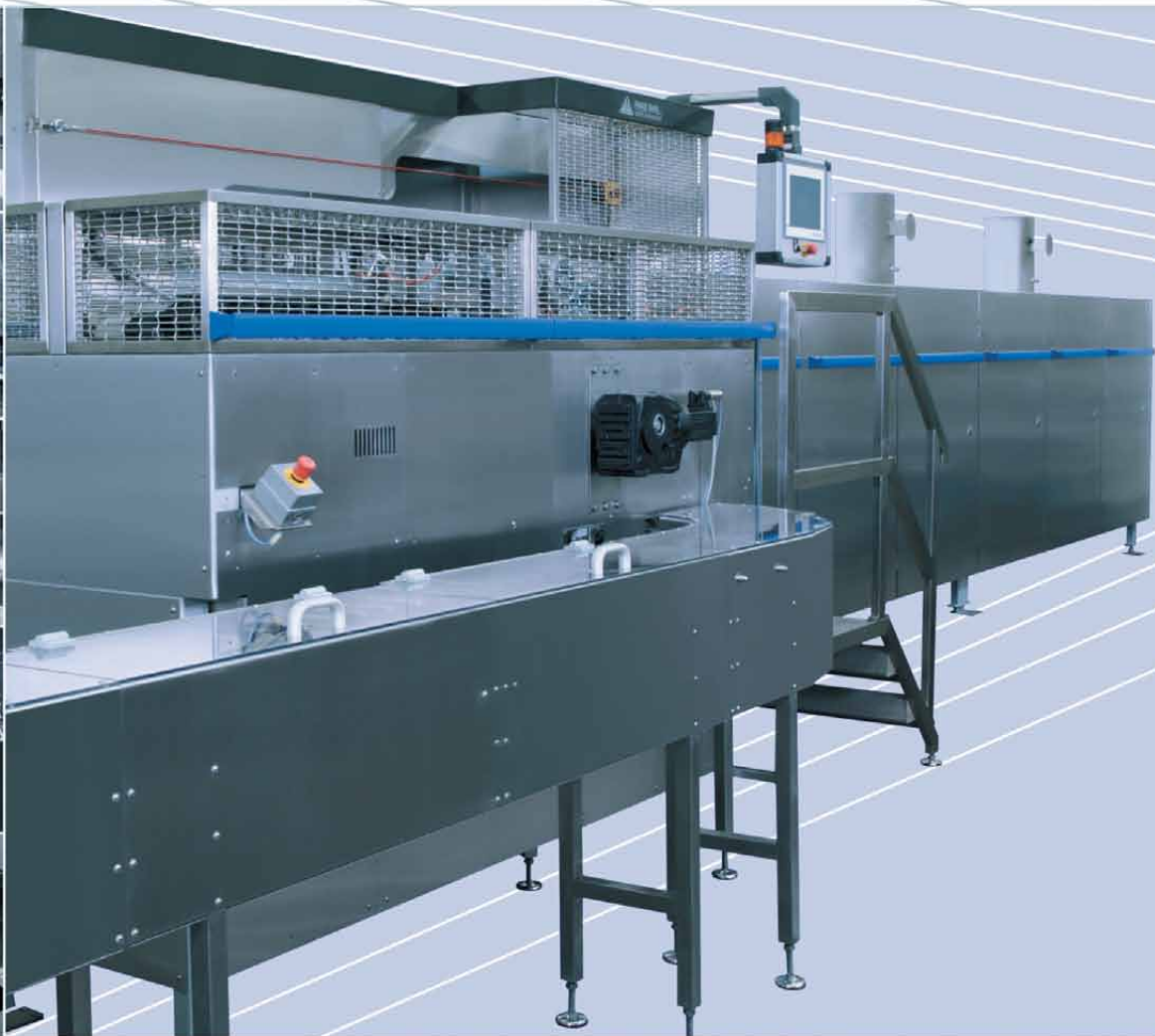
В некоторых случаях происходит деформация упаковки, она как будто втягивается внутрь. Это свидетельствует о том, что углекислый газ проник в продукт и растворился в нем. Азот, в отличие от двух предыдущих газов, является инертным и используется для замещения в упаковке атмосферного воздуха. Азот замедляет рост аэробных бактерий, вызывающих гниение, и сохраняет форму упаковки благодаря плохой растворимости в воде и жирах. Для упаковки в модифицированную атмосферу подходят такие мелкофасованные мучные изделия, как то: рогалики, булочки, ватрушки, круассаны, маисовые лепешки, а также продукты из замороженного теста.

Безусловно, продукция в такой упаковке не будет самой дешевой, зато долгое сохранение ее свежести вам будет гарантировано. К тому же, как правило, мелкофасованные мучные изделия являются продуктами с высокой добавленной стоимостью, поэтому расходы на их упаковку можно включить в цену конечного продукта. **КС**



**FRANZ HAAS**  
recipes for efficiency

# CAIMAN | НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ УСТАНОВОК ДЛЯ ВЫПЕЧКИ САХАРНЫХ РОЖКОВ



## ЕЩЕ БОЛЬШАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ БЛАГОДАРЯ:

- увеличению производительности
- повышению продуктивности посредством точности производства
- снижению производственных затрат путем оптимизации энергопотребления

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОСЕТИТЬ НАШ  
СТЕНД НА ВЫСТАВКЕ „ИНТЕРПАК 2011“  
павильон 3 / стенд № A21/B46  
12 – 18 мая 2011года  
Дюссельдорф, Германия  
[www.haas.com/interpack](http://www.haas.com/interpack)



FRANZ HAAS • MEINCKE • MONDOMIX • STEINHOFF



Компания: **THEEGARTEN-PACTEC GmbH & Co. KG**

Breitscheidstr. 46, D-01237 Dresden

тел.: +49 351 2573-0

факс: +49 351 2573-329

pactec@theegarten-pactec.de

www.theegarten-pactec.com

**\* СПРАВКА:**

Компания Theegarten-Pactec производит капитальные ремонты собственных упаковочных машин более ранних моделей и заботится о модернизации и реконструкции.

# Модернизация для получения максимальной производительности

**К**омпания Theegarten-Pactec предлагает производителям восстановленные и модернизированные упаковочные машины.

Процесс модернизации оборудования начинается с технического обслуживания, включающего проверку электрического механизма и замену изношенных механических деталей. На уровне систем управления машины снабжаются ультрасовременным программным обеспечением. После капитального ремонта линии отвечают уровню современных требований безопасности.

Для того чтобы машина была максимально функциональна в условиях сегодняшней производственной среды, компания Theegarten-Pactec заботится о том, чтобы оборудование для изготовления бесшовной упаковки работало синхронно с другими производственными линиями.

Компания была основана в 1994 году путем слияния фирм Rose-Theegarten и Pactec (ранее Nagema). Поэтому если вы видите на упаковочном оборудовании маркировку Rose-Theegarten, Nagema или Pactec, это значит, что предприятие Theegarten-Pactec берет на себя услуги по реконструкции машин.

Со времени своего основания Theegarten-Pactec накапливает опыт и совершенствуется. Сегодня в Дрездене находится штаб-квартира фирмы, в которой работают компетентные специалисты-консультанты. Они знают все о машинах для упаковки мелких кондитерских изделий.

Иногда на предприятие приходят запросы на поставку машин с десятилетней историей эксплуатации – это свидетельствует о том, что линии показали себя в работе с лучшей стороны. А после



*Для технического обслуживания упаковочной машины EK1 снимается облицовка, чтобы техники могли осуществить проверку внутреннего устройства.*

капитального ремонта клиенты получают еще более функциональную модель: увеличивается объем выпускаемой продукции, снижаются расходы упаковочных материалов и энергопотребление.


Так как компания занимается восстановлением машин собственного производства, специалисты, осуществляющие модернизацию, досконально знают внутреннее устройство оборудования и могут с легкостью подобрать все детали, что позволяет выполнять работы очень быстро и качественно.

Также Theegarten-Pactec проводит инструктаж по использованию усовершенствованных моделей упаковочных машин для своих клиентов.

Один из примеров положительного опыта реконструкции – капитальный ремонт и модернизация модели упаковочной машины EK1.

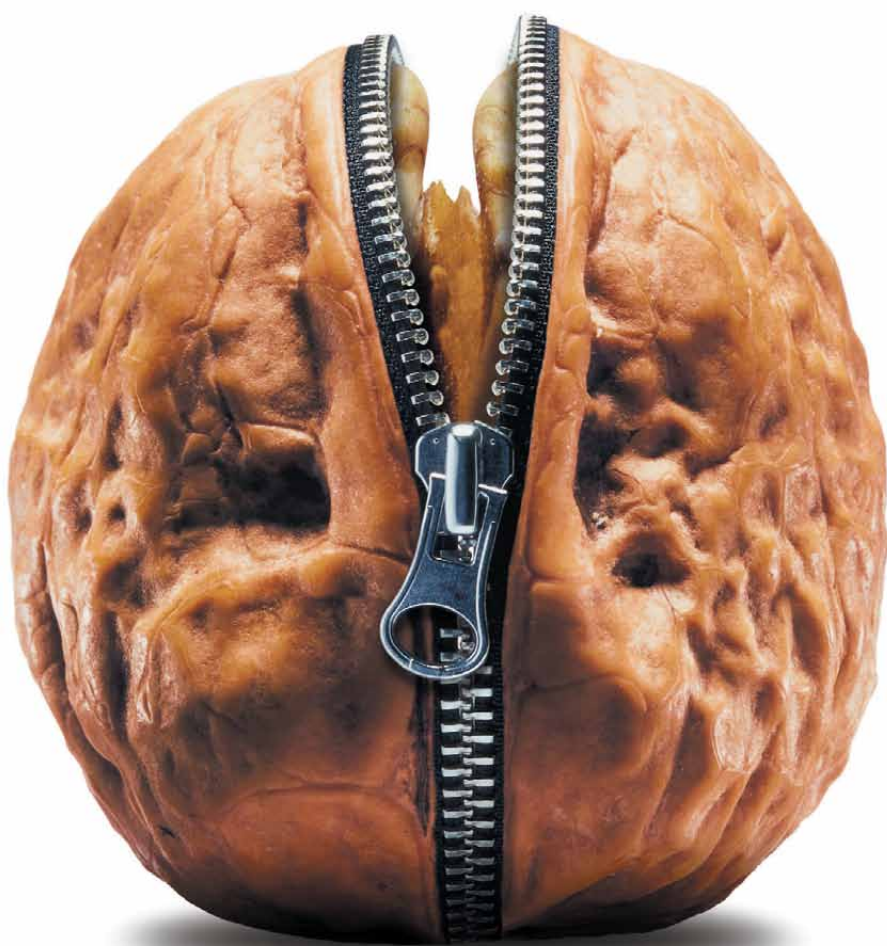
О том, что продукция Theegarten-Pactec пользуется растущим спросом, свидетельствуют постоянно растущие продажи

данного оборудования. И неудивительно: модернизированные установки – это возможность увеличить возможности производства без приобретения нового оборудования, что является очень актуальным в современных условиях. От производителей кондитерских изделий жизнь постоянно требует инновационных идей, и они постоянно вынуждены подстраиваться к новым требованиям рынка.

Theegarten-Pactec также осуществляет комплексные работы по модернизации оборудования: компания уже принимала участие во многих подобных комплексных мероприятиях по усовершенствованию комплексных производственных линий для крупных изготовителей сладостей и имеет в своем запасе положительный опыт в работе по данному направлению. 

Все наши новинки Вы сможете увидеть на **стенде Theegarten-Pactec стенд №A05 в зале 4 на выставке Interpack-2011.**

# Хорошо упакованный успех.



В 1994 году кёльнское предприятие «Розе-Теегартен» приобрело дрезденского производителя упаковочного оборудования фирму «Пактек», которая в свое время входила в состав комбината «Нагема». С этого времени слившиеся предприятия носят название «Теегартен-Пактек», олицетворяющее развитые комплексные решения в области упаковочных технологий. Это относится как к традиционной области как упаковка кондитерских изделий и других пищевых продуктов, а также к упаковке непищевых продуктов. Будучи одним из ведущих производителей в мире, мы предлагаем Вам ознакомиться с новшествами нашей продукции. Это позволит Вам вместе с нами достичь стабильных успехов на глобальном рынке. Обратитесь к нам! Наши специалисты уже сегодня работают над решениями в области упаковочных технологий завтрашнего дня.



interpack  
Düsseldorf / Germany  
12.05. - 18.05.2011  
Hall 4 Booth A05/A21

**THEEGARTEN**  **ПАКТЕК**  
The smarter solution in packaging.

THEEGARTEN-PACTEC  
GmbH & Co. KG  
Breitscheidstr. 46  
D-01237Dresden  
Tel.: +49 351 2573-0  
Fax: +49 351 2573-329  
pactec@theegarten-pactec.de  
www.theegarten-pactec.com



Автор: **Скачков В. З.**,  
главный технолог

Компания: **ООО «ЭКМА-КОНФИ»**  
тел.: (343) 262-53-85,  
www.ekma.ru



# Урожай мармеладных фруктов от «ЭКМА-КОНФИ»



Ни для кого не секрет, что среди огромнейшего разнообразия кондитерских изделий мармелад занимает особое место. В Европе это лакомство впервые появилось в XIV веке, а на Востоке его история насчитывает тысячелетия.

Конечно, сегодняшний мармелад существенно отличается от своего «прародителя». Но при всем своем разнообразии цветов, вкусов и форм неизменным остается самое главное – это удивительно полезное низкокалорийное лакомство, не содержащее жира и обладающее диетическими достоинствами.

Входящие в состав мармелада пектин или агар придают ему ценные лечебные свойства. Пектин является естественным очистителем организма от шлаков: выводит токсины и радионуклиды, а также нормализует работу пищеварительной системы и снижает



На нашей линии можно выпускать огромный ассортимент «долек», имитирующих лимон, апельсин, мандарин, грейпфрут, яблоко, киви, арбуз, дыню, абрикос, персик и т. д. – все зависит только от фантазии технолога.

ет уровень холестерина в крови. Агар тоже очищает организм от токсинов, улучшает работу печени. Кроме того, давно замечено, что мармелад снимает стресс и является хорошим антидепрессантом.

Все эти замечательные свойства продукта по достоинству оценили потребители, у которых он пользуется огромным спросом. Именно поэтому в ассортименте большинства кондитерских предприятий присутствует мармелад в различных его модификациях.

Вот только до недавнего времени при изготовлении такого популярного вида мармелада, как лимонные и апельсиновые дольки, производители испытывали определенные трудности. Ввиду отсутствия на кондитерском рынке автоматизированного оборудования для изготовления такой разновидности мармелада, как дольки, кондитерам приходилось использовать на некоторых этапах производства ручной труд, который значительно снижал производительность.

Но сегодня ситуация в корне изменилась, так как ООО «ЭКМА-КОНФИ» разработана, изготовлена, успешно сдана в эксплуатацию и прекрасно используется поточно-механизированная линия по производству лимонных и апельсиновых долек.

Линия в автоматическом режиме осуществляет все технологические операции – от уваривания сиропа до укладки готовых обсыпанных сахаром долек. Отметим, что на данном оборудовании можно изготавливать до 400 кг за час, при этом ручной труд исключен полностью, а изделия получаются идеально ровной формы!

Кстати, на нашей линии можно выпускать огромный ассортимент «долек», имитирующих лимон, апельсин, мандарин, грейпфрут, яблоко, киви, арбуз, дыню, абрикос, персик и т. д. – все зависит только от фантазии технолога.

Более подробную информацию об этой и многих других линиях, например по производству «Птичьего молока», мармелада трехслойного и отливного, карамели, пралиновых сортов конфет, зефира и т. д., вы можете получить, посетив наш сайт.

Спешите удивить потребителя многообразием мармеладных долек, пока конкуренты Вас не опередили! **Р**



На оборудовании ООО «ЭКМА-КОНФИ» можно изготавливать до 400 кг долек за час, при этом ручной труд исключен полностью.



## ООО "ЭКМА-КОНФИ"

**Монтаж, пуско-наладочные работы,  
технологическое сопровождение,  
обучение, лизинг.  
Товар сертифицирован**

### Проектирование и изготовление оборудования для кондитерской промышленности

**Механизированные поточные линии производства**

- сбивных сортов конфет
- желейного и формового мармелада
- куполообразных кремовых сортов конфет
- зефира, карамели
- линии глазирования и многое другое.

**а так же  
различные машины и агрегаты,  
обеспечивающие технологический процесс  
производства кондитерских изделий**



**620100 Екатеринбург-100, а/я 1033  
Сибирский тракт, 8 "Б", оф. 203  
тел./факс: (343) 264-66-32, 262-53-85, 261-23-03  
www.ekma.ru, e-mail: prom@ekma.ru**

## Новый ИК анализатор

### новые возможности !

**INFRA NEO JUNIOR**

- ▲ Экспресс оценка качества продукции на всех этапах зернопереработки :  
при зборе урожая зерна , на элеваторах, мукомольных предприятиях,  
хлебозаводах...
- ▲ Оценка химических и технологических параметров качества с непревзойдённой  
точностью : влажность, белок, зольность, клейковина, ВПС, W...
- ▲ Будьте уверены в соответствии качества вашей продукции требованиям клиентов!





**ПРОСТОТА В  
ИСПОЛЬЗОВАНИИ**



**ОТСУТСТВИЕ  
ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО  
ФАКТОРА**



**ЭКОНОМИЯ  
СРЕДСТВ**



**ОТМЕННАЯ  
ТОЧНОСТЬ  
ИЗМЕРЕНИЯ**



**СКОРОСТЬ  
ИЗМЕРЕНИЯ**





20, avenue Marcellin Berthelot • 92396 Villeneuve-la-Garenne • FRANCE  
Тел. : + 33 1 41 47 50 29 • Факс. : + 33 1 41 21 07 10 • Mail : info@chopin.fr • www.chopin.fr  
Photo credits : www.istockphoto.fr © Elena Elisseeva © Kristian Septimius Krogh © Srdjan Stefanovic © Dr. Heinz Linke © Stratesigns, Inc. © Kaupo Kikkas.





# РОНДО представит новую промышленную линию ASTec

**Н**а выставке Interpack-2011, которая пройдет с 12 по 18 мая в Дюссельдорфе, компания «РОНДО» продемонстрирует интересные новинки и разработки своего промышленного оборудования для производства мелкоштучных изделий, хлеба и булочек, пиццы, а также других изделий. Но главным экспонатом выставочного стенда станет новая промышленная линия ASTec, особенностями которой являются простая чистка, простое обслуживание и простой технический осмотр.

## Под знаком гигиены

В центр внимания РОНДО ставит свои возможности в области обеспечения гигиены и безопасности пищевых продуктов, ведь в продовольственной отрасли эти задачи все чаще выходят на передний план. Своей новой производственной линией ASTec (Advanced Sanitary Technology) «РОНДО» вносит существенный вклад в их решение. Линии ASTec сочетают в себе известные преимущества оборудования RONDO с продуманной, современной и гигиеничной конструкцией. Инновационный дизайн линий ASTec позволяет легко чистить, легко обслуживать и легко осматривать оборудование.

Линии ASTec отличаются гладкими поверхностями и простым доступом к зонам, нуждающимся в чистке. При производстве оборудования используются только те материалы, которые легко чистятся и допущены для применения в пищевой промышленности, например нержавеющей сталь и пластмасса, пригодная для продуктов питания. Машины не имеют ниш и полостей, в которых могла бы скапливаться грязь. Кроме того, линии оснащены транспортными лентами с герметичными кромками, в которых не могут поселиться бактерии и микробы.

Особенностью оборудования ASTec являются программы очистки для отдельных продуктов, которые можно сохранить в памяти блока управ-



Простой доступ ко всем узлам облегчает чистку, обслуживание и технический осмотр.

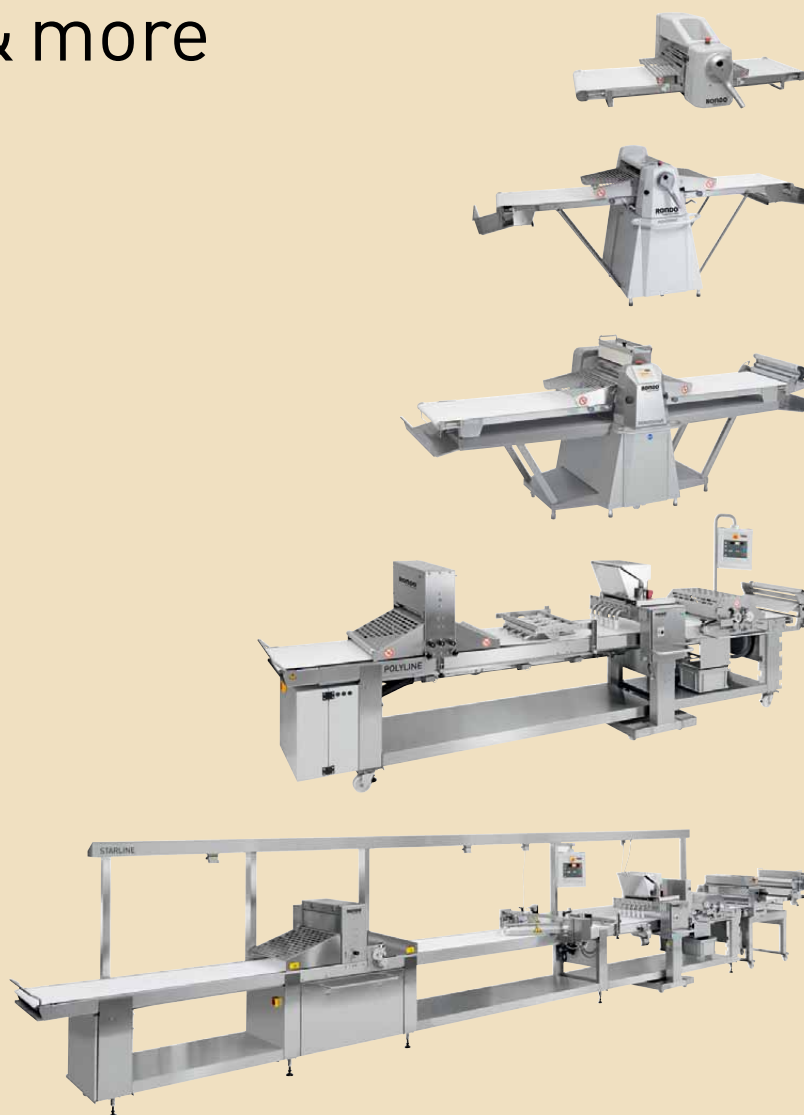


Новые линии ASTec отличаются современной гигиеничной конструкцией.

ления. Оператор использует программу, соответствующую тому или иному изделию, и затем лишь подтверждает отдельные этапы.

