



20%

Потребление шоколада в России к 2014 году сократится на 20% по сравнению с 2013 годом



17%

Общий объем импорта калифорнийского миндаля в Россию в 2013 году вырос на 17% по сравнению с 2012 годом



30%

Калорийность диетических вафель на 30% ниже, чем обычных

издается с сентября 2004 г.

www.sfera.fm

№4 (51) 2013

хлебопечение/

кондитерская сфера

Американский пирог:

Российская версия

6



20



26



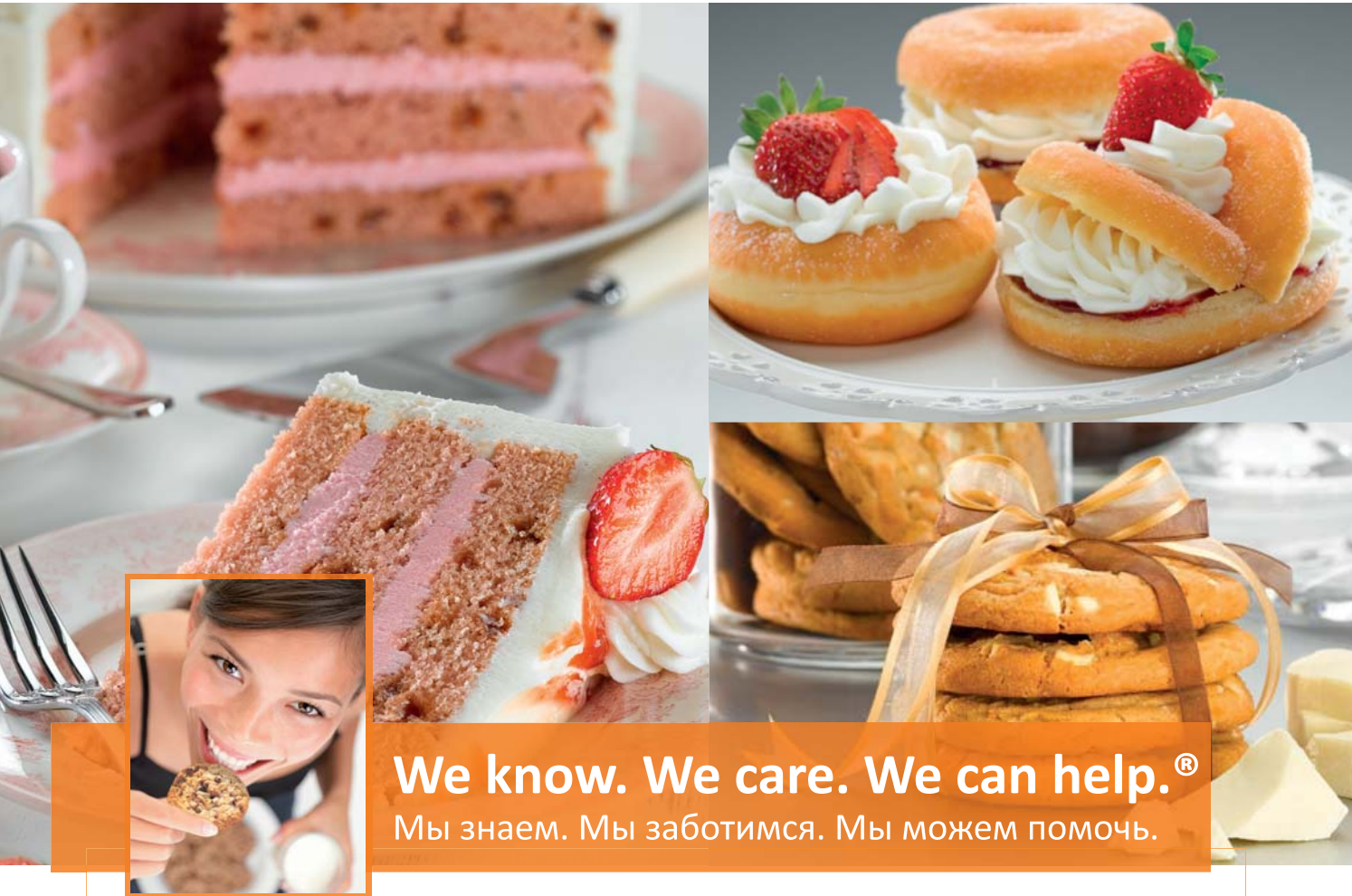
30



50



Dawn[®]
FOOD PRODUCTS, INC.



We know. We care. We can help.®
Мы знаем. Мы заботимся. Мы можем помочь.

Почему Dawn Foods лучший партнер для Вас:

- Мы **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** американская компания и только именно мы производим **НАСТОЯЩИЕ** американские лакомства
- Dawn Foods любимый всей Америкой производитель смесей для донатов, маффинов, куки, брауни, морковных пирогов, чизкейков, а также различных начинок
- Dawn Foods – сертифицированный поставщик большинства мировых сетей-лидеров розничной торговли и общепита
- Мы помогаем разработать и запустить в производство любой ассортимент сладкой выпечки, тортов, десертов
- В ассортименте как 100% премиальные смеси для HoReCa, так и концентраты для крупных производств

Более того:

- Обсуждаются варианты поставки готовой продукции Private Label (Ваша собственная торговая марка) в индивидуальной упаковке
- Вся продукция идеальна для замораживания и длительного хранения (до 1 года) БЕЗ потери вкуса и качества
- Профессиональная Технологическая поддержка как российских, так и зарубежных технологов
- Для крупных клиентов организуем семинары и обучение на площадках по всему миру

Будем рады сотрудничеству!

Телефон для связи: **8 495 788 48 49** и **495 788 48 51**

www.dawnfoods.ru

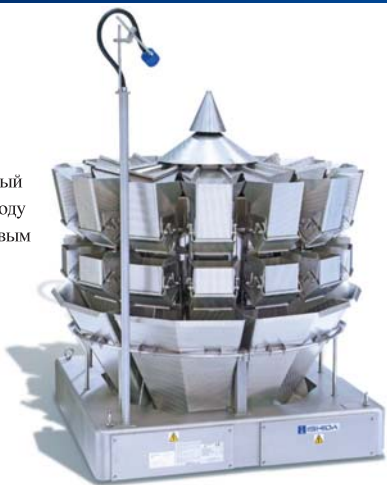


Ежедневно более чем
2 000 000 000
упаковок
взвешиваются
на мультиголовочных
дозаторах
ISHIDA



Intelligent Multiheads

» Ishida изобрела первый в мире мультиголовочный дозатор в 1972 году и остается мировым лидером в производстве данного оборудования.



Не пропустите нас на выставке!

ЗАЛ
8.2
СТЕНД
82С90

Почти наверняка, когда вы садитесь обедать, мультиголовочные дозаторы Ishida участвовали в упаковке продуктов на вашем столе.

Не важно, работаете вы со свежими или замороженными, ломкими или сухими, твердыми или гранулированными продуктами, мы готовы предложить Вам широкий выбор дозаторов для увеличения скорости и сокращения потери продукта.

Благодаря увеличению эффективности производства, дозаторы Ishida окупаются менее, чем через 12 месяцев.

www.ishidaeurope.ru



Relax
it's
Ishida

ООО «Ishida Europe», 129164, Россия, Москва, Ракетный бульвар, 16.
Тел.: +7 499 272 05 36, Факс: +7 499 272 05 37. Email: info@ishidaeurope.ru



**ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖИРОВ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ
И ХЛЕБОПЕКАРНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Официальный дистрибьютор -
ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»
тел./факс: +7 47234 44959
www.efko.ru

содержание

компании	20
Компания с историей	20
форум технологов	Агар или пектин? 30



Донат – это не только еда, но и яркие эмоции! Его можно съесть и остывшим, при этом изделие не будет иметь неприятного запаха и привкуса масла. В идеале, конечно, его рекомендуется подогреть, что можно сделать и в духовке, и в микроволновке. Причем хороший донат можно разогревать даже несколько раз, и это не отразится на его качестве.

6

тема номера	Американский пирог: российская версия	6	отрасль /события и факты	новости	34
собственники	«Поиск новых путей облегчает жизнь!»	16	производство /оборудование	Оборудование для мини-пекарни. Как сделать правильный выбор?	38
компании /крупным планом	Компания с историей	20		Печи для максимально быстрого результата	45
в полях	«К каждой встрече необходимо тщательно готовиться»	26		Меньше энергии, больше муки	48
/форум технологов	Агар или пектин?	30		Упаковка изделий из слоеного теста без брака	50
отрасль /события и факты	SIGEP 2014. Продвижение выставки непромышленных кондитерских изделий	32		Гигиене персонала – персональное внимание!	52
				Инновационные проекты RONDO на IBIE	54



ЭФФЕКТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧЕНЬЯ

Система отсадки, экструзии и струнной резки V60

Разработана для единичной, двойной или тройной отсадки, а также струнной резки и отсадки методом экструзии.

- ▶ экструзионная головка позволяет работать как с полужидкими, мягкими, так и очень плотными видами теста, с шоколадными начинками для конфет и даже с продуктами с низким содержанием жира
- ▶ сокращенное расстояние между запиточным роликом и насосами обеспечивает бережную обработку теста и точность веса продукта по всей рабочей ширине
- ▶ простота в управлении и быстрая перенастройка гарантированы благодаря сервоприводной системе зажимов для насосных групп

содержание

производство	38
Вкусная польза	62
ингредиенты	Секреты стабильного качества 72



Традиционные американские кондитерские изделия – маффины, пончики, брауни, морковные пироги, чизкейки – уже давно полюбились многим потребителям в России и прочно заняли свое место как на полках магазинов, так и в меню ресторанов и кафе.

62

производство /оборудование	Индустриальная жарка по-домашнему на линиях HOJA	56	производство /ингредиенты	Новый подход к оценке твердости кондитерских жиров	70
/события и факты	Новости	58		Секреты стабильного качества	72
	В ногу со временем и тенденциями	60	женские правила	«Главные события жизни еще впереди!»	78
/сырье	Вкусная польза	62			
/ингредиенты	Технологичность и функциональность маргаринов «СолПро» – гарантия качества кондитерских изделий	68			

хлебопечение/ кондитерская сфера

№4 (51) 2013

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 СМИ № ФЧ77-46400 от 31 августа 2011г.

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

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Заместитель Генерального директора по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm

Директор по продажам и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm
Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm

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

Корректор,
литературный редактор:
Анна Соколова
korrektor@sfera.fm

Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 5 раз в год.

Использование информационных и рекламных материалов журнала возможно только с письменного согласия редакции.

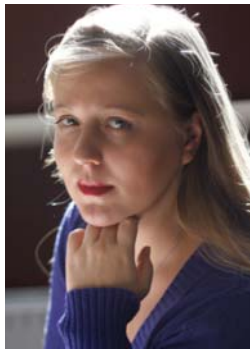
Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

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

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 13.09.13. Тираж: 5000 экз.





Ближе к американской мечте?

Российский рынок кондитерских изделий необычайно насыщен, причем не только традиционной продукцией местных производителей. Сегодня в любом супермаркете, булочной или пекарне можно приобрести выпечку, исторической родиной которой является Европа или Америка.

О европейской выпечке наши потребители знают достаточно много. Вряд ли я ошибусь, если скажу, что среди россиян едва ли есть люди, никогда не пробовавшие круассаны, штрудели, эклеры или профитроли. Об американских же кондитерских изделиях нашим соотечественникам известно гораздо меньше. Хотя нет, не совсем так. Все россияне знают, что такое гамбургеры; имеют представление о том, что представляют из себя маффины, донаты или чизкейки. Однако многие ли из нас знают, какими на вкус должны быть данные продукты в оригинале? Наверное, нет.

В этом номере мы решили поговорить о перспективах сегмента американской выпечки в России с людьми, которые являются профессионалами в этом вопросе. И они рассказали нам очень много интересного, чем мы и спешим с вами поделиться.

Редактор журнала
«Кондитерская сфера/хлебопечение»
Елена Максимова



Тема номера

АМЕРИКАНСКИЙ ПИРОГ: *русская версия*

В качестве наполнителей для печенья кукис используются
дорогие ингредиенты: клюква и белый шоколад,
различные цукаты.



Гость:

Борис Нотариус,
генеральный директор
компания Dawn Foods Rus



Беседовала:

Елена Максимова

Россия еще со времен Петра I завоевала репутацию страны, открытой для экспериментов – особенно гастрономических. Наши соотечественники и сегодня готовы пробовать новые продукты и осваивать различные мировые кухни, в том числе по части кондитерских изделий. О том, как на российском рынке появилась американская выпечка, чем она отличается от отечественных аналогов, а также о продвижении данного сегмента расскажет генеральный директор компании Dawn Foods Rus Борис Нотариус.

Борис, давайте вспомним, когда и какие американские кондитерские изделия впервые появились на российском рынке.

– Первым американским лакомством, которое попробовали тогда еще советские потребители, была «Пепси-Кола». Именно в тот момент произошло изменение сознания наших соотечественников: на закрытом рынке со скудным ассортиментом появилось нечто исключительно американское. И потребители сразу полюбили этот продукт.

Почему, на ваш взгляд, именно американская продукция так полюбилась жителям СССР?

– Америка у советских граждан ассоциировалась со свободой, и потребление продукции, произведенной в США, означало для них приобщение к этой свободе.

Первым американским лакомством, которое попробовали тогда еще советские потребители, была «Пепси-Кола».



«Ассортимент американских кофеен и кондитерских достаточно ограничен, но при этом все изделия, предлагаемые посетителю, всегда свежие и вкусные. А главное – у потребителей не возникает проблем с выбором, потому что весь ассортимент четко позиционирован».

Кроме того, американские бренды всегда были сильны своими легендами. Например, о том, как простые фермеры за несколько лет усердной работы превращаются в миллионеров, владельцев крупной международной корпорации. Вспомним, например, самых известных из них – братьев Дика и Мака Макдональдов, основателей сети ресторанов McDonald's. Кстати, именно открытие в начале 90-х годов прошлого века первого «Макдональдса» в Москве стало вторым знаковым событием в плане приобщения российских потребителей к американской кухне и, в частности, к выпечке.



НЕОС ИНГРЕДИЕНТС

www.neos-ingredients.ru



ЗАКВАСКИ И ХЛЕБОПЕКАРНЫЕ УЛУЧШИТЕЛИ

Используются при производстве хлеба и хлебобулочных изделий в качестве компонентов улучшающих вкус, структуру и внешний вид готовых изделий:

- ▶ стартовые культуры, сухие, жидкие и пастообразные закваски «Ernst Böcker GmbH & Co. KG» (Германия)
- ▶ Комплекс Глютен, Комплекс Солодовый (Россия)

Москва
+7 (495) 229 28 79
info@neos-ingredients.ru

Санкт-Петербург
+7 (812) 600 22 45
spb@emulgator.ru

Краснодар
+7 (861) 200 68 19
krasnodar@emulgator.ru

Алматы
+7 (727) 269 65 04
asia@emulgator.ru



Борис Нотариус:

Первый российский «Макдональдс» пользовался огромной популярностью как у жителей Москвы, так и у тех, кто приезжал в столицу из других городов: там постоянно были очереди, люди ходили туда семьями.

Такая популярность нового для наших соотечественников формата показала гибкость российского потребителя, его готовность пробовать новые виды продукции. Заметьте, даже частично изменить потребительские привычки жителей большинства стран с кухней, основанной на многовековых традициях, очень сложно. Даже самый качественный продукт, привезенный из другой культуры на те же европейские и американские рынки, вызывает протест у потенциальных покупателей. Россияне же еще с советских времен были открыты к экспериментам.

В итоге американские компании, поняв, что российский потребитель готов экспериментировать, стали выходить на рынок нашей страны.

Каким образом сегодня происходит реализация американской выпечки в России?

– Сегодня американская выпечка в нашей стране в основном распространяется через сетевые кофейни или точки быстрого питания.

А отличаются ли принципы позиционирования кондитерских изделий в России и США? В чем эти отличия?

– Отличаются. Российские предприниматели, как правило, пытаются сразить клиентов широким ассортиментом. Однако при всем разнообразии выбора потребитель не всегда может получить действительно свежую выпечку, изготовленную из высококачественного сырья.

Ассортимент же американских кофеен и кондитерских достаточно ограничен, но при этом все изделия, предлагаемые посетителю, всегда свежие и вкусные. А главное – у потребителей не возникает проблем



«Я бы не рекомендовал использовать слово «пончик». Американский продукт стоит называть донатом: для людей, помнящих пончики, это слово не вызовет негативных ассоциаций, а молодежь уже приучили к нему современные кафе и пекарни, а также американские фильмы».

с выбором, так как весь ассортимент четко позиционирован: одни продукты предназначены для людей, ведущих здоровый образ жизни, занимающихся спортом, другие – для сладкоежек, которые, например, очень любят шоколад. Название выпечки всегда подчеркивает ее особенность: двойной, тройной шоколад, пониженная калорийность и т. д. Таким образом, вся американская розница и HoReCa помогает потребителю сделать правильный выбор, при этом не вводя его в заблуждение. Также при позиционировании продукции американцы очень активно используют такой инструмент, как цвет, – он является идентификатором, по которому можно выбрать продукт на полке.

В умах некоторых россиян почему-то укоренилось мнение о том, что американцы едят ненатуральные продукты. Насколько справедливо это утверждение?

Донат даже в холодном виде при разламывании и надкусывании имеет воздушную, а не «резиновую», как пончик, текстуру. Качественный донат никогда не выпитывает много масла.

– Совершенно несправедливо. Как правило, в американских кондитерских изделиях присутствуют только качественные ингредиенты, за исключением выпечки, которая реализуется через самые дешевые заведения общественного питания.

Запах шоколада, который наполняет кофейню, получается путем подогревания натурального шоколада, а не за счет специальных ароматизаторов. То же самое можно сказать про запахи ванили и свежей выпечки. Ни в одном американском заведении не будет пахнуть пережаренным маслом и околоскондитерскими ароматами.

Что из американской выпечки наиболее популярно в России?

– Я бы отметил донаты. В нашей стране их многие все еще называют пончиками. С одной стороны, это правильно, особенно если говорить о подстрочном переводе. Но с точки зрения маркетинга и позиционирования донат и пончик все же разные продукты.

Пончик еще с советских времен ассоциируется с очень жирным мучным изделием, которое выпечено в несвежем масле и имеет условно круглую форму. Упаковка у пончиков тоже не самая изысканная: несколько штук непосредственно перед продажей загружается в полиэтиленовый пакет, куда засыпается сахарная пудра. В советское время более клиентоориентированные продавцы встряхивали пакет, чтобы пудра налипла на каждое изделие, менее любезные этого не делали – и потребитель, приходя домой, обнаруживал ничем не обсыпанные пончики и слипшийся сахар на дне пакета.

Конечно, продукт этот был достаточно съедобным, особенно в горячем виде, однако остывший пончик превращался в резиновую массу, запах и вкус которой нельзя было назвать приятными. Причем остывшее изделие разогревать было бесполез-



Некоторым продуктам

очень нужна



стальная лента Sandvik

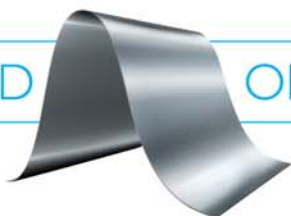


Благодаря плоской, гладкой поверхности и идеальным тепловым свойствам стальная лента Sandvik для тоннельных печей обеспечивает превосходную выпечку печений, крекеров, тортов, хлеба и многое другое. Добавьте исключительную простоту чистки для максимальной гигиены и несравненную долговечность, что дает высокую окупаемость, и Вы получите гарантированный рецепт Вашего успеха.

- Сплошные и перфорированные ленты для различных видов выпекаемых продуктов
- Только ленты или комплектные системы, включающие компактные узлы центровки ленты и графитовые планки
- Для легкой чистки плоской и гладкой поверхности есть приспособление Sandvik QuickCleaner
- Глобальная сервисная сеть бизнес класса, включающая консультирование и обучение

QUALITY BAKED

ON A SANDVIK STEEL BELT





Борис Нотариус:

но – его вкус от этого не становился лучше.

Донаты – несколько другой продукт. Это не только еда, но и яркие эмоции! Его можно съесть и остывшим, при этом изделие не будет иметь неприятного запаха и вкуса масла. В идеале, конечно, его рекомендуется подогреть, что можно сделать и в духовке, и в микроволновке. Причем хороший донат можно разогревать даже несколько раз, и это не отразится на качестве.

А главное, донат даже в холодном виде при разламывании и надкусывании имеет воздушную, а не «резиновую», как пончик, текстуру. Качественный донат никогда не впитывает много масла. Если изделие положить на салфетку, на ней не будет больших масляных подтеков.

Поэтому при продвижении данных изделий я бы не рекомендовал использовать слово «пончик». Американский продукт стоит называть донатом: для людей, помнящих пончики, это слово не вызовет негативных ассоциаций, а молодежь уже приучили к нему современные кафе и пекарни, а также американские фильмы.

Современный российский потребитель сможет сам по виду определить качественный донат?

– К сожалению, не всегда. Многие российские производители снижают себестоимость продукции в ущерб качеству. Ведь при изготовлении донатов важны многие факторы, касающиеся сырья, – даже место произрастания пшеницы! Не менее важно качество жира, в котором они жарятся. Обычные жиры не подходят, необходим специальный шортенинг – твердый жир, который при нагревании растапливается. Донаты впитывают масло, и использование некачественного жира может испортить вкус конечного продукта, даже если он изготовлен из качественного сырья.

Более того, правильно выбранный шортенинг впитывается гораз-



«Летом маффины с ягодами комнатной температуры очень нравятся покупателям, причем в таких изделиях используются цельные натуральные ягоды. Зимой, когда приятнее есть теплую пищу, маффины разогревают несколько секунд в микроволновке. В заведениях премиум-сегмента их перед подачей декорируют различными топпингами: сиропами, взбитыми сливками, свежими ягодами или фруктами».

до меньше, чем другие виды жиров, поэтому продукт получается более сухим.

Безусловно, стоимость качественных ингредиентов и жиров не всегда устраивает наших предпринимателей. Я не раз сталкивался с тем, что главные технологи различных предприятий на ассортиментном совете пробуют наши донаты, вкус им нравится, однако себестоимость не устраивают. Тогда они пытаются разбавить качественное сырье некачественным, создать похожую рецептуру из менее качественных ингредиентов. В итоге, даже если продукт визуально похож на то, что называется донатами в Америке и в кондитерских, где выпечка изготавливается по традиционным технологиям из качественного сырья, то на вкус он, к сожалению, абсолютно отличается от идеала.

Такой подход сильно ударяет по репутации как самого продукта, так и поставщиков качественного сырья для его изготовления. Потребитель, пробуя низкокачественную выпечку, которую производители выдают

за донаты, маффины или брауни, не понимает, за что он переплатил, ведь на деле маффины и брауни оказываются обычными бюджетными кексами, донаты – пончиками, а морковный пирог – простой коврижкой, на которую нанесли декор в виде морковки. В итоге производители говорят о том, что американская концепция не работает. А это не так.

Чему бы следовало поучиться российским производителям кондитерских изделий у американских?

– Многие наши представители кондитерской отрасли принимают губительные для своего бизнеса решения. Например, они пытаются любой ценой сохранить вес изделия: выпускают килограммовые торты, 120-граммовые плюшки, 800-граммовые кексы. А розница, особенно сетевая, диктует жесткие ценовые рамки. В итоге, пытаюсь сохранить вес и предложить минимальную цену, производители экономят на качестве сырья. Опытные технологи придают продукту достойный внешний вид, на который потребитель может



Неземное наслаждение



TURBOTEMPER®

Самая успешная система темперирования в мире.
Надёжно · качественно · экономически выгодно

SOLLICH



SOLLICH KG · фирма специализирующаяся в области шоколадных
и кондитерских изделий
Siemensstraße 17-23 · 32105 Bad Salzufflen · Германия
тел.: +49 52 22 950 - 0 · факс: +49 52 22 950 - 300
E-Mail: info@sollich.com · 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 · www.ohlert.com



Борис Натариус:

В отличие от донатов, маффины можно даже не греть, а просто поддержать на теплой полке от четырех до восьми часов.

обратить внимание. Но, попробовав изделие, он разочаруется в его вкусовых качествах и больше его не купит.

В Америке, как и в Европе, наоборот, идет тенденция снижения веса кондитерских изделий, десертов и выпечки, однако никто из производителей не экспериментирует с качеством сырья. Лакомства весом в 800 г, килограмм или 1,2 кг там изготавливаются только на заказ для конкретного мероприятия.

Еще одна ошибка – реализация несвежей выпечки. Свежая ночная и утренняя выпечка в идеале должна продаваться в течение дня. Наши же торговые предприятия реализуют ее даже на пятый, а то и на седьмой день, когда в Америке ее даже бесплатно бы раздавать не стали.

В США уже в конце первого дня реализации изделия продают с огромной скидкой, а если они остаются на следующий день, то их просто дарят бедным. И это при том, что маффины и донаты могут оставаться свежими достаточно долго – более трех суток.

Но согласитесь, Россия – большая страна со сложной логистикой, и быстро доставить продукцию из одного региона в другой зачастую невозможно!

Ответ прост: если по какой-либо причине ночную или утреннюю выпечку не получается доставить в точку реализации в первой половине дня, изделия нужно замораживать.

Меняется ли качество выпечки, если ее замораживать?

– Если полуфабрикаты изготавливаются из качественного сырья с соблюдением всех технологий, то выпечка несколько не теряет в качестве при заморозке. Так, срок хранения замороженных донатов без потери качества может достигать до 12 месяцев. Безусловно, предприятию, которое собирается заниматься реализацией замороженных изделий, нужны соответствующие условия: холодный склад с температурой –18 °С, организация рефперевозок. Однако при этом исключаются убытки, которые

предприниматель несет из-за возвратов нереализованной продукции.

Кстати, мы проводили дегустацию наших донатов из замороженных полуфабрикатов. И люди – даже специалисты отрасли – не могли их отличить по качеству от произведенных по стандартной технологии. Более того, есть категория потребителей, которые считают, что замороженные выпечные полуфабрикаты по вкусу луч-



«Настоящий кукис не должен быть идеально правильной формы. Печенье должно иметь корочку сверху и при этом быть практически сырым внутри».

ше выпеченных по стандартному циклу, так как при дефростации изделие «настаивается» и приобретает богатый вкус.

К замороженным полуфабрикатам у российских потребителей достаточно настороженное отношение, оно распространяется и на выпечку. Можно ли каким-то образом это отношение поменять?

– Вопрос в другом: нужно ли делать акцент на том, что выпечка произ-

ведена из замороженного полуфабриката? На мой взгляд, потребителю не всегда интересно, каким образом попадает к ним на стол тот или иной продукт. При условии, конечно, что изделие вкусное и качественное.

Такой подход предполагает некое лукавство, разве нет?

– Если речь идет о низкокачественном залежалом продукте, который внешне выглядит свежим и аппетитным, но не является приятным на вкус, то это, безусловно, обман потребителя. Если же изделие изготовлено из правильного сырья и с соблюдением всех технологических тонкостей глубокой заморозки, а при разморозке оно получается по вкусу и виду таким, будто его совсем недавно выпекли, потребитель примет этот продукт, и ему абсолютно не важны будут технологические детали.

Сегодня в кафе, ресторанах и в розничных магазинах все чаще можно встретить маффины. Эти кондитерские изделия тоже имеют американские корни?

– Да, и я бы назвал маффины второй по популярности американской выпечкой в России после донатов. Причем опять же, очень небольшой процент людей, даже специалистов кондитерской отрасли, знают, что такое настоящий маффин. Большинство наших технологов научились примерно повторять форму данного изделия, но, опять же, в целях экономии они используют дешевое сырье, поэтому изделий высокого качества у них не получается.

Качественный маффин почти не крошится и имеет густой приятный аромат ванили или шоколада. В отличие от донатов, маффины можно даже не греть, а просто поддержать на теплой полке от четырех до восьми часов. Кстати, летом маффины с ягодами комнатной температуры очень нравятся покупателям, причем в таких изделиях используются цельные натуральные ягоды. Зимой, ког-



КАК СОЗДАТЬ ГАРМОНИЮ?

— [ДОБАВЬТЕ МИНДАЛЬ!] —

Любители шоколада по всему миру единодушны – нет более интересного, волнующего и классического сочетания, чем миндаль и шоколад. Горький или молочный, цельный орех, марципан или лепестки – миндаль и шоколад – это всегда восхитительный дуэт для создания кондитерских шедевров.

Данные исследований лишь подтверждают это: 70% потребителей утверждают, что они больше любят шоколад с миндалем, чем шоколад без миндаля.*

Узнайте о том, как создать шоколадные изделия с миндалем на сайте www.almonds.ru.

*

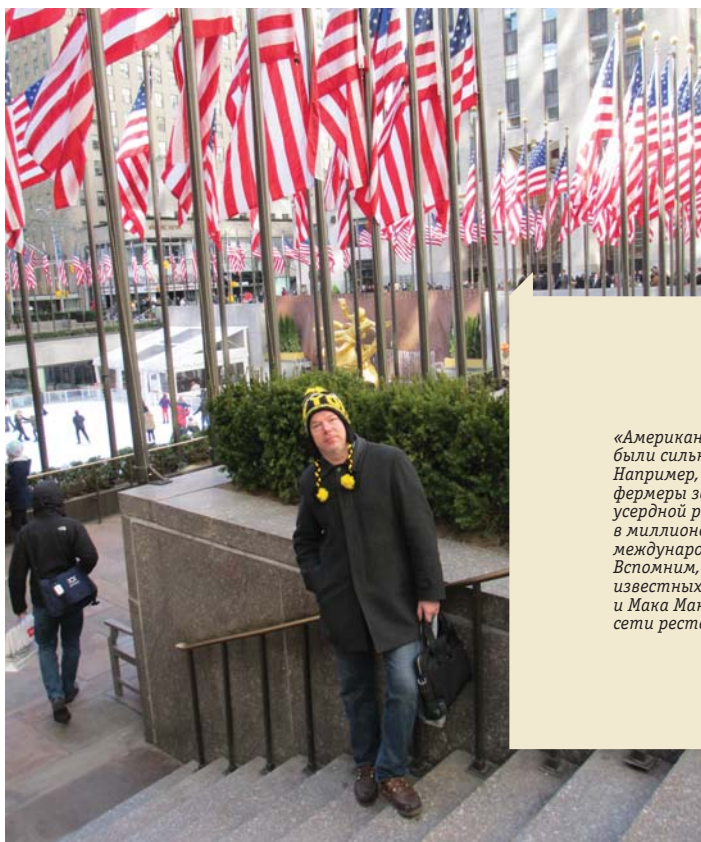
Доклад о состоянии мировой шоколадной отрасли (Global Chocolate Report), Sterling-Rice Group, 2013.

 **california
almonds®**
Совет Производителей
Миндаля штата Калифорния

Борис Нотариус:

В российских кондитерских можно встретить два вида псевдочизкейков: одни по вкусу и технологии приготовления напоминают сырники-запеканки с бортиком из бисквитного теста, другие являются подобием творожного или йогуртового крема.

Классические нью-йоркские чизкейки делаются исключительно на основе сыра «Филадельфия».



«Американские бренды всегда были сильны своими легендами. Например, о том, как простые фермеры за несколько лет усердной работы превращаются в миллионеров, владельцев крупной международной корпорации. Вспомним, например, самых известных из них – братьев Дика и Мака Макдоналдов, основателей сети ресторанов McDonald's».

да приятнее есть теплую пищу, маффины разогревают несколько секунд в микроволновке. В заведениях премиум-сегмента их перед подачей декорируют различными топпингами: сиропами, взбитыми сливками, свежими ягодами или фруктами.

Насколько я знаю, в Америке, как, впрочем, и во многих других странах, все более популярным становится направление здорового питания. Предлагают ли производители донатов и маффинов изделия для людей, стремящихся питаться правильно?

– Предлагают. Например, донаты с пониженным содержанием жира, маффины с цельным зерном, которые позиционируются как продукты к завтраку. Такие маффины, кстати, очень сытны за счет включения в них цельных злаков.

Будет ли, на ваш взгляд, подобная продукция пользоваться спросом в России?

– Мы планируем продвигать такие изделия в нашей стране, однако будем позиционировать их именно как нишевую выпечку.

Какие еще виды американских кондитерских изделий пользуются популярностью в нашей стране?

– Я бы назвал такие виды выпечки, как кукис, брауни, чизкейк и морковный пирог. Все эти изделия, к сожалению, в России иногда постигает та же судьба, что маффины и донаты. Например, под названием «кукис» в нашей стране продают любые виды печенья, начиная с овсяного.

Американское же печенье кукис имеет достаточно мягкую жующуюся структуру, оно не хрустит ни на зубах, ни в руках. С этой особенностью продукта связана определенная сложность вывода его на европейский и российский рынки. Дело в том, что наши кондитеры, как правило, достают из печи печенье, когда оно уже подсушено – именно подсушенность является критерием готовности. Аме-

риканские пекари, наоборот, считают кукис готовым, когда пятисантиметровая заготовка печенья расплзается до 12–15 сантиметров.

Настоящий кукис не должен быть идеально правильной формы. Печенье должно иметь корочку сверху и при этом быть практически сырым внутри.

В качестве наполнителей используются дорогие ингредиенты: клюква и белый шоколад, различные цукаты.

Морковный пирог и брауни являются менее раскрученной в России, но все же завоевывающей своего потребителя американской выпечкой.

За брауни очень часто выдается выпечка самого сомнительного качества, ведь чтобы изготовить нечто похожее на данное изделие, достаточно иметь квадратную форму для выпечки. Затем данная субстанция заливается глазурью и получает название «брауни».

Американский брауни имеет ярко выраженный вкус шоколада. Это очень калорийный десерт, порция которого, как правило, не превышает 60 граммов. В некоторых супермаркетах, где в кондитерском отделе есть свой продавец, брауни нарежется непосредственно на глазах потребителя на кусочки и упаковывается в коробку. Изделие также может продаваться штучно. Кстати, в магазинах США для детей из брауни даже делают нечто похожее на эскимо: на низывают его на палочку, декорируют небольшими драже, заворачивают в прозрачную пленку и обвязывают бантиком. За счет тяжелого теста изделие очень хорошо держится на палочке.

Морковный пирог – еще один классический американский десерт, который содержит вкрапления натуральной моркови и имеет интересный вкус, основанный на сочетании сладкого и несладкого. Классический морковный пирог покрывается кремом из сыра «Филадельфия» и декорируется сахарной мастикой в виде

Американская выпечка по сравнению с европейской технологически проще, для ее производства не требуется сложных технологий и много пространства.

моркови. Наши кондитеры, опять же в целях экономии, не используют такой дорогой ингредиент, как сыр «Филадельфия», а заменяют его более дешевым сырьем, и в итоге на выходе получается не морковный пирог, а совершенно другой десерт.

Однако больше всего из-за российских кондитеров пострадала репутация чизкейков. В отечественных кон-

и придает заведению определенный статус.

Несмотря на все перечисленные недостатки, выгодно ли заниматься производством и реализацией американских кондитерских изделий в России?