Подробнее ознакомиться с новинкой можно в павильоне 3 на стенде D18. Однако посетить стенд «Рондо» стоит не только из-за линии ASTec, но и из-за многочисленных идей по продуктам. В центре Dough-how у посетителей будет возможность поговорить с экспертами РОНДО об изделиях, технологиях и продуктах. ■

## Dough-how & more



## Все для развития.

Оборудование и машины РОНДО обеспечивают высокое качество продукции на предприятиях, как с ручным, так и с автоматизированным производством. Вы получаете выгоду за счет нашей широкой программы – большое разнообразие продукции. [www.rondo-online.com](http://www.rondo-online.com)





# Аппетитные пончики и донаты на оборудовании РОНДО

**К**руглый жареный в масле, как правило, сладкий пирожок в России называют пончиком. В Америке эти мучные изделия именуют донатсами. Первоначально слово «пончик» пришло в русский язык из Польши (pączek – круглый сладкий жареный пирожок), где эта выпечка является одним из самых популярных видов пирожных.

Но данный вид продукта так любим не только в Польше: он с каждым годом завоевывает все большую популярность по всему миру. Почти в каждом уголке Европы, а особенно в Германии и странах Бенилюкса, а также в Америке готовят свои пончики: немецкие берлинеры, тироли, австрийские кихля, швейцарские шенкели, тиргели, творожные пончики, итальянские галани, испанские чуррос, американские донаты.

Для всех этих изделий характерно обжаривание в большом количестве масла или во фритюре, рецептура выпечки при этом различается. Отличаются и традиции потребления данных лакомств: если россияне

не едят пончики горячими, то американцы и немцы, как правило, предпочитают донаты и берлинеры в холодном виде – как пирожные.

Как правило, донаты и берлинеры содержат внутри различного рода начинки (фруктовые джемы, варенье, повидло, масляные и белковые кремы), а поверхность их обсыпана сахарной пудрой, орехами, кокосовой стружкой или отделана глазурью. Благодаря многообразию начинок, глазури, отделочных продуктов и технологий ассортимент может быть значительно расширен. Новейшей разработкой являются мини-пончики весом 20 г.

В России донаты становятся все популярнее, так как, с одной стороны, это новый интересный продукт, а с другой стороны, изделие соответствует вкусовым предпочтениям жителей страны: донаты – это сытные сладкие пирожки из нежного дрожжевого теста с большим количеством начинки. Так, например, всемирно известная сеть Dunkin' Donat's открыла в мае 2010 году первую кофейню в Москве с разнообразным ассортиментом пончиков с начинкой, а уже к апрелю 2011 года

планируется открытие еще 17 точек, продающих донаты.

Так как донаты производятся из очень мягкого дрожжевого теста, которое сложно формировать обычным способом, не нарушая его структуру и предотвращая деформацию продукции, с точки зрения производства необходимо обеспечить максимально бесстрессовую формовку теста и подобрать необходимое оборудование. Изготовители единодушно считают, что донаты самого высокого качества можно производить только из непрерывной тестовой ленты. Бережная переработка дрожжевого теста, соблюдение расстояния в течение 20-30 мин. – вот в чем, пожалуй, и заключается весь секрет. «РОНДО» располагает богатым опытом в деле разработки производственных линий по выпуску донатов, и наши специалисты с удовольствием помогут вам подобрать оптимальное решение.

Швейцарская компания «РОНДО» известна во всем мире. На протяжении вот уже многих десятков лет она выпускает высококачественное оборудование для производства хлебобулочных изделий,



Специализированная линия для донатов  
Pick and Place.



Донатсы – это сытные сладкие пирожки из нежного дрожжевого теста с большим количеством начинки.

пиццы, круассанов, булочек, чабатты, багетов, изделий из тонкого теста и т. д. Наши формовочные линии обеспечивают высокое качество продукции на предприятиях как с ручным, так и с автоматизированным производством. Клиенты нашей компании имеют возможность приобрести оборудование с широким спектром программ, что позволяет им изготавливать разнообразную продукцию и выгодно отличаться от конкурентов.

Мы предлагаем ряд специализированного автоматизированного оборудования для производства донатсов как для небольших пекарен, так и для крупных предприятий. Производственная программа включает различное оборудование производительностью от 1-30 тыс. изделий в час.

Маленькие предприятия найдут в ассортименте компании компактные линии для раскатки теста и нарезки пончиков на одной и той же машине, что позволяет бережно обрабатывать тесто. Примером такого решения является комбинированная электронная машина для раскатки и нарезки теста Рондостар – Кутомат 4000. Аппарат очень прост в управлении, имеет цветной сенсорный дисплей и память на 100 программ. Вам достаточно положить тесто на раскаточную машину, выбрать определенную программу раскатки и нажать кнопку «старт» – все остальное машина сделает сама. После того как процесс раскатки завершается, линия автоматически переключается в режим нарезки, и раскатанное тесто плавно перемещается на станцию нарезки. Прижим валов для нарезки регулируется в соответствии с консистенцией теста, а ролики противодавления гарантируют ровную и гладкую нарезку пончиков. Плавно отрегулированная скорость нарезки способствует ровной

и непрерывной работе машины. Вырезанные донатсы затем вручную укладываются на листы.

Для средних предприятий мы рекомендуем следующий комплект оборудования: линия для бесстрессовой формовки теста SMARTline и формовочная установка. Выбор формовочной линии зависит от потребностей производителя: это может быть многофункциональная линия, рассчитанная на производство широкого

«Важными критериями качества изделия являются белая кольцевая полоса на боковой поверхности, отсутствие морщин, круглая форма. Глазурь не должна попадать на белую кольцевую полосу».

ассортимента изделия, включая донатсы, или специализированная линия для донатсов, например Pick and Place. На производственных линиях SMARTline в комплексе с Pick and Place можно производить из нежного дрожжевого теста до 6 тыс. пончиков в час.

После замеса тесто поступает на линию SMARTline, формующую непрерывную тестовую ленту, которая затем подается на установку Pick and Place. Специальная щетка удаляет излишки муки с тестовой ленты, а механическая гильотина штампует и нарезает пончики определенной формы и размера. После штамповки пончики, извлеченные с тестовой ленты при помощи вакуума, помещаются на передаточный столик, а оставшиеся обрезки теста и вы-

резанные сердцевинки удаляются для дальнейшей переработки. Вырезанные тестовые заготовки вручную или при помощи системы транспортеров поступают в камеру расстойки. Следующий производственный этап – жарка во фритюре.

После фритюрницы донатсы начиняются, покрываются глазурью или посыпкой. Важными критериями качества изделия являются белая кольцевая полоса на боковой поверхности, отсутствие морщин, круглая форма. Глазурь не должна попадать на белую кольцевую полосу. После декоративной отделки поверхности продукция замораживается либо развозится по точкам продаж для сбыта.

Возможна полная автоматизация процесса, при котором после камеры для расстойки заготовки автоматически подаются в фритюрницу, а затем в камеру охлаждения.

Pick and Place является идеальным решением для компаний средней величины, так как специфика линии позволяет даже двум сотрудникам производить около 6 тыс. шт. продукции в час в автоматическом режиме работы линии.

Также есть предприятия, производящие большие объемы донатсов глубокой заморозки промышленным способом. Фирмой «РОНДО» реализовано несколько крупных комплексных проектов для компаний, которым необходима производительность линий до 30 тыс. донатсов в час.

Изготовление изделий из дрожжевого теста, жареных во фритюре, – перспективное направление развития, которое может быть интересно как небольшим пекарням, так и крупным промышленным предприятиям, находящимся в поиске нового продукта для российского рынка. ■





Автор: Игорь Кочанов

Компания: **ЗАО «ШАЛЛЕР»**  
РФ, 115054, Москва,  
Павелецкая площадь, д. 2, стр. 2,  
тел.: +7 (495) 797-63-33,  
факс: +7 (495) 797-63-44,  
e-mail: office.moskau@schalleraustria.com

**NORBERT SCHALLER GESMBH**  
Ares-Tower, Donau-City-Strasse 11  
1220 Wien, Austria,  
tel.: +43-1-368-65-05,  
fax: +43-1-368-66-36,  
e-mail: office@schalleraustria.com  
www.schalleraustria.com

## Оптимальное решение для участка групповой упаковки

**С**овременные российские кондитерские и хлебобулочные комбинаты выпускают широчайший ассортимент изделий, но вне зависимости от того, упакован каждый продукт индивидуально или нет, отгрузка покупателям происходит в групповой таре — как правило, в гофроящиках, которые снабжаются этикеткой, где указывается различная информация о продукте — от состава до штрихкода.

Казалось бы, операция совершенно простая, и предприятия редко задумываются над тем, как решить задачу этикетирования более эффективно. Но при применении техники BIZERBA этот участок способен значительно повысить не только функциональность самой этикетки, но и решить массу дополнительных задач.

В общепринятой практике этикетки заготавливаются заранее: они либо заказываются в типографии, либо печатаются тут же на предприятии на отдельном принтере. Затем отсчитывается нужное количество этикеток на смену, и по мере выхода готовой продукции они вручную наклеиваются на ящик. При этом такой переменный параметр, как дата изготовления, на-



Конструкция приборов GLM-B позволяет наклеивать этикетки форматом вплоть до A5 (140x210 мм) сверху, сбоку, с торца.

носится дополнительно вручную специальным штампом. Таким образом, несложная операция связана со значительными затратами. Судите сами: один человек на производственную линию должен быть на 100% занят наклейкой этикеток. Даже учитывая то, что на этом участке используется мало-квалифицированный сотрудник, его годовая зарплата составит не менее 160 тыс. руб. в год, а в крупных мегаполисах может достигать и до 300 тыс. руб.

Осознавая это, производители модернизируют участок этикетирования, ставя приводные транспортеры и аппликаторы этикеток. Но даже это не избавляет их от необходимости готовить этикетку заранее или хранить огромное количество купленных «про запас» рулонов на складе — ведь подготовленная этикетка предназначена только под конкретный продукт.

Решение всех вопросов предлагают компании BIZERBA, ведущий европейский производитель весового и этикетировочного оборудования, и SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®, единственный официальный поставщик этого оборудования для промышленных предприятий на российский рынок. Прибор серии GLM-B, установленный на секции приводного транспортера, в режиме онлайн в зависимости от поступающего продукта наклеивает

именно ту этикетку и с теми параметрами, которые требуются в данный момент. Больше нет необходимости заготавливать заранее рулоны этикеток, хранить и следить за их запасами на складе, терять время на замену рулонов, зачастую останавливая линию. Достаточно лишь закупать белые этикетки, на которых будет отображаться любая переменная информация, релевантная для данного продукта: состав, штрихкод, дата выработки и срок годности, графические элементы. При смене продукта с клавиатуры прибора необходимо просто ввести номер следующего изделия — и этикетка будет совсем другого содержания.

Следует отметить, что приборы серии GLM-B отличаются серьезными интеллектуальными характеристиками: оборудование работает в сети с другими приборами и коммуницирует с удаленным компьютером через стандартные интерфейсы. Причем коммуникация может быть двухсторонней, например: на компьютере можно создавать, хранить, обновлять базу данных продуктов и загружать ее в приборы на линиях, а из приборов регулярно получать информацию о количестве и ассортименте произведенной продукции. Находясь в самом конце производственной линии, прибор является контрольной точкой и, по сути, собирает информацию, которая необходима руководителям смен и производств для анализа работы. При этом руководство предприятия может проводить анализ работы как предприятия в целом, так и отдельных участков, и даже сотрудников. Это в конечном итоге позволяет управлять производством в режиме реального времени.

Конструкция приборов GLM-B позволяет наклеивать этикетки форматом вплоть до A5 (140x210 мм) сверху, сбоку, с торца. При этом используется как прямая термо-, так и термотрансферная печать.

Подробное решение описанной задачи или любых других задач по взвешиванию и этикетировке продукции на Вашем предприятии Вы можете обсудить с сотрудниками ЗАО «ШАЛЛЕР» в Москве. **Р**

Приборы серии GLM-B отличаются серьезными интеллектуальными характеристиками.





# BIZERBA

... closer to your business

[www.bizerba.ru](http://www.bizerba.ru)  
[www.schalleraustria.com](http://www.schalleraustria.com)

## Контроль качества Вашей продукции



Контрольные весы Bizerba CWE

... оптимальная производительность с высокой точностью....

Новые, калиброванные контрольные весы Bizerba CWE являются надежной защитой качества упакованных продуктов питания стандартного веса. Вы можете формировать статистику о продуктах, операторах, партиях и сообщениях о неисправностях, что позволяет сразу распознать тенденции в технологической цепочке. Благодаря постоянной оптимизации процессов сокращаются расходы на переполнение упаковок, переработку и исправление брака.



**SCHALLER®**  
 LEBENSMITTELTECHNIK

**Превратим идею в Ваш успех!**

**SCHALLER LEBENSMITTELTECHNIK®**

**ЗАО "ШАЛЛЕР"**

РФ 115054, Москва

Павелецкая площадь, дом 2, стр. 2

Тел.: +7-495-797 63 33, Факс: +7-495-797 63 44

e-mail: [office.moskau@schalleraustria.com](mailto:office.moskau@schalleraustria.com)

SCHALLER TECHNOLOGY® | WIBERG® | STAR MIX® | PEBÖCK  
 ITEC® | VORAN® | FREUND | HOLAC® | LASKA | SEPAMATIC® | KNECHT  
 INJECT STAR® | FOMACO | REX® | TIPPER TIE TECHNOPACK®  
 TIPPER TIE ALPINA® | SCHALLER THERMOSTAR® | DOLESCHAL  
 HOEGGER | WEBER® | MAREL | HEINEN FREEZING  
 SEALPAC® | KOMET | BIZERBA | HAAS





Компания: «АГРО-3»,  
тел.: +7 (495) 721-20-77,  
www.agro3.ru

Автор: Светлана Тюрева,  
главный технолог

# Сибирь хлебом славится!



**М**ассу впечатлений и переживаний подарил хлебопекам Сибирского региона прошедший в конце марта в Красноярском выставочном центре «Сибирский форум хлебопечения». В его рамках состоялся открытый чемпионат «Пекарь Сибири – 2011», который уже прочно вошел в список значимых событий в отрасли и с каждым годом неуклонно поднимает свой статус. Здесь демонстрируются лучшие образцы продукции, растет уровень профессионализма участников и качество представленных работ.

Право на участие в конкурсе, наряду с крупнейшими хлебозаводами региона, в этом году получили и представители малых предприятий (набирающий силу проект «Городская пекарня»). К сожалению, не все желающие смогли представить свою продукцию, но даже в качестве посетителей они получили массу полезной информации в плане ассортимента, разнообразия, европейского оформления и усовершенствования технологий приготовления хлебопекарных изделий.

Наша компания выступила одним из партнеров конкурса, а меня, как главного технолога АГРО-3, пригласили в жюри, поэтому я оказалась, можно сказать, в самой гуще событий. В составе профессионального жюри работали также: в качестве председателя – **Поль Китиссу, консультант хлебопекарного центра Lesaffre Group, Франция; Томас Ильг, мастер-пекарь и мастер-кондитер фирмы ТК-Consulting, Австрия; Михаил Котиков, специалист технической поддержки фирмы «Рондо», Швейцария.**

Такой интернациональный состав из представителей разных традиций и технологий хлебопечения, искушенных европейским качеством и ассортиментом, рассматривал представленные на конкурс продукты с различных позиций, то есть об-

щая картина складывалась достаточно объективная и непредсказуемая в плане результатов. Мнения членов жюри расходились, зачастую довольно сильно, в чем можно было убедиться при подсчете итоговых баллов. До последнего дня конкурса сохранялась интрига – кто же будет победителем.

Каждая команда хотя бы по одной категории продукции имела высокое количество баллов. Борьба была жесткой, и требования к конкурсантам предъявлялись нешуточные. Запрещалось использование готовых начинок, смесей, чужих разработок. Принимались только новые образцы, приготовленные на натуральном сырье непосредственно в процессе конкурса.

Для изготовления и выпечки изделий в выставочном павильоне оборудовали 5 боксов, 4 из которых были укомплектованы печами ПК-5Э (ЗАО «Белогорье») и тестомесильными машинами; 1 бокс был отведен под печь РОТОР-АГРО 202Э (АГРО-3); в рабочей зоне были установлены также тестораскаточные машины (RONDO).

Работа у конкурсантов спорилась, процесс не останавливался ни на минуту, важную роль играла качественная выпечка конкурсной продукции, поэтому нельзя не упомянуть, что большую часть пшеничных, ржано-пшеничных хлебов и мелкоштучных изделий выпекали в печи РОТОР-АГРО. Кроме того, как отметили все члены жюри, именно к ней выстраивалась очередь из участников, оценивших ее возможности в плане равномерного пропека, колористики, удобства программирования и отсутствия сбоев. За отведенный период времени команды из трех технологов-пекарей и одного менеджера должны были успеть приготовить полный конкурсный ассортимент и еще одно изделие арт-дизайна (ручная работа на соленом тесте), а хлебопеки знают, какой это кропотливый труд.

На конкурсе хлебопеков были представлены следующие разделы:

- городская пекарня;
- среднее хлебопечение;
- крупное хлебопечение.

В каждом из разделов были разграничены такие номинации, как:

- хлеба пшеничные;
- хлеба ржано-пшеничные;
- мелкоштучные сдобные изделия;
- художественное изделие (арт-дизайн)

По сумме номинаций в разделе **«Городская пекарня»** победу одержали:

Гран-при – Производственная компания «Колосок»

ИП Бабушкин О. В.

I место – Собственное производство сети универсамов «Командор»

ИП Черномуров А. М.

II место – МУП «Назаровский хлеб»

III место – Крайпотребсоюз

В разделе «Среднее хлебопечение»

успеха добились:

Гран-при –

ООО «Дивногорский хлебозавод» («ДиХлеб»)

I место –

Пекарня «Жар Птица»

ИП Коновалов В. П.

II место – Пекарня

«МИЦАР» ИП Миллер

Владимир Карлович

И наконец, среди представителей крупного производства лучшими стали:

Гран-при – Предприятие «Восход-Бейкер»

(Сибирская хлебная корпорация)

I место – ООО «Крона 21 век»

II место –

ОАО «Красноярский хлеб»

III место – ОАО «Каравай»



Не последнее место в этом заняли щедрые природные дары богатейшего Сибирского края. Приготовленные хлеб и булочные изделия содержали кедровые орешки, натуральный мед, лесные грибы, пряные травы, черемуховую муку, чеснок, картофель, свеклу, морковь, базилик, шафран, а также натуральный бекон, сыр, творог, сметану, кефир и сухофрукты.



Видовое и вкусовое разнообразие представленных продуктов превзошло все ожидания. Приятно было убедиться, что у российского хлебопечения большой творческий потенциал и хорошие перспективы не только в России, но в плане выхода на мировой рынок. Не последнее место в этом заняли щедрые природные дары богатейшего Сибирского края. Приготовленные хлеб и булочные изделия содержали кедровые орешки, натуральный мед, лесные грибы, пряные травы, черемуховую муку, чеснок, картофель, свеклу, морковь, базилик, шафран, а также натуральный бекон, сыр, творог, сметану, кефир и сухофрукты.

При изготовлении использовались и «бабушкины рецепты», а также технологии длительного холодного брожения и бездрожжевые. Это позволило разнообразить ассортимент и улучшить вкусовые свойства и внешний вид продукта. А если у каких-то из представленных конкурсантами изделий все-

таки иногда «страдала» форма, то вкус неизменно оказывался на высоте. В целом приветствовалась идея, а идей было много, что по достоинству оценило жюри. Победителей ждали награды.

Помимо наград и дипломов победителям вручили также призы от партнеров и спонсоров конкурса. Наша компания подготовила для участников сертификаты на приобретение оборудования со специальной скидкой, что, по словам награжденных, явилось для них неожиданным и полезным подарком.

Всех организаторов и членов жюри покорило общее настойчивое стремление сибирских хлебопеков учиться, выходить на новые рубежи, добиваться высоких результатов. Ведь, собственно, для этого и проводятся подобные мероприятия – чемпионаты, конкурсы, выставки, мастер-классы. Победа в них – это огромный стимул для любого предприятия. Это возможность заявить о себе, настроить на дальнейшее развитие и совершенствование, гордость за свои кадры, благодаря которым и достигнута победа! **Р**



Автор:



**Валерий Поляков,**  
президент Кадрового объединения  
«Метрополис», к. э. н.  
e-mail: polyakov@metropolis.ru

# Работа с персоналом на кондитерских предприятиях

**К**ондитерские изделия являются частью рациона питания почти во всех российских семьях и пользуются стабильным и достаточно высоким спросом, который ведет к постоянной обостряющейся конкуренции между предприятиями кондитерской промышленности.

Опросы руководителей компаний показывают, что главной трудностью в развитии бизнеса и повышении его конкурентоспособности руководители считают недостаток квалифицированных кадров. Для обеспечения компаний грамотным персоналом есть следующие пути:

- привлечение кадров с рынка труда (внешние ресурсы);
- подготовка, повышение квалификации и профессиональное развитие кадров в компании;
- эффективная мотивация и удержание квалифицированного персонала в компании.

Рассмотрим каждый из этих путей отдельно и обратим внимание на результаты опроса руководителей кадровых служб компаний и полученные от них оценки проблем работы с кадрами на предприятиях кондитерской промышленности.

## Привлечение кадров с рынка труда

Успех в привлечении персонала с рынка труда зависит от следующих факторов:

- наличие необходимых кадров на рынке труда;
- возможность предприятия предложить привлекательные для нужных кандидатов условия найма;
- умение правильно вести работу по поиску, отбору и найму нужных кандидатов.

Все это относится как к поиску квалифицированных специалистов, уже имеющих необходимые знания и навыки, так и к поиску работников на стартовые должности с последующим обучением и профессиональным развитием внутри компании.

При подборе кандидатов на стартовые должности важно выбирать тех, кто будет успешно обучаться в компании и после обучения с большой вероятностью продолжит в ней работу, а не уйдет к конкурентам.

С наличием нужных кандидатов на рынке труда у кондитерских предприятий уже есть серьезные проблемы. Во-первых, это связано с ухудшением демографической ситуации в России и сокращением численности населения трудоспособного возраста. Не способствует появлению квалифицированных кадров и кризис системы профессионального образования в нашей стране, из него вытекают структурные диспропорции в имеющихся на рынке труда кадрах. Соискателей работы в России пока еще много, но это люди не тех профессий и не той квалификации, в которых особенно остро нуждаются кондитерские предприятия.

На диаграмме (рис. 1) представлена динамика показателей рождаемости и смертности в России. В 1990 году естественный прирост населения России прекратился. С тех пор имеет место сокращение общей численности населения, которое в ближайшие десять-двадцать лет не прекратится даже с учетом процессов международной миграции.