– Достаточно выгодно, ведь американская выпечка по сравнению с европейской технологически проще, для ее производства не требуется сложных технологий и много пространства.

Как быть добросовестным производителям и владельцам кафе, которые предлагают рынку действительно качественную американскую выпечку, по вкусу и качеству не отличающуюся от той, что производится в США?

– Для них лучшей рекламой будет дегустация. Человеку достаточно попробовать небольшую порцию правильно приготовленного морковного пирога или маффина, чтобы полюбить эти продукты. Рекламе как таковой уже никто не верит, а иногда она настолько навязчива, что потребитель намеренно не пойдет пробовать то, что ему чрезмерно настойчиво предлагается.

Какие советы вы дали бы людям, желающим производить американскую выпечку?

– Первое – не надо пытаться объять необъятное. Для начала есть смысл выбрать одно-два изделия, которые вам ближе, и начать работать с ними.

Безусловно, очень важно использовать качественное сырье.

И конечно, необходимо обращаться к первоисточникам и консультироваться с американскими специалистами.

И не надо бояться, что продукция, представленная у вас, будет несколько дороже, чем в среднем у конкурентов. Вы завоюете своего покупателя, если не будете экономить на качестве. **КС**



«Американский брауни имеет ярко выраженный вкус шоколада. Это очень калорийный десерт, порция которого, как правило, не превышает 60 граммов. В некоторых супермаркетах, где в кондитерском отделе есть свой продавец, брауни нарезается непосредственно на глазах потребителя на кусочки и упаковывается в коробку».

дитерских можно встретить два вида псевдоchизкейков: одни по вкусу и технологии приготовления напоминают сырники-запеканки с бортиком из бисквитного теста, другие являются подобием творожного или йогуртового крема.

Классические нью-йоркские чизкейки делаются исключительно на основе сыра «Филадельфия». При этом владельцы кафе и сами зачастую понимают, что обманывают потребителя, выдавая за чизкейки совсем другие изделия, однако они не отказываются от этого названия, объясняя это тем, что оно модное



РАЗДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СМАЗКИ

Используются как антипригарное, антиадгезионное покрытие для хлебопекарных и кондитерских форм, лент и противней, холодных контактных поверхностей:

- ▶ Trennaktiv PR 100, Trennaktiv B 100, Trennaktiv 85, Trennwachs 30, SG OL (Германия)
- ▶ Протект 100Ф, Протект 100Л, Протект 100П (Россия)

Москва
+7 (495) 229 28 79
info@neos-ingredients.ru

Санкт-Петербург
+7 (812) 600 22 45
spb@emulgator.ru

Краснодар
+7 (861) 200 68 19
krasnodar@emulgator.ru

Алматы
+7 (727) 269 65 04
asia@emulgator.ru

Гость:

Геральд Шуберт,
управляющий директор
компании Gerhard Schubert GmbH

Беседовала:

Ольга Паленова

*От 7% до 9% товарооборота
мы инвестируем в исследова-
ния и разработки.*


*Нужно быть не таким, как дру-
гие. Поиск новых путей интере-
сен и обогащает жизнь.*



собственники



Геральд Шуберт: «Поиск новых путей облегчает жизнь!»

 – У каждой компании есть PR-легенда о том, как она образовалась. Когда вы говорите о вашей фирме, то используете легенду или рассказываете, как все было на самом деле? Поделитесь историей о том, как создавалась компания: от зарождения идеи и выбора концепции до воплощения.

– Мой отец начал предпринимательскую деятельность с нуля. В воз-

расте 28 лет, имея в кармане лишь 300 немецких марок, он создал фирму. Это был 1966 год, мне в то время было два года, а моему брату Ральфу – пять.

В семьях по соседству появились телевизоры. У нас была чертежная доска, а в подвале стояли станки для изготовления различных деталей. Первой машиной, которую изобрел мой отец, была установка для сборки картонной тары. Она складывала

и склеивала коробки из плоских картонных заготовок с использованием термоклей. С патента на эту машину все и началось: в последующие годы мы продали более двух тысяч ее моделей.

Удовлетворенные заказчики могли теперь автоматически собирать коробки, что привело к потребности в автоматизации процессов фасовки и запечатывания коробок. В семидесятые годы мой отец разработал стандартизированную систему на базе основного привода и механических компонентов. Он первым задумался об использовании роботов, чтобы обеспечить заказчикам ту адаптивность производства, которая может понадобиться им в будущем.


В начале восьмидесятых годов мы сосредоточили свою деятельность на выпуске робототехнического оборудования для упаковки. Прошло более десяти лет, прежде чем другие машиностроительные предприятия признали успех, достигнутый компанией Schubert, рост объемов производства которой составлял ежегодно до 40%. На сегодняшний день Schubert является крупнейшим в мире производителем роботизированного обо-

Без интуиции не было бы железных дорог, iPhone и упаковочных машин Schubert.

Я с удовольствием работаю с российскими заказчиками, и они, в отличие от деловых партнеров в некоторых других странах, еще ни разу меня не подвели.

Пока руководство предприятием доставляет нам удовольствие, мы не видим никакой причины его продавать.

рудования исключительно для процессов упаковки. От 7% до 9% товарооборота мы инвестируем в исследования и разработки. Компания занимает признанные лидирующие позиции на мировом рынке роботизированного упаковочного оборудования, и другие предприятия постоянно предпринимают усилия, чтобы не отстать от нас. Мы быстро движемся вперед, чтобы сохранить отрыв и обеспечить нашим заказчикам упаковочную технику мирового класса, обладающую многими преимуществами.

 – **Возникала ли у вас когда-либо мысль, что вы не хотите быть преемником?**

Я начал работать в компании 25 лет назад в качестве инженера по машиностроению. В то же время поступил на работу и мой брат Ральф с дипломом инженера-информатика. На сегодняшний день я в основном занимаюсь сбытом, а мой брат руководит техническими вопросами.

Современная упаковочная машина Schubert состоит более чем наполовину из приводной техники, системно-

досье

Имя, фамилия:

Геральд Шуберт

Должность, компания:

управляющий директор компании
Gerhard Schubert GmbH,

Страна проживания:

г. Крайльсхайм, Германия

Страны, в которых компания занимается

активной деятельностью:

все регионы мира

Семейное Положение:

женат, двое детей
(сыну 23 года, дочери 22)

Место рождения:


г. Рот-ам-Зее, Германия

Хобби и интересы:

пилотирование, фитнес,
кайтсерфинг


го управления и оптических систем распознавания. Механическая часть сокращена до возможного минимума, так как она делает машины сложными в эксплуатации, неэффективными и, самое главное, лишает их производственной универсальности. Поэтому мой брат Ральф, собственно говоря, занимает еще более важную позицию на предприятии.

На протяжении многих лет мы руководим фирмой вместе с нашим отцом. С сентября 2012 года мы с братом являемся управляющими директорами предприятия. Да, мне потребовалось определенное время, чтобы решить взять на себя обязанности преемника. Сейчас я понимаю, что это было правильное решение.


 – **Что служит для вас источником идей, стимулом для дальнейшего развития – как личного и профессионального, так и компании в целом?**

Собственно говоря, крупнейшие инновации и изобретения в мировой истории автоматизации уже свершились. Зачастую речь идет лишь о том, чтобы воспринимать мир без шор, с открытыми глазами. Мы всегда стремились к тому, чтобы создать самую универсальную упаковочную машину в мире. А что является самым адаптивным в мире, что можно симитировать? Это сам человек – простая механика, интеллектуальное управление и сменные инструменты. Вот по этому принципу мы и создаем наши машины.

Как в личной, так и в профессиональной сфере постоянно подтверждается тот факт, что нужно быть не таким, как другие. Поиск новых путей интересен и обогащает жизнь.

 – **Как давно компания присутствует на российском рынке? Был ли выход на этот рынок вашим индивидуальным решением или следствием обстоятельств?**

Пять лет назад мы стали рассматривать Россию в качестве потенциального рынка.

 – **Что важнее в бизнесе – рационализм или интуиция? Вступают ли они в противоречие? Какое ваше наиболее рискованное решение оказалось самым успешным?**



— *Мой отец начал предпринимательскую деятельность с нуля. В возрасте 28 лет, имея в кармане лишь 300 немецких марок, он создал фирму. Это был 1966 год, мне в то время было два года, а моему брату Ральфу – пять.*

Немцы обладают большим преимуществом – они упорны, сразу не сдаются и решают проблемы, вместо того чтобы бежать от них.

Когда у меня есть время на отдых, я ищу места, где температура воды не ниже 26 °C и достаточно ветра для кайтсерфинга.

Я согласен с тем, что мировая политика только выиграла бы, если бы в числе политиков было больше промышленных предпринимателей.



«Мне потребовалось определенное время, чтобы решить взять на себя обязанности преемника. Сейчас я понимаю, что это было правильное решение».

– Интуиция. Никто не бросает все разом и не идет совершенно иным путем, не подчинившись своей интуиции. Без интуиции не было бы железных дорог, iPhone и упаковочных машин Schubert. Многие думали, что мы сошли с ума, занявшись разработкой собственного системного управления для машин, а на сегодняшний день это одно из наших самых больших конкурентных преимуществ.

– Каковы, на ваш взгляд, перспективы развития бизнеса в России? Выгодно ли вступление России в ВТО для вашей компании?

Россия – огромная страна с населением около 140 млн человек. Прекрасный народ, полный гордости и чести, и с богатыми традициями. Я с удовольствием работаю с российскими заказчиками, и они, в отличие от деловых партнеров в некоторых других странах, еще ни разу меня не подвели.

Как правило, я веду переговоры с теми, кто принимает решение, чье слово столь же много значит, как и кон-

тракт, – это доставляет удовольствие и напоминает мне Германию двадцать лет назад.

– Что вы планируете делать с бизнесом в дальнейшем: передать по наследству, продать или что-то еще?

По несколько раз в год к нам поступают предложения о покупке предприятия от инвесторов и крупных компаний. Денег у нас достаточно, но, пока руководство предприятием доставляет нам удовольствие, мы не видим никакой причины его продавать. У нас много новых идей, мы хотим развиваться также в сфере первичной упаковки.

– Почему, по вашему мнению, немецкие машиностроительные предприятия являются лучшими в мире? Почему китайцы не способны делать то же самое?

Немцы обладают большим преимуществом – они упорны, сразу не сдаются и решают проблемы, вместо то-

го чтобы бежать от них. Другим преимуществом, разумеется, является большой опыт в машиностроении. Инновационные разработки новой техники – это совсем иное, чем просто копирование оборудования.

– Каково ваше отношение к политической власти в России? Что она означает для экономической жизни в целом: прогресс или регресс? Что, по вашему мнению, могло бы стать нашей национальной целью?

У России есть огромный потенциал роста. Население, по моему мнению, стремится к более высоким стандартам качества. Политика должна лишь предоставить в распоряжение инфраструктуры, чтобы стимулировать этот рост. Для нас, зарубежных поставщиков, по сравнению с большинством других стран мира здесь гораздо труднее быстро доставлять оборудование или запчасти нашим заказчикам. Российская политика в состоянии создать условия для того, чтобы страна стала одним из лидеров мировой экономики.

– Очень часто предприниматели, добившиеся успеха в бизнесе, уходят в политику. Есть ли у вас подобные намерения?

Политика – вещь интересная. Я согласен с тем, что мировая политика только выиграла бы, если бы в числе политиков было больше промышленных предпринимателей. Для меня же лично это не подходит. Я всегда говорю то, что думаю, а это качество противоречит успешной политической карьере.

– В какое время года вы предпочитаете проводить отпуск – летом или зимой? и где вы любите отдыхать?

На протяжении многих лет я отдавал предпочтение активному лыжному отдыху. Но в какой-то момент меня перестал радовать холод. Когда у меня есть время на отдых, я ищу места, где температура воды не ниже 26 °C и достаточно ветра для кайтсерфинга. **КС**

ВАШ ПАРТНЕР ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ШОКОЛАДА, ГЛАЗУРЕЙ И ЖИРОВЫХ НАЧИНОК.

Посетите нас



Москва
24.01.2014 -
27.01.2014

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



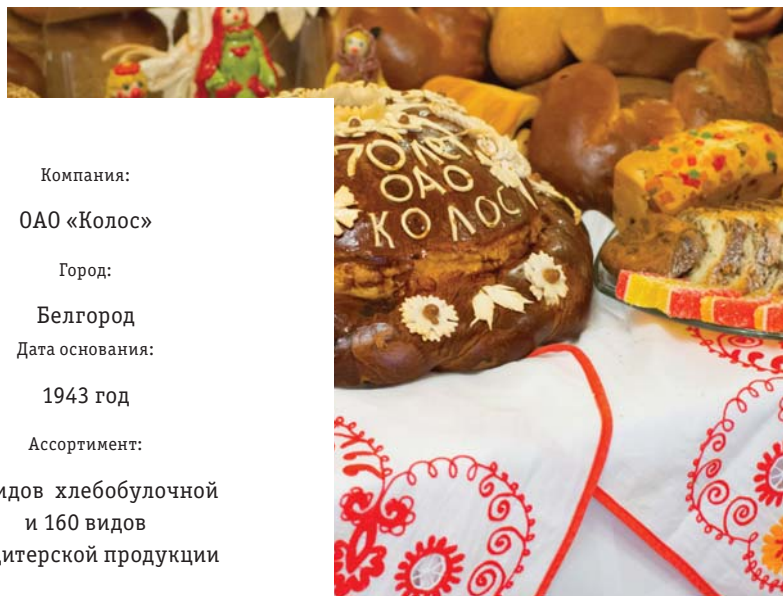
таких теплочувствительных масс, как молочный шоколад, шоколад без содержания сахара, белый шоколад.

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 всяческую 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.





Компания:

ОАО «Колос»

Город:

Белгород

Дата основания:

1943 год

Ассортимент:

85 видов хлебобулочной
и 160 видов
кондитерской продукции





Гость:



Игорь Фатьянов,
исполнительный директор
ОАО «Колос»

Беседовала:



Елена Максимова

Фото:



Татьяна Путинцева

Компания с историей

В каждом городе есть свои достопримечательности. Так, Белгород славится своими храмами, хорошими дорогами и хлебом, который производит ОАО «Колос», входящее в состав АПК «Стойленская Нива». Сохраняя традиции российского хлебопечения, предприятие постоянно внедряет мировые новинки хлебобулочного дела. В этом году хлебозавод отметил свой 70-летний юбилей. Об истории предприятия, стратегиях работы и о многом другом рассказывает исполнительный директор ОАО «Колос» Игорь Фатьянов.



Расскажите об истории предприятия. С чего все начиналось?

– История хлебозавода тесно связана с историей Белгорода. Предприятие можно считать «истинным белгородцем» и «старожилом».

Первая пекарня «Колоса» появилась в 1943 году на территории Марфо-Мариинского женского монастыря сразу же после освобождения Белгорода от немецко-фашистских захватчиков.

В 40-е годы на хлебозаводе трудилось 30 человек, которые вырабатывали в сутки 2,5 тонны хлеба: в военные годы на предприятии выпускали только хлеб. В 1944 году при хлебокомбинате была создана школа для повышения квалификации рабочих.

В 1957 году на северо-западной окраине Белгорода появился новый корпус хлебозавода, в котором была установле-

на непрерывно-поточная линия по производству массовых сортов хлеба с применением жидких дрожжей. В 1972 году запустили вафельную линию и новый хлебобулочный цех. В конце 90-х предприятие расширило свой ассортимент: оно стало производить соломку, кексы и зефир. А в 2001 году ОАО «Колос» вошло в холдинговую структуру ООО «АПК «Стойленская нива».

Сейчас «Колос» – самое крупное хлебопекарное предприятие не только в городе, но и во всей Белгородской области. Хлебозавод лидирует и по объемам выпуска продукции, и по популярности и доверию среди потребителей.

Каковы основные принципы работы предприятия?

– Один из важнейших принципов нашей работы – приверженность



ОАО «Колос» непрерывно совершенствует и модернизирует технологии производства, ищет новые решения и успешно внедряет их.

традиционным российским технологиям. Например, наш хлеб «Дарницкий» внешне ничем не отличается от продукции конкурентов. Однако по вкусовым качествам ему нет равных в регионе. Хлеб печется по классической технологии с использованием натуральных ржаных жидких заквасок. Именно наличие молочнокислых бактерий в закваске обеспечивает неповторимый глубокий вкус и аромат хлеба. Процесс приготовления хлеба очень длительный, и это позволяет получить объемное изделие с мелкопористой структурой мякиша без добавления разрыхлителей и улучшителей.

Кроме того, для нас очень важно выпускать продукцию стабильно высокого качества. Поэтому мы работаем только с крупными поставщиками, обеспечивающими высокое качество исходного сырья. И конечно, все, что производится на хлебозаводе, делается с любовью к покупателю и своему делу.

Первым пунктом вы назвали традиции. Согласитесь, они хороши только тогда, когда сочетаются с инновациями...

– Безусловно. Производственная философия ОАО «Колос» базируется на соблюдении высоких стандартов качества выпускаемой продукции. Для этого мы используем новейшее производственное оборудование и внедрили оптимальную организационную инфраструктуру. Техническое переоснащение и освоение прогрессивных ресурсосберегающих техно-

логий – проблемы, актуальные для всей отечественной хлебопекарной отрасли. Считаю, что на «Колосе» мы успешно решаем вышеуказанные задачи.

В настоящее время реализуется масштабная программа модернизации. Так, на предприятии появилась новая линия по производству соломки, а также импортная пряничная линия. Кроме того, ОАО «Колос» непрерывно совершенствует и модернизирует технологии производства, ищет новые решения и успешно внедряет их. В работе мы используем опыт зарубежных компаний и последние разработки собственных специалистов.