На рис. 2 показана динамика численности и структуры населения России с прогнозом на 2020 год (данные Росстата). К этому периоду, по сравнению с 2009 годом, ожидается сокращение численности трудоспособного населения на 10 млн человек (на 11,5%) и рост численности пенсионеров на 5 млн человек (на 16,2%). Количественный ущерб для рынка труда по своим масштабам сопоставим с последствиями Великой Отечественной войны. Ничего подобного в послевоенный период в нашей стране еще не было. И все это не может не привести к серьезным изменениям в обеспечении предприятий нужными кадрами.



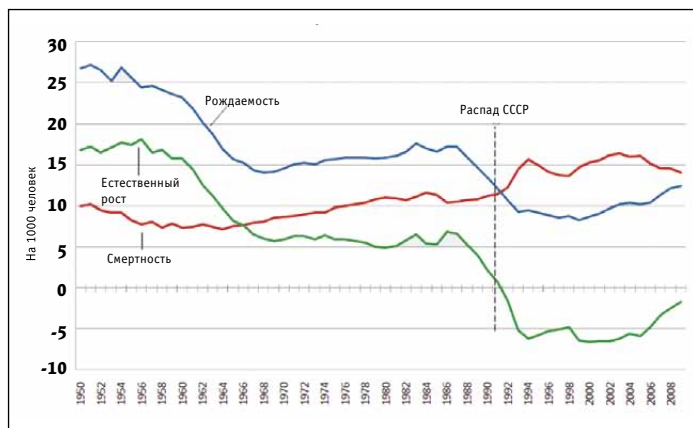


Рис. 1. Естественный рост населения России

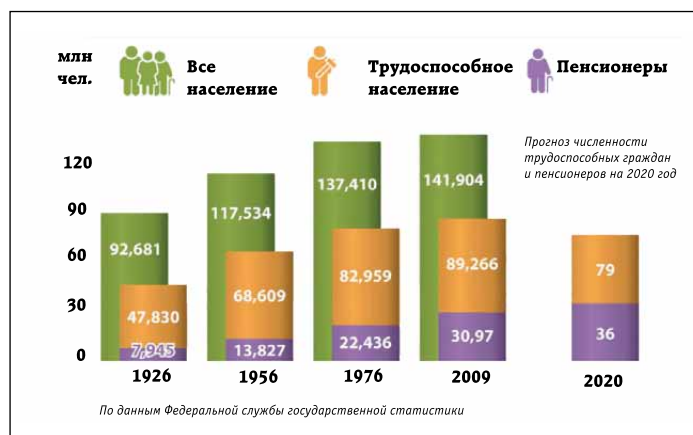


Рис. 2. Численность и структура населения России

К каким изменениям в работе с персоналом приведут указанные существенные изменения в демографической ситуации, численности и возрастной структуре населения?

В первую очередь, обострится дефицит кадров трудоспособного возраста. От охоты за наиболее квалифицированными специалистами предприятия будут вынуждены переходить к охоте за всеми, кто способен более или менее нормально работать. Разумеется, это не отменит необходимости поиска и привлечения квалифицированных работников. Но акценты изменятся. Все в большей степени предприятиям придется рассчитывать не на готовых специалистов и квалифицированных работников, а на обучение и доучивание своими силами тех, кого удалось нанять.

Повышение спроса на кадры будет способствовать росту готовности персонала к перемене места работы. И предприятиям придется больше внимания уделять совершенствованию мотивации для удержания нужных кадров.

Даже если государство не увеличит пенсионный возраст, предприятиям придется обратить более серьезное внимание на пенсионеров как на дополнительный кадровый ресурс. Жизнь заставит поднимать возрастную планку работников, в которых заинтересовано предприятие.

Мы не рассматриваем изменения на рынке труда, которые могут быть связаны с усилением трудовой миграции. С одной стороны, можно ожидать увеличение притока рабочей силы из стран СНГ, но это, скорее всего, не будут те квалифицированные кадры, которые нужны предприятиям кондитерской промышленности.



## Путь к эффективности и гибкости

- концепции линии, исходя из особенностей продукта
- камеры окончательной расстойки
- печи, включая модули загрузки/выгрузки
- автоматическое управление хлебопекарными формами и крышками
- роботизированное хранение хлебопекарных форм и крышек
- выгрузка продуктов из форм
- охлаждение/заморозка
- сервисное обслуживание/запасные части
- хлебопекарные формы/листы

## Meeting your future needs

Capway предлагает высокоэффективные и гибкие автоматические производственные линии для:

- хлеба (формового с открытым верхом, тостерного, сэндвичевого, хлеба без корочки, сухарей)
- подового хлеба (батон, «блумер», «франзела»)
- булочек (для гамбургеров, хот-догов, булочек-кайзер)
- багетов (включая полубагеты, булочки «petits pains»)
- армянского хлеба (чиабатты, булочек с шоколадом, изделий из слоеного теста)
- пиццы, пирогов, киша, пирожных



Capway Systems | Capway Rijkaart | Capway Pan



Посетите наш стенд  
3F37

**www.capway.nl**

Хорстманн Фертрибгезельшафт Ост мбХ  
ул. Никольямская, 55/1 | 109004, г. Москва, Россия  
Тел: (495) 911 94 44/45 Факс: (495) 911 12 37  
E-mail: wpg@hvo.ru



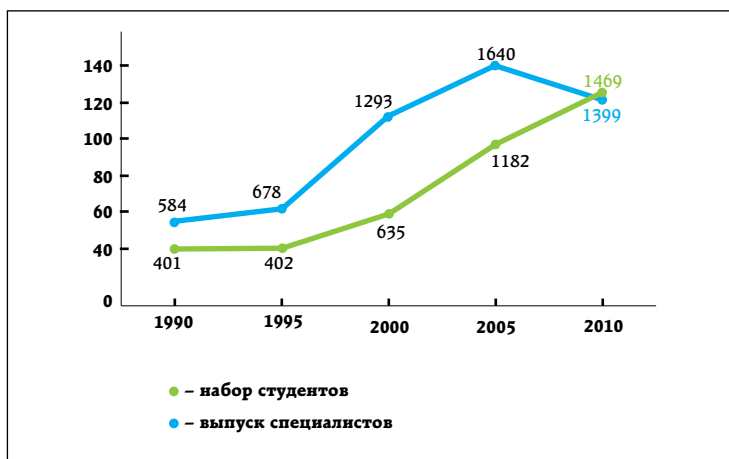


Рис. 3. Набор студентов и выпуск специалистов в вузах.

С другой стороны, в перспективе нельзя исключать роста трудовой эмиграции кадров из России. Некоторые республики бывшего СССР уже ощутили последствия этого на своих рынках труда. Но в целом в период до 2020 года миграционные процессы не компенсируют негативных последствий демографической ямы в России, и сделанные выше выводы остаются в силе.

### Последствия кризиса в системе профессионального образования

Рассмотренные выше результаты демографических процессов связаны не только с развалом СССР и экономическим спадом 90-х годов. В какой-то мере это еще и последствия третьей волны снижения общей рождаемости в связи с демографической катастрофой, вызванной Великой Отечественной войной и сложным предвоенным периодом. В этом смысле проблемы объективны, и нельзя серьезно упрекать наше государство в том, что оно не смогло их предупредить и разрешить. Но есть то, что можно считать прямым результатом недальновидных действий руководства страны в регулировании системы профессионального образования в России.



Создалась ситуация, приводящая к структурной безработице и проблемам на рынке труда. У многих выпускников вузов нет и не будет реальных шансов найти себе работу по полученным специальностям.

Система профессионального образования сложилась в СССР в период государственной плановой экономики. Она включала начальное профессиональное образование (ПТУ), среднее профессиональное образование (техникумы и аналогичные училища) и высшее профессиональное образование (вузы). С тех пор изменились многие названия учебных заведений: ПТУ и техникумы стали называться колледжами, институты — университетами и т. д. Но, по сути, трехступенчатая структура профессионального образования в России сохранилась. К сожалению, пропорции в профобразовании существенно изменились, и это наряду с демографической ямой катастрофически ухудшило ситуацию на рынке труда.

На рис. 3 показана динамика набора студентов и выпуска специалистов в вузах. До 1990 года в России практически не было платного образования и негосударственных вузов. В год только около 400 тыс. выпускников школ поступали в высшие учебные заведения, а более 1 млн молодых людей, окончивших школу, приобретали рабочие про-

фессии или получали среднее профессиональное образование.

После 1990 года государство включило зеленый свет созданию негосударственных вузов и развитию платного образования в государственных вузах. В итоге высшая школа стала впитывать в себя подавляющее большинство выпускников школ. Выпуск специалистов с вузовскими дипломами вырос за двадцать лет в 3,4 раза, а средние школы уподобились курсам по подготовке в вузы. Естественно, при этом во многом было свернуто обучение молодежи рабочим профессиям.

Одновременно резко изменилась профессиональная структура высшего образования. Практически весь прирост выпускников был обеспечен за счет экономистов, юристов, психологов, социологов и так называемых менеджеров. Количество выпускаемых вузами инженеров и технологов не увеличилось. В результате многие предприятия столкнулись с серьезными трудностями в найме работников с инженерным образованием. Одновременно возник серьезный переизбыток выпускников тех профессий, в которых у предприятий нет особой нужды.

Создалась ситуация, приводящая к структурной безработице и проблемам на рынке труда. У многих выпускников вузов нет и не будет реальных шансов найти себе работу по полученным специальностям. Время и деньги на обучение в вузе потрачены во многом впустую, так как многим невостребованным молодым специалистам приходится искать себе новую профессию и осваивать ее. Но государство этой проблемой не озабочилось, выпускники брошены на произвол судьбы. Работа по переобучению и соответствующие затраты переложены на работодателей. И неготовность государства признать серьезность созданной им самой проблемы не способствует тому, чтобы менялось отношение молодежи к правильному выбору профессии.

К сожалению, в период до 2020 года серьезных изменений в системе профессионального образования ожидать не следует. Надеяться на государство предприятиям не приходится: проблему обеспечения производства инженерными и рабочими кадрами компании должны решать в основном своими силами. А это увеличивает затраты предприятий на работу с персоналом за счет необходимости финансирования обучения и переобучения работников.

### Проблемы мотивации персонала

Система мотивации работников на предприятии имеет две основные цели. Во-первых, стимулирование эффективной работы сотрудников. Во-вторых, закрепление нужных специалистов на предприятии с тем, чтобы они держались за свою работу и не увольнялись. Обеспечивается решение этих задач как материальной мотивацией сотрудников, так и средствами нематериальной мотивации.

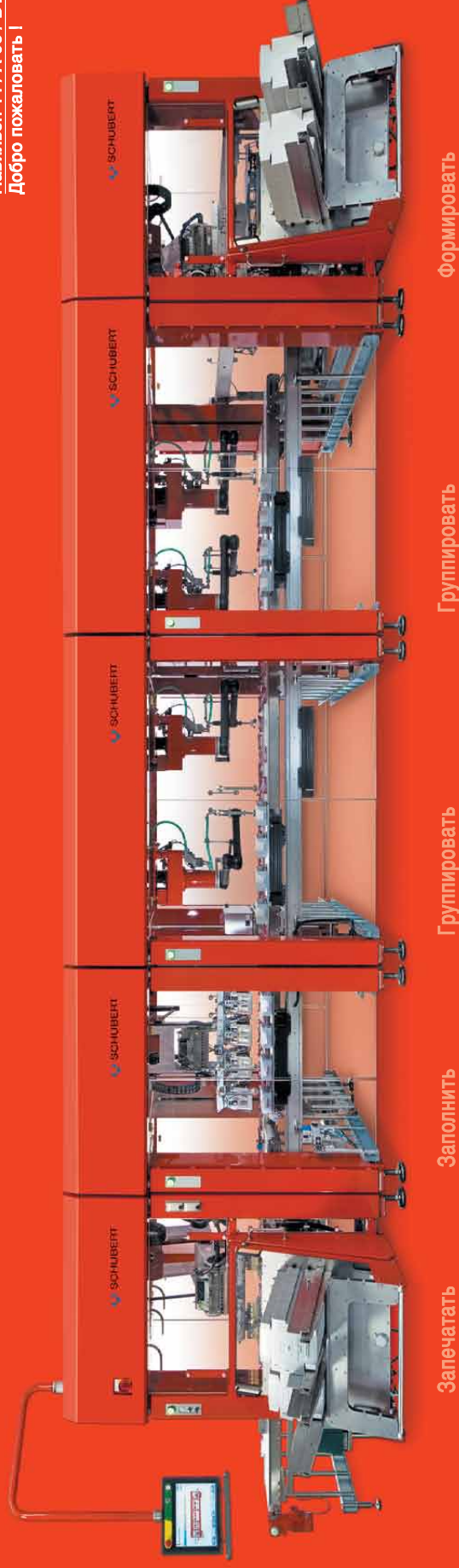
Как уже было сказано, ближайшие годы в России будет происходить обострение дефицита трудовых ресурсов и кадров нужных профессий и квалификаций. В этих условиях предприятия увеличат усилия по переманиванию нужных работников у конкурентов. Противостоять этому можно только за счет совершенствования материальной и нематериальной мотивации персонала.

У большинства предприятий возможности усиления материальной мотивации не вырастут, а сократятся. Это свя-

**TLM – упаковочные машины**  
**оснащены транспортным**  
**модулем, который вместе с F2-,**  
**F3- и F4-роботами обеспечивает**  
**высокую универсальность**  
**машины. Универсальность**  
**возможна, если**

**технологические операции**  
**поддерживаются**  
**программным обеспечением и**  
**используются специальные**  
**обрабатывающие инструменты.**  
**TLM-машины для упаковки**  
**штучных продуктов.**

Interpack 2011, Дюссельдорф  
 12 - 18 мая 2011  
 Павильон 14 / A 06 / B11  
 Добро пожаловать !



[www.gerhard-schubert.com](http://www.gerhard-schubert.com)

Gerhard Schubert GmbH  
**Упаковочные машины**

Industriegebiet Südost  
 Hofäckerstraße 7  
 74564 Crailsheim  
 Germany

Тел. +49(0)7951/400-427  
 Факс +49(0)7951/85 88  
 info@gerhard-schubert.de

 **SCHUBERT**



зано, в частности, с неизбежным увеличением налоговой нагрузки, в том числе из-за необходимости финансировать выплату пенсий. Если в 2000 году на одного пенсионера в России приходилось 3 работника, то к 2020 году на одного пенсионера будет только 2 работника (см. рис. 2). Получается, что налоговая нагрузка вырастет в 1,5 раза.

Но нельзя мотивацию персонала сводить исключительно к оплате труда. Во многих случаях работников удерживает на предприятиях не только заработная плата, но и ряд других факторов. Это обстановка в коллективе, стиль руководства, возможности для повышения квалификации, карьерные перспективы, условия труда и др.

Для того чтобы в условиях дефицита кадров успешнее привлекать новых работников и, главное, удерживать их на предприятиях, необходимо уделять нематериальной мотивации гораздо больше внимания, чем это делалось до сих пор в большинстве компаний. Ключевым звеном здесь представляется обучение руководителей методом и приемом мотивирующего управления сотрудниками. В число основных показателей профессиональной эффективности руководителя должна включаться оценка того, как топ-менеджер работает с персоналом.

### Проблема работы с кадрами глазами руководителей кадровых служб кондитерских предприятий

Кадровое объединение «Метрополис» провело в марте 2011 года опрос руководителей кадровых служб 17 предприятий кондитерской промышленности в 12 регионах. Был предложен перечень проблем работы с кадрами. Каждый опрошиваемый должен был отметить 5 проблем, которые представляются ему наи-

более острыми и актуальными. Наиболее важными проблемами признаны следующие (проценты указывают частоту упоминания проблем):

- недостаток рабочих кадров нужных профилей и квалификаций на рынке труда (94,1%);
- недостаток инженерно-технических кадров нужных профилей и квалификаций на рынке труда (82,4%);
- уровень оплаты труда и пакет компенсаций на предприятии недостаточен для успешного привлечения имеющихся на рынке труда кадров (76,5%);
- недостаточный бюджет компании на работу с персоналом (52,9%);
- руководство компании плохо понимает объективные трудности службы управления персоналом (41,2%).

**«Даже если государство не увеличит пенсионный возраст, предприятиям придется обратить более серьезное внимание на пенсионеров как на дополнительный кадровый ресурс. Жизнь заставит поднимать возрастную планку работников, в которых заинтересовано предприятие».**

Интересно, руководители служб управления персоналом обычно не упоминают проблему недостаточной квалификации работников самой кадровой службы, хотя эта проблема тоже реально существует.

Перечисленные трудности во многом имеют объективный характер. Демографический кризис и деградация системы начального, среднего и высшего образования являются реалиями, которые необходимо учитывать в работе с персоналом. К сожалению, эти трудности будут в перспективе усиливаться.

В целом результаты опроса достаточно хорошо соответствуют ситуации на рынке труда и проблемам работы с персоналом в России, представленным в аналитической части статьи.

### Выводы

Количественный и структурный дефицит кадров в кондитерской промышленности в ближайшие десять лет значительно обострится. Привлекать и удерживать новых работников станет намного сложнее.

Для обеспечения производства необходимыми кадрами предприятия будут вынуждены увеличивать расходы на работу с персоналом, в том числе на обучение, повышение квалификации и профессиональное развитие работников.

Важным ресурсом, который пока многими компаниями используется недостаточно, становится совершенствование стиля, методов и приемов работы руководителей с подчиненными. Больших дополнительных затрат на это не потребуется, а эффект может быть весьма значительным.

Увеличение бюджета на работу с персоналом не даст должной отдачи, если не обеспечить высокую квалификацию руководителей и сотрудников кадровых служб предприятий. Доверять использование такого бюджета нужно профессионалам, которых в кадровых службах пока не хватает. Специалисты по работе с персоналом становятся ключевыми фигурами, влияющими на конкурентоспособность и эффективность предприятий.

Сложности в обеспечении предприятий требуемым персоналом будут в ближайшие годы постоянно усиливаться. И большего успеха добьются компании, руководители которых раньше других поймут эти сложности и своевременно к ним подготовятся. **КС**

## Производственная логистика



### Инновационные технологии в паллетизации и транспортировке

Филиал ЗАО ОО • СиЭсИ Индастриз Б.В. • Россия  
Средний пр. В.О. 48 • 3 этаж, 199178 • Санкт-Петербург • Россия  
Тел. (812) 740 53 85 • Факс (812) 335 11 35  
andreysobolev@csiweb.nl • www.csiweb.ru



# У качества есть имя!

- Установки для формования классическим способом или холодной штамповкой шоколадных изделий с твёрдыми добавками, с начинками и без них (плитки, «ассорти», батончики, шарики, «дары моря»).
- Могульные установки для всех изделий, отливаемых в крахмал, состоящих напр. из желе и гумми на основе пектина, желатина и агар-агара, а также лакрицы, помадки, крема, суфле и продуктов с сахарной корочкой.
- Системы подготовки (кондиционирования) крахмала.
- Установки для отливки твёрдой карамели, помадных конфет и ириса, леденцов типа «Чупа-чупс».
- Поршневой экструдер для отсадки масс в штучные изделия, одно- или многослойные жгуты и батончики.
- Дополнительное оборудование (укладчики ореха, вишни, печенья, вафель и других добавок).
- Отливочные системы «one-shot» и «triple-shot».
- Лабораторное оборудование для разработки и изготовления новых образцов продуктов и новых технологий.



**WINKLER UND DÜNNEBIER** **WD**  
**Süßwarenmaschinen GmbH**



Ringstraße 1  
D-56579 Rengsdorf

Tel.: (+49)-2634-9676-200  
Fax: (+49)-2634-9676-269

Internet: [www.w-u-d.com](http://www.w-u-d.com)  
E-mail: [sales@w-u-d.com](mailto:sales@w-u-d.com)

Дюссельдорф  
12.-18.05.11  
Павильон 3  
Стенд 3 С 07



Компания: **Санкт-Петербургский институт  
управления и пищевых  
технологий (СПИУПТ)**



Оргкомитет:  
+7 (812) 312-47-44 – Черненко Ольга Анатольевна;  
+7 (812) 325-98-96 – Подплетенная Ольга Александровна;  
+7 (812) 570-46-89 – Пономарев Сергей Владимирович;  
+7 (812) 312-33-32 – Черныш Валентина Генриховна;  
+7 (812) 570-64-41 – Потехина Татьяна Сергеевна;  
тел./факс: +7 (812) 312-38-57, e-mail: info@hlebspb.ru

Ректор: +7 (812) 314-53-22 –  
Пономарева Ольга Ивановна;  
e-mail: rector@hlebspb.ru  
Помощник ректора: +7 (812) 314-18-45 –  
Утищева Валентина Михайловна  
Проректор: +7 (812) 312-14-00 –  
Фоминичев Юрий Федорович

# Санкт-Петербургский Международный Форум пищевиков



Ректор СПИУПТ  
О. И. Пономарева

*Дворцы императоров, вельмож и великих князей России принимают коллег, друзей и гостей Санкт-Петербургского института управления и пищевых технологий (СПИУПТ) в дни празднования его 45-летнего юбилея.*

**Санкт-Петербургский Международный Форум пищевиков «Пищевая промышленность – приоритетная отрасль экономики России»** будет проходить с 6 по 10 июня 2011 года в период знаменитых Петербургских Белых Ночей. Участников Форума ждет насыщенная бизнес-программа: конференции, деловое общение, видео-трансляция достижений пищевых предприятий России, тематические занятия на Санкт-Петербургских передовых предприятиях АПК, дискуссии в формате круглых столов; уникальные концертно-развлекательные и экскурсионные программы.

Форум проходит при поддержке и участии Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства образования и науки РФ, Правительства и Законодательного собрания Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Российского Союза Печкарей, отраслевых научно-исследовательских институтов Россельхозакадемии, высших учебных заведений Москвы и Санкт-Петербурга, органов Роспотребнадзора и Ростехрегулирования РФ, пищевых предприятий России, отечественных и зарубежных фирм – поставщиков сырья и оборудования, общественных организаций отрасли.

Общее количество участников Форума – 350-400 человек из 76 регионов России, стран Содружества, Европы, США, Японии.

## Программа Форума

**7 июня** – торжественная церемония открытия Санкт-Петербургского Международного Форума пищевиков России состоится во Дворце князей Белосельских-Белозерских.

Для участников Форума по окончании официальной части первого дня работы Форума состоится праздничный банкет



на фрегате «Благодать» с концертно-развлекательной программой, встречей белых ночей в акватории Невы и Финского залива.

**8 июня** – продолжение работы Форума. **Тема дня: «Инновационные решения отечественных и зарубежных фирм для предприятий пищевых отраслей России».** Пленарное заседание. Выступления фирм России, Европы, США, Японии – поставщиков сырья, пищевых ингредиентов, оборудования и материалов для производства, упаковки и хранения пищевых продуктов. Конференц-зал «Кремлевский» ГКК «Москва».