Расскажите о вашем ассортименте в целом.

– Сегодня под маркой «Колос» выпускается 250 наименований продукции. Это традиционные хлеба и батоны, тостовые сорта хлеба, серия хлебобулочных изделий, полезных для здоровья, а также различные национальные хлеба, слоеные и сдобные изделия. Мучная кондитерская продукция представлена сушками, солодкой, сухарями, печеньями, вафлями и пряниками. В целом ассортиментная линейка ОАО «Колос» на данный момент насчитывает 85 видов хлебобулочной и 160 видов кондитерской продукции.

Если говорить о процентном соотношении, то доля хлебобулочной продукции в общем объеме производства составляет около 90,5%.

Мы стремимся развивать все ассортиментные линейки, и ежегодно ассорти-

мент «Колоса» пополняется новыми оригинальными изделиями. На нашем предприятии есть отдел по разработке новых видов продукции, и практически каждую неделю проводится дегустация новых изделий. На основании экспертных мнений участников дегустационной комиссии на маркетинговом комитете принимается решение о разработке мероприятий по выводу нового изделия на рынок.

Есть ли в вашем ассортименте продукция, которой вы особенно гордитесь?

– Мы активно развиваем линейку полезного питания. В частности, на нашем предприятии изготавливается широкий ассортимент заварных хлебов из смеси ржаной и пшеничной муки: «Бородинский классический», «Бородинский новый», «Заварной пряный», «Шотландский с черносливом», «Губернский». Эти изделия обладают превосходными потребительскими свойствами: они долго не черствеют и даже при длительном хранении не теряют своих вкусовых качеств.

В прошлом году мы вывели на рынок линейку хлебов «Минус лишний вес» – с пророщенным зерном и с морковью. Это хлебобулочные изделия с пониженным содержанием углеводов и повышенным содержанием белков. Хлеба «Минус лишний вес» прекрасно вписываются практически в любой образ жизни. Они идеально подходят вегетарианцам, спортсменам, тем, кто придерживается



ТОНЧАЙШИЙ ИНЖИНИРИНГ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТОВ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ ВКУС.

У интеллектуальных решений есть один простой рецепт: творчество, коллективная работа и высокий профессионализм. Именно поэтому наша цель – своевременное интегрирование в ваш запланированный проект, для обеспечения всеобъемлющей поддержки посредством нашего ноу-хау. И это, в любом конце земного шара. С превосходным инженерным искусством и комплектными производственными установками Made in Germany, от Хебенштрайт для результатов, которые имеют вкус!

Представитель в России:
ANTON OHLERT
1-й Щипковский пер., 20;
115093, г.Москва
Тел.: +7 495 9612061
Факс: +7 495 9612071
E-Mail: riabinin@ohlert.ru
www.ohlert.com



HEBENSTREIT

ENGINEERED WAFERS



В рамках кадровой политики ОАО «Колос» реализуются программы адаптации различных категорий персонала: руководителей и специалистов, работников основного и вспомогательного производств.



какой-либо диеты, и тем, кто много путешествует, – да и вообще всем желающим хорошо выглядеть и прекрасно себя чувствовать.

Хлеба «Минус лишний вес» одинаково приемлемы для различных конституций тела и всех возрастов.

В марте текущего года ассортимент «Колоса» пополнился еще одним уникальным продуктом – булочкой «Усладушка-Ладушка», предназначенной в первую очередь для людей, ограничивающих себя в потреблении сахара, в том числе больных сахарным диабетом. Вместо сахара в булочку добавляется экстракт из листьев стеви, который в 300 раз слаще сахара, но при этом не повышает уровень глюкозы в крови человека. Аналогов этой булочки на белгородском рынке нет.

«Колос» является единственным в Белгородской области хлебобулочным комбинатом, выпускающим целую линейку продукции «Вкусная польза», обогащенной витаминами и полезными минералами. Жителям региона уже полюбили такие изделия, как хлеб «Овсяный» и батончик «Полезный». Настроен выпуск нового продукта под названием «Хлебешек «Кроха»», рекомендованного для детей и подростков. Эти изделия обогащены комплексом витаминов и минералов и являются прекрасным продуктом для всех слоев населения, поскольку способствуют нормальному росту и развитию организма, правильному формированию опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы, повышению иммунитета.

Какова ваша кадровая политика? Расскажите о сотрудниках предприятия.

– В компании трудятся как молодые специалисты, так и те, кто работает на заводе 25–30 лет. Мы очень ценим наших сотрудников и их опыт. К примеру, сейчас на многих предприятиях на должность старшего технолога берут людей, которые пришли работать сразу после окончания учебы. Мы не идем на такие риски. Все старшие технологи, работающие у нас, имеют достаточный опыт, отлично знают продукт, на ощупь могут определить такие параметры, как влажность теста и его готовность к выпечке, наизусть помнят рецептуры. Важнейшим критерием успеха нашего предприятия является грамотная кадровая политика, способствующая привлечению и удержанию квалифицированных работников. Сегод-

ня для людей имеет значение не только достойный уровень вознаграждения за труд, но и ощущение принадлежности к динамично развивающейся, этичной, социально ответственной компании, имеющей хорошую репутацию на рынке. Проводимая в ОАО «Колос» кадровая политика не только позволяет создавать благоприятные условия труда на предприятии, но и обеспечивает возможность карьерного роста сотрудников, необходимую степень их уверенности в будущем.

В рамках кадровой политики ОАО «Колос» реализуются программы адаптации различных категорий персонала: руководителей и специалистов, работников основного и вспомогательного производств; действует система наставничества; ежегодно проводится процедура оценки персонала; реализуется годовая программа обязательного и дополнительного обучения; созданы и действуют системы материальной и нематериальной мотивации персонала.

В каких направлениях вы планируете развивать предприятие?

– В первую очередь, в наши планы входит увеличение продаж хлебобулочных и кондитерских бисквитно-кремовых изделий. Также мы будем развивать существующие и открывать новые рынки сбыта. В ближайших планах – сотрудничество с региональными филиалами федеральных торговых сетей в Курской, Орловской, Воронежской, Тамбовской, Брянской, Смоленской, Московской и Ивановской областях. Этот процесс будет сопровождаться развитием и совершенствованием систем дистрибуции и логистики.

И наконец, мы планируем принимать активное участие в различных социальных программах. Такой опыт у нас уже есть. В частности, в этом году в рамках общероссийской программы по оздоровлению нации мы стали производить обогащенный витаминами и микроэлементами хлеб. Для этого мы выбрали три изделия: хлеба «Овсяный» и «Кроха» и батончик «Полезный».

Как показали результаты исследований независимой лаборатории, съедая 150 г вышеуказанных изделий, наш потребитель восполняет дефицит витаминов и минеральных веществ в размере от 15 до 50% суточной нормы. А главное, вкус и качество хлебов при добавлении в них витаминно-минерального комплекса не пострадали: не появилось посторонних запахов и послевкусий. **КС**

AUS LIEBE ZUM TEIG
ИЗ ЛЮБВИ К ТЕСТУ

FRITSCH



Мы с удовольствием перемешиваем традиции

Долгое время даже представить себе было абсолютно невозможно, что машина сможет так же искусно, как опытный пекарь, плести крендели, только намного – намного быстрее. Пока мы не вывели на рынок линию FRITSCH MULTITWIST. Один единственный модуль плетет до 2.000 кренделей в час, на выбор в баварской конической, швабской выпуклой или простой цилиндрической манере. С простым или двойным узлом. При соответствующем соединении в линию здесь можно выпускать более 12.000

кренделей в час. И это в течение 24 часов в день, 7 дней в неделю. И к ним ведь не прикасался ни один пекарь. И тем не менее, они все словно сделаны рукой мастера – как на подбор. Типично FRITSCH ведь. Вы не находите, что это довольно веская причина, чтобы установить с нами тесную связь?

Более подробную информацию о линиях по плетению кренделей фирмы FRITSCH Вы найдете по адресу:

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

 www.fritsch-russia.ru



В ПОЛЯХ

Гость:

Александр Батчаев,
руководитель региональных продаж «Юг»
компании «Рондо Русь»

Беседовала:

Елена Максимова



Александр Батчаев:

«К каждой встрече необходимо тщательно готовиться»

Имя, фамилия:
Александр Батчаев

Должность, компания,
в которой работает:

руководитель региональных
продаж «Юг»
(Южный федеральный округ)
компании «Рондо Русь»

Место рождения:
г. Софрино Московской области

Дата рождения:
22 мая 1973

Работает в продажах:
16 лет

Стоимость самой крупной сделки:
более миллиона евро

Места, где побывал
в командировках:
различные города Центральной России
и Южного Федерального округа; страны
дальнего зарубежья: Германия, Италия,
Скандинавские страны, Швейцария

Семейное положение:
женат, двое детей

досье

Как вы начинали свою карьеру?

– По образованию я инженер-механик, поэтому моя работа всегда была связана с техникой. Моя карьера менеджера по продажам началась в конце 90-х годов с продаж пищевого оборудования, которое не относилось к хлебопекарной отрасли. Последние десять лет занимаюсь продажами исключительно оборудования для хлебопечения. До того как пришел в Rondo, я работал в компании «АГРО-3». О бывших коллегах до сих пор вспоминаю с теплотой и благодарностью: они помогли мне получить колоссальный опыт, который помогает мне и по сей день.

Расскажите о первой значимой для вас продаже. Как она повлияла на вашу карьеру?

– Для меня нет незначимых продаж. Они все полезны для опыта. Расскажу об одной из самых запоминающихся. В конце 90-х годов – в 97-м или 98-м, точно не помню, – в декабре мы отмечали с коллегами Новый год. И к нам в офис пришел человек, который по внешним признакам не был похож на потенциального клиента: у него в руках был некажи-

стый полиэтиленовый пакет, к тому же он задавал вопросы, свидетельствующие о его слабом знании оборудования, которое он собирался купить. Однако в конце данного визита он вынул из пакета свернутую в рулон пачку денег, и весь отдел покинул праздничный стол и пошел грузить две фуры оборудования. Неформальные посиделки с коллегами, конечно, были сорваны, но зато наша компания перед праздниками неплохо заработала.

Какую профессию вам пророчили в детстве родные?

– Профессию юриста. Мой отец – юрист, и все думали, что я пойду по его стопам. Однако получилось по-другому: несколько ребят из моего двора решили поступать на техническую специальность, и я тоже поддержал эту идею. В итоге по окончании обучения стал работать с оборудованием.

Каковы, на ваш взгляд, главные качества хорошего продавца?

– Я бы назвал целый комплекс качеств, знаний и навыков. В первую очередь, это знание предмета продаж. Оно является ключевым критерием. Помимо этого, продавец должен быть еще и психологом, маркетологом, экономистом. Кроме того, важно самому верить в продукт, который ты продаешь, – иначе продать его не получится.

Произошло существенное омоложение директората. Сегодня возраст людей, которые принимают ключевые решения, составляет в среднем 35–40 лет.

Перед каждой встречей я тщательно изучаю информацию о человеке, с которым мне предстоит общаться.

Вы работаете в продажах достаточно давно. Изменился ли за последние 10–15 лет портрет типичного руководителя компании-производителя продуктов питания?

– Да, изменился. Произошло существенное омоложение директората. Сегодня возраст людей, которые принимают ключевые решения, составляет в среднем 35–40 лет. Как правило, руководители данного типа очень настороженно относятся к диалогу с «продажником», поскольку каждый из них бывает на различных тематических выставках и семинарах гораздо чаще, чем любой «сейлз». В итоге, во-первых, эти люди очень хорошо чувствуют фальшь. Во-вторых, нельзя приходить к таким специалистам без четко продуманного и сформированного решения, которое принесет прибыль их бизнесу. Данный тип клиентов не любит абстрактности; приходя на встречу с такими людьми, необходимо иметь информацию о том, какой продукт будет пользоваться популярностью в их регионе, владеть информацией о конкурентах, четко обозначить сроки реализации предлагаемого проекта.

Сколько вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом человеке?

– Перед каждой встречей я тщательно изучаю информацию о человеке, с которым мне предстоит общаться: ищу сведения в интернете или интересуюсь у коллег, – поэтому еще до личного знакомства знаю, к какому человеку я поеду. При визуальном же контакте мне достаточно трех-пяти минут понаблюдать за собеседником, чтобы понять, какой передо мной человек.

Если клиент насторожен, напряжен или настроен не очень дружелюбно, каким образом его можно расположить к себе?

– Ситуации бывают разные. Иногда можно сменить тему разговора на ту, которая собеседнику будет более приятна. Если же я вижу, что ситуация заходит в тупик, например, клиент задает вопрос, на который я сходу не могу ответить, беру тайм-аут, предлагаю повторить встречу и перед следующими переговорами прорабатываю вопросы заказчика.

Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями



— *Принцип нашей компании – не продавать «железо» (оборудование как таковое), а предлагать готовое решение, продукт, который поможет клиенту заработать.*

противоположного пола? Насколько он помогает осуществить успешную сделку?

– Принимающие ключевые решения люди, с которыми мне приходилось сталкиваться, в подавляющем большинстве мало похожи на объекты для флирта. В то же время сохранять дружеские отношения с партнерами и даже их окружением просто необходимо, так как это ведет к повышению процента вероятности заключения контракта.

Вы делите ваших клиентов на простых и важных? Различается ли ваш подход на переговорах к VIP-партнерам и рядовым клиентам?

– Такое деление есть, так как оно помогает мне рационально использовать свое время. Если я понимаю, что какой-либо клиент или предприятие может стать долгосрочным партнером, – я трачу на него больше времени. Уделять неограниченное внимание всем сделкам просто невозможно: за годы работы набирается огромное количество контактов, и если на каждый тратить большое количество времени, есть риск выбиться из рабочего графика и не успеть сделать самое важное.

У менеджера по продажам есть четкая цель: заключить контракт и заработать для себя и для компании. Однако не каждые переговоры заканчиваются

сделкой. Получаете ли вы удовольствие просто от общения с клиентом?

– Если встреча была подготовлена тщательно, но сделка не состоялась, я анализирую причины, по которым это произошло, и делаю выводы. В любом случае у меня не остается негативного ощущения от «безрезультативных» переговоров: каждая встреча дает опыт общения с разными типами людей, и опыт этот обязательно пригодится в следующих переговорах.

Какие ошибки допускают неопытные продавцы наиболее часто?

– Общаясь с более молодыми коллегами, я заметил, что самой распространенной их ошибкой является слепое следование технике продаж европейцев или американцев, без учета особенностей русского менталитета. Наши соотечественники ценят честное отношение продавца к себе и клиенту. Именно поэтому принцип нашей компании – не продавать «железо» (оборудование как таковое), а предлагать готовое решение, продукт, который поможет клиенту заработать.

Кроме того, некоторые молодые продавцы безответственно относятся к своим клиентам: они могут наобещать золотые горы, но, заключив контракт, пропадают, и клиент не получает продукт, который он ждет, вовремя. Такой подход может очень серьезно испортить репутацию продавца.

Сохранять дружеские отношения с партнерами и даже их окружением просто необходимо.

Общаясь с более молодыми коллегами, я заметил, что самой распространенной их ошибкой является слепое следование технике продаж европейцев или американцев.

Из поездок я привожу бесценный опыт и знания, которыми делюсь со всей командой

С кем у вас складываются более теплые партнерские отношения: с клиентами из регионов или столичными заказчиками? Чувствуется ли разница в менталитете?

– Менталитет столичных директоров и тех, с которыми мне приходится работать – это в основном жители Кавказа, – очень разный. Московские клиенты постоянно заняты, у них мало времени для разговора. Люди из регионов более открыты, мне с ними интереснее.

Иногда с потенциальными партнерами можно познакомиться не только в деловой поездке, но и в других местах, например, на отдыхе. Были ли у вас такие ситуации?

– Такие знакомства были. Они не привели к сделкам, но были полезны в плане получения дополнительной информации о потенциальных и существующих клиентах.

Есть ли у вас талисман?

– Талисмана нет, но если говорить о предмете, приносящем удачу, то это мой iPhone: именно на него обычно поступают звонки от клиентов.

Расскажите о самой необычной ситуации подписания договора в вашей практике.

– Однажды я приехал на переговоры к клиенту, но он из-за того, что приболел, не смог прибыть в условленное место и предложил мне встретиться у него дома. Для переговоров он выбрал территорию своего открытого бассейна. В итоге я провел презентацию прямо на бортике бассейна, и контракт мы подписали на нем же.

Какие места из тех, где вы бывали в командировках, вы можете назвать любимыми? Чем они вам запомнились?

– Кавказ, где я работаю, – один из красивейших регионов России, мне очень нравится там бывать. Там живут очень гостеприимные и радужные люди. Если говорить о зарубежных поездках, то очень сильное впечатление на меня произвело Люцернское озеро в Швейцарии.

Вы часто говорите о работе в нерабочее время: с друзьями, семьей?

– Как правило, нет: домой должен возвращаться заботливый муж и отец в хорошем настроении, поэтому рабочие вопросы предпочитаю решать на работе.

Где вы себя чувствуете лучше: в офисе или «в поле»? Почему?

– Поскольку моя работа непосредственно связана с командировками, мне больше нравится «в поле». К тому же именно из поездок я привожу бесценный опыт и знания, которыми делюсь со всей командой. Офис – только площадка для подготовки будущих переговоров.

Расскажите о своих отношениях с коллегами.

– У нас очень профессиональный коллектив и слаженная команда, поэтому любая моя победа – это заслуга всей команды. Каждый сотрудник нашей компании понимает, что от его действий зависит результат работы всей команды.

По своей сути, «продажник» – больше предприниматель или исполнитель?

– Предприниматель. Он готовит и планирует целый комплекс мероприятий, финалом которых является сделка.