**9 июня** – проведение круглых столов и дискуссий по секциям. Посещение предприятий. Занятия в производственных условиях.

По окончании деловой части – концертная программа «Царская музыка» в исполнении единственного в мире оркестра «Русская роговая капелла».

**10 июня** – заключительный день работы Форума. **Тема дня: конференция «Продовольственный рынок России в условиях глобализации. Качество и безопасность пищевых продуктов».** Дворец Конгрессов – официальная резиденция Президента Российской Федерации в Стрельне.

В программе неофициальной части конференции экскурсии «Шедевры Константиновского дворца», «Коллекция М. Л. Ростроповича и Г. П. Вишневецкой. Дар Алишера Усманова».

Заключительный прием участников Форума в зале «Русская Версалия» Дворца Конгрессов. **КС**



# Интеллектуальное Вдохновение



**СОЮЗОПТТОРГ**  
ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ

Компания «Союзоптторг» предлагает ароматизаторы, структурообразователи, белок, желток, красители, подсластители, консерванты, пищевые кислоты, антиоксиданты, усилители вкуса и аромата и многое другое. Всего более 1000 наименований пищевых ингредиентов ведущих мировых производителей. Осуществляется технологическая поддержка.

Санкт-Петербург	+7 (812) 327 43 52
Москва	+7 (495) 739 90 77
Казань	+7 (843) 272 64 91
Краснодар	+7 (861) 275 95 18
Екатеринбург	+7 (343) 278 60 44
Новосибирск	+7 (383) 220 50 34

Омск	+7 (3812) 30 27 80
Самара	+7 (846) 207 07 70
Алматы	+73 (727) 379 15 22
Павлодар	+73 (718) 232 28 44
Киев	+38 (044) 484 61 82

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



Событие: XIV-я Московская международная выставка  
«Пищевые ингредиенты, добавки и пряности»

# Продукты нового поколения на выставке «Ингредиенты-2011»



Выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» является крупнейшим форумом, который ежегодно представляет продукты нового поколения.

С 15 по 18 марта на территории Всероссийского выставочного центра прошла XIV-я Московская международная выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» (*Ingredients Russia*).

Со времен проведения первого мероприятия количество участников увеличилось более чем в три раза. Триста тридцать компаний из двадцати семи стран демонстрировали новые идеи для создания продуктов питания. Выставка проводилась при содействии Министерства сельского хозяйства РФ. По словам **министра сельского хозяйства Елены Скрынник**, «выставка «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» является крупнейшим специализированным форумом пищевой промышленности, который ежегодно представляет продукты нового поколения». В течение всех четырех дней работы выставки параллельно проходил традиционный международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века». Сессии форума были посвящены актуальным проблемам индустрии: состоянию отрасли ингредиентов, здоровому питанию, проблемам регулирования отрасли. В мероприятии приняли участие крупнейшие производители и дистрибуторы пищевых ингредиентов, продуктов питания и напитков, технологи, специалисты, научно-исследовательские институты, отраслевые министерства и ассоциации.

В рамках выставки был организован «круглый стол» участников рынка пищевых ингредиентов на тему: «Особенности работы на российском рынке пищевых ингредиентов – Россия на пороге ВТО». Мероприятие проводилось с целью выявления проблемных вопросов организации и осуществления предпринимательской деятельности в отрасли пищевых ингредиентов и перспективы работы в условиях Таможенного союза, Единого экономического пространства и вступления в ВТО.

**Директор Украинской лиги производителей пищевых продуктов Геннадий Кузнецов** рассказал об отличиях способов и инструментов регулирования пищевого рынка стран СНГ от государств Евросоюза. По

его словам, государственное регулирование пищевой продукции в развитых странах мира перешло из разряда технической задачи в ранг управленческой. Если раньше считалось, что для защиты здоровья потребителя достаточно установить критерии безопасности, а потом их проверить, то сейчас многим государствам стало понятно, что проблема намного сложнее и решать ее надо как управленческую. Необходимо четко устанавливать процедуры, по которым государство определяет те или иные критерии безопасности. Получается, что государственное регулирование переходит в разряд установления процедур и контролирования их выполнения. При этом уже в государственных организациях начинают активно внедрять системы управления качеством, основой которых является стандарт ISO 9000.

О регулировании пищевого рынка в рамках Таможенного союза рассказал **директор Национального института технического регулирования Дмитрий Петров**. Он отметил, что сейчас в РФ уже практически нет самостоятельного регулирования. Формально нормативно-правовые акты действуют до 1 января 2012 года, ими можно пользоваться как альтернативой документам Таможенного союза, но основными будут нормативно-правовые акты, которые будет устанавливать комиссия Таможенного союза, а затем и ЕвразЭС.

«В государственных организациях начинают активно внедрять системы управления качеством, основой которых является стандарт ISO 9000».

Кроме того, на выставке работала «Школа технолога пищевых производств», в рамках которой специалисты предприятий пищевой промышленности имели возможность повысить свою квалификацию, прослушав лекции на актуальные темы, непосредственно связанные с применением пищевых ингредиентов, биологически активных добавок и ароматизаторов в производственных процессах. Все слушатели-специалисты получили сертификаты о повышении квалификации. **КС**

# Открыта подписка на журнал «Хлебопечение/ Кондитерская сфера»



**5 номеров**  
(годовая подписка)

**1750 руб.**  
(350 руб./1 экз.)

Оформить подписку можно через:

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ  
тел.: +7 (812) 702-36-70  
e-mail: [podpiska@sfera.fm](mailto:podpiska@sfera.fm)

НАШ САЙТ  
**sfera.FM**

РОССТАД



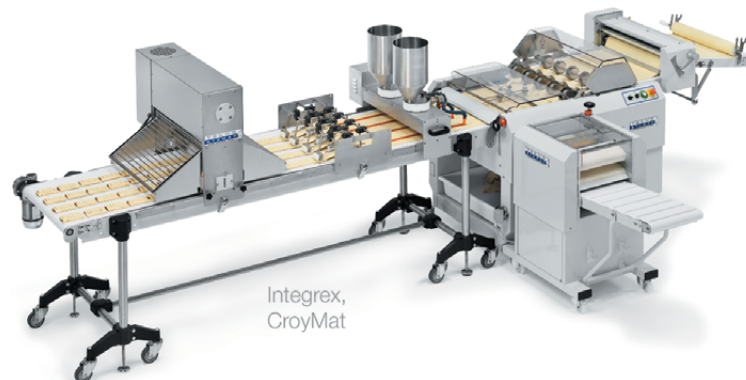
# ВСЕМУ ГОЛОВА

Автоматические линии для производства теста  
и изделий из него, миксеры, ламинаторы,  
тестораскаточные машины.

**TEKNO  
STAMP**



Auto Smart,  
Industrial Smart



Integrex,  
CroyMat



Tekno 120



Подъемник-  
опрокидыватель



**ППТК**

Санкт-Петербург, Галерная ул., 30 литер «А», оф. 1Н  
тел. (812) 325 46 75, 570 12 26, e-mail: [info@pptk.ru](mailto:info@pptk.ru)  
[www.pptk.ru](http://www.pptk.ru)

РОССТАД





В результате роста спроса на продукты с пониженным содержанием сахара или не содержащие сахар произошел рост потребностей производителей в подсластителях и заменителях сахара, содержащих поли-, моно-, олигосахариды и гликозиды с низким гликемическим индексом.



Guest:

**Sergey Kraus,**  
Ph.D., professor, chairman of  
the Union of producers of  
food ingredients.



Interviewed by

**Elena Maximova**

Гость:

**Сергей Краус,**  
д. т. н., профессор,  
председатель правления  
Союза производителей  
пищевых ингредиентов

Беседовала:

**Елена Максимова**

## Основные тенденции российского рынка ингредиентов

*Российский рынок кондитерских изделий развивается достаточно стремительными темпами: каждый год производители радуют покупателей сладкими новинками. А как развивается российский рынок ингредиентов для кондитерской промышленности? Об этом расскажет **председатель правления Союза производителей пищевых ингредиентов Сергей Краус.***

– Сергей, какова динамика российского рынка ингредиентов для кондитерской отрасли в количественных показателях? Увеличились ли

## The main trends of Russian ingredients' market

*Russian confectionery market is developing quite rapidly: every year the producers delight consumers with sweet novelties. And how does the Russian market of ingredients for confectionery industry develop? **The chairman of the Union of producers of food ingredients Sergey Kraus** will tell us about it.*

– Sergey, what is the dynamics of the Russian market of ingredients for the confectionery industry in quantitative terms? Has the volume

**объемы их производства в последние несколько лет или наблюдается стагнация?**

– Динамика российского рынка ингредиентов для кондитерской промышленности зависела и продолжает полностью зависеть от темпов развития рынка кондитерских изделий и тенденций потребительского спроса. В период кризиса произошел спад потребления кондитерских изделий и, следовательно, снижение объемов производства в пределах 20-30% по сравнению с 2008 годом. Особенно в сегменте мучных кондитерских изделий. В начале 2010 года проявился динамичный спрос на кондитерскую продукцию, обеспечивший частичное восстановление объемов производства (5-6% в год).

**– Производство какой группы ингредиентов наиболее развито сегодня в России, а какая группа находится в относительном застое?**

– В 2010 году некоторые тенденции рынка ингредиентов для кондитерской и хлебопекарной отрасли все-таки четко сформировали рост спроса на следующие группы ингредиентов:

- на натуральные красители;
- на высококачественные ароматизаторы, термостабильные вкусоароматические добавки;
- на декоры для мучных кондитерских изделий;
- на смеси для выпечек (песочные, бисквитные, пекарские порошки, комплексные разрыхлители);
- на зерновые, ореховые и смеси из сухофруктов для производства кондитерских и сдобных хлебобулочных изделий;
- на комплексные улучшители и улучшители специального назначения для продления свежести продукции и для оптимизации процесса логистики (цепи поставок) и повышения экономичности технологических процессов;
- на сухие фонды и стабилизаторы для кремов;
- на сливки на основе растительных жиров и прочие продукты;
- на крахмалы;
- на патоку и сиропы.

В результате роста спроса на продукты с пониженным содержанием сахара или не содержащие сахар произошел рост потребностей производителей в подсластителях и заменителях сахара, содержащих поли-, моно-, олигосахариды и гликозиды с низким гликемическим индексом. Наблюдается неуклонный рост использования растительных рафинированных и дезодорированных масел, жиров, специальных инновационных масложировых систем с высоким содержанием полиненасыщенных жирных кислот (заменители молочного жира и масла какао, для кремов и взбитых сливок, для производства глазурей и мороженого).

При увеличении спроса на продукцию функционального и лечебно-профилактического назначения и необходимости расширения производства ингредиентов, повышающих пищевую ценность продуктов и их способность обеспечить дополнительную пользу для человека, наблюдается относительный

**of production increased in the past few years, or stagnated?**

– The dynamics of the Russian market of ingredients for the confectionery industry depended and still depends entirely on the pace of development of the confectionery market and consumer trends. During the crisis, there was a decline of consumption of confectionery products, and consequently the production reduced by 20-30% compared to 2008. Especially, it refers to starchy foods segment. In early 2010, a fast-moving demand for confectionery products emerged, providing partial restoration of production (5-6% per year).

**– Production of which group of ingredients is the most developed today, and which group is in relative stagnation in Russia?**

– In 2010, some trends of the market of ingredients for the confectionery and baking industry have clearly shaped the growth of demand for the following groups of ingredients:

- Natural dyes;
- High-quality flavoring materials, heat-stable flavoring additives;
- Decorations for confectionery;
- Mix for baking (sand, biscuit, baking powder, leaven);
- Cereals, nuts and a mixture of dried fruit for confectionery and bakery buns;
- Complex enhancers and enhancers of special purpose to prolong the freshness of products and to optimize the logistics (supply chain) and increasing the efficiency of technological processes;
- Dry foundations and stabilizers for creams;
- Cream, based on vegetable fats and other products;
- Starches;
- Molasses and syrups.

*Due to the growth in demand for products with reduced sugar or no sugar, growing needs of the industry in the sweetener and sugar substitute, containing poly-, mono-, oligosaccharides and glycosides with a low glycemic index have occurred.*

Due to the growth in demand for products with reduced sugar or no sugar, growing needs of the industry in the sweetener and sugar substitute, containing poly-, mono-, oligosaccharides and glycosides with a low glycemic index have occurred. Steady increasing use of refined and deodorized vegetable oils, fats, oil-fat innovative systems with a high content of polyunsaturated fatty acids (substitutes of milk fat and cocoa butter for cream and whipped cream, for glaze and ice cream);

*When it comes to functional ingredients, which help people cope with the disease or prevent it, price increase of the final product is almost inevitable.*

*Если речь идет о функциональных ингредиентах, которые помогают человеку справиться с недугом или предотвратить его, то удорожание конечной продукции практически неизбежно.*



застой производства ингредиентов, относящихся к группе функциональных:

- растительные стиролы и пищевые волокна;
- антиоксиданты;
- холины (фосфолипиды);
- пектины, агары;
- витаминные и микронутриентные добавки;
- пробиотики и бифидобактерии;
- соевые белки;
- глицерин;
- сухая пшеничная дробина.

**– Что можно в целом сказать о качестве ингредиентов, производимых в России?**

– Индустрия пищевых ингредиентов в России пока значительно уступает уровню развития этой отрасли в зарубежных странах. Но в последнее время отечественные пищевые добавки не уступают импортным аналогам. В некоторых случаях они более адаптированы к условиям работы отечественных производителей, являются не менее технологичными, не уступают по экономическим и техническим параметрам. И, что немаловажно, обладают преимуществом в стабильности поставок.

*В 2010 году некоторые тенденции рынка сформировали рост спроса на такие группы ингредиентов, как натуральные красители, на высококачественные ароматизаторы, термостабильные вкусоароматические добавки, на декоры для мучных кондитерских изделий, на смеси для выпечек, на зерновые, ореховые и смеси из сухофруктов для производства кондитерских и сдобных хлебобулочных изделий, на сливки на основе растительных жиров, на патоку и сиропы и др.*

**– Ухудшилось ли качество продукции у российских производителей ингредиентов после отмены ГОСТов?**

– Действительно, в соответствии с ФЗ от 27.12.2002 года №184-ФЗ «О техническом Регулировании», в г. 3 ст. 12 одним из принципов стандартизации является добровольное применение стандартов. К документам в области стандартизации, используемым на территории РФ, относятся национальные стандарты (ГОСТы). Таким образом, ГОСТы никто не отменял, они продолжают издаваться и переиздаваться. Добросовестные российские производители ингредиентов при разработке своих ТУ ссылаются именно на ГОСТы.

Кроме того, существуют другие документы: ТУ, Технические регламенты и прочие, где регламентированы требования к качеству сырья, готовой продукции, принципам производства, маркировке, упаковке, транспортированию

With the increasing demand for products of functional and therapeutic-prophylactic purposes and the need to increase the production of ingredients that enhance the nutritional value of foods and their ability to provide additional benefits to humans, the relative stagnation of the production of components related to the functional group is observed:

- Plant sterols and dietary fiber;
- Antioxidants;
- Choline (phospholipids);
- Pectins, agars;
- Vitamin and micronutrient supplements;
- Probiotics and bifidobacteria;
- Soy proteins;
- Glycerol;
- Dry Wheat pellet.

**– What can you generally say about the quality of ingredients, produced in Russia?**

– Food ingredients industry in Russia is still far below the level of development of one in foreign countries. But lately domestic food additives are not inferior to foreign analogues. In some cases, they are more adapted to the conditions of the domestic manufacturers, technologically developed, are not inferior to the economic and technical parameters. And, importantly, they have the advantage of stability of supply.

**– Has the quality of products from the Russian manufacturers of ingredients become worse after the lifting of state standards?**

– Indeed, according to the Federal Law of 27.12.2002, № 184-FZ On technical regulation, in 3 tbsp. 12 one of the principles of standardization is a voluntary application of standards. The documents in the field of standardization, used in the Russian Federation, are the national standards (GOST). Thus, GOSTs have not been canceled, they continue to be published and republished. Bona fide Russian producers of ingredients refer to the GOST, when develop their specifications.

In addition, there are other documents: specifications, technical regulations and other, where the quality requirements of raw materials are regulated, finished goods, the principles of the production, labeling, packaging, transporting and storage, as well as the established methods to control the finished product.

**– Consumers are now increasingly looking at the composition of products, focusing on healthy eating. However, it is no secret that most natural ingredients are expensive, and manufacturers of confectionery products for this reason do not consider it cost effective to purchase them. Are manufacturers capable of simultaneously making their products healthier and at the same time remaining competitive prices for it?**

– When it comes to functional ingredients, which help people cope with the disease or prevent it, price increase of the final product is almost inevitable.



*In 2010, some trends of the market of ingredients for the confectionery and baking industry have clearly shaped the growth of demand for the following groups of ingredients: natural dyes; high-quality flavoring materials, heat-stable flavoring additives; starches; molasses and syrups. decorations for confectionery; iscuic, baking powder, leaven.*

и хранению, а также установлены методы контроля готовой продукции.

– Сейчас потребители все чаще смотрят на состав продуктов, ориентируясь на здоровое питание. Однако не секрет, что большинство натуральных ингредиентов стоят дорого, и производители кондитерских изделий по этой причине не считают рентабельным их приобретать. Есть ли у изготовителей способы одновременно сделать свою продукцию более полезной и в то же время оставить конкурентоспособные цены на нее?

– Если речь идет о функциональных ингредиентах, которые помогают человеку справиться с недугом или предотвратить его, то удорожание конечной продукции практически неизбежно. Но сам производитель должен знать, по какой цене он реально сможет продать готовый продукт и какое максимальное удорожание он может себе позволить. Поэтому производителю нужно самому решить: либо он работает по чужой, готовой рецептуре, закладывая свою рентабельность, либо разрабатывает свою рецептуру, внося функциональный ингредиент и убирая какой-то другой, чтобы выравнять себестоимость.

– Какие ингредиенты для производства «полезных сладостей» наиболее популярны у российских изготовителей кондитерских изделий?

– Наиболее популярными ингредиентами для производства «полезных сладостей» являются: орехи, дробленые какао-бобы, злаковые хлопья (мюсли), пшеничные отруби, фруктовые пюре, гречневая мука, лецитины, бета-каротин, ксилит, сорбит, цукаты, лен, подсолнечник, кунжут, концентрированные соки, сухая пшеничная дробина, овсяная и кукурузная мука, сухая молочная сыворотка и др.

– В данный момент довольно большое число хлебобулочной продукции включает в себя функциональные ингредиенты, цель которых – улучшение пищеварения, профилактика заболеваний сердца и общее укрепление организма. Какие ингредиенты из функциональной группы наиболее популярны в России? Изготавливают ли такие виды ингредиентов российские предприятия?

– К таким функциональным ингредиентам относятся:

- хлебопекарные зерновые смеси и смеси с содержанием масличных культур. Производители: ООО «ИРЕКС», «Пуратос»;
- смеси с содержанием пшеничных отрубей. Производители: ООО «ИРЕКС» (смесь «Интеграл»), фирма «Могунция» (клетчатка «Витацель»);
- витаминно-минеральные комплексы, антиоксиданты, бета-каротины. Производители: ООО «Валетек-Продимпекс», Белгородское ОАО, Белгородвитамины;
- йодказеин, флавоцен;
- смеси хлебопекарные с йодказеином и флавоценом. Производители: ООО НПК «Медбиофарм», ООО «ИРЕКС».

But the manufacturer needs to know at what price it is actually possible to sell the finished product, and what maximum price increase he can afford. Therefore, the manufacturer must decide whether he uses someone else's recipes, putting its cost-effectiveness, or developing his own recipe, making a functional ingredient and removing any other in order to align the cost.

– What ingredients for the production of “healthy sweets” are the most popular among Russian manufacturers of confectionery?

– The most popular ingredients for the production of “healthy sweets” are nuts, crushed cocoa beans, cereal flakes, wheat bran, fruit purees, buckwheat flour, lecithin, beta carotene, xylitol, sorbitol, candied fruit, flax, sunflower, sesame, concentrated juices, dry pellet, wheat, oat and corn flour, whey powder, etc.

– At the moment, quite a number of bakery products includes functional ingredients, their purpose is improving digestion, preventing heart disease and overall strengthening of the body. What ingredients of the functional groups are the most popular in Russia? Do Russian enterprises make these kinds of ingredients?

- The functional ingredients include:
- Baking cereal mixture and mix with the content of oilseeds. Produced by IREX ООО and Puratos;
  - Iodincaseine, Flavocen;

Наиболее популярными ингредиентами для производства «полезных сладостей» являются: орехи, дробленые какао-бобы, злаковые хлопья (мюсли), пшеничные отруби, фруктовые пюре, гречневая мука, лецитины, цукаты, лен, подсолнечник, кунжут, концентрированные соки и др.



The most popular ingredients for production of “healthy sweets” are:

*nuts, crushed cocoa beans, cereal flakes, wheat bran, fruit purees, buckwheat flour, lecithin, beta carotene, xylitol, sorbitol, candied fruit, flax, sunflower, sesame, concentrated juices, dry pellet, wheat, oat and corn flour, whey powder, etc.*





– Сегодня очень популярны замороженные хлебобулочные и кондитерские изделия. А для их производства нужно специальное сырье. На какие ингредиенты изготовители замороженных изделий должны обратить особое внимание, чтобы качество конечного продукта было максимально высоким?

– Технология приготовления и особенно хранения замороженных хлебобулочных и кондитерских изделий имеет ряд особенностей, которые действительно требуют тщательного подбора сырья. Мука должна иметь следующие показатели: содержание клейковины не менее 30%, показатель ИДК не ниже 70, число падения 300-350. Дрожжи хлебопекарные (прессованные или инстантные) должны быть свежими, с подъемной силой не более 55 мин., желательно обладать осмотолерантными свойствами. Необходимо использовать очень свежий жир или маргарин, с регламентированными показателями кислотных и перекисных чисел. Используемые начинки или кремы должны быть устойчивы к заморозке. Кроме того, для приготовления замороженных хлебобулочных и кондитерских изделий необходимо применять специальные улучшители для заморозки, обеспечивающие качество замороженных изделий на всех стадиях технологического процесса.

– Можно ли спрогнозировать динамику цен на основные виды ингредиентов для кондитерской и хлебопекарной промышленности? На какие виды продукции цены могут вырасти, а на какие, вероятнее всего, останутся прежними?