Вы любите смотреть фильмы о бизнесе?

– Мне больше интересны фильмы о различных психотипах людей и изменении их поведения в зависимости от ситуации.

Расскажите о своем хобби.

– Я коллекционирую колокольчики. Лет семь назад я решил, что привозить из городов, в которых я бываю, магниты – достаточно банально, и стал приобретать вместо них колокольчики. За это время у меня набралась достаточно большая коллекция, в которой есть множество разных экземпляров: металлические, тканевые, керамические, фарфоровые. Сначала мои колокольчики занимали полку, а теперь под них выделен отдельный шкаф. Коллекция пополняется не только моими силами: узнав о моем хобби, коллеги тоже стали мне привозить из своих поездок колокольчики.

Если бы у вас были неограниченные ресурсы, что бы вы подарили своему клиенту на юбилей?

– Я сначала изучаю человека и его интересы и дарю то, что будет ему полезно. Делать подарок ради подарка не в моих правилах: он должен быть продуманным и рациональным.

Что вы считаете самым важным в жизни?

Семейные отношения.



День «в поле»

В деловую поездку я обязательно беру с собой свежую голову, хорошее настроение и саквояж, в котором находятся презентационные материалы, а также готовая продукция – хлебобулочные изделия, изготовленные на нашем оборудовании.

Находясь в пути, я стараюсь не думать о предстоящей встрече. Слушаю хорошую музыку или аудиокниги.

Собираясь на переговоры, я мысленно прокручиваю алгоритм встречи, но стараюсь на этом не заикливаться. Перед самой встречей нужно быть спокойным и расслабленным.

Если я опаздываю на встречу... как правило, не опаздываю, но если вдруг такое случается – обязательно предупреджу собеседника по телефону и объясню причины задержки.

Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу... клиент всегда прав, и от его расположения напрямую зависит наш заработок. Поэтому я обязательно дождусь.

Как правило, я могу определить, готов ли человек заключить контракт достаточно быстро – заинтересованность в сделке видна сразу. Если человек не настроен на сделку изначально, это становится понятно в течение трех-пяти минут разговора.

После подписания договора я передаю все материалы другим подразделениям нашей компании, но при этом не перестаю контролировать процесс. **КС**

Лучшие аэрационные установки от компании
Hansa Mixer, Германия.



Посредством данной машины осуществляется непрерывная аэрация масс с низкой вязкостью, пригодных для перекачки насосом, производимых в пищевой промышленности.



Фирма Hansa Industrie-Mixer расположена в г. Бремен (Германия) и является ведущим производителем аэраторов, предназначенных для принудительного взбивания в потоке различных компонентов, используемых при изготовлении кондитерских изделий:

Идеальная область применения – выпечные изделия

- кексы,
- маффины,
- рулеты,
- вафли
- изделия типа Jaffa-Cake
- и др.

Максимальная адаптация под производственные процессы посредством широких возможностей различных комплектаций: смесительные головы, расходомеры, системы промывки, уплотнения, узлы управления и т.д.

Легкое обслуживание и промывка машины

Простая и адаптированная под конкретное производство конструкция



HANSA INDUSTRIE-MIXER GmbH & Co. KG
Kronsbruch 6-8 • D-28816 Stuhr/Heiligenrode
тел.: +49 (0)4206/4160-0
Факс: +49 (0)4206/7196
info@hansamixer.de • www.hansamixer.de

Руководитель отдела восточной Европы
Михаил Киракозов
тел.: +49 4206 41600
моб.: +49 172 166 82 53
kirakosov@hansamixer.de

Контактное лицо в Вашем регионе
Максим Панфилов
тел.: +38 044 560 97 74
моб.: +7 967 2244 902 / +38 050 603 86 88
panfilov@hansa-mixer.de



Агар или пектин: что выбрать для производства мармелада?

Гости:



Любовь Власова,
начальник производственной
лаборатории компании
«Колос»

Татьяна Макарова,
главный технолог кондитерской
фабрики «Меренга»

Беседовала:



Елена Максимова

С таким вопросом к нам в издательство обратился один из постоянных читателей. Компания, в которой он работает, планирует в ближайшем будущем расширить свой ассортимент и запустить линию по производству мармелада. Мы переадресовали вопрос читателя специалистам. О своем опыте производства мармелада рассказывают **Любовь Власова, начальник производственной лаборатории компании «Колос», и Татьяна Макарова, главный технолог кондитерской фабрики «Меренга».**

Любовь Власова, начальник производственной лаборатории компании «Колос»:

– Сегодня на нашем предприятии производится два вида мармелада: «Белгородский», для изготовления которого в качестве гелеобразователя используется агар-агар, и «Нежный» на основе пектина.

И агар, и пектин – вещества растительного происхождения, благотвор-

но влияющие на организм; поэтому изделия, выработанные как на агаре, так и на пектине, являются натуральными. Срок годности мармелада, не зависимо от применяемого гелеобразователя, составляет 60 суток.

Агар стоит несколько дороже, чем пектин, но мы при выборе гелеобразователей ориентировались на другие критерии. В частности, пектин и агар

позволяют получить изделия, различные по структуре, и потребитель может выбрать то, что ему нравится больше. Продукт, выработанный на основе агара, имеет плотную структуру, а мармелад на пектине получается более нежным и мягким – с помощью агара невозможно получить такую слегка вязкую структуру, которую дает пектин.

При изготовлении мармелада – как на агаре, так и на пектине – важно четко соблюдать технологию производства: выдерживать правильную последовательность внесения сырья и температуры при варке сиропа.

Тем не менее, к выбору поставщика гелеобразователей для мармелада мы подошли достаточно серьезно и остановились на том производителе, который предложил нам наиболее стабильную в процессе производства смесь с приятными вкусо-ароматическими характеристиками. Из них мы выбрали ту, вкусовые качества и поведение в процессе производства которой нас устроили.



«При изготовлении мармелада – как на агаре, так и на пектине – важно четко соблюдать технологию производства: выдерживать правильную последовательность внесения сырья и температуры при варке сиропа».



Гелеобразователи поставляются в кондитерский цех в виде порошков, и, прежде чем работать с ними, необходимо произвести пробную выработку продукции. Например, разные виды пектинов и пектиновых смесей обладают разными желеобразующими свойствами. Поэтому выбирая пектин, мы ориентировались на такие показатели, как стабильность при производстве, способность выдерживать отклонения температур и сохранять внешний вид и форму изделия в течение всего срока годности. И, конечно, данный гелеобразователь должен был обеспечить конечному продукту привлекательные органолептические показатели: нежный фруктовый запах и вкус, а также приятные ощущения при надкусывании.

Свой выбор мы делали на основе пробных выработок, сопровождавшихся дегустациями, все участники которых давали оценку получившемуся продукту. На основании собранных мнений мы принимали решение о запуске изделия в производство.

Татьяна Макарова, главный технолог кондитерской фабрики «Меренга»:

– Наше предприятие производит желейный формовой мармелад, а также мармелад «Дольки» с различными вку-

сами. При производстве мармелада мы используем в качестве гелеобразователя пектин, который, в отличие от агар-агара, придает изделию кислотный вкус, дополняя яркие вкусовые качества используемого ароматизатора.

Что же касается агар-агара, то он придает изделию стекловидную консистенцию и ломкую структуру, а вкус продукта получается пустоватым, потому что при работе с агар-агаром не допускается использование кислоты, так как она разрушает желеобразующие способности данного вещества. Кроме того, при хранении мармелада, изготовленного на основе агара, впитывание влаги из внешней среды, в результате чего происходит намокание готового продукта.

Мармелад на основе пектина имеет затяжистую консистенцию, не ломкую, слегка вязкую структуру; при надкусывании изделие слегка тянется. Готовый продукт обладает кислотным вкусом. А главное, при хранении такой мармелад практически не впитывает влагу из внешней среды.

Еще одно достоинство пектина заключается в том, что при его использовании технологический процесс по выработке мармелада проходит стабильно, без критических точек разрушения геля (по температурному режиму).

На нашем предприятии работой с поставщиками, в том числе пектинов, занимается отдел снабжения. Его специалисты выясняют у производи-

телей и поставщиков пектинов критерии продукции, которую они предлагают, а затем подходящие образцы передаются для отработки в производство. Наша компания старается работать с постоянными поставщиками,

«Достоинство пектина заключается в том, что при его использовании технологический процесс по выработке мармелада проходит стабильно, без критических точек разрушения геля».

обеспечивающими стабильное качество сырья.

Критерии, на которые мы обращаем внимание при выборе пектина:

- прочность студня,
- температура садки,
- pH раствора (среда),
- образующая пектина (пектины могут производиться на основе яблок или цитрусовых).

Фабрика «Меренга» при изготовлении мармелада использует пектины разных производителей, в том числе продукцию поставщиков из Китая. И проанализировав использование пектинов в производстве, могу с уверенностью сказать, что китайские производители пектинов могут составить достойную конкуренцию по качеству и цене западным компаниям. **КС**



Siger

Событие: **SIGEP 2014**

сайт: www.sigep.it
e-mail: mrkgestero@riminifiera.it
тел.: 0038 044 2000392

Продвижение выставки непромышленных кондитерских изделий

Международный салон непромышленных кондитерских изделий и выпечки будет проходить с 18 по 22 января 2014 года в выставочном комплексе «Римини». За восемь месяцев до мероприятия более 50% выставочных площадей уже забронированы.

Президент выставочного комплекса «Римини» Лоренцо Каньони и директор подразделения бизнеса Патриция Чекки определили инновационную стратегическую перспективу, разработанную на основе внимательного анализа потребностей участников, которые представят на выставке основную часть своей международной рекламной кампании.

Центром новой выставочной концепции является система Siger (Sistema Siger) – постоянная платформа для интернационализации компаний, работающих в сфере производства непромышленных кондитерских изделий.

Руководство SIGEP и отраслевых организаций для объединения производителей артизанской выпечки и сладостей не ограничится только проведени-

ем выставки: представителям данного сегмента отрасли будет предложено множество конкретных услуг и решений. Будут организовываться обучающие рабочие группы, создаваться формы поддержки и международные службы содействия процессам интернационализации. Также будут предоставляться услуги для определения мест действия: информирование и исследование, анализ, переговоры по контрактам на аренду, платформа «market place» для обеспечения встречи спроса и предложения.

Партнером проекта является Sistema Gelato (дословно – «Система мороженого») – организация, предоставляющая услуги для производственной цепочки мороженого, – подразделение компании Sistema Leader Srl. Организация работает во внутренней и международной среде, обеспечивая поддержку основных предприятий, связанных с рынком мороженого, а также является первой компанией в Италии, модель бизнеса которой нацелена на обслуживание производственной цепочки gelato.

«Выставочный комплекс «Римини» выступает в роли стратегического партнера в программах развития. Его цель – предоставление современных услуг и решений, поддержка глобализации производственной цепочки. Так-



же он является ориентиром для специалистов и инвесторов», – говорит президент комплекса г-н Каньони.

Siger во всем мире

Siger сконцентрировала инвестиции именно в сфере интернационального развития, чтобы идти по главному пути развития бизнеса компаний.

«В популяризацию мероприятия были вложены серьезные инвестиции, – поясняет Патриция Чекки, – благодаря которым удалось создать обширный штат сотрудников на пяти континен-

тах. Следующая выставка Siger гарантировано станет платформой, на которой можно будет наладить отношения и заключить контракты с закупщиками всего мира».

За последние пять лет количество посетителей-специалистов выросло с 92 732 в 2009 году до 144 803 в январе текущего года. Этот стремительно развивающийся процесс затронул и иностранную составляющую: в 2009 году было зарегистрировано 16 109 специалистов из-за рубежа, тогда как на последней выставке – 26 247.




Для продвижения gelato был составлен «Календарь участия в крупных мировых событиях»; предусмотрено гастролирующее шоу в Лионе, Дубае, Москве (уже проведено), в Гонконге (чтобы наилучшим образом «прощупать» весь потенциал богатых и динамичных рынков Юго-Восточной Азии – региона АСЕАН), Мельбурне и Лас-Вегасе.

В этом же направлении совершаются инвестиции, касающиеся Gelato World Tour – гастролирующей программы, рекламирующей промышленное gelato (и всю задействованную цепочку), предложенной Siger совместно с компанией Carpigiani, которая недавно проводила в Риме инаугурацию.

Сущностью международных отношений стал проект Топ-Баер, известный на пяти континентах. Это платформа на шести языках, предоставляющая возможность сопоставить спрос и предложение, чтобы в соответствии с календарем, составленным до мероприятия, разработать программу деловых встреч, в которых примут участие специалисты со всего мира. **КС**



**Больше
выбора**

-  Толщина нарезки от 5 до 25 мм
-  Количество ломтей на выбор
-  Максимальная безопасность



Хлеборезка с дисковым ножом

Varia pro

WWW.JAC-MACHINES.COM

Расклад сил и тенденции рынка полomoечных машин

Компания AS Marketing (ООО «Академия-Сервис») подготовила статистический экспресс-обзор российского рынка полomoечных машин, целью которого была оценка структуры, динамики и тенденций импорта уборочного оборудования в 2010–2012 гг.

Все оборудование было поделено по функциональному назначению на четыре сегмента: полomoечные, подметальные машины (включая электровеники и механические щетки), полотеры (однодисковые машины для уборки пола) и комбинированная техника (преимущественно самоходные машины весом не менее 600 кг и стоимостью свыше 13 тыс. долл за единицу).

Из отчета следует, что в 2012 году в Россию было ввезено 12 тыс. единиц техники на сумму свыше 18 млн долл. В структуре импорта преобладают полomoечные машины, доля которых составила около 70% в натуральном и 80% в стоимостном выражении. При этом рост импорта полomoечного оборудования в стоимостном выражении в 2012 году составил 28%, на 10% превысив показатели 2011 года.



Среди стран-импортеров полomoечных машин выделяется лидирующая пятерка, куда входят Германия, Италия, Китай, Нидерланды и Швейцария. Их общая доля в импорте составляет 85% в натуральном выражении. В стоимостном выражении лидирует Германия (37% импорта) – из этой страны в 2012 году было завезено более 2 тыс. полomoечных машин на общую сумму 5,7 млн долл. При этом 72% немецкого импорта полomoечных машин составляет техника Kärcher. Та же картина наблюдается и в распределении по брендам: в 2010–2012 гг. в стоимостном выражении Kärcher принадлежала доля в 25–33%, второе место с 16–23% занимает Tennant, третье – Nilfisk (8–13%).

Что касается подметальных машин, то их доля в импорте гораздо ниже – в натуральном вы-

ражении она составляет около 20%, а в стоимостном – вполонину меньше. Тем не менее, в 2010–2011 гг. ежегодно в Россию было завезено подметальных машин на сумму 1,3 млн долл, а в прошлом году импорт вырос более чем в два раза – до 2,8 млн долл.

Доля полотеров в оборудовании для уборки полов составляет в натуральном выражении около 10%. Пик роста импорта пришелся на 2011 год, когда в Россию было завезено оборудование данной категории на сумму 1,6 млн долл. Лидером в этом секторе на сегодняшний день выступает Швейцария с натуральным и стоимостным показателями 28% и 17% по данным на 2012 год, за ней следуют Китай (27% и 13%), Германия (21% и 34%) и Италия (20% и 28% соответственно). Основными брендами поставляемых в Россию полотеров в 2010–2012 году были Kärcher, Cleanfix и Chaobao.

Комбинированные машины представляют собой самый малочисленный по объему и самый дорогостоящий сегмент импорта. Так, в 2012 году было ввезено 17 единиц такой техники общей стоимостью около 400 тыс. долл. При этом девять из 17 машин были ввезены из Германии. Стабильными лидерами поставок комбинированных машин в Россию являются Kärcher, Nilfisk и Tennant с преобладанием доли первого как в стоимостном, так и натуральном выражении. ■

AS-Markting

увеличения количества консервантов и использования ГМО. В работах, которые фабрика проводила на протяжении 2012–2013 годов, приняли участие ведущие специалисты профильных российских пищевых институтов и иностранных компаний. В ходе программы испытаний, утвержденной Роспотребнадзором, получены более сбалансированные рецептуры, изменены некоторые компоненты и их содержание в продукте. Результаты испытаний зафиксированы соответствующими протоколами дегустационных комиссий, протоколами испытаний пищевых продуктов, утвержденными Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.



Как сообщил генеральный директор КФ «Виктория» Сергей Триандофилиди, компания уже приступила к выпуску продукции по новым стандартам. «Мы убеждены, – отмечает он, – что увеличенные сроки реализации продукции оцелят все: производитель, торговые партнеры, конечные покупатели. Компания получит дополнительный резерв времени для доставки продукции в отдаленные регионы России и за рубежом, а потребители смогут приобрести качественный продукт, где бы они ни находились».

Кондитерская фабрика «Виктория» (г. Белореченск, Краснодарский край) является крупнейшим на юге России производителем фасованных мучных кондитерских изделий длительного хранения. Основу ассортимента составляет продукция из бисквитного теста под торговыми марками «Выбери меня» и «Бисквитфаворит»: рулеты, мини-рулеты, кексы, торты, пирожные, коржи. Также вырабатывается ряд изделий по экструзионной технологии. География продаж – ЮФО, регионы России и страны ближнего зарубежья.

Пресс-служба КФ «Виктория»

Сладости на пользу

Житомирская кондитерская фабрика «ЖЛ» – один из крупнейших производителей диетической продукции на Украине. Компания постоянно расширяет свой ассортимент.

В конце лета этого года житомирская кондитерская фабрика выпустила на рынок инновационный продукт – вафли без сахара на натуральном подсластителе – экстракте стевии.