– При наличии у производителя продуманной ценовой политики, несомненно, можно спрогнозировать. При сложившейся общей ситуации в РФ, при резком повышении цен на энергоносители и практически на все группы продуктов цены не останутся прежними ни на какие группы ингредиентов. В большей степени они возрастут на продукты, содержащие зерновые и масляные культуры. Но именно на эти группы ингредиентов легче всего спрогнозировать динамику цен.

– На какие аспекты должны ориентироваться производители кондитерских изделий при выборе поставщика ингредиентов?

– Самым главным критерием для производителей при выборе поставщика ингредиентов должен стать аспект качества!

И конечно, необходимо выбирать изготовителя с производственной базой для проведения лабораторного контроля входного сырья и готовой продукции, с сертифицированной системой менеджмента качества. Производителя, которому можно будет доверить качество своего конечного продукта. Кроме того, очень важно, чтобы поставщик ингредиентов смог оказать изготовителям конечного продукта поддержку при расширении ассортимента и технологическую помощь в случае возникновения проблем. **КС**

- Mixtures containing wheat bran. Produced by IREX (The Integral mix), the Moguntsiya company (cellulose Vitatsel);
- Vitamins and minerals, antioxidants, beta-carotene. Produced by Valetex-Prodimpexs OOO, Belgorod-Prodimpex OAO, Belgorodvitaminy;
- A mix for baking with iodine and Flavocin. Produced by Medbiopharm OOO, IREX.

– Today, frozen bakery and confectionery products are very popular. And special raw materials are needed for their production. What ingredients producers of frozen food should pay attention to, in order the quality of the final product was as good as possible?

– The technology of preparation and storage of frozen bakery and confectionery products has several features that do require careful selection of raw materials. The flour should have the following characteristics: gluten content of at least 30%, the strain gauge of gluten is not below 70, falling number must be 300-350. Baker's yeast (compressed or dry) must be fresh, with a lifting capacity of not more than 55 minutes. It is desirable to have sugar tolerant properties. You must use very fresh fat or margarine, with regulated rates of acid and peroxide numbers. Used fillings or creams must be resistant to freezing. In addition, for the preparation of frozen bakery and confectionery products you need to apply special enhancers for freezing to ensure the quality of frozen products at all stages of the process.

– Can we predict the dynamics of prices for key ingredients for the confectionery and baking industry? On what products prices may rise, and what are likely to remain the same?

– If the producer has sound pricing policies, of course, it can be predicted. Under the current general situation in Russia, with a sharp rise in energy prices and nearly in all product groups, prices won't remain the same. Mostly, they'll grow on foods that contain grains and oilseeds. But these groups of ingredients are easiest to forecast price dynamics on.

– What aspects should manufacturers of confectionery keep in mind, when they choose a supplier of ingredients?

– The most important criteria for producers, when they choose a supplier of ingredients should be the aspect of quality!

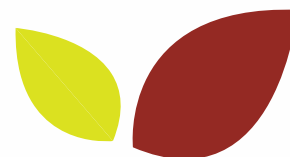
And of course, it's necessary to choose the manufacturer with production facilities for laboratory monitoring of input raw materials and finished products, with certified management quality system. You must trust the producer with the quality of your final product. In addition, it is important that suppliers of ingredients could support you, if you're planning to expand, and assist you in case of technological problems. **CS**



*Steady increasing use of refined and deodorized vegetable oils, fats, oil-fat innovative systems with a high content of polyunsaturated fatty acids.*

*Наблюдается неуклонный рост использования растительных рафинированных и дезодорированных масел, жиров, специальных инновационных масло-жировых систем с высоким содержанием полиненасыщенных жирных кислот.*

Бакалея  
Напитки  
Чай и Кофе  
Мясо и птица  
Фрукты и овощи  
Молочная продукция  
Рыба и морепродукты  
Кондитерские изделия  
Масложировая продукция  
Замороженные продукты



**worldfood**  
MOSCOW

Основана в 1992 году

20-я Международная выставка  
продуктов питания и напитков

# ВЕСЬ МИР ПИТАНИЯ

Реклама

## 20-я Юбилейная



Свыше 1 300 участников  
Продукты из 55 стран  
Свыше 50 000 посетителей

**13 - 16**  
сентября 2011

Москва  
ЦВК «Экспоцентр»

По вопросам участия обращайтесь:



ITE LLC Moscow

Тел.: +7 (495) 935 7350

E-mail: worldfood@ite-expo.ru

[www.world-food.ru](http://www.world-food.ru)



Компания: **ООО «Комбинат химико-пищевой ароматики»**  
Россия, 195027, Санкт-Петербург, ул.Партизанская, 11  
тел.: 8 (812) 326-48-25,  
e-mail: e.moiseeva@khpa.ru  
сайт: www.khpa.ru

Автор:



**Е. Н. Моисеева,**  
к. т. н., начальник лаборатории  
применения ароматизаторов



# Молочные продукты и ароматизаторы в производстве кондитерских изделий

**Важная тенденция современного рынка — рост производства кондитерских изделий. Высокая конкуренция между производителями определяет повышение требований изготовителей продукции к качеству сырья. Важнейшие органолептические характеристики кондитерской продукции, определяющие покупательский спрос, — вкус и аромат.**

Аромат готовых изделий сформирован сложной многокомпонентной смесью вкусоароматических веществ, состав и количество которых зависит от исходных ингредиентов, условий технологической обработки продукта, длительности хранения.

В производстве многих кондитерских изделий используют молоко, причем применяют как натуральное коровье молоко, так и продукты его переработки (обезжиренное молоко, сливки, сыворожка и т. п.) или молочные консервы (сгущенное с сахаром и без сахара, сухое и др.). Молоко повышает пищевую ценность кондитерских изделий. Оно содержит воду, углеводы, жир, минеральные вещества, витамины, ферменты, но наиболее ценной составной частью продукта являются белки, имеющие в своем составе все необходимые аминокислоты. Молоко богато минеральными веществами Са, К, Mg, S, P, Cl, Na, микроэлементами и витаминами.

Несмотря на бесспорную пользу молочных продуктов, следует отметить, что ассортимент кондитерских изделий, в рецептурах которых молочные жиры заменены на растительные, а количество молока значительно снижено, продолжает неуклонно расти. Высокая стоимость, сезонный дефицит и недостаточный объем производства качественного молочного сырья вынуждают производителей корректировать рецептуры изделий в сторону снижения количества молочных продуктов, сливочного масла, молочного жира и обуславливают применение специальных жиров, максимально прибли-

женных по своим физико-химическим показателям и жирнокислотному составу к молочному жиру. Кроме того, замены или исключения молочных продуктов требует выпуск изделий специального назначения — продуктов для диетического питания определенной категории потребителей, в данном случае отличающихся непереносимостью лактозы или молочного белка.

Однако частичная или полная замена сливочного масла, молочного жира обезжиренными по вкусу и запаху растительными жирами снижает выраженность органолептических характеристик, свойственных молочным продуктам, и соответственно влияет на вкус и аромат готовых изделий. Уменьшить негативное воздействие замены сырья на органолептические характеристики готового продукта помогут ароматизаторы. Без ароматизаторов не обойтись и в случаях, когда кондитерскому изделию необходимо придать нежный молочный или сливочный вкус, а применение любого жира — молочного или его заменителя — невозможно ввиду его отрицательного воздействия на структуру изделия (зефирная, пастильная, мармеладная массы).

В современном многообразии изделий, в том числе кондитерских, перед потребителем встает вопрос о том, какому продукту отдать предпочтение, и немаловажную роль при этом играют органолептические свойства. Знакомый или понравившийся вкус и аромат вызывает у потребителя положительные эмоции в отношении продукта.

В формировании аромата кондитерского изделия принимают участие вкусоароматические вещества каждого из сырьевых компонентов, входящих в состав изделия, например сгущенное молоко, сахар, патока, сливочное масло. Исходные компоненты кондитерских изделий с молоком или молочными продуктами содержат белки и углеводы, при их термической обработке в результате реакции Майяра образуется большое количество

летучих и нелетучих соединений, определяющих характерный, узнаваемый приятный вкус и аромат и золотисто-коричневатую окраску готовых изделий. Таким образом, молочные продукты не только повышают пищевую ценность готовых изделий, но и придают им узнаваемый и любимый многими вкус и аромат.

Сегодня, когда для успеха изделия превосходными должны быть его вкусовые характеристики, аромат, цвет, текстура, внешний вид — все, что способны воспринимать человеческие органы чувств, актуальным становится применение ароматизаторов, и подходить к их выбору необходимо особенно внимательно. В этом помогут богатый опыт и мастерство специалистов Комбината. Ускорение технологических процессов получения некоторых пищевых продуктов, приводящее к потере их ароматических свойств, применение аналогов натуральных продуктов обусловили разработку и производство на Комбинате широкого ассортимента ароматизаторов, имитирующих основные вкусоароматические характеристики молока и молочных продуктов.

Как известно, аромат молока и молочных продуктов определяется качеством исходного молока, процессом производства, условиями хранения и общим контролем производства. В молоке обнаружено большое количество ароматообразующих соединений, таким образом, полное воссоздание аромата молока — процесс достаточно сложный. Тем не менее в результате разработок на Комбинате ароматики — старейшей и единственной отечественной школы разработки ароматизаторов, была создана целая коллекция из 26 жидких, порошкообразных и эмульсионных ароматизаторов молочного направления. Каждый из них содержит вкусоароматические вещества, обуславливающие не только оригинальный вкусоароматический профиль ароматизатора, но и создающие в комплексе образ молока и молочных продуктов.

Так, пользующийся неизменной популярностью вкус топленого молока представлен ароматизаторами: Молоко топленое 595, Молоко топленое 770, Молоко топленое 785. Сладкие молочные оттенки интенсивно выражены в ароматизаторах: Молоко сгущенное 599, Молоко сгущенное 785.

Выраженные сливочные тона представлены в ароматизаторах: Сливки 578, Сливки 735, Масло-сливки 661, Масло-сливки 679 и Масло-сливки 776. Кисломолочные оттенки представлены в ароматизаторах Йогурт 638, Йогурт 775, Сметана 742 и Творог 722.

К отдельной группе можно отнести ароматизаторы, в аромате которых, наряду с молочными или масляными, преобладают ванильные ноты: Молоко-ваниль 633, Молоко-ваниль 648, Масло-ваниль 675, Масляно-ванильный 416.

Диапазон оттенков от сливочных до сладко-сливочных придает изделиям ароматизаторы «масляного» направления. Ориентирами при разработке ароматизаторов этого направления были для специалистов Комбината различные сорта сливочного масла, которое по своим вкусоароматическим и текстурным свойствам является эталоном качества для большинства видов жировых продуктов, предназначенных для производства кондитерских изделий. Так, типичные для сладкосливочных масел оттенки отражены в профиле аромата Масло сливочное 601, Масло сливочное 624.

В ароматизаторе Масло-сливки 679 выражены ноты пастеризованных при высокой температуре сливок, собственные «Вологодскому маслу».

Вкусоароматический профиль ароматизаторов описан с помощью набора дескрипторов, характеризующих нюансы аромата. Органолептический анализ проведен профильным методом. Для описания вкуса произведена идентификация отдельных признаков, участвующих в формировании общего впечатления, производимого продуктом, и проведена оценка интенсивности этих признаков.

Специалистами лаборатории применения Комбината разработаны рекомендации по ароматизации сахаристых и мучных кондитерских изделий, позволяющие создавать оригинальную вкусовую палитру продукции и вырабатывать конкурентоспособные изде-

лия стабильного, высокого качества с наполненным молочно-сливочным вкусом и ароматом.

Среди широкого спектра ароматизаторов молочно-сливочного направления Комбината каждый производитель найдет для себя именно тот, который решит поставленные задачи. Практически все ароматизаторы могут применяться для производства всех групп кондитерских изделий, тем не менее отдельно следует отметить:

- для ароматизации сахарного, затяжного печенья – Молоко 635, Молоко концентрированное 745, Молоко топленое 595, Молоко топленое 770, Молоко топленое 785, Масло-сливки 679, Масло сливочное 611, Масло сливочное 711, Молоко-ваниль 647, Масло-ваниль 675, Масляно-ванильный 416;
- для мармелада, жележных корпусов конфет – Молоко 635, Молоко концентрированное 745, Молоко сгущенное 739, Молоко топленое 595, Молоко-ваниль 647, Молоко-ваниль 916, Масло-ваниль 675, Масло-сливки 776, Сливки 735;
- для производства кексов, бисквитов – Масло-ваниль 675, Масляно-ванильный 416, Молоко-ваниль 647, Молоко-ваниль 633, Молоко-ваниль 916, Творог 722, Сметана 742;
- для ароматизации жировых начинок – Молоко-ваниль 916, Масло-ваниль 675, Молоко топленое 595, Молоко топленое 770, Молоко концентрированное 745, Молоко сгущенное 739, Сливки 735.

Для постоянно расширяющегося ассортимента отечественных масляных предприятий отдельно необходимо выделить целую группу ароматизаторов направления «сливочное масло» для ароматизации кондитерских жиров, спредов, маргаринов – Масло-сливки 661, Масло-сливки 679, Масло сливочное 601, Масло сливочное 611, Масло сливочное 623, Масло сливочное 624 и Масло сливочное 711 – позволяющие создавать жировые продукты, вкусоароматический профиль которых приближен к профилю настоящего сливочного масла.

В условиях жесткой конкуренции успех в том числе зависит от способности быстро разрабатывать и выпускать продукты, отвечающие желаниям потребителей. Немаловажную роль в этом могут сыграть ароматизаторы Комбината. **Р**

## Характеристики ароматизаторов молочного направления

Наименование	Форма	Статус	Вкусоароматический профиль
Молоко 635	Ж	ИН	Молоко пастеризованное с легким сливочным оттенком
Молоко концентрированное 745	Ж	ИН	Молоко концентрированное с выраженными нотами пастеризации
Молоко топленое 595	Ж	ИН	Молоко топленое с интенсивными топлеными нотами и пастеризации, карамельными оттенками
Молоко топленое 770	Ж	ИН	Молоко топленое с выраженными топлеными и сливочными тонами
Молоко топленое 785	Ж	ИН	Молоко топленое с выраженными жирными и сливочными нотами
Молоко сгущенное 599	Ж	ИН	Молоко сгущенное с сахаром с выраженными нотами пастеризации
Молоко сгущенное 739	Ж	ИН	Молоко сгущенное с сахаром с выраженными сладкими и карамельными тонами
Молоко-ваниль 633	Ж	ИН	Молоко свежее с ванилью
Молоко-ваниль 647	Ж	ИН	Молоко пастеризованное с ванилью и легкими топлеными, карамельными оттенками
Молоко-ваниль 916	П	ИН	Молоко свежее с выраженными ванильными и кремовыми тонами
Сливки 578	Ж	ИН	Сливки с выраженными тонами ванили и карамели
Сливки 735	Ж	ИН	Сливки высокожирные с нотами сливочного масла
Сливочное масло 507	Ж	ИН	Масло сливочное с выраженными масляными, сладкими и кремовыми тонами
Масло-сливки 661	Ж	ИН	Масло сливочное с интенсивными сливочными, кремовыми тонами и молочным оттенком
Масло-сливки 679	Ж	ИН	Масло сладко-сливочное с выраженной нотой пастеризации, характерной для «Вологодского масла», и легким топленым оттенком
Масло-сливки 776	Ж	ИН	Масло сливочное легкое со сладкими, карамельными и ванильными оттенками
Масло сливочное 711	Ж	ИН	Масло сливочное с выраженными масляными и топлеными нотами
Масло сливочное 601	Ж	ИН	Масло сладко-сливочное с выраженными масляными и сливочными тонами
Масло сливочное 611	Ж	ИН	Масло сладко-сливочное с интенсивными масляными, сливочными тонами и кремовым оттенком
Масло сливочное 623	Ж	ИН	Масло сливочное с выраженными масляными тонами и кремовым оттенком
Масло сливочное 624	Ж	ИН	Масло сладко-сливочное с выраженными масляными, кремовыми нотами и молочным оттенком
Масло-ваниль 675	Ж	ИН	Масло сливочное с выраженными тонами ванили, сладкими масляными и кремовыми оттенками
Масляно-ванильный 416	Э	ИН	Масло сливочное с выраженными ванильными тонами и карамельными оттенками
Йогурт 638	Ж	ИН	Йогурт с выраженными фруктовыми и сладкими тонами
Йогурт 775	Ж	ИН	Йогурт с выраженными кисломолочными тонами
Сметана 742	Ж	ИН	Сметана высокожирная с легкими сливочно-кремовыми тонами
Творог 722	Ж	ИН	Творог с интенсивно выраженными кисломолочными тонами и сливочным оттенком



Авторы: **И. Г. Трубач**,  
директор центра разработок  
и внедрения ГК «НМЖК»

**А. В. Андронов**,  
директор по инновационно-  
техническому развитию  
ГК «НМЖК»



# Формула успеха:

## соответствие трендам рынка и уважение традиций

**Б**олее века Группа компаний «НМЖК» занимает лидирующие позиции на рынке масложировых ингредиентов России и СНГ. Основным источником силы компании – это соответствие трендам рынка и уважение традиций. На сегодняшний день при разработке жировых ингредиентов мы опираемся на актуальный тренд – здоровое питание и исторически сложившееся предпочтение потребителей – натуральный насыщенный вкус.

Полезное питание – ключевой тренд современной пищевой промышленности. Огромное значение сейчас уделяется ингредиентам, используемым при производстве продуктов питания. Одним из важнейших показателей полезности в последние годы эксперты пищевого рынка называют отсутствие трансизомеров жирных кислот.

Негативное влияние транс-жиров на организм человека показано результатами многочисленных исследований. Европейская организация EFSA опубликовала научное мнение о том, что транс-жирные кислоты (ТЖК) повышают уровень липопротеинов низкой плотности в крови, снижая уровень липопротеинов высокой плотности, повышая риск возникновения ишемической болезни сердца и внося свой негативный вклад в заболевания сердца и сердечно-сосудистой системы.

В настоящее время в странах Европы, а также США вводятся законодательные ограничения по содержанию транс-жиров в продуктах питания, и в частности масложировых продуктах, а также обязательное декларирование количества трансизомеров на этикетке продуктов питания.

Поскольку основной причиной образования трансизомеров в жирах является процесс гидрогенизации, наблюдается однозначная связь между вхождением в состав продукта гидрогенизированных жиров и наличием трансизомеров.

Разработка продуктов, не содержащих гидрогенизированных жировых ингредиентов, требует высокого уровня развития научно-технологической базы предприятия и совершенно новых подходов к формированию жирового состава и технологических параметров производства продукта, базирующихся на понимании процессов кристаллизации и способов управления ими. И если для создания безтрансовых рецептур в случае нефункциональных жиров требуются лишь базовые знания в области пищевых жиров, то разработка маргаринов, обладающих к тому же заданной функциональностью (взбиваемостью с воздухом, пластичностью при раскатке, способностью к связыванию молочносладких сиропов), а также внедрение их в промышленных условиях является сложной и кропотливой задачей.

Поскольку в последние годы активно развивается ассортимент питания для людей, беспокоящихся о своем здоровье, отсутствие транс-жиров в рецептуре позволяет получить конкурентное преимущество на потребительском рынке. В то время как рынок молочной промышленности уже давно массово предлагает продукты, воспринимаемые потребителем как полезные, то в масложировой отрасли только ГК «НМЖК» является безусловным лидером по внедрению жировых ингредиентов, не содержащих трансизомеров жирных кислот.

История развития данной категории в ассортиментном портфеле ГК «НМЖК» началась в 2003 году. На сегодняшний день, по мнению комиссии авторитетного международного конкурса «Ингредиент года 2011»,

ГК «НМЖК» признана новатором на российском рынке безтрансовых пищевых ингредиентов. В ассортименте компании наряду с жирами существует широкая линейка специализированных маргаринов, не содержащих транс-изомеров жирных кислот и обладающих всеми необходимыми функциональными свойствами.

Еще одним достижением Группы компаний «НМЖК» стала золотая медаль конкурса «Ингредиент года 2011»

«По мнению комиссии авторитетного международного конкурса “Ингредиент года 2011”, ГК “НМЖК” признана новатором на российском рынке безтрансовых пищевых ингредиентов».

в номинации Инновационный продукт: Разработка за Маргарин для слоеного теста M529 MARGO® со сливочным вкусом. С учетом национальных традиций питания в России сливочная вкусовая гам-

ма является одной из самых востребованных среди отечественных потребителей. Уникальное сочетание ароматических компонентов в рецептуре маргарина M529 обеспечивает тонкий сливочный вкус готового изделия, сохраняющийся после выпечки.

Кроме того, комиссией конкурса золотой медалью отмечен эквивалент масла какао Wilchoc. Данный продукт идеально обеспечивает форму и насыщенный вкус шоколадных изделий.

Эквивалент масла какао Wilchoc рекомендован ГНУ НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии к использованию для замены масла какао в производстве шоколада, шоколадных изделий, шоколадных глазурей и других кондитерских изделий.

Независимые награды и оценки профессионалов отрасли стали одними из главных показателей верности пути развития, выбранного Группой компаний «НМЖК». Победа вкуса и пользы – главное достижение. **Р**



реклама

## ПОБЕДА ВКУСА И ПОЛЬЗЫ – ГЛАВНОЕ ДОСТИЖЕНИЕ!

ГК «НМЖК» и «Дельта Вилмар» стали обладателями  
9 медалей Международного конкурса «Ингредиент года 2011»

(831) 275-47-00, (495) 916-93-91  
[www.nmgk.ru](http://www.nmgk.ru), [b2b@nmgk.ru](mailto:b2b@nmgk.ru)



**НМЖК**  
группа компаний



**Delta Wilmar**

ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ЖИЗНИ И БИЗНЕСА



Автор: **Попилова Евгения**,  
руководитель отдела продаж  
компании «Лецитал»



Компания: **«Лецитал»**,  
тел.: +7 (812) 702-80-03,  
+7 (812) 702-80-06,  
+7 (905) 200-65-00,  
+7 (905) 219-54-76  
[www.soylecithin.ru](http://www.soylecithin.ru)

#### \* СПРАВКА:

Компания «Лецитал» 10 лет успешно работает на рынке и является единственным эксклюзивным дистрибутором компании Cargill по поставкам лецитина.

# Инновации отличают лидера!

**Т**енденция здорового питания давно завоевала заслуженную популярность во всем мире. Полезные качества продукта, высокий уровень организации производственных процессов, экологически чистое сырье – это основные факторы, влияющие на решение покупателя в пользу приобретения товара.

Поэтому задача любого предприятия – стремиться соответствовать требованиям, которые предъявляют потребители, но при этом не забыть и о собственных выгодах, например таких, как продление срока годности изделий и облегчение технологических процессов.



Эмульгаторы служат усилителями кристаллизации в производстве таких продуктов, как шоколад и маргарин. Это свойство позволяет контролировать форму продукта.