Бисквиты от КФ «Виктория» дольше останутся свежими

Кондитерская фабрика «Виктория» завершила цикл работ, в результате которых срок хранения основного ассортимента ее продукции увеличился на треть. Теперь бисквитные изделия под торговыми марками «Выбери меня» и «Бисквитфаворит» не потеряют потребительских свойств в течение восьми месяцев со дня производства. Параметры условий их транспортировки и хранения останутся прежними.

По сути дела, КФ «Виктория» внедрила новые стандарты реализации мучных кондитерских изделий длительного хранения, которые до сих пор не превышали шести месяцев для аналогичной выпускаемой в России продукции. Предметом особой гордости производителя стал тот факт, что сроки хранения удалось продлить без

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
ТЕХЛЕН

Листы волнистые и плоские перфорированные:

- любые размеры
- различное число желобов
- усиление каркаса

Тележки печные и транспортировочные

Тостовые формы

Формы перфорированные «лодочки»

Выпечка в «лодочках»

Выпечка на листе

С.-Петербург, наб. Обводного Канала, д. 108
(812) 244-05-31, 244-05-30
www.tehlen.ru info@tehlen.ru



Стевия – это лекарственное растение, которое обладает уникальными лечебными и вкусовыми свойствами, способно восстанавливать нарушенные обменные процессы в организме, повышать энергетический уровень и имея при этом интенсивно сладкий вкус.

Ведущие диетологи считают стевию наиболее полезным и перспективным подсластителем на сегодняшний день: она имеет высокий коэффициент сладости, низкую энергетическую ценность, устойчива при нагревании до температуры 200 градусов, легко растворяется, не оказывает вредного воздействия на организм.

Подсластители на основе стевии рекомендованы всем людям, которые следят за своим здоровьем, в качестве безопасного заменителя сахара. На сегодняшний день на рынке представлены два вида продукта в весовом формате под торговой маркой Doma – «Вафли на стевии с ароматом шоколада» и «Вафли на стевии с ароматом молока». Их калорийность на 30% ниже, чем у привычных вафель с начинкой. В дальнейшем планируется разработка нового формата продукции в упаковке «на ребро» весом 160 грамм. Сейчас компанией ведется разработка и других диетических видов изделий с использованием экстракта стевии.

Sweetinfo.ru

Для хранения госзерна в Нижегородской области отобрали три предприятия

Для хранения зерна федерального интервенционного фонда в Нижегородской области прошли конкурсный отбор три предприятия: ОАО «Сергачский элеватор», ООО «Мукомольный комбинат "Володарский"» и ОАО «Шатковский зерноперерабатывающий комплекс».



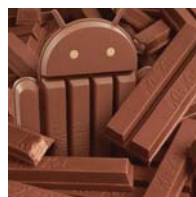
Об этом сообщили в пресс-службе Управления Россельхознадзора по Нижегородской области и Республике Марий Эл. «В августе 2013 года специалисты отдела фитосанитарного надзора, семенного контроля и надзора за качеством зерна управления совместно с ОАО «Объединенная зерновая компания» принимали участие в проверке готовности к закладке в интервенционный фонд зерна урожая 2013 года ОАО «Шатковский зерноперерабатывающий комплекс», – говорится в сообщении. Состояние материально-технической базы Шатковского зерноперерабатывающего комплекса позволяет принять и разместить на хранение 20 тыс. тонн зерна федерального интервенционного фонда. Однако компания в период проверки не в полном объеме предоставила необходимые документы: отсутствовали акты зачистки хранилищ на заявленный объем хранения зер-

на, утвержденный план мероприятий по борьбе с зараженностью зерна вредителями и некоторая проектно-техническая документация на хранилища. Зерноперерабатывающему комплексу было дано время для исправления обнаруженных нарушений.

Rosinvest.com

Android и KitKat объединились

Компания Google положила конец многочисленным слухам и предположениям о названии последней версии мобильной операционной системы Android, заявив, что она будет называться «Android KitKat» – в честь популярного шоколадно-вафельного продукта фирмы Nestlé.



Инженеры компании, занимающиеся разработкой Android, каждый раз дают своим творениям имена, навеянные «сладкими» ассоциациями, начиная с самого первого выпуска – «Android Cupcake» (кекс) в 2009 г. – и далее в алфавитном порядке, до самой свежей версии – «Android Jelly Bean» (желейные конфеты). «Мы с огромной радостью и волнением объявляем о партнерстве с Android, популярнейшей в мире мобильной платформой. Это сотрудничество, несомненно, позволит нам увеличить количество любителей KitKat», – зая-

вил Патрис Була, директор по маркетингу компании Nestlé. В ознаменование выпуска Android KitKat более 50 миллионов специально маркированных плиток KitKat поступят в продажу на 19 рынках, включая Австралию, Бразилию, Германию, Индию, Японию, Ближний Восток, Россию, Великобританию и США. Информация на упаковках будет приглашать покупателей посетить веб-сайт android.com/kitkat, где они смогут выиграть призы, включая некоторое количество планшетников Google Nexus 7. В некоторых странах участники смогут выиграть специальные кредиты для использования в сервисе Google Play, онлайн-магазине Google, занимающемся распространением приложений, игр, музыки, фильмов, книг и т. д. Небольшое количество плиток KitKat, исполненных в форме роботов, также будет предложено в качестве призов на отдельных рынках.

Unipack.ru

Шоколада стали есть меньше...

Производитель шоколада и какао компания Natra сообщает о падении продаж ее продукции в первом полугодии 2013 года из-за снижения покупательской способности в Европе и сокращении потребления шоколада в Азии.

Продажи готового шоколада, который компания производит под частными брендами, сократились на 2,3% в указанный период, что руководство компании связывает со снижением покупательской способности европейских потребителей и перераспределением заказов на се-

Rademaker



Специалист по перерабатывающему оборудованию

Пицца для размышлений, вот как мы это называем. Когда бы Вы не посетили Технологический Центр Rademaker, мы будем рады предложить Вам кусочек острой инновации наших самых последних разработок, оптимального гибкого дизайна и надежного оборудования. Почувствуйте вкус элитарного качества нашей основы для пиццы и линий для украшения изделий – или любой из наших линий для производства хлебов, пирогов, пирожных, круассанов или линий для украшения или для наполнения начинкой – и мы Вам объясним, как это может помочь Вам производить продукты высочайшего качества наиболее эффективным и гибким способом.

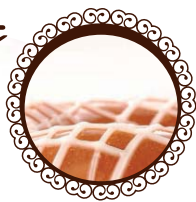


officeru@rademaker.ru

www.rademaker.ru

Смеси для американской выпечки

МЕЛЛА
Донатс



Смесь для производства
дрожжевых донатов.

Использование смеси МЕЛЛА ДОНАТС позволяет быстро и просто приготовить тесто однофазным способом, обеспечивает изделиям правильную форму, характерную донатам, гарантирует стабильно высокое качество и привлекательный внешний вид.

МЕЛЛА
Брауни



Смесь для
производства брауни,
а также шоколадных маффинов.

БРАУНИ - один из самых популярных американских десертов. Один из секретов приготовления настоящего брауни это использование высококачественного шоколада. За счет отборных какао-продуктов, входящих в состав нашей новинки - смеси МЕЛЛА БРАУНИС, вкус готового изделия получается насыщенным и ярким.

70
years
1943-2013
Natra

вероамериканском рынке после известия о начале работы нового завода компании в Канаде. Что касается азиатского региона, то отчет о переработке какао за второй квартал текущего года показал, что темпы переработки какао снизились до умеренного двухпроцентного роста из-за замедления экономического развития в Китае. Natra, однако, уверена в китайском рынке и прогнозирует, что продажи шоколадной продукции здесь будут расти в ближайшие три года.

Sweetinfo.ru

В Венгрии открылся фирменный магазин корпорации Roshen

5 сентября состоялось торжественное открытие первого фирменного магазина-кондитерской корпорации Roshen в Европе.



Начиная с 2012 года в странах Европейского союза кондитерская корпорация Roshen реализует и также производит свою продукцию под торговой маркой Bonbonetti.

Производственные мощности корпорации расположены в Венгрии, Будапеште. Bonbonetti Choco Kft – одна из самых крупных фабрик по производству шоколадной продукции в Венгрии.

Первый фирменный магазин Bonbonetti расположился в самом сердце Будапешта, на улице Andrassy 44. Общая площадь торговой точки составляет 80 кв. м. Как и все фирменные магазины Roshen, Bonbonetti имеет свой уникальный интерьер и экстерьер, динамическую витрину. В магазине представлен весь ассортимент продукции ТМ Bonbonetti, а также новые продукты, такие как шоколадные драже, пралине, которые можно купить только здесь. Также в фирменном магазине покупателям представляется эксклюзивная возможность подобрать на свой вкус ассорти пралине «Бонбони-

та», которое изготавливается ручным способом.

В фирменном магазине Bonbonetti действует постоянная система скидок и проводятся дегустации.

Пресс-служба Roshen

«Приморский кондитер» прошел сер- тификацию ХАССП

В августе 2013 года компания получила подтверждение соответствия системе добровольной сертификации системы качества пищевой продукции (ХАССП), тем самым подтвердив высокое качество выпускаемых кондитерских изделий и приверженность принципам и строжайшим требованиям международных стандартов.



Все производственные процессы на предприятии регламентированы, и их выполнение тщательно контролируется, что отражается в стабильности вкуса и качества выпускаемой продукции. Значок соответствия системе ХАССП в скором времени появится на всех этикетках, маркировках и упаковках, выходящих из цехов фабрики.

Candynet.ru

Торты для малень- кой компании

Серия мини-тортов «Для маленькой компании» производства приморской компании «Владхлеб» объединила пять восхитительных и необыкновенных, простых и изысканных, безукоризненных и неповторимых вкусов.



Сметанный «Белиссимо» – для встречи с коллегами, шоколадный «Каприз» – для сладкого романтического свидания, творожный «Презент» – для семейного ужина с родителями, суфле

ТРИЭР

ООО «ТРИЭР»
115516, Москва
Кавказский б-р, д. 59, стр. 1
РОССИЯ
тел.: +7 495 648-07-90
980-70-90
факс: +7 495 648-07-91
info@trier.ru
www.trier.ru

Группа Компаний ТРИЭР:
Санкт-Петербург: +7 812 371-61-28
Новосибирск: +7 383 224-98-44
Нижний Новгород: +7 831 217-02-70
Ростов-на-Дону: +7 863 273-26-51
Воронеж: +7 473 246-22-46
Казань: +7 843 570-00-75
Хабаровск: +7 4212 42-90-25

ООО «ИРЕКС»
115093, Москва
ул. Щипок, д. 18, стр. 3
РОССИЯ
тел.: +7 495 959-71-39
959-71-40
факс: +7 495 959-71-38
ireks@aha.ru
www.ireks.ru

ИРЕКС

«Ванильное небо» – для самой важной и близкой встречи, «Вдохновение» – просто для себя.

Рассказывает **Дмитрий Шинкаренко, генеральный директор ОАО «Владхлеб»:** «К выпуску данной коллекции компания шла давно – были идеи, задумки, которые нашли воплощение в том, что владивостокцы могут увидеть сейчас на прилавках магазинов. Мини-торты – это новый и несколько непривычный формат в кондитерском мире. Мы воплотили европейский дизайн, используя при этом натуральные продукты и самое лучшее сырье. Поэтому миниторт – он для всех и каждого, по поводу и без!»

Candy.net.ru

Торговый гигант Tesco принес извинения потребителям

Британская сеть супермаркетов Tesco принесла свои извинения потребителям, которые обнаружили червяков в коробках конфет Cadbury's Caramel Nibbles.



Поскольку все магазины Tesco постоянно убирают, а товар регулярно проверяют, – говорится в заявлении руководства торговой сети, – червяки, как полагают, были помещены в продукт злонамеренно. Представитель Tesco заявил: «Мы ужаснулись, услышав об этом инциденте. Мы намерены провести тщательное расследование данного происшествия и готовы подключить полицию, если возникнет такая необходимость». Представители компании Cadbury, чья продукция оказалась в центре скандала, заявили, что любое загрязнение продукта могло произойти только после того, как он «был отправлен покупателю и, таким образом, оказался не под контролем компании». Как сообщают британские СМИ, двое покупателей, Брендан Литтл и Джош Даунс, обнаружили червяков в упаковках конфет Cadbury's Caramel Nibbles, приобретен-

ных в магазине Tesco. Как общается, очевидно, что инцидент носил единичный характер, так как оба покупателя приобрели аналогичный продукт ранее днем в том же самом магазине.

Sweetinfo.ru

Литовская Ruta представила 100-летнюю шоколадную историю

На пятом этаже Вильнюсского центрального универмага открылась выставка необыкновенных фигур. Необыкновенных в первую очередь потому, что они – из чистого шоколада.



Выставка, открытая до 7 октября, стала частью обширной программы, которую к своему столетнему юбилею подготовила шляйская кондитерская фабрика Ruta.

Вход на шоколадную экспозицию не имеет возрастных ограничений, но родители, пришедшие туда вместе с маленькими детьми, сильно рискуют: как ребенку объяснить, что это – произведение искусства, а лишь потом – большая конфета?

Candy.net.ru

В Ростовской области выявили две партии недоброкачественной муки рисовой рассыпной

Специалисты Ростовского филиала ФГБУ «Центр оценки качества зерна» при проведении работ по подтверждению соответствия качества и безопасности выявили две партии недоброкачественной муки рисовой рассыпной.

Общий вес опасной продукции составил более 2,7 тыс. тонн. По данным ведомства, при проведении испытаний установлено, что продукция не соответствует ТУ 9295–003–00935140–12 «Мука рисовая рассыпная. Технические условия» по запаху, крупности и показателям безопасности (содержание

охратоксина А, Т-2 токсина). Заявителю в выдаче сертификатов качества было отказано. Информация о выявлении некачественной продукции передана в Управление Россельхознадзора по Ростовской и Волгоградской областям и Республике Калмыкия.

ИА «Казах-Зерно»

Переработка сахарной свеклы в России

По данным Союзроссахара, на 6 сентября текущего года работает 42 сахарных завода из 77, которые должны начать работу в этом году. В прошлом году в это время работал 61 завод.

Более поздние пуски сахарных заводов продиктованы, прежде всего, существенным снижением в ряде свеклосеющих регионов посевных площадей под сахарную свеклу. Так, в Воронежской области посевные площади сократились более чем на 30% и составили 102,4 тыс. га. Намеченные пуски сахарных заводов во второй декаде сентября позволят свекловодам области собрать более высокий урожай, а сахарным заводам переработать его с высокими технико-экономическими показателями.



На прошедшей неделе в ряде регионов прошли дожди, что привело к снижению темпов уборки. По информации ряда свеклосеющих регионов (Орловской, Курской, Липецкой областей), темпы заготовки сахарной свеклы также были снижены из-за ужесточения требований к правилам перевозки грузов. В Южном федеральном округе на текущую дату работают 14 заводов из 15; в Центральном федеральном округе – 24 из 44; в Приволжском федеральном округе – два из 15; в Северо-Кавказском – два завода из трех. Суточная выработка сахара составляет 21 тыс. т при суточном потреблении в 16,6 тыс. т.

Союзроссахар

МИР
ИННОВАЦИЙ

Почему БОЛЕЕ 100 кондитерских предприятий ВЫБРАЛИ

Наполнитель
КЛАССИКА
СЫРНЫЙ Т 349
(сыр плавильный)

Для производства слоеных изделий, печенья, кексов, и выпечки.

ЭТО ФАКТ

- имеет **приятный вкус** и структуру плавленого сыра;
- позволяет производить **продукты с длительными сроками хранения до 30 суток**;
- **готов к употреблению** и не требует особых условий хранения;
- **термостабильность** – 100% при температуре 220 °C
- **высокотехнологичный** – легко дозируется на линии и распределяется в продукте.

ГК «СОЮЗНАБ»

Без лишних слов.

Одобрено выбором лидеров.

+7(495) 937 8750

www.ssnab.ru

e-mail: mail@ssnab.ru



Оборудование для мини-пекарни.

Как сделать правильный выбор?

Гость:



Ольга Бушуева,

независимый консультант, руководитель
проектов в сфере технологий производства
бисквитно-кремовых кондитерских изделий

Беседовала:



Елена Максимова

Предприятиям малого бизнеса гораздо сложнее удержаться на рынке, чем крупным, особенно если компания занимается таким непростым и, по большому счету, низкорентабельным бизнесом, как хлебопечение. Именно поэтому мини-пекарням очень важно минимизировать издержки, при этом не экономя на качестве продукции, ведь репутация и наличие постоянных клиентов, а следовательно, стабильного дохода – те факторы, которые помогают небольшой компании держаться на плаву.

Возникает резонный вопрос: на чем же экономить, если не на сырье и ингредиентах? Ответ прост: на оборудовании. Причем некоторые предприятия фразу «экономить на оборудовании» понимают слишком буквально: они либо вовсе отказываются от автоматизации, либо закупают по приемлемой (в их понимании) цене устаревшие линии, которые работают реже, чем выходят из строя. При этом владельцы пекарен не учитывают, что ручной труд предполагает ежемесячные выплаты заработной платы работникам, а также наличие человеческого фактора, который далеко не всегда является преимуществом. Закупка же дешевого оборудования низкого качества – и вовсе выброс денег на ветер, причем не только потраченных на сами агрегаты, но и тех, что будут израсходованы на их ремонт и, безусловно, тех, которые можно было бы получить от реализации продукции, которая могла быть произведена за время вынужденного простоя оборудования.

О том, как правильно выбрать оборудование для мини-пекарни, рассказывает **Ольга Бушуева, независимый консультант, руководитель проектов в сфере технологий производства бисквитно-кремовых кондитерских изделий.**

Ольга, на что ориентироваться мини-пекарням при выборе оборудования?