В настоящее время в мире для производства высококачественных, долго сохраняющих потребительские свойства кондитерских изделий большое распространение получили лецитины, в частности от компании «Каргилл».

Почему именно лецитины? Любой современный производитель сладостей знает ответ на этот вопрос: лецитин – единственный природный эмульгатор, который не только облегчает процесс изготовления продукции, повышает качество готового изделия и значительно продлевает срок его хранения, но еще и является очень полезным для организма человека.

Компания «Каргилл» начала работать с лецитином более 80 лет назад. Богатый опыт в данной области обеспечил компании глубокие знания свойств структурных компонентов лецитина, индивидуальные характеристики применения в различных видах промышленности и широкий спектр доступных технологий и процессов производства.

В изготовлении лецитина «Каргилл» уделяет особое внимание новым тенденциям, пониманию потребностей рынка и предоставляет идеальные решения, а не просто изготавливает продукцию. Для достижения максимальной функциональности при изготовлении лецитинов производителем используются такие процессы, как ацетилирование, фракционирование, гидроксिलирование, гидролиз, гидрогенизация, комбинированная экстракция, энзимная модификация. Можно бесконечно долго перечислять преимущества лецитинов, вырабатываемых компанией «Каргилл», но мы хотим остановиться на главном.

В кондитерских изделиях лецитины помогают уменьшить скорость ретроградации крахмала – процесса, при котором молекулы крахмала возвращаются в изначальное состояние – стадию жестких кристаллизованных гранул, что делает продукт черствым. Лецитины могут также действовать вместе с липопротеинами, стабилизируя тесто за счет образования клейковинных каркасов. При изготовлении печенья, крекеров, пирогов и тортов 1-3%-ная концентрация лецитина способствует распределению жира и возникновению рассыпчатости, облегчает размешивание и действует как «внутреннее» разделительное средство. Это в свою очередь не позволяет смеси прилипнуть к сковороде. При изготовлении сладких продуктов использование 1-2% лецитина способствует получению легко текучей массы более однородного цвета и зерна, более ровных



При изготовлении печенья, крекеров, пирогов и тортов 1-3%-ная концентрация лецитина способствует распределению жира и возникновению рассыпчатости, облегчает размешивание и действует как «внутреннее» разделительное средство.

текстур, более устойчивого аромата и более продолжительного срока хранения.

Эмульгаторы могут также служить усилителями кристаллизации, позволяя регулировать процесс кристаллизации в случае производства таких продуктов, как шоколад и маргарин. Это важное свойство позволяет контролировать форму продукта.

На современном пищевом рынке существует множество производителей лецитина. Важно принять правильное решение при выборе компании-поставщика, для того чтобы конечная продукция имела идеальное качество, сохраняя свою себестоимость.

## Преимущества компании Каргилл:

- глубокие знания, касающиеся сырья и технологий производства лецитина;
- современное оборудование;
- непревзойденные знания и опыт в сфере применения лецитинов;
- широкий ассортимент продукции, произведенной из лучшего сырья.

В соответствии с требованиями покупателей к безопасности пищевых продуктов жидкий, обезжиренный и фракционированный лецитины классифицированы по уникальной системе обеспечения качества, что позволяет соответствовать индивидуальным требованиям каждого клиента. **Р**

Компания: «СОЮЗ»,  
тел.: +7 (812) 336-91-15



Автор: Л. И. Анина,  
ведущий технолог



# Жиры специального назначения «СОЮЗ» и «SDS» – идеальный выбор для мучных кондитерских изделий

*В настоящее время ассортимент мучных кондитерских изделий, представленных на полках магазинов, настолько широк и разнообразен, что предприятиям приходится конкурировать в очень сложных условиях. Производители активно разрабатывают новые рецептуры, пробуют новые ингредиенты, закупают новое оборудование и упаковку, чтобы их продукция была востребована и выделялась среди конкурентов. В таких условиях абсолютно естественным является то, что изготовители предъявляют самые жесткие требования к ингредиентам, входящим в состав их изделий, ведь их качество непосредственно сказывается и на качестве готового продукта.*

Особенно требовательны производители к жировым продуктам, так как это один из основных видов сырья, применяемых в хлебопекарной и кондитерской промышленности. Содержание жировой фазы в мучных кондитерских изделиях в зависимости от рецептуры может составлять от 10 до 30% от общей массы продукта, поэтому правильный выбор жира или маргарина играет огромную роль для получения качественных изделий. Сегодня, помимо основных характеристик, к жирам предъявляют такие требования, как сбалансированный жирнокислотный состав, минимальное содержание трансизомеров ненасыщенных жирных кислот, длительный индукционный период. И жиры специального назначения, и высокожирные маргаины Корпорации «СОЮЗ» отвечают всем этим требованиям и являются гарантированно качественными продуктами, так как во главу своих разработок компания

всегда ставит безопасность, качество, функциональность и технологичность производимых жиров.

Учитывая особенности технологических процессов, а именно стадии приготовления теста, которые отличаются как по порядку загрузки сырья, так и по агрегатному состоянию вводимого жира, Корпорация «СОЮЗ» предлагает различные группы жиров.

## Периодический способ (тесто готовится на основе сбитой массы)

Таким способом изготавливаются: печенье сахарное, печенье сдобное, кексы. Для производства этих изделий Корпорация «СОЮЗ» предлагает жиры специального назначения «SDS СВ 132», «СОЮЗ 102 Э», «СОЮЗ 50 Э», «СОЮЗ 52 Э», «СОЮЗ 52L Э», «СОЮЗ 53 Э», а также высокожирные маргаины «СОЮЗ-Премиум» и «СОЮЗ-Универсал». При этом способе производства одной из главных функций жировых продуктов в приготовлении теста является способность удерживать воздух в сбитой массе. За счет отличной способности жиров к аэрированию обеспечивается рассыпчатость, увеличение объема и дополнительный выход по массе мучных изделий. С использованием вышеперечисленных жиров выпечка получается нежной, с отличной текстурой и прекрасными вкусовыми качествами.

Жиры специального назначения «СОЮЗ 50 Э», «СОЮЗ 52 Э», «СОЮЗ 52L Э», «СОЮЗ 53 Э» используются для мучных кондитерских изделий в качестве заменителя молочного жира и по своим свойствам максимально приближены к сливочному маслу. Но при этом лишены его основных недостатков: высокого содержания трансизомеров ненасыщенных жирных кислот (до 8%) и высокого суммарного содержания насыщенных жирных кислот. Заменители молочного жира, выпускаемые Корпорацией «СОЮЗ», имеют сбалансированный жирнокислотный состав по соотношению насыщенных, мононенасыщенных и полиненасыщенных жирных кислот, а также по соотношению полиненасыщенных жирных кислот семейств «Омега 3» и «Омега 6», они максимально приближены к «идеальному» жиру и полностью соответствуют требованиям ГОСТ Р 53796-2010. Поэтому мучные кондитерские изделия с применением этих жиров можно отнести к изделиям премиум-класса.



## Непрерывный способ (тесто готовится на основе эмульсии)

Непрерывным способом тесто готовят при выпечке печенья сахарного, печенья затяжного, овсяного, пряников, сушек, сухарей. Для производства этих изделий отлично подойдут жиры «SDS CB 131», «SDS CB 132», «СОЮЗ 102 Э», «СОЮЗ 103 Э», «СОЮЗ 107 Э», маргарин высокожирный «СОЮЗ-Универсал», «СОЮЗ-Экстра». Эти продукты обладают повышенной пластичностью, поэтому равномерно распределяются среди других рецептурных компонентов, что, в свою очередь, обеспечивает равномерное образование пор во всем объеме готового изделия, позволяет увеличить пористость, улучшить намокаемость, рассыпчатость, добиться нежной консистенции теста.

При производстве мучных кондитерских изделий технологи большое внимание уделяют выбору жиров с определенными физико-химическими показателями, которые позволяют достичь высокой технологичности при обработке, а также влияют на вкусовые и структурно-механические характеристики готового продукта. Использование жиров с оптимальными параметрами повышает равномерность распределения жировой фазы в тесте и увеличивает его взбиваемость. Слишком мягкий жир быстро впитывается, а очень твердый образует комки, которые ведут к появлению рваных пор в тесте. Здесь важным показателем является содержание твердых триглицеридов при 20 °С – оптимальным значением является 17-30%. При значении ТТГ ниже 17% жир не удерживает воздух до завершения замеса, сбита масса оседает. При значении ТТГ выше 30% жир плотный, недостаточно пластичный

и в процессе сбивания невозможно достичь высокой степени аэрирования, масса получается неоднородной, тяжелой.

Также важным показателем является температура плавления жиров, которая влияет на структурно-механические качества готового изделия. Жир специального назначения для мучных кондитерских изделий не должен слишком быстро плавиться, чтобы включенные в тесто пузырьки воздуха остались в нем в течение всего процесса приготовления теста и участвовали в формировании структуры продукта во время выпечки.

Жиры специального назначения «СОЮЗ» и «SDS» отвечают всем этим особенностям, содержание ТТГ у большинства из них не превышает 30% при 20 °С, а температура плавления подобрана та-

«Использование жиров специального назначения для мучных кондитерских изделий Корпорации “СОЮЗ” дает ряд преимуществ: равномерное распределение рецептурных компонентов улучшает реологические свойства, тесто более длительный период не затывается, хорошо формуется и в процессе выпечки обладает отличной формоустойчивостью».

ким образом, чтобы можно было учесть все нюансы, возникающие на производстве. При разработке жиров была учтена и сезонность, поэтому для теплого времени года оптимально использовать «SDS CB 132», «СОЮЗ 103 Э», «СОЮЗ 107 Э», маргарин высокожирный «СОЮЗ-Экстра», у которых содержание ТТГ при 20 °С составляет 22-32%.

Количество триглицеридов при разных температурах позволяет судить о кристаллизации, температуре плавления, твердости жиров, которые влияют на равномерное распределение компонентов в тесте и аэрационную способность.

## Физико-химические показатели жиров специального назначения «СОЮЗ» и «SDS»

Наименование жиров	Содержание твердого жира, %				Температура плавления, °С
	10 °С	20 °С	30 °С	35 °С	
«SDS CB 131»	38-45	24-28	9-13	4-7	36-38
«SDS CB 132»	46-53	27-32	8-13	3-6	34-37
«Союз 102 Э»	45-50	18-22	5-10	max 4	31-34
«Союз 50 Э»	40-48	17-23	6-9	max 3	31-34
«Союз 52 Э»	40-48	17-23	6-9	max 3	31-34
«Союз 52 L Э»	43-50	22-28	8-13	3-5	33-36
«Союз 53 Э»	40-45	18-24	4-8	max 3	33-35
«Союз 103 Э»	53-60	22-30	7-12	3-6	36-38
«Союз 107 Э»	53-60	22-30	7-12	3-6	36-38
Маргарин «Союз-Премиум» в/ж	40-48	17-23	6-9	max 3	31-34
Маргарин «Союз-Универсал» в/ж	45-50	18-22	5-10	max 4	31-34
Маргарин «Союз-Экстра» в/ж	53-60	22-30	7-12	3-6	36-38

## Содержание твердых триглицеридов при температуре

- от 10 до 20 °C определяет твердость жира;
- от 20 до 30 °C говорит о термоустойчивости и консистенции;
- от 30 до 35 °C определяет температуру плавления: чем выше ТТГ, тем выше температура плавления жира.

Последний показатель особо важен при приготовлении изделий на эмульсии, где температура расплавленного жира напрямую влияет на температуру эмульсии, которая не должна превышать 30 °C, поэтому температура плавления жировой системы не должна быть выше 38-40 °C.

Одним из важных показателей для жиров специального назначения является количество содержания трансизомеров жирных кислот. Корпорация «СОЮЗ» – одна из немногих отечественных компаний, предлагающих жиры, в которых отсутствуют либо содержатся в минимальном количестве трансизомеры жирных кислот. Причем в понятии «минимально» Корпорация «СОЮЗ», которая поставляет свою продукцию не только на внутренний рынок, но и на экспорт, ориентируется на европейскую законодательную базу, где более строго регламентирован этот показатель.

Использование жиров специального назначения для мучных кондитерских изделий Корпорации «СОЮЗ» дает ряд преимуществ: равномерное распределение рецептурных компонентов улучшает реологические свойства, тесто более длительный период не затягивается, хорошо формуется и в процессе выпечки обладает отличной формоустойчивостью. Высокая способность жиров к аэрации позволяет получить пышную, насыщенную воздухом массу, а готовые изделия становятся более рассыпчатыми, воздушными, нежными.

В европейских странах для производства хлебобулочных и мучных кондитерских изделий уже много лет используются специальные узконаправленные жиры, разработанные с учетом особенностей конкретного изделия,

что позволяет достичь максимального эффекта при их производстве. Такие жировые продукты называются «шортенингами», производятся они специально для хлеба, сдобных изделий, кексов, бисквитов и пр.

Шортенингами называют стабильную жировую суспензию, в которой твердые частицы глицеридов и эмульгаторов равномерно распределены в жидкой фазе растительных масел.

Шортенинги имеют широкий диапазон пластичности, то есть могут быть твердыми, пастообразными, полужидкими, а также имеют различные температуры плавления.

Корпорацией «СОЮЗ» разработана новая линейка шортенингов под торговой маркой «SDS» для различных видов хлебобулочных

«Слишком мягкий жир быстро впитывается, а очень твердый образует комки, которые ведут к появлению рваных пор в тесте. Здесь важным показателем является содержание твердых триглицеридов при 20 °C – оптимальным значением является 17-30%. При значении ТТГ ниже 17% жир не удерживает воздух до завершения замеса, сбивая масса оседает. При значении ТТГ выше 30% жир плотный, недостаточно пластичный и в процессе сбивания невозможно достичь высокой степени аэрирования, масса получается неоднородной, тяжелой».

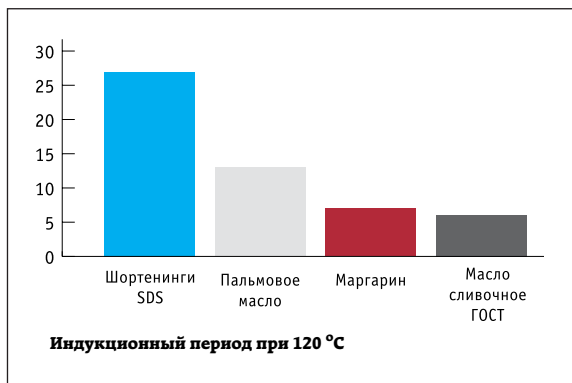
и мучных кондитерских изделий: «SDS S 33-1» для дрожжевого теста, «SDS S 34-1» – для производства кексов, «SDS S 36-1» для производства печенья сдобного типа «Курабье», «Венское». При разработке данной группы жиров, наряду с использованием природных свойств жиров нелауриновой группы, применялись различные комбинации эмульгаторов, придавшие узкую направленность этим жирам, за счет чего достигается максимальный эффект, который не всегда удастся получить при использовании универсальных жиров специального назначения. Характерными особенностями всей группы шортенингов «SDS» является полное отсутствие трансизомеров жирных кислот и высокая окислительная стабильность. Так, индукционный период при 120 °C составляет 26-27 часов, что в два раза больше, чем у обычного пальмового масла.

Стойкость жиров в отношении прогоркания является важным показателем, влияющим на качество изделий и сроки годности готовой продукции. Жиры специального назначения характеризуются низким перекисным и кислотными числами, а значит и высокой устойчивостью к окислению.

Перекисное число жиров специального назначения Корпорации «СОЮЗ» – не более 1 ммоль активного кислорода/кг, кислотное число – не более 0,2 мг КОН/г, низкое содержание влаги (не более 0,3%) способствует микробиологической чистоте продукта.

В современных условиях рынка конкурентоспособная продукция должна обладать высокими качественными характеристиками, соответствовать вкусам потребителей и иметь долгосрочную перспективу сбыта, то есть длительные сроки годности. Используя жиры специального назначения «СОЮЗ» и «SDS», вы можете получить продукцию, удовлетворяющую всем этим требованиям.

Специалисты Корпорации «СОЮЗ» имеют консолидированный опыт работы на многих отечественных предприятиях, и этим бесценным опытом мы готовы делиться с Вами. Сотрудничество с Корпорацией «СОЮЗ» – залог успеха и процветания Вашего предприятия. ■





# MODERN BAKERY MOSCOW

«СОВРЕМЕННОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ»

17-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА  
ДЛЯ ХЛЕБОПЕКАРНОГО И КОНДИТЕРСКОГО РЫНКА

10–13 ОКТЯБРЯ 2011 г.



## При содействии:

- Министерства сельского хозяйства РФ
- Ассоциации отраслевых союзов АПК АССАГРО
- Российского Союза Пекарей
- Российского союза мукомольных и крупяных предприятий
- Союза производителей пищевых ингредиентов
- Гос НИИ Хлебопекарной промышленности
- Россельхозакадемии
- Международной Промышленной Академии
- Института питания РАМН РФ
- ГуНИИ Кондитерской промышленности РАСХН РФ

## Информационные партнёры:

f2m

ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ  
РОССИИ

Кондитерское  
Производство

ПИЩЕВАЯ  
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ПРОДУКТЫ

Кондитерские изделия  
и кондитерские изделия

ХЛЕБОПЕК

хлебобулочной  
кондитерская сфера

хлебобулочные  
продукты

restofus.com

oborud.info

ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Ингредиенты  
сырья и добавки

РЕСТОРАТОР

FOODS

ПАРТНЕР

ИФ

ИП

www.isip.ru

## Организатор:



ООО «ОВК-РУС»

Тел: (+7) 495 967 04 61

Факс: (+7) 495 967 04 62

Email: mb@owc-rus.ru

## Место проведения: ЭКСПОЦЕНТР

Россия, Москва

ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне

Павильоны № 3, 4 и 7

[www.modernbakery-moscow.ru](http://www.modernbakery-moscow.ru)



Гость:



**Дмитрий Бесценный,**  
генеральный директор  
ООО «СиЭсЭм Рус»

Компания:

**CSM Россия,**  
123458, г. Москва, 607-й проезд, д. 30,  
БЦ «Зенит Плаза», офис 401А,  
тел.: +7 (495) 228-80-92



Беседовала:



**Елена Максимова**

# Ориентируясь на запросы производителей



*Изготовить хлеб, который долго сохраняется свежим и вкусным, – мечта любого производителя. А если он еще при этом будет функциональным – тогда уж точно большинство конкурентов останутся далеко позади. Об этом и других секретах хлебопекарного и кондитерского производства расскажет генеральный директор ООО «СиЭсЭм Рус» Дмитрий Бесценный.*

**– Дмитрий, как давно вы работаете на российском рынке?**

– Продукты CSM появились в России достаточно давно. Точно сказать сложно, поскольку в структуру CSM входит более 30 различных производств в 16 странах мира. Многие из них поставляли свои товары в Россию еще до того, как стали частью CSM. Сегодня основная доля поставок – продукты, произведенные в Европе, преимущественно в Германии. Ингредиенты из США пока представлены в меньшей степени.

Первая собственная компания в России появилась у CSM в ноябре 2007 года. Именно тогда завершилась регистрация филиала ООО «СиЭсЭм Интернэшнл». По сути, филиал работал в формате представительства. Основные усилия были направлены на поддержку ключевых российских дистрибуторов. В таком формате компания проработала 3 года. В конце 2010 года завершилась регистрация ООО «СиЭсЭм Рус». Теперь можно сказать, что у CSM есть в России полноценная компания, которая в скором времени сможет обеспечить прямые продажи продуктов.

**– С какими компаниями вы сотрудничаете?**

– Дольше всего компания сотрудничает с предприятиями «Инагро», «Лейпуриен Тукку» и «Пи-Трэйд». Все они имеют длительную историю продаж продуктов CSM в России. Каждая из перечисленных компаний достаточно известна в нашей стране и, как правило, работает с определенным ассортиментом продуктов. К примеру, Пи-Трэйд уже более 10 лет продает на российском рынке продукцию, произведенную CSM France (ранее BakeMark Ingredients France).

**– Расскажите о вашем ассортименте.**

– Весь ассортимент CSM можно разделить на 2 основные группы. В первую входят ингредиенты для производства хлебобулочных и мучных кондитерских изделий: маргарины и жиры, хлебопекарные улучшители и смеси, различные смеси для выпечных и кремовых изделий, широкий ассортимент начинок, кондитерских гелей и пр.

Вторая группа – это замороженные хлебобулочные и кондитерские изделия разной степени готовности, а именно: хлеб и булочки, донаты и берлинеры, круассаны, кексы и маффины, кремовые изделия, печенье и пр.

**– Что из вашей продукции пользуется наибольшим спросом на российском рынке?**

– В данный момент ассортимент ограничен существующими таможенными и логистическими барьерами, а также внутренней конкуренцией. В России мы продаем сухие смеси и улучшители для хлебобулочных изделий, широкий ассортимент продуктов для МКИ (смеси,



различные начинки, гели). Наибольшим успехом у покупателей пользуются концентрированные смеси и улучшители – такие как Сима Кейк Микс или Олимпиал Софт производства CSM Германия, – а также уникальные продукты, например Пралине Крокант производства CSM Франция.

**– Достаточно ли насыщен российский рынок ингредиентов для производства кондитерских и хлебобулочных изделий?**

– На мой взгляд, в России мало пока инновационных европейских или американских продуктов нового поколения. В Москве много новых «Мерседесов» и «Ауди» последних моделей, но при производстве хлеба пока применяются весьма «древние» продукты и технологии. Отчасти это объясняется состоянием рынка в данный момент.

При этом нам известно, в какую сторону рынок ингредиентов будет меняться – скорее всего, мы будем опираться на успешный опыт крупнейших иностранных компаний. Неясно только, как быстро будет происходить трансформация.

**– Какой именно иностранный опыт, на Ваш взгляд, будут перенимать российские компании?**

– В Европе и Америки крупные хлебопекарные и кондитерские предприятия все чаще используют хлебопекарные и кондитерские смеси для изготовления крупной партии товара: они не закупают отдельно муку, соль и другое сырье. Такой подход значительно упрощает технологический процесс, и мы думаем, что в России изготовители тоже в будущем перейдут на эту систему.

**– Есть ли у вас конкуренты среди российских производителей?**

– Безусловно. Хотя многие наши продукты отличаются по качеству и эффективности, целевая группа клиентов у нас и других изготовителей ингредиентов, как правило, одна и та же.

**– Чего сегодня хотят от производителей ингредиентов изготовители мучных изделий?**

– Это очень непростой вопрос. Пусть медленно, но потребители становятся все более разборчивыми. Думаю, что конечный покупатель ожидает от производителей стабильного качества и справедливых цен.

Если говорить об ассортименте, то процесс проникновения иностранных продуктов на российский рынок продолжится. Постепенно американские вкусы для России станут более привычными. Европа не устояла перед влиянием Америки – объемы продаж маффинов, донатсов и мягких видов хлеба (гамбургеров, хот-догов, тостового хлеба) постоянно растут. То же самое будет происходить и в России.

**– Каких клиентов у вас больше: крупных компаний или представителей малого и среднего бизнеса?**

– У нас есть продукты и для промышленных предприятий, и для розничных сетей, имеющих собственное производство, и для клиентов формата HoReCa.

Россия – индустриальная страна, и наиболее значительные доли рынка представлены крупными и средними промышленными предприятиями, а также сетевой розницей. Такие компании являются для нас наиболее приоритетными.

**– Потребители сегодня хотят получать максимум пользы от продуктов питания, в том числе от кондитерских и хле-**

**бобулочных изделий. Помогаете ли вы изготовителям решить эту задачу?**

– В Западной Европе здоровое и функциональное питание достаточно давно является основным трендом. В некоторых случаях производители стремятся сделать свои продукты более «здоровыми» (меньше сахара, соли, жира). В других речь идет о функциональных продуктах, содержащих полезные компоненты (клетчатку, витамины, Омега-3 жирные кислоты и пр.). Как правило, все такие изделия имеют некоторую добавленную стоимость.

У CSM есть широкий ассортимент продуктов, которые могут снизить «вред» некоторых специфических ингредиентов или повысить полезность готового изделия. Примером может служить хлеб, в состав которого входит сок Алоэ Вера. На выставке «Современное хлебопечение – 2010» мы представили хлебные смеси из линейки alles gute (переводится с немецкого как «все хорошее»). Эти продукты относятся к категории максимально экологических и здоровых. Выводить такие продукты на российский рынок все еще непросто, поэтому мы помогаем нашим клиентам не только выбрать оптимальный продукт, но и правильно подать его потребителю.

**– Один из принципов вашей работы – говорить с клиентами на одном языке. Что для вас это значит?**

– Для нас это в первую очередь означает внимательно слушать. Мы хорошо понимаем сложности, с которыми сталкивается большинство российских предприятий, и стремимся оказать им максимальное содействие. Для быстрого достижения нужного результата мы должны видеть проблемы и задачи глазами наших клиентов. Думаю, что только в этом случае «разговор на одном языке» будет возможен.

**– Расскажите о ваших инновациях.**

– В структуру CSM входят 4 специализированных инновационных центра: жиры, хлебопекарные ингредиенты, кондитерские ингредиенты, замороженные продукты. Каждый из них ведет свои проекты, направленные на повышение качества, экологичности и полезности наших продуктов.

Одними из самых ярких можно считать разработки наших американских специалистов: улучшители нового поколения для продления свежести и сроков годности «Бэйксфот» (Bakesoft) для мягких сортов хлеба вызвали настоящую революцию в Америке. Посудите сами: тостовый хлеб, который остается мягким до 45 суток в обычной упаковке, – это выдающееся изобретение!

Также новейшей американской разработкой CSM стала линия продуктов «Трансендим» (Transcendim), которая позволяет получать маргарины и жиры без трансизомеров.

Мы уже начали знакомить российские предприятия с этими продуктами и видим за ними большое будущее в России.

**– Планируете ли вы в ближайшее время выводить на российский рынок новые продукты?**

– Наличие возможности самостоятельно импортировать продукты существенно расширяет возможности CSM в России. Уже в скором времени ассортимент страны пополнится продуктами от европейских предприятий CSM, которые находятся на финальной стадии сертификации. Американские продукты ожидаются во втором полугодии.

Также в 2011 году CSM наконец-то привезет в Россию замороженные продукты: на это решение повлияло постоянно растущее количество запросов от отечественных компаний. ■

Авторы:



**Герман Шальк,**  
член правления  
акционерного общества  
«CSB-System AG»



**Михаил Сурин,**  
зам. ген. директора  
ООО «ЦСБ-Систем» в России



**CSB-System**  
INTERNATIONAL

# Ежедневно свежее и хрустящее

## CSB-System управляет процессами на производстве доктора Карга

**Д**октор Клаус Карг уже 60 лет снабжает традиционной баварской выпечкой, в числе которой пряный хлеб, хрустящие булочки и мучные кондитерские изделия, всех региональных клиентов земли Бавария (Германия).

Каждый день свежая продукция предприятия в строго назначенный срок поставляется в близлежащие филиалы для продажи. Торговая марка мистера Крага знаменита слоганом «ДОКТОР КАРГ – отменное наслаждение хлебом» и известна как производитель сухариков с незабываемым вкусом. Эти сухарики выпускаются двух видов – простые и «био», и оба вида продукции имеют удобную упаковку.

Семейное предприятие, основанное еще в 1950 году, сегодня разрослось в филиальную сеть, которая охватывает 10 специализированных магазинов и несколько кафе в пригородах и на юге Нюрнберга. В этой успешной компании работает около 150 сотрудников. Нынешний владелец, доктор Клаус Карг (внук учредителя фирмы), развил не только филиальную сеть – с 1999 года он основательно укрепился на рынке, создав высококачественные сухие хлебцы для «Гурмана»!

### Принятие решения по установке CSB-System

Вплоть до наступления нового тысячелетия производство «Др. Карг» работало более 50 лет исключительно как традиционная булочная. Но все из-



Вплоть до наступления нового тысячелетия производство «Др. Карг» работало более 50 лет исключительно как традиционная булочная. Но все изменилось в 1999 году – с момента начала производства высококачественных сухих хлебцев.

### \* СПРАВКА:

Биопродукцией называются изделия, которые производятся в соответствии со стандартами экологического земледелия: без пестицидов, синтетических кормовых добавок и регуляторов роста, искусственных консервантов, красителей и ароматизаторов, химических энзимов и добавок, а также без использования генной инженерии.

менилось в 1999 году – с момента начала производства высококачественных сухих хлебцев.

Увеличение объемов производства на предприятии влекло за собой и оптимизацию организационной структуры.

На то время программное обеспечение пекарни было очень просто структурировано и учитывало лишь заказы для филиалов. Характерные для отрасли требования – такие как возможность комплектации заказов, а также отслеживания поставок и наличия ассортимента на складе – не были учтены прежней системой. Чтобы увеличить производительность предприятия и модернизировать IT-инфраструктуру, руководство принимает решение на внедрение нового интегрированного программного ERP-обеспечения. «Наш выбор пал на систему CSB относительно быстро, так как у разработчика на момент принятия нами решения был уже более чем 40-летний опыт работы в пищевой промышленности, и консультанты компании говорят на нашем родном языке», – разъясняет **Марк Плюшау, системный администратор и руководитель продаж Dr. Karg.**

### Ступенчатое внедрение системы

Система CSB вводилась в производство «Dr. Karg» несколькими этапами. Первым шагом было внедрение на самой пекарне и присоединенных к ней филиалах модуля сбыта, который позволял создавать, планировать и регистрировать заказы, вести списки комплектации заказов, делать накладные и выстав- лять счета.

Затем в производство сухих хлебцев внедри- ли модули закупки сырья и управления складом, MDE-комплектацию заказов, M-ERP и систему просле- живания производственного процесса от поступления





Чтобы увеличить производительность предприятия и модернизировать IT-инфраструктуру, руководство принимает решение на внедрение нового интегрированного программного ERP-обеспечения.



сырья до выхода конечной продукции. В настоящее время реализуется проект на элеваторе.

«Сбыт очень хорошо отображается при помощи системы CSB», – разъясняет господин Плюшау. Как для национальной, так и для международной торговли ставятся все более жесткие требования даже при оформлении накладных и печатных образцов счета. И благодаря системе CSB на сегодняшний день проблема оформления документации по строгим стандартам для нашей компании решена».

### Параллельность процессов входа и выхода товаров

Все процессы предприятия связаны друг с другом, что можно хорошо наблюдать на стадии входа, когда компанией Dr. Karg закупается необходимое сырье, например мука, дрожжи, сыр, тыквенные и подсолнечные семечки. Прием товара и бухгалтерский учет происходят непосредственно в системе CSB. Как только на складе достигается минимальный уровень запасов, тут же автоматически делается новый заказ необходимого сырья. После поступления сырья на склад ему присваивается штрихкод EAN 128, и этикетки распечатываются единой лентой. Таким образом значительно облегчается система складского учета. Сырье, поступающее на элеватор, тоже регистрируется в систему CSB автоматически через интерфейс, что позволяет обеспечивать прослеживание не только фактического количества закупленных материалов, но и соотносить полученные данные с параметрами снабжения.

После выхода с производственной линии продукция поступает на участок упаковки, после чего переходит на промежуточный склад, где при помощи радиотерминала (MDE) происходит комплектация заказа. Два комплектовщика получают списки содержания заказа на весь рабочий день. К каждому заказу имеется чек комплектации, который меняется в зависимости от

объема поставок. Это может быть небольшой чек-заказ для мелкого предпринимателя либо же EAN-128 для палет при больших отгрузках. При этом производственные партии, MHD (мобильная регистрация данных) и артикулы будут учтены.

Все заказы высвечиваются на дисплее радиотерминала (MDE) и сравниваются в момент сканирования упаковки: номер заказа и чек с входящими в него обработанными артикулами высвечиваются на дисплее радиотерминала (MDE). Каждая позиция после сканирования высвечивается только один раз, а затем автоматически печатается накладная. В среднем ежедневно комплектуется от 40 до 50 заказов: «С внедрением мобильной системы комплектации фирмы CSB-System мы стали существенно оперативнее, а коэффициент ошибки свелся к нулю, вследствие чего достигается значительная экономия», – приводит главные преимущества программного обеспечения ERP Марк Плюшау.

### Вклад в растущий потенциал

Инвентаризационный учет с недавних пор проводится при помощи радиотерминала (MDE), но в будущем господин Карг планирует внедрить на всем производстве IT-инфраструктуру. «Мы планируем в ближайшее время соединить вспомогательные материалы, например упаковочное сырье и этикетки, с радиотерминалом. Оформление заказов и контроль оформления должны полностью быть автоматизированы», – поделился планами доктора Карга Марк Плюшау. Таким образом, на производстве «Др. Карг» еще имеется потенциал в оформлении последовательностей логистики, который нужно осуществить.

Планирование, управление, реализация и контроль всего потока товара с программой CSB соединены воедино с требованиями производства: «Использование ERP-программного обеспечения является отличным инструментом, который позволяет оставаться конкурентоспособным», – обобщает Марк Плюшау. ■

Подготовила:



Елена Максимова

Информация предоставлена:

DISCOVERY Research Group  
www.drgroup.ru

# Российский рынок сахара

Производители кондитерских и большей части хлебобулочных изделий не могут обойтись без сахара. Поэтому данный сегмент рынка представляет для изготовителей сладостей и большинства видов мучной продукции огромный интерес. Специалисты DISCOVERY Research Group недавно провели исследование рынка сахара и предоставили его результаты нашим читателям.

## Кто владеет сладким сырьем

Лидирующим федеральным округом РФ по объемам производства белого свекловичного или тростникового сахара является Центральный федеральный округ, доля которого составляет 45% от общего объема производства. Вторую позицию занимает Южный ФО – 36%, далее следует Приволжский ФО – 9%. В региональном разрезе стоит выделить Краснодарский край, Белгородскую и Тамбовскую область.

Лидирующие позиции по объему производства сахара-песка занимают Южный ФО – 35%, Центральный ФО – 32% и Сибирский ФО – 12%. Наименьшая доля приходится на Приволжский ФО – 6% и Северо-Западный ФО – 2%. Среди регионов лидерами по объемам производства являются Краснодарский край – 35%, Липецкая область – 19% и Алтайский край – 12%.

Производство сахарной пудры осуществляется только в Калининградской и Кировской областях. При этом доля Калининградской области составляет около 99%.

В целом сахарная отрасль России достаточно высоко консолидирована. Среди крупнейших игроков рынка можно выделить 5 ведущих компаний: агрохол-



Лидирующим сегментом в структуре товарного предложения сахарной продукции является «свекловичный сахар-песок», доля которого составляет более 60%.

Посевы сахарной свеклы в 2010 году выросли почти на 40% в сравнении с предыдущими годами.

динги «Продимекс», «Русагро», «Веста-Доминант», «Разгуляй» и «Сюкден», на долю которых приходится 68% всех продаж в стране. Из развивающихся предприятий стоит отметить «КСК» (6%) и «Каргилл» (3%).

На рынке сахара можно выделить несколько недавних крупных сделок. ГК «Русагро» осуществила две сделки по покупке сахарных заводов. Компанией были выкуплены 100% компании Южные горизонты и 100% компании «Русский Сахар», владеющей более 70% акций ОАО «Никифоровский сахарный завод».

В январе 2011 года группа «Разгуляй» сообщила о приобретении 7,58% собственных акций у структур «Разгуляй-УКПРОС». Акции были сконсолидированы на дочернюю структуру группы – Razgouliay-Ukrros Group Limited.

Недавно стало известно, что Бийский сахарный завод (Алтайский край) пришел к банкротству, и единственным производителем этой продукции на территории азиатской России является Черемновский



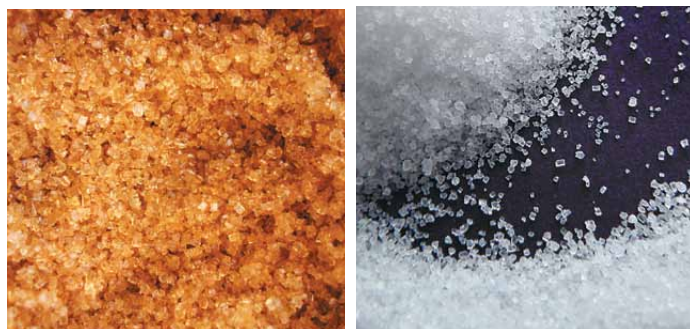
сахарный завод (ЧЗЗ), которым владеет крупнейший игрок российского сахарного рынка — ГК «Доминант». В настоящее время администрация Алтайского края ведет негласные переговоры с этой компанией о покупке Бийского завода.

В апреле 2011 года было принято окончательное решение о том, что предприятия, которые входят в Ейскую агропромышленную компанию «Маяк», будут переходить под контроль концерна «Покровский» из Ростова-на-Дону.

Таким образом, можно резюмировать, что рынок сахара остается конкурентным, являясь умеренно концентрированным.

### Импортёры

По расчетам DISCOVERY Research Group, российский рынок сахара на 68% формируется за счет внутреннего производства и на 32% зависит от импорта из Бразилии, Ку-



Лидирующим федеральным округом РФ по объемам производства белого свекловичного или тростникового сахара является Центральный федеральный округ.

бы, Аргентины, Гватемалы и Польши (зависимость от урожая тропического тростника – 30-40%). Однако в последние годы наблюдается увеличение пошлины на импорт сырьевого сахара в целях стимулирования и поддержки отечественного рынка.

Среди крупнейших импортёров можно выделить компании Acucar Alcool, Usina Caete, Bioenergia, Sucden, Kosan Industria. Наибольшая доля поставок приходится на компанию Acucar E Alcool – 19%, несколько меньше сахара импортируется предприятием Usina Caete – 7%. Общая доля указанных выше компаний составляет 50% от общего объема импорта в Россию.

По расчетам DISCOVERY Research Group, объем импорта сахарной продукции в Россию в 2010 году составил 1248 243 тыс. долл. в стоимостном и 2207 628 тонн в натуральном выражении. В то время как экспорт составил только 19 398 тыс. долл. в стоимостном и 26 640 тонн в натуральном выражении. Для сравнения, в 2009 году объемы поставок сахара в Россию составляли 57 344 тыс. и 134 772 тонн соответственно.

Доля экспорта составляет лишь 1% от произведенной в России сахарной продукции.

### Покупатели сладкого сырья

Потребление сахара населением составляет 50% от общего объема, в то время как на приобретение данного сырья предприятиями пищевой промышленности приходится около 30%. Другими сферами потребления саха-

Стремясь к  
Совершенству

№1 в мире



Контакты в Европе

CSM International  
Phone +49 421 35 02 200  
Fax +49 421 35 02 232

Контакты в России

СиЭсЭм Россия  
Email: info.russia@csmglobal.com  
Тел +7 495 22 88 092

E-mail: info.international@csmglobal.com  
www.csmglobal.com/worldwide



**ПРОДИМЕКС**

**Среди крупнейших игроков рынка можно выделить 5 ведущих компаний: агрохолдинги «Продимекс», «Русагро», «Веста-Доминант», «Разгуляй» и «Сюкден», на долю которых приходится 68% всех продаж в стране.**

ра являются: НоРеСа – 8%, институциональное потребление – 1% и непромышленное потребление – 1%. На долю прочих покупателей приходится около 10%.

По сравнению с прошлым годом, в 2011 году цены на сахар-песок значительно увеличились. На февраль этого года потребительские цены на сахар-песок составляли 44,28 руб. за кг, по сравнению с февралем 2010 года – 37,22.

Самый высокий уровень цен наблюдается в Дальневосточном ФО – 55,03 руб. за кг. Самый низкий – в Северо-Кавказском ФО – 42,67.

В региональном разрезе самый высокий уровень цен наблюдается в Чукотском автономном округе – 71,85 руб. за кг, Ненецком автономном округе – 63,79 руб. за кг, Хабаровском крае – 58,32 руб. за кг.

## Кто поддержит отрасль

В настоящее время сахарные заводы осуществляют модернизацию производства. Инвестирование в «сладкую» отрасль происходит по трем основным направлениям:

- расширение производственных мощностей;
- вложения в экологию – то есть максимальное использование отходов (или побочных продуктов) при выработке сахара;
- повышение эффективности производства за счет модернизации оборудования по переработке свеклы и повышения качества самого сырья.

По оценкам аналитиков, в 2010 году объем рынка в натуральном выражении составил 6954 780 тонн. Темп роста, по сравнению с 2009 годом, составил 10%. Согласно нашим прогнозам, в среднесрочной перспективе ожидается сохранение роста данного сегмента, однако темпы роста будут постепенно сокращаться.

Что касается структуры товарного предложения сахарной продукции, то лидирующим сегментом здесь является «свекловичный сахар-песок», доля которого составляет более 60%.

Согласно расчетам DISCOVERY Research Group, объем производства сахарной продукции в 2010 году составил 4773 792 тонны, по сравнению с 5047 473 тоннами предыдущего года. Таким образом, объем производства сахара за рассматриваемый период сократился на 5%.

С прошлого года в стране действует отраслевая целевая программа «Развитие свеклосахарного продкомплеса России на 2010-2012 годы», финансирование по которой в общей сложности составит около 60 млрд руб.

Посевы сахарной свеклы в 2010 году выросли почти на 40% в сравнении с предыдущими годами. Благодаря благоприятной конъюнктуре российской сахарной отрасли, в настоящее время активно ведется модернизация производства. Ожидается, что к концу 2011 года по производству сахара Россия сможет выйти на уровень продовольственной безопасности. В дальнейшем отрасль будет ориентироваться на экспорт. По оценкам экспертов, ожидается, что рост объемов сахарного рынка сохранится, вследствие чего также можно прогнозировать и соответственный рост цен. **КС**

## \* СПРАВКА:

Цены на сахар на мировом рынке снижаются третий месяц подряд, и эту динамику повторяют и российские цены.

Как сообщил ведущий эксперт Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР) Евгений Иванов, снижение началось со 2 февраля, когда цена сахара-сырца составляла 36,08 цента за фунт. К 13 апреля этого года она упала на 31% – до 24,79 цента. До начала февраля цена постоянно росла с мая 2010 года, когда она составляла 13 центов за фунт.

Вместе с тем Е. Иванов заявил, что февральский ценовой максимум не достиг вершин прошлых лет. Он напомнил, что пик 1980 года пришелся на 5 ноября и составил 44,8 цента, но самый высокий показатель был зафиксирован 20 ноября 1974 года – 65 центов за фунт.

По словам эксперта, «схлопыванию ценового пузыря способствуют хорошие новости сахарной промышленности Таиланда, Индии, Бразилии и других стран». Так, банк ABN Амро сократил оценку дефицита сахара на мировом рынке в 2011 году с 3 млн до 1,45 млн тонн. В целом рынок ожидает продолжения снижения мировых цен на основное сырье для производства кондитерских изделий в 2011-2013 годах, о чем свидетельствуют фьючерсы на соответствующие контракты – цена фьючерсов 2012 и 2013 годов ниже, чем в 2011 году.

Как заявил эксперт, российские цены повторяют траекторию мировых. За три месяца – с 14 января по 14 апреля 2011 года цены (базис – Краснодар) снизились с 36,2 руб. до 28,5 руб. за 1 кг.

«В случае нормализации ситуации на рынке нефти и отсутствия негативных новостей у крупнейших производителей сахара мировые цены на сахар в ближайшие месяцы, вероятно, продолжат снижение», – прогнозирует господин Иванов.

*ikar.ru*





### Бренд «Слад&Ко» удостоен золотой медали

11 апреля 2011 года в Москве состоялось ежегодное награждение наиболее успешных проектов в области создания и продвижения брендов на российском рынке – БРЕНД ГОДА / EFFIE 2010. Эта международная профессиональная награда в области построения брендов – самая значимая в России в сфере маркетинговых коммуникаций и единственная в нашей стране, которая имеет международное признание и лицензию Американской маркетинговой ассоциации (AMA).

Впервые в этом году звания самой перспективной марки в категории «Продовольственные товары» удостоен бренд «Слад&Ко». Успех «Слад&Ко» («Оркла Брендс Россия») обусловлен активным развитием бренда и высокой лояльностью потребителей.



**В. А. Тер-Израелян, генеральный директор «Оркла Брендс Россия»:** «Присуждение бренду «Слад&Ко» одной из самых авторитетных мировых наград в сфере эффективных маркетинговых коммуникаций – звания БРЕНД ГОДА / EFFIE 2010 – это несомненное признание и наивысшая оценка профессиональным сообществом общей маркетинговой стратегии нашей компании в продвижении продукции на кондитерском рынке. Но мы не останавливаемся на достигнутом и в 2011 году продолжим работу как над укреплением бренда «Слад&Ко», так и по продвижению других ведущих брендов портфеля объединенной компании «Оркла Брендс Россия». Нам важно не просто создать бренд и представить его на рынке, но и заслужить доверие этого рынка».

При выборе лучших брендов в 33 категориях товаров профессионалы оценивали различные характеристики и свойства продуктов, соотношение цены и качества, мас-

штабы присутствия на рынке, отзывы со стороны покупателей. Среди участников конкурса в этом году такие известные бренды, как Nissan, Renault, МТС и многие другие. А ранее победителями в категории «Продовольственные товары» становились бренды Milka, Raffaello, «Аленка».