– Ориентироваться нужно, в первую очередь, на ассортимент, который создатели пекарни планируют производить и который, по их мнению, будет популярен. Ведь для разных видов тестовых заготовок и полуфабрикатов необходимы разные линии. Даже при использовании универсального оборудования каждая пекарня делает упор на какую-то определенную группу продукции, поэтому перед тем, как выбрать оборудование, необходимо рассматривать в комплексе ассортимент и предполагаемый объем производимой продукции. Важно также понять, какие изделия будут производить выгоднее: по трудозатратам, расходу сырья и т. д.

Мини-пекарни, как правило, крайне ограничены в площадях, предназначенных для установки оборудования, но при этом им хочется обслуживать клиентов оперативно и предлагать широкий спектр выпечки. Есть ли решения, позволяющие это сделать?

Если в мини-пекарне планируется производить разные виды продукции, например, заварные пирожные, песочное печенье, слойку, то она должна обладать достаточной для размещения всего необходимого оборудования площадью. Для предприятий, ограниченных в площади, необходимо выбрать достаточно узкое направление. Например, если в планы предпринимателя входит производство слойки, в помещении необходимо соблюдать определенный температурный режим: от +20 °C до +22 °C. Некоторые же изготовители в одном и том же помещении занимаются раскаткой теста для слойки и выпечкой. Естественно, температурный режим из-за работы печей нарушается, и в итоге страдает качество готовых изделий.

Каким образом поставщики оборудования помогают производителю сориентироваться и сделать правильный выбор?

– Грамотный поставщик всегда спросит, какой ассортимент планируется производить, и только после этого бу-

дет рекомендовать какое-либо оборудование.

Еще один вариант, который практикуют поставщики, – сбор максимально универсальной линии. Например, предлагают печь, в которой можно выпекать широкий спектр изделий. Естественно, она будет стоить несколько дороже, чем те, что рассчитаны только на определенные виды продукции, зато производитель может быть уверен, что у него не возникнет трудностей из-за перехода с одной ассортиментной позиции на другую.

Расскажите подробнее про универсальные печи. Каковы их основные характеристики?

– Во-первых, способность выпекать разные виды полуфабрикатов. Самое главное в печи – распределение тепла и воздуха. Так, не все конвекционные печи позволяют выпекать бисквит хорошего качества, потому что у него высыхает верхняя корочка, в результате чего масса не может подняться и изделие получается недостаточно пышным.

То же самое в конвекционных печах происходит и с заварными полуфабрикатами, для которых важно, чтобы пропекание происходило деликатно. Прямой обдув воздуха для данной продукции – не самый лучший вариант.

А вот для мелкой дрожжевой выпечки и слоев конвекционные печи отлично подходят. Благодаря поддуву изделие получается воздушным.

А какие печи подходят для максимально широкого спектра выпечки?

– Если это совсем маленькое производство – скажем, в каком-нибудь отделе магазина, – то там обычно ставят подовые печи, которые обеспечивают хорошую выпечку любых видов изделий. Однако работа с подовой печью предполагает значительные трудозатраты. На каждый стеллаж необходимо загружать полуфабрикаты вручную.

Данную задачу облегчает использование ротационных печей, в которых загрузка производится при помощи тележки, но их нужно тоже выбирать по типу распределения воздуха.

В целом на нашем рынке оборудования достойных предложений много, но поставщику прежде, чем заключить договор, необходимо выяснить, как идет распределение воздуха в печи и на выпечку каких видов продукции она рассчитана.



ЭМУЛЬГАТОРЫ / ПАСТЫ ДЛЯ ВЗБИВАНИЯ

Используются при производстве мучных кондитерских изделий бисквитов, рулетов, кексов, маффинов, печенья:

- ▶ Colco, Pastello N (Швеция)
- ▶ Альфа-Гель МКИ, Альфа-Гель 475, Эмул Лакт (Россия)

Москва
+7 (495) 229 28 79
info@neos-ingredients.ru

Санкт-Петербург
+7 (812) 600 22 45
spb@emulgator.ru

Краснодар
+7 (861) 200 68 19
krasnodar@emulgator.ru

Алматы
+7 (727) 269 65 04
asia@emulgator.ru



► Прямая
речь

Ольга Бушуева,
независимый
консультант:

«Выбирая печь, обязательно нужно выяснить, каково потребление электроэнергии в рабочем режиме (когда уже происходит процесс выпечки) и сколько электроэнергии расходуется на разогрев, пока оборудование достигает определенной температуры. Это два параметра, которые обязательно нужно учесть».

Многие производители также хотят, чтобы их оборудование потребляло минимальное количество энергии. Существуют ли такие предложения от поставщиков?

– Самыми энергоемкими в мини-пекарнях являются электрические печи и холодильное оборудование, и именно при выборе этих установок стоит обращать внимание на то, сколько киловатт в час они потребляют.

Выбирая печь, обязательно нужно узнать, каково потребление электроэнергии в рабочем режиме (когда уже происходит процесс выпечки) и сколько электроэнергии расходуется на разогрев, пока оборудование достигает определенной температуры. Это два параметра, которые обязательно нужно учесть.

При подборе оборудования не стоит останавливаться на каком-то одном поставщике. Нужно найти как минимум трех-пяти разных поставщиков, получить от каждого подробную информацию по блоку, который интересуется производителем, сравнить и, возможно, выбрать у каждого из поставщиков ту позицию, которая является наиболее подходящей по всем характеристикам.

То есть не обязательно все оборудование покупать у одного поставщика? Можно комбинировать?

– Если речь идет о разных блоках, скажем, о печи и холодильной установке, то нет принципиальной разницы, куплены они у одной фирмы или у разных. Но при этом ни в коем случае не должно получиться так, что одна часть блока приобретена у одного поставщика, а вторая – у другого. Например, агрегат к холодильной камере и ее корпус должны быть приобретены у одного и того же поставщика. В противном случае, если оборудование выйдет из строя, будет очень сложно найти виноватого.

Кроме того, при покупке оборудования необходимо оговаривать с поставщиком его обязательство по монтажу и вводу установки в эксплуатацию. Ведь от каждой единицы оборудования зависит производительность пекарни в целом, и если хотя бы один блок выйдет из строя, предприятие не сможет выпускать продукцию.



Бывают ли случаи, когда производители обещают, скажем, экономию электроэнергии, а на деле этой экономии не происходит? Возможно ли каким-то образом предостеречь себя от таких ситуаций, и как это сделать?

– Первый способ обезопасить себя от опрометчивого выбора – сравнить разные предложения. И если при сравнении вы заметите, что у кого-то из поставщиков информация вызывает подозрения, скажем, при одной и той же производительности один поставщик заявляет потребление электроэнергии 50 киловатт в час, а другой предлагает 20, то необходимо задать поставщику вопрос о том, за счет чего достигается эффект уменьшения энергозатрат. Если же поставщик не сможет ответить – у потенциального заказчика есть все основания сомневаться в достоверности предоставленной информации и надежности предполагаемого партнера.

Я сталкивалась с ситуацией, когда поставщик предлагал компании печь с пониженным энергопотреблением. Когда мы стали выяснять, почему оборудование потребляет так мало электроэнергии, то узнали, что производитель повысил энергоэффективность печи за счет того, что во время открывания ее дверцы срабатывала завеса, не дающая горячему воздуху выходить наружу, таким образом тепло сохранялось внутри печи. И у производителей много подобных решений.

Еще один способ проверки оборудования поставщика на добросовестность – запрос у него референс-листа. Это понятие, как и

TRANSMODUL

Центральным элементом Schubert упаковочной линии являются двигающиеся по рельсам трансмодули. Эти интеллектуальные транспортные роботы автономно перемещают Ваши

продукты через все участки упаковочного оборудования – по идеальной линии. Трансмодули открывают новые горизонты: для многоформатности, эффективности и безопасности в обслуживании.

АГРОПРОДМАШ, Москва

7.10 – 11.10.2013

Пав.8, зал 3, стенд 83В60

Добро пожаловать!



Gerhard Schubert GmbH Упаковочные машины
Industriegebiet Südost, Hofäckerstraße 7
Германия 74564 Crailsheim
Тел. 07951/400-427, Факс. 07951/8588

www.gerhard-schubert.ru



Трансмодуль
в действии

youtu.be/
DCzTWYCSkM



► Прямая
речь

**Ольга
Бушуева,**
независимый
консультант:

«Референс-лист – это список клиентов с должностями и номерами телефонов, которые уже покупали подобное оборудование. Можно позвонить коллегам по бизнесу и узнать у них о достоинствах и недостатках той или иной установки».



сама практика, пришло к нам с запада. Референс-лист – это список клиентов с должностями и номерами телефонов, которые уже покупали подобное оборудование. Можно позвонить коллегам по бизнесу и узнать у них о достоинствах и недостатках той или иной установки. Ведь поставщики всегда будут говорить о своей продукции только хорошее, а некоторых нюансов, с которыми предприятия сталкиваются при работе с оборудованием, они могут просто не знать. Производители же, проверившие линии на деле, смогут вам дать максимально объективную информацию.

Какой уровень сервиса предлагают производителям поставщики оборудования? Все ли соблюдают свои обязательства? Как данный пункт должен быть прописан в договоре?

– Главное, что должно быть прописано – это пункт о том, что поставщик осуществляет доставку, монтаж и запуск в эксплуатацию оборудо-

ования. Кроме того, в договоре обязательно должно быть указано, в течение какого времени после поставки оборудования или оплаты последней суммы должна быть осуществлена работа по монтажу и вводу в эксплуатацию.

Также важно, чтобы в контракте было прописано, в течение какого срока поставщик обязуется исправить дефект, который может возникнуть во время эксплуатации. Ведь не секрет, что многие поставщики западного оборудования пишут в договоре о том, что они обязуются устранить неисправность, однако информацию о том, сколько времени должно пройти с момента поступления заявки на гарантийный ремонт до устранения дефекта, они опускают. И иногда владельцы пекарен могут ждать устранения неполадки очень долго, а производство будет простаивать.

Скажу по секрету, практически каждый поставщик знает, что в его оборудовании может выйти из строя. Поэтому для того, чтобы сократить срок поставки запасных деталей, когда установка уже вышла из строя, можно договориться о том, чтобы поставщик предоставил вместе с оборудованием необходимые в случае поломки запчасти. Их можно купить за отдельную плату или договориться с партнером об ответственном хранении деталей на складе в течение гарантийного срока службы оборудования. И если по его истечении линия будет работать исправно, эти запчасти можно выкупить или вернуть поставщику.

Pavaiiler

Bertrand
puma

CFI

Оборудование для пекарен



+33 475 575 500
pavaiiler@pavaiiler.com
www.pavaiiler.com

Комментарий
эксперта



Леонид Зыбин,
менеджер по работе
с ключевыми клиентами
компании Dawn Foods:

– При выборе оборудования прежде всего необходимо четко понимать, какой ассортимент планируется производить и впоследствии продавать. Если пекарня небольшая, то оборудование необходимо выбирать максимально надежное, так как при выходе из



«Важный момент – условия гарантии в отношении узлов и деталей, поставляемых субпоставщиками производителю. Очень часто фирмы вписывают в договор, что на детали, поставляемые субпоставщиками (например, элементы электронных узлов) действует гарантия их производителя. Это не совсем корректно с точки зрения нашего законодательства, и на это необходимо обращать внимание».

строя быстро заменить его, скорее всего, будет нечем.

Многие владельцы мини-пекарен пытаются производить максимально широкий спектр продукции, однако, на мой взгляд, главное – не широта ассортимента, а его качество: это самый важный показатель и условие для развития бизнеса. При широком ассортименте и его плохом качестве пекарня так и останется в ранге «мини». Залогом успеха продукта – а в конечном итоге и малого бизнеса – являются качественное сырье, надежные технологии и оборудование, и конечно, везение. Поэтому на начальном этапе я сконцентрировался бы именно на качестве и надежности.

Покупая оборудование, еще в момент изучения коммерческого предложения необходимо выяснить, какие гарантийные обязательства несет поставщик оборудования, какие исключения имеет гарантия (напри-

мер, быстро изнашиваемые детали, выключатели и т. д.), с какого времени начинается гарантия (с момента продажи, прибытия оборудования, его запуска и т. д.) и при каких условиях она прекращается. Иногда в гарантийных условиях написано, с какой интенсивностью или нагрузкой должно эксплуатироваться оборудование.

Еще один важный момент – условия гарантии в отношении узлов и деталей, поставляемых субпоставщиками производителю. Очень часто фирмы вписывают в договор, что на детали, поставляемые субпоставщиками (например, элементы электронных узлов) действует гарантия их производителя. Это не совсем корректно с точки зрения нашего законодательства, и на это необходимо обращать внимание. Гарантия должна быть обеспечена производителем-продавцом. Необходимо, чтобы эта цепочка четко прослеживалась в договоре. Сегодня я бы выбирал поставщика, у которого есть собственный сервисный центр или надежная российская партнерская организация, которая обеспечивает сервисное обслуживание оборудования. В этом случае не стоит переживать и за постгарантийный сервис.

Нельзя исключить вариант, что кто-то из производителей прибегает к недобросовестному маркетингу, пытаясь продать свое оборудование. Предостеречь себя от подобных ситуаций возможно только путем тщательного выбора поставщика. Поэтому лучше приобретать линии у серьезных европейских компаний, которые чаще всего дорожат своей деловой репутацией. Можно поинтересоваться референцией поставщика. Как правило, фирмы, у которых за плечами есть реализованные большие проекты, и к небольшим относятся со всей серьезностью. Техническую же сторону вопроса необходимо четко прописывать в спецификации к контракту, чтобы в случае возникновения проблем можно было на него сослаться и требовать соразмерной компенсации. **КС**

Мы строим печи для настоящих мастеров своего дела!



От проекта – до продукта

На наших тоннельных печах и линиях производят:

- подовый, формовой и тостерный хлеб, батоны и булочки;
- пряники, печенье, кексы;
- сушки и баранки;
- хлебные палочки, сухарики и снеки;
- и многое другое!



Наши дилеры:

«АГРО-3»

Тел./факс: +7 (495) 721-20-77

«СЭМЗ»

Тел./факс: +7 (343) 37-37-171
37-37-121

ООО «УК Меркурий»

Тел./факс: +7 (8412) 57-25-57
+7 (903) 794-76-91

«DVORAK»

Тел./факс: +7 (495) 926-10-92

ООО «Нижегородский Хлеб»

Тел./факс: +7 (831) 248-18-48
273-98-46, 273-98-47

Представительство J4 в РФ и странах СНГ

2-я Тверская-Ямская 31/35, 125047, Москва

Тел.: +7 (499) 978 71 95

+7 (926) 522 42 66

+7 (926) 522 45 49

moskva@j4.cz

info.moskva@j4.cz

www.j4.cz

www.j4.eu

Наши партнеры:



www.j4.cz

Событие: **Международная выставка
упаковочной индустрии RosUpack**

Упаковка – по-настоящему глобальный бизнес



С 18 по 21 июня в МВЦ «Крокус Экспо» прошла XVIII Международная выставка упаковочной индустрии RosUpack, крупнейшее отраслевое событие в России, странах СНГ и Восточной Европы. Организатор мероприятия – MVK в составе Группы компаний ITE.

В выставке этого года приняли участие более 700 компаний из 33 стран мира, включая Австрию, Болгарию, Германию, Израиль, Индию, Италию, Китай, Малайзию, Норвегию, США, Финляндию, Швейцарию, Японию. Экспозицию посетили более 21 тыс. специалистов.

Согласно отзывам, эту выставку отличает не только выросшее по сравнению с прошлым годом число посетителей, но и сохранение их качественного состава. Большую заинтересованность у специалистов разных отраслей вызвали работающие образцы оборудования, подарочная упаковка, новые предложения в области этикетирования, маркировки продукции, системы логистического управления, складская техника и др.

Мероприятие дополняли научно-практические конференции и семинары, конкурсы, презентации, круглые столы. Деловая программа традиционно разрабатывается и проводится в тесном сотрудничестве с отраслевыми союзами и ассоциациями.

В этом году в рамках RosUpack состоялась конференция «Инновации в области полимерной упаковки», организатором которой выступил журнал Packaging R&D. Компания «ММГ Холдинг» провела Международную конференцию «Инновационные решения в области внутрискладской логистики: автоматизация, управление транспортом и персоналом». В центре внимания оказалась научно-практическая конференция «Российский упаковочный рынок в 2013–2014 годах. Достижения. Тенденции. Проблемы», организованная Национальной конфедерацией упаковщиков.

В своем вступительном слове президент Национальной конфедерации упаковщиков, председатель совета директоров ГП «Готэк» Владимир Чуйков очертил круг рассматриваемых проблем.

«Россия вступает в период рецессии. По этому поводу есть много спорных оценок, но я согласен с теми экономистами, которые считают ее естественным, органическим следствием определенного этапа развития общества, – сказал Владимир Чуйков. – Россия переступила психологический барьер (доля ВВП на душу населения — 16 тыс. долларов США), который во многих странах считается началом экономической рецессии. Ряд раз-

витых стран прошли через этот этап. Носющая органический характер рецессия означает для нас смену формата ведения бизнеса».

Для современного этапа характерны снижающиеся цены, падающая рентабельность на конкурентных рынках, в этот период обостряются противоречия между крупными транснациональными корпорациями, средним и мелким бизнесом. По мнению Владимира Чуйкова, основная тяжесть ложится на плечи средних и малых предприятий, которые вынуждены адаптироваться к новым условиям. Важнейшими направлениями становятся ресурсосбережение и повышение производительности труда, которая в России еще отстаёт от развитых стран.