*Департамент по связям  
с общественностью  
КФ им. Н. К. Крупской*

### Компания ОАО «Хлебпром» запустила Microsoft Dynamics AX в Екатеринбурге

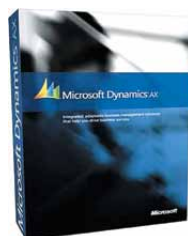
Компания ОАО «Хлебпром» начала тиражирование учетной системы Microsoft Dynamics AX в своем екатеринбургском подразделении.



Таким образом, закончен первый этап масштабного проекта по интеграции информационных потоков ОАО «Хлебпром» в единую информационную систему корпоративного управления, о запуске которого компания объявила летом 2010 года.

**Директор по ИТ компании «Хлебпром» Владимир Зажигин** сообщил: «В настоящее время в «Хлебпром» полным ходом идет реализация очередного этапа проекта по внедрению Microsoft Dynamics AX. До конца 2011 года мы планируем перевести все наши филиалы на работу в новой системе». Результатом проекта станет создание единой базы данных, что позволит руководству компании получать релевантную информацию, отражающую состояние дел во всех бизнес-единицах организации.

Microsoft Dynamics AX – многофункциональная система управления ресурсами предприятия класса ERP. Microsoft Dynamics AX охватывает все области менеджмента средних и крупных компаний: финансы, дистрибуцию, производство, средства бизнес-анализа, управление персоналом. Практика наиболее успешно действующих предприятий, как в России, так и во всем мире, демонстрирует преимущества применения технологий Microsoft Dynamics AX в управлении бизнесом.



*Информкондитер*

interpack®

PROCESSES AND PACKAGING

Дюссельдорф,  
Германия  
12–18 мая 2011

# ОТКУДА МЫ ЗНАЕМ О ВАШЕМ УСПЕХЕ В МАЕ 2011?

ИЗ ОПЫТА.

Вас ждут идеи и  
инновации!

[www.interpack.com](http://www.interpack.com)



000 «Мессе Дюссельдорф  
Москва»  
123100, Москва  
Краснопресненская наб., 14  
Тел.: +7 (499) 259 77 29  
Факс: +7 (499) 256 67 89  
PikulevaE@messed.ru  
[www.messe-duesseldorf.ru](http://www.messe-duesseldorf.ru)

  
Messe  
Düsseldorf



## Новинки от Winkler

На проходящей с 12 по 18 мая выставке «Интерпак» в Дюссельдорфе фирмой «Винклер унд Дюннебир Зюсваренмашинен ГмбХ» (Winkler und Dünnebieber Süßwarenmaschinen GmbH) будут представлены решения, незаменимые для производителей сладостей.



На стенде компании можно будет увидеть новую конструктивную разработку могольной линии типа 562-В со следующими отличительными характеристиками:

- уменьшенная рабочая высота;
- вместо цепного транспортера лотков – система двойных шибберных балок (dual walking beam);
- отливочная машина в исполнении Easy-Clean для особенно быстрого перехода с одного продукта на другой.

Также производители кондитерских изделий смогут увидеть станцию холодной штамповки изделий из шоколада, в составе которой имеются:

- узел группировки форм;
- двухпозиционная штемпельная станция (одновременная штамповка двух форм);
- узел разгруппировки форм, замкнутый цикл транспортировки форм;
- система приводов и управления ими от Rockwell (Allen Bradley).

Другой экспонат стенда компании «Винклер» – отливочная станция типа 372.95 для дозирования шоколадных и различных начиночных масс в исполнении Easy-Clean. Данная техническая разработка как нельзя лучше отвечает постоянно растущим требованиям кондитерской промышленности в отношении гигиены и быстрого перехода на другой продукт. Подобные системы в различных модификациях уже неоднократно рекомендовали себя на производстве.

На стенде компании можно будет увидеть также новую конструк-

тивную разработку экструдера для экономичной формовки жгутов из высоковязкозных масс с особенно высокой производительностью и лабораторную отливочную машину в исполнении Easy-Clean.

Кроме того, сотрудники компании продемонстрируют запатентованный совместно с фирмой Pfeiffer + Langen и TU Dresden метод отливки продуктов из масс с низкой вязкостью способом One-Shot на лабораторной отливочной машине производства фирмы WDS с последующей дегустацией продуктов.

На протяжении всего периода прохождения выставки наши специалисты из отделов сбыта, конструирования, сервиса, а также технологи нашей лаборатории готовы ответить на все Ваши вопросы в зале 3 на стенде 3 С 07. **□**

*Компания: Winkler und Dünnebieber Süßwarenmaschinen GmbH (WDS)*

*Винклер унд Дюннебир  
Зюсваренмашинен ГмбХ*

*Рингштрассе 1 – 56579  
Ренсдорф  
тел.: 0049/2634-9676-200,  
факс: 0049/2634-9676-269*



## Приморские пекари не справляются с налогами и тарифами

Старейшее частное хлебопекарное предприятие Приморья – ОАО «Пекарь и К», обеспечивающее продукцией около 20 тыс. человек, в середине апреля прекратило выпуск хлеба.

Завод вынужден был остановить производство из-за отсутствия запасов сырья и многомиллионных долгов. **Генеральный директор предприятия Аркадий Кузнецов** не исключает варианта полной оста-

новки завода, если акционеры не захотят вкладываться в производство. Эксперты полагают, что в подобную ситуацию вскоре могут попасть другие хлебопекарные предприятия края. По их мнению, при современной тарифной и налоговой политике этому сектору малого и среднего бизнеса не удастся успешно развиваться в крае, не потеряв в качестве продукции.

Производство хлеба оказалось нерентабельным из-за затрат на его изготовление и отпускных цен, рост которых хлебопеки долгое время сдерживают под предлогом «социальной ответственности». «У предприятия сейчас нет средств на мо-

дернизацию. Печи стоят по 40 лет. В течение 2010 года мы ни разу не поднимали цену на хлеб, несмотря на то что сырье постоянно дорожало, а налоги росли. Тем самым мы потеряли порядка 4,5 млн руб. собственных средств. Сейчас предприятие должно поставщикам за муку и мазут. В данной ситуации завод находится в подвешенном состоянии», – рассказал господин Кузнецов.

По его словам, сумма долгов перед поставщиками составляет порядка 6,5 млн руб. Столько же необходимо для модернизации предприятия. «Дальнейший ход событий полностью зависит от акционеров компании. Скорее всего, часть долгов при-

дется покрывать средствами, вырученными за продажу имущества завода – магазинов и свинофермы. Однако если удастся найти деньги на модернизацию – завод снова оживет», – добавил господин Кузнецов.

В Дальневосточной ассоциации производителей муки, хлеба и кондитерских изделий уверены, что завод еще можно спасти. «Сейчас коллеги по бизнесу прилагают усилия, по мере возможностей помогая заводу с сырьем, чтобы не прекращался выпуск хлеба. Пока завод не законсервирован, спасти его можно», – рассказал **заместитель председателя правления ассоциации Алексей Казаков**.



В ассоциации прогнозируют, что к 2016 году, если ситуация с налогом и ростом энерготарифов не изменится, в крае останется лишь около 100 легальных пекарен. «Всего в Приморье сегодня зарегистрировано 250 пекарен. В некоторых городах края нелегальные занимают до 30-40% объема рынка», – добавил господин Казаков.

По его словам, сегодня вся отрасль в целом переживает крайне непростые времена. «В прошлом году в отношении хлебопекарных предприятий действовала льгота на электроэнергию, по возмещению части затрат, однако в этом году в бюджете она не предусмотрена. Прямого указания со стороны государства удерживать цены на хлеб сейчас нет. Однако из опыта прошлых лет хлебопеки вынесли, что их бизнес должен нести социальную ответственность. Поэтому представители отрасли привыкли работать с рентабельностью, близкой к нулю», – отметил собеседник.

В конце марта, по словам господина Казакова, ассоциация подготовила документ с предложениями в адрес региональной власти рассмотреть возможность снижения энерготарифа (для хлебопекарных предприятий его рост в этом году составил 20-21%), решить вопрос о налогообложении (в связи с ростом ЕСН налоговая нагрузка на отрасль увеличилась) и «навести порядок на хлебопекарном рынке». «За прошлый год хлебопекарная отрасль Приморья перечислила в бюджеты всех уровней порядка 390 млн руб. А есть и недобросовестные игроки, которые на налогах экономят. Наведение порядка на рынке позволит выжить тем предприятиям, которые несут социальную нагрузку и обеспечивают хлебом население», – добавил господин Казаков.

**Директор ООО «Славянский хлеб» Сергей Прищепин** на круглом столе, посвященном проблемам отрасли, выразил мнение, что для успешной работы хлебопекам придется пойти на нарушение трудового законодательства, а цена на хлеб



в 2011 все равно будет расти. «Цена муки поднялась на 70-80% по сравнению с августом 2010, с января 2011 года почти на 20% повысилась стоимость электроэнергии. Единственный способ снизить цену хлеба для нас – пойти на нарушение трудового законодательства. То есть остается изменить режим труда и отдыха сотрудников, снизить им зарплаты, а часть работников вообще сократить. В противном случае пекари просто разорятся», – отметил господин Прищепин.

По словам **Эльвиры Гажа, начальника отдела по связям с общественностью ОАО «Владхлеб»** – одного из крупнейших производителей хлебобулочных изделий во Владивостоке, сегодня даже крупные компании столкнулись с теми же проблемами, которые испытывают и остальные игроки рынка – рост наценов и тарифов, дорогое сырье, высокая стоимость модернизации.

Экономисты полагают, что мелкому и среднему бизнесу скоро совсем не останется места на рынке услуг.

«КоммерсантЪ»



### Компания «ABK» готова к всплеску продаж накануне празднования Пасхи

Основным событием апреля, влияющим на потребительское поведение, является празднование самого важного христианского праздника – Пасхи и окончание Великого поста.

К этому событию компания «ABK» выпустила специальный праздничный набор, а также подготовила нестандартные акции в рознице для потребителей своей продукции. Рассказывает **директор по продажам в Украине компании «ABK» Роман Бабец**: К празднику Воскресения Христова компанией «ABK» впервые был разработан яркий праздничный набор, объединяющий в себе 5 видов шоколадных и желеино-жевательных конфет – «Пасхальное ассорти». В набор входят конфеты с оригинальными нежными начинками – с шоколадными кусками, сгущенного молока и фруктов – на любой выбор. Еще одно преимущество «Пасхального ассорти» – эффектная упаковка из качественного картона со специальным праздничным дизайном. Набор был уместен как на праздничном столе, так и в качестве подарка. Компания будет поддерживать свою продукцию в рознице в праздничный период и другими мероприятиями.



Недавно закончилась наша масштабная рекламная кампания на телевидении, основной целью которой было донести до потребителя информацию о гарантированно высоком уровне качества продукции «ABK». Сейчас пришло время весенней бонусной программы для линейной розницы, а с середины апреля в наиболее посещаемых торговых залах формата супермаркет и гипермаркет стартовала акция «Волшебные весы «ABK»».

Суть акции заключается в том, что с 15 апреля по 5 мая в отделах продаж весовых конфет более чем 50 супермаркетов Украины установлены промостойки с яркими весами, издавна заметными для посетителей магазинов. Покупая установленное количество весовых конфет «ABK», потребитель сможет взвесить их и получить ценный приз – на него «укажет» стрелка весов.

Безусловно, компания позаботилась о том, чтобы предложить соблюдающим пост потребителям широкий выбор сладостей – не столько как удовольствие, сколько как элемент сбалансированного и высокоэнергетического питания. Ассортимент постной продукции «ABK», не содержащей в своем составе молочных и животных жиров, а также яйцопродуктов, достаточно велик – около 40 наименований. Все они одобрены митрополитом УПЦ Иларионом к употреблению в дни Великого поста.

Среди постной продукции – шоколадные конфеты «Белочка Шалунья», «Трюфель Оригинальный», «Гулливвер», «Чернослив в шоколаде», желеино-жевательные «Жувилэнд», «Желешка», «Клубжеле», «Черный шоколад «ABK» без сахара», печенье «Овсяное» без сахара, «Пшеничное с корицей» и др.



Компания «ABK» готова к повышенному спросу на кондитерские изделия в праздничные и предпраздничные дни. Интересными и потенциально востребованными в весенне-летний сезон сотрудники компании считают новинки «Декорель», «Королевский шарм со вку-

сом кокоса», «Мадам Трюффо», которые расширяют ассортимент популярных шоколадных конфет «ABK». Также вскоре в продаже можно будет увидеть оригинальные конфеты «Мистер пудинг», по консистенции корпуса которые не имеют аналогов на украинском рынке.

Внимания даже самой требовательной аудитории – бдительных мам – достойны новинки «ABK» в категории желеино-жевательных изделий с исключительно натуральными ингредиентами. Например, конфеты «Желевика» созданы на основе пектина с добавлением фруктового сока.

Сегмент экзотизации и мучных кондитерских изделий расширится такими новыми продуктами «ABK», как подушечки «Бубочки», трехслойное глазированное печенье «Молочное со сгущенкой» и др.

Все новинки объединяет традиционно высокое качество продукции «ABK» и особенный нежный вкус.

Информкондитер



### «Баян Сулу» переименовала известные с детства конфеты

Костанайская кондитерская фабрика изменила названия привычных с детства конфет. Авторские права на «Красную шапочку», «Мишку на Севере» и другие популярные с советских времен сладости принадлежат российским кондитерам. Об этом рассказали в руководстве Костанайской кондитерской фабрики.

**Директор по общим вопросам АО «Баян Сулу» Александр Пыльский** объяснил, что для отечественного производителя Таможенный союз сделал российский рынок более привлекательным. Однако отечественные конфеты оказались в РФ вне закона. Известные с советских времен названия сладостей там зарегистрированы и имеют правообладателей. Поэтому костанайские кондитеры приняли решение сменить названия популярных конфет.

«Мы поставляли «Мишка косопалый», теперь мы, естественно, провели редизайн, сделали его более ярким, интересным. «Лесные жители» – конфета, которая поставляется нашим потребителям в России. Называлась «Красная шапочка» – хорошо известная и оригинальная у нас упаковка, этикетка нам очень нравится, мы развернули ее и назвали «К бабушке», – рас-

сказал господин Пыльский. На обертке конфет «Мишка косопалый» вместо четырех медведей остались два. Изображение Красной шапочки и Кота в сапогах стало крупнее. А у «Мишки на севере» исчезло северное сияние. Рецепт конфет при этом остался прежний, заверил А. Пыльский. Продавцы говорят, что покупатели с пониманием отнеслись к переменам. Конфеты меньше брать не стали. Пока идет адаптационный период, новые названия на казахстанском рынке будут существовать параллельно со старыми.

tengrinews.kz

### Казахстанские кондитеры уходят от «Азия Сахар»

Казахстанские кондитеры в поисках нового поставщика сахара. Как рассказала президент Ассоциации кондитеров Казахстана Лариса Константиныди, производители конфет не смогли договориться с казахстанским сахаропроизводителем АО «Азия-сахар» и вынуждены искать поставщиков за рубежом.

По данным Ассоциации кондитеров Казахстана, покупка сахара за пределами Казахстана обойдется дешевле на 200-300 долл. с тонны.

«Мы сейчас вынуждены заниматься поиском поставщиков за пределами Казахстана и вместо того, чтобы заниматься развитием казахстанского содержания, будем развивать сахарные предприятия других стран. Главное сейчас – найти серьезного поставщика, с которым можно работать», – поясняет президент ассоциации.

Сейчас кондитерские компании в поисках поставщика рассматривают все страны СНГ. По словам г-жи Константиныди, на Украине, Молдове и Беларуси сахар значительно дешевле с учетом транспортировки и со всеми дополнительными расходами.

«Наш производитель сахара не прислушался ни к мнению бизнес-сообщества, ни к ассоциации кондитеров, ни к АО «Рахат», ни к производителям соков, ни к производителям мучного кондитерского производства. И не пошел на наши условия», – говорит она.

После стартовавшего в начале недели восходящего тренда в основной группе продовольственных товаров, во вторник рынок продемонстрировал откат. Резкое падение нефтяных и других сырьевых котировок оказало поддержку рынку сахара, а ожидания трейдеров, связанные с задержкой начала полевых работ в Бразилии, не оправдались, и майские фьючерсы на сахар-сырец снизились до уровня трехнедельного минимума – 25,58 цент/фунт (-1,8%).

Напомним, в начале года правительство решило выработать согласованную позицию кондитеров и Ассоциации по производству сахара и сахарной свеклы об установлении приемлемых цен.

kursiv.kz



ПЛАН - ГРАФИК СЕМИНАРОВ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ РУКОВОДИЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ на 2011 год

Заявки на участие в семинарах принимаются по телефонам Учебного Центра: (812) 312-38-31, (812) 570-64-41, т/ф (812) 312-38-57, т/ф (812) 325-98-96, 314-36-61 e-mail: info@hlebspb.ru; приемная ректора (812) 314-53-22, т/ф (812) 314-18-45, e-mail: rector@hlebspb.ru; бухгалтерия (812) 312-43-22, http://www.hlebspb.ru

КАТЕГОРИЯ СЛУШАТЕЛЕЙ	МАЙ	ИЮНЬ	СЕНТЯБРЬ	ОКТАБРЬ	НОЯБРЬ	ДЕКАБРЬ
Руководители и собственники предприятий, топ-менеджеры		06-10 Санкт-Петербургский международный Форум пищевиков России «Пищевая промышленность – приоритетная отрасль экономики России»				
Технические директора, гл. инженеры, гл. механики		06-10 Санкт-Петербургский международный Форум пищевиков России «Пищевая промышленность – приоритетная отрасль экономики России»	12-15 «Метрологическое обеспечение производства пищевой продукции» Повышение квалификации (модульное обучение)	24-27 «Актуальные вопросы технического перевооружения хлебопекарных предприятий» Повышение квалификации (модульное обучение)  10-14 «Современные методы и средства теплотехнических и аналитических измерений» Повышение квалификации (модульное обучение)	14-17 «Новейшие разработки компаний Санкт-Петербурга для предприятий хлебопекарной и кондитерской промышленности» Повышение квалификации (модульное обучение)  14-17 Научно-техническая конференция «Метрологическое обеспечение производства и испытания пищевой продукции»  16-18 «Основы автоматизации технологических процессов и производств» Повышение квалификации (модульное обучение)	
Коммерческие директора, руководители служб маркетинга, сбыта и специалисты служб закупок		06-10 Санкт-Петербургский международный Форум пищевиков России «Пищевая промышленность – приоритетная отрасль экономики России»  20-24 «Управление государственными и муниципальными заказами» Повышение квалификации (модульное обучение)			14-18 «Организация работы на предприятии в области стандартизации, технического регулирования, оценки соответствия и государственного надзора» Повышение квалификации (модульное обучение)	12-16 «Обособленности сбыта хлебопекарных и кондитерских изделий. Маркетинг, продажи, логистика» Повышение квалификации (модульное обучение)  12-17 «Управление государственными и муниципальными заказами» Повышение квалификации (модульное обучение)
Руководители и специалисты технологических служб (начальники ПТЛ, главные технологи, технологи), руководители и специалисты отделов менеджмента качества		06-10 Санкт-Петербургский международный Форум пищевиков России «Пищевая промышленность – приоритетная отрасль экономики России»		10-13 «Производство хлебопекарных изделий. Сырье, технологии, оборудование, упаковка» Повышение квалификации (модульное обучение)  10-14 «Контроль безопасности и качества пищевой продукции. Требования к организации работ в лаборатории» Повышение квалификации (модульное обучение)		
Начальники ПТЛ, инженеры-химики, химики-аналитики пищевых производств	16-20 «Метрологическая аттестация испытательного оборудования и калибровка средств измерений» Повышение квалификации (модульное обучение)  17-20 «Контролируем качество» Лабораторный тренинг	20-24 «Организация работ по стандартизации и сертификации на предприятии. Оценка соответствия продукции» Повышение квалификации (модульное обучение)  20-24 «Управление качеством продукции на пищевых предприятиях. Система менеджмента качества. Система Повышение квалификации (модульное обучение)		10-14 «Контролируем качество» Лабораторный тренинг		12-15 «Контролируем качество» Лабораторный тренинг
Руководители и специалисты предприятий малого и среднего бизнеса, выпускники средних и высших учебных заведений (бакалавры, магистры, специалисты) без опыта работы		06-10 Санкт-Петербургский международный Форум пищевиков России «Пищевая промышленность – приоритетная отрасль экономики России»			Переподготовка, опережающее обучение, стажировка	
Руководители среднего управленческого звена (начальники производств, цехов)	16-19 Школа мастеров «Хлебопекарное и кондитерское производство» (модульное обучение)		12-15 «Современные требования по организации производства на пищевых предприятиях» Практический семинар		14-17 Школа мастеров. «Кондитерское и хлебопекарное производство» (модульное обучение)	12-15 Мастер-класс: «Пасхальные кексы и куличи»
Начальники, микробиологи и специалисты лабораторий, отделов контроля качества пищевых производств	16-27 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)		12-23 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)	10-21 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)	14-25 «Микробиология пищевых производств. Микробиологический контроль. Организация и лицензирование микробиологических лабораторий» Повышение квалификации (модульное обучение)	12-17 «Технология пивоваренного производства. Теория и практика дегустации пива» Повышение квалификации (модульное обучение)



ВЫСТАВКИ

MVK

www.mvk.ru



ufi  
Approved  
Event



FEFCO

PAC



# РОСУПАК

на правах рекламы

# 16

## МЕЖДУНАРОДНАЯ специализированная выставка

# 14–18 июня

# 2011

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»,  
павильон 1

### Главная упаковочная выставка России и Восточной Европы

Контакты дирекции:

Тел. +7 (495) 925-34-81, E-mail: knv@mvk.ru

**www.rosupak.ru**

Организатор:  
ЗАО «Международная  
Выставочная  
Компания»

**MVK®**  
Международные  
выставки

Под патронатом:  
Правительства Москвы  
Торгово-промышленной  
палаты РФ



При поддержке:  
Московской торгово -  
промышленной палаты



Генеральные  
информационные спонсоры:

TARA  
I UPAKOVKA



РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЗАО «МВК»: **МВК УРАЛ:** (343) 371-24-76, **МВК ВОЛГА:** (843) 291-75-89



Quality Brands for the Global Baking

BAKEMARK

MEISTERMARKEN

CARELS  
FRUIT FOR FOOD

Molco

PRODUITS  
MARGUERITE

Ulmer Spatz

CARAVAN  
INGREDIENTS

Brill

Bender-Iglauer  
Backmittel GmbH

Baker & Baker

Lactofil

WESTCO



Kate's  
Cakes

Boeson-  
Trennwax®

СиЭсЭм Россия, Т +7 (495) 22 88 092, E [info.russia@csmglobal.com](mailto:info.russia@csmglobal.com), I [www.csmglobal.com/worldwide](http://www.csmglobal.com/worldwide)