«Наше общество идет по пути цивилизованного регулирования отношений, в частности между крупным и мелким бизнесом, – отметил Владимир Чуйков. – У нас есть антимонопольное законодательство, которое для России является новацией. Многие предприятия не знакомы с этим законодательством, не знают своих прав».

Президент Всемирной ассоциации упаковки (WPO) Томас Шнайдер, выступая на конференции, отметил, что упаковка – это по-настоящему глобальный бизнес. «Единственное, что нас разделяет – национальные границы и языки», – подчеркнул он.

В своем докладе Томас Шнайдер коснулся истории упаковки, отметив, что первый образец был шит из шкур животных. Это изобретение он считает величайшим в истории, сравнимым с изобретением колеса.

Также президент WPO рассказал об основных рынках упаковки в мире. В настоящее время рынки Северной Америки и Западной Европы вполне зрелые, в то же время Азия обещает значительный рост. Ежегодный прирост на азиатских рынках составляет 7,9%.

Объем мирового упаковочного рынка сейчас оценивается в 600 млрд долларов США. По прогнозам, к 2020 г. он достигнет 1 трлн долларов.

Впервые реализованный в 2012 году конкурс на лучшую упаковку PART Awards (Packaging, Art, Research, Technology) получил дальнейшее развитие. В этот раз профессиональным жюри было принято более 70 образцов. Победителей объявили на торжественном приеме, посвященном открытию RosUpack 2013.

Следующая выставка состоится 17–20 июня 2014 года в Москве, МВЦ «Крокус Экспо». **КС**

Компания: **Atollspeed**



Гость:



Георг Питч,
руководитель
по международным
продажам Atollspeed

Беседовала:



Елена Максимова



Печи для максимально быстрого результата

В сегменте HoReCa очень важна скорость сервиса, и печи, способные максимально быстро разогреть и приготовить блюдо, заказанное гостем, играют важную роль в процессе обслуживания клиента. Георг Питч, руководитель по международным продажам Atollspeed, расскажет о том, какие решения предлагает представляемая им компания.

Чем ваши печи принципиально отличаются от тех, что традиционно используются в сегменте HoReCa?

– Печь Atollspeed разработана специально, чтобы готовить закуски в несколько раз быстрее, чем другие печи данного сегмента. Как такое возможно? Для того чтобы готовить закуски быстрее, необходим очень горячий воздух, температура и микроволны. Atollspeed совмещает все эти составляющие в себе. Например, в обычной печи с конвекционным обогревом или пароконвектомате скорость воздуха составляет 5 м/с. В Atollspeed она достигает 15 м/с. Это означает, что тепло передается продукту гораздо быстрее, чем в обычной печи.

Для уменьшения времени приготовления и одновременного подогрева блюд изнутри мы также используем микроволны. При этом мы получаем хрустящую корочку или делаем продукт румяным. Все эти про-

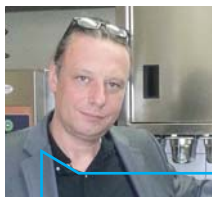
цессы осуществляются параллельно, что является одним из секретов такого короткого времени приготовления продуктов в Atollspeed. Обычно высокоскоростные печи требуют больших затрат энергии, но мы снижаем эти затраты до минимума. На настоящий момент Atollspeed – единственная печь с «импинджмент» – специальным процессом для передачи горячего воздуха через сопла в камере, – которая работает от сети 230 В. Таким образом, основываясь на этих показателях, мы можем с уверенностью утверждать, что Atollspeed является самой эффективной печью на рынке.

Используя наши печи при работе с высокими температурами – от 250 °C до

280 °C, – можете быть уверены, что они останутся стабильными на протяжении всего процесса приготовления. Благодаря двум эффективным и мощным нагревательным элементам мы можем разогреть печь достаточно быстро и контролировать температуру внутри камеры.

В сегменте быстрого питания особо ценится такой критерий, как быстрота приготовления блюд. Могут ли ваши печи по данному критерию составить конкуренцию продукции других производителей?

– Да, мы знаем потребности бизнеса, и печь Atollspeed была разработана специально под них. Atollspeed –



► Прямая
речь

Георг Питч,
руководитель
по международным
продажам Atollspeed:

«Atollspeed – идеальное решение для потребителей, которые хотят сэкономить на затратах на электроэнергию и ежедневных эксплуатационных издержках. Последние при работе Atollspeed оказываются вдвое ниже, чем при использовании печей других торговых марок. Это одна из причин, по которым крупные игроки рынка быстрого питания доверяют Atollspeed».



идеальное решение для потребителей, которые хотят сэкономить на затратах на электроэнергию и ежедневных эксплуатационных издержках. Последние при работе Atollspeed оказываются вдвое ниже, чем при использовании печей других торговых марок. Это одна из причин, по которым крупные игроки рынка быстрого питания доверяют Atollspeed: у нас много постоянных клиентов, которые применяют печь Atollspeed для выполнения ежедневных задач своего бизнеса.

Насколько данные печи просты в установке?

– Очень просто. Единственное, что понадобится для установки, – розетка напряжением 230 В.

Многие современные печи требуют подключения к вытяжке. Насколько я знаю, здесь вы тоже выгодно отключаетесь от конкурентов. Расскажите подробнее о данном аспекте работы печи.

– Совершенно верно. При работе с печью Atollspeed не нужна дополнительная система вентиляции. Наша печь – полностью автономное устройство, и в этом еще одно ее преимущество.

Мы оснастили оборудование автоматической системой фильтрации воздуха, которая не нуждается в техническом обслуживании. Весь жир и запах поглощаются каменным фильтром, установленным в печи. Это своего рода керамический фильтр с функцией самоочистки. Данная технология, как и сам фильтр, запатентована.

Могут ли в вашей печи готовиться одновременно несколько разных блюд? За счет чего появляется такая возможность?

– Все зависит от продуктов. Но, если честно, редко возникает необходимость готовить более одного блюда, ведь время, за которое продукция доводится до конечной готовности, – менее минуты! Например, для того, чтобы приготовить хот-дог, потребуется всего 45 секунд. Замороженная пицца полностью готова спустя 35–45 секунд. Как видите, скорость такая, что обычно нет никакой необходимости готовить несколько блюд одновременно. Но если такая необходимость все-таки появляется, то мы можем настроить работу в многофункциональном режиме.

С какими предприятиями вы уже работаете? В каких странах?

– В настоящий момент мы начинаем сотрудничество с несколькими крупными клиентами. В их числе – кофейни Panos – крупнейшая сеть пекарен в Бельгии. Также мы развиваем взаимоотношения с Rewe Group и Billa в Центральной Европе. Сеть Mc Donald's в Германии и Австрии использует нашу печь для нового Mc Café. В Польше мы сотрудничаем с HDS – крупнейшей группой, работающей в секторе быстрого питания. Наши печи установлены в точках быстрого питания на заправках Lotos и Orlen.

Atollspeed также установлена на многих автозаправочных станциях и в Германии: Q8, Aral, Shell, группа компаний автозаправочных Tank & Rast используют наши печи для своих ежедневных потребностей. У нас есть клиенты и в Азии, например, Walmart и Costa Coffee Group. И это лишь неполный перечень наших клиентов. ■



ГОРЯЧИЕ И ХРУСТЯЩИЕ ЗАКУСКИ ЗА СЧИТАННЫЕ СЕКУНДЫ

Новинка от компании Kolb, печь комбинированного нагрева Atollspeed

Благодаря одновременному использованию в процессе приготовления микроволн, горячего воздуха под давлением и конвекции значительно сокращается время приготовления.

Печь Atollspeed быстро готовит, разогревает, выпекает продукты до золотистой хрустящей корочки, разработан специально для ресторанов быстрого обслуживания, кафе, снэк баров и пекарен.



- Быстрое время приготовления улучшит эффективность Вашей работы и минимизирует затраты
- Хрустящая золотая корочка свежее испеченной выпечки – то, что Вам нужно
- Многофункциональность одной печи позволит разнообразить меню Ваших блюд
- Легкость в использовании – низкие затраты на обслуживание



**Приглашаем посетить наш стенд на выставке ПИР
и отведать наши горячие хрустящие закуски!**

**Зал 15 стенд № 3А 21
01 – 04 октября 2013 г.**

МВЦ «Крокус Экспо», Москва



Печь Atollspeed 300 C

Компания: **«Бюлер АГ»,
представительство в Москве**
Тимирязевская ул., д. 1, стр. 3
тел./факс: +7 (495) 786-87-63
www.buhlergroup.com
office.moscow@buhlergroup.com



Меньше энергии, больше муки

Чтобы справиться с растущими ценами на электричество, фирма Sasko, подразделение Pioneer Foods (ЮАР), обратилась к экспертам компании «Бюлер», чтобы вместе найти пути снижения расхода электроэнергии своей хорошо загруженной зерновой мельницы и повысить ее производительность – с минимальной остановкой производства и низкими затратами.



► Прямая
речь

Когда фирма Sasko выполняла модернизацию мельницы в городе Малмсбери в 2006 году, электроэнергия была дешевой. Однако всего два года спустя мощность стареющей южно-африканской сети электроснабжения была исчерпана. Начались постоянные перебои с электроснабжением и стали сильно расти цены на электроэнергию. Некоторые мельницы Sasko были спроектированы более 30 лет назад, когда энергетической эффективности еще не придавалось такое значение. При этом предприятие не могло рассматривать в качестве варианта замену машин – и не только в связи с затратами. Мукомольное производство в Южной Африке является рынком с высокой конкуренцией. В отличие от установок в других странах, большинство южно-африканских мельниц работают 24 часа семь дней в неделю с короткими остановками только для проведения плановых работ по техническому обслуживанию.

После того как персонал был обучен экономно расходовать энергию, фирма Sasko

Йабус Весселс,
руководитель
производства Sasko:

«На нас произвело сильное впечатление то обстоятельство, что обещанное повышение производительности на 5% стало возможным без больших инвестиций в дополнительные машины и длительной остановки производства».

обратилась к консультантам компании «Бюлер», чтобы проверить эффективность работы предприятия. Фирма была убеждена в том, что, если компании «Бюлер» удастся добиться существенной экономии энергии в Малмсбери (где действует самая современная из установок Sasko), то экономия на более старых установках окажется еще более значительной.

Результаты оказались впечатляющими: расход энергии мельницы сократился на 5,8%. «Производительность установки увеличилась на 5% при том же выходе готовой продукции», – поясняет **Дэвид Остин, ведущий технолог мукомольного производства компании «Бюлер»**. На установке в Малмсбери экономия энергии была достигнута в основном за счет повышения эффективности пневмотранспортной системы размольного отделения, служащей для транспортировки продукта и аспирации пыли.

Работа над повышением энергоэффективности мельницы началась с балансировки пневмотранспортных линий. Затем в линии были установлены датчики давления, чтобы выдавать ответные сигналы на приводы воздушудов для регулирования числа оборотов. Это дало такие дополнительные преимущества, как, например, контролируемый запуск и уменьшение максимального потребления электроэнергии.

Благодаря оптимизации пневматических напорных линий удалось еще больше снизить расход энергии установки. В одном случае линия пневмотранспорта транспортировала отруби на определенное расстояние на расположенный рядом комбикормовый завод. При этом она использовалась также для транспортировки продукта к выбойному отделению на расстояние всего лишь 50 м. Благодаря установке датчиков на разветвлениях линии число оборотов двигателя воздушудовки стало возможным регулировать в зависимости от направления транспортировки отрубей. В других случаях линии напорного пневмотранспорта удалось полностью заменить с помощью энергетически эффективных норий.

Команде Бюлер удалось подтвердить эффективность своего ноу-хау в мукомольном производств и в ряде других случаев. Так, например, она предложила повысить производительность мельницы с помощью ряда экономичных мер, таких как замена сит, и небольших изменений технологической схемы.

Йабус Весселс, руководитель производства Sasko, подчеркивает, что расход электроэнергии на тонну изготовленного зерна является очень важным показателем для менеджеров по энергетике: «На нас произвело сильное впечатление то обстоятельство, что обещанное повышение производительности на 5% стало возможным без больших инвестиций в дополнительные машины и длительной остановки производства». **Р**

Ваши требования меняются, у нас уже есть готовые решения. Тема безопасности продуктов питания стала доминирующим фактором в поиске решений для использования сырья в хлебопекарной промышленности. Обладая многолетним опытом, Бюлер предлагает технологии и отдельные элементы, отвечающие Вашим требованиям, в сочетании с инновационной автоматизацией. Бюлер – это верный партнер, который совместно с Вашими специалистами разработает убедительную концепцию, позволяющую с наивысшей эффективностью выполнять поставленные Вами задачи. Только безопасные продукты питания – хорошие продукты питания! Для получения дополнительной информации посетите наш сайт www.buhlergroup.com.

Бюлер АГ, Представительство в Москве, Тел./Факс +7 495 786 87 63
office.moscow@buhlergroup.com, www.buhlergroup.com



Посетите нас:
Москва, 7-11.10.2013
стенд 3Е40, павильон №3





Компания: **Ishida Europe, Россия и СНГ**
129164, Россия, Москва,
Ракетный бульвар, д. 16
тел.: +7 (499) 272-05-36
факс: +7 (499) 272-05-37
www.ishidaeurope.ru,
info@ishidaeurope.ru

Канал Ishida на YouTube:
[IshidaeuropeLtd](https://www.youtube.com/IshidaEuropeLtd).



Упаковка изделий из слоеного теста без брака

Установка двух мультиголовочных дозаторов и двух конвейерных весов Ishida на заводе компании «Канзимаг-Франция» (Cansimag France SA), ведущего производителя изделий из слоеного теста, вдвое снизила возможность повреждения продукта и увеличила скорость и точность взвешивания.

Компания «Канзимаг-Франция» производит маслянистые изделия из слоеного теста плоской и скрученной формы. Продукция фасуется по 40 или 150 г, упаковывается в пакеты и складывается в лотки.

Легкая хлопьевидная структура слоеных изделий – одно из главных их достоинств. Однако повышенная хрупкость такой структуры вызывает большие проблемы при взвешивании на мультиголовочных дозаторах.

Для решения этих проблем оба дозатора Ishida, приобретенные «Канзимаг-Франция», были установлены рядом друг с другом на платформе над вертикальными упаковочными автоматами. Дозаторы представля-



ют собой двенадцатиголовочные модели, сконструированные специально для работы с хрупкими продуктами.

Каждый промежуточный бункер расположен над парой весовых бункеров, таким образом, общее количество взвешивающих бункеров равно 24. Каждый промежуточный бункер

Повышенная хрупкость слоеных изделий вызывает большие проблемы при взвешивании и упаковке.



Близко расположенные бункеры дозаторов уменьшают расстояние падения продукта при взвешивании и сохраняют его внешний вид.

Повреждения продукта сейчас составляют лишь 2% – вдвое меньше, чем ранее. Процент брака также крайне низок, а отклонение от заданного веса составляет менее 1%.



Компания «Канзимаг-Франция» производит изделия из слоеного теста, упакованные в пакеты и лотки весом от 40 до 150 г. Легкая хлопьевидная структура слоеных изделий – одно из главных достоинств данного продукта.

Конвейерные весы проверяют вес каждой упаковки и отбраковывают пакеты с отклонениями от контрольного веса.

выгружает продукт в один из пары находящихся под ним весовых бункеров. В итоге уменьшается расстояние падения продукта и хрупкие изделия из слоеного теста не повреждаются.

Кроме того, для уменьшения повреждения изделий при прохождении через воронку сброса используются специальные амортизирующие вставки из пищевого пластика. Пологие углы воронок не позволяют продукту набрать большую скорость при транспортировке, тем самым предотвращается бой продукта о пленку пакета.

Руководство компании «Канзимаг-Франция» выбрало для поставки нового оборудования компанию Ishida Europe, потому что данный изготовитель оборудования является лидером в Европе в области мультиголовочного взвешивания.

Дозаторы Ishida так же используются для изготовления многокомпонентных смесей, где необходима точность в

весе и процентном соотношении компонентов. Скорость взвешивания продукта из двух компонентов достигает на данный момент 100 упаковок в минуту.

«Для нас было важным увеличить автоматизацию процессов и таким образом улучшить производительность, сохранив высокий уровень качества, – объясняет Паскаль Шнелл (Pascal Schnell), генеральный директор компании Cansimag France SA, – сегодня нас полностью удовлетворяет работа оборудования Ishida».

Компания сообщает, что повреждения продукта скрученной формы сейчас составляют лишь 2% – а это вдвое меньше, чем раньше. Процент брака также крайне низок, а отклонение от заданного веса составляет менее 1%. Благодаря использованию модели дозатора с парными весовыми бункерами была достигнута скорость 200 упаковок в минуту. ■



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

Гигиене персонала – персональное внимание!



Санпропускник для мойки, дезинфекции рук и очистки подошв рабочей обуви

Любое пищевое производство, в том числе кондитерское или хлебопекарное, требует соблюдения строгих стандартов по гигиене – ведь только так можно достичь постоянно высокого качества производимой продукции. При этом важно правильно организовать гигиену персонала на каждом из этапов производственного процесса.

Основным правилом для грамотной планировки бытовых корпусов является отсутствие пересечения потоков персонала в уличной (так называемой «грязной») и в рабочей (т. н. «чистой») одежде и обуви. Для этого корпуса должны быть спроектированы таким образом, чтобы персонал, проходя через гардеробные для верхней одежды, раздевалки, душевые, комнаты для сушки обуви и т. п., перемещался последовательно от одного помещения к другому. Это поможет существенно снизить риск занесения болезнетворных бактерий на производство. Особое внимание стоит уделить отделению для сушки рабочей обуви. Специальные установки для сушки и дезинфекции обуви Air Dry Ozon помогут устранить бактерии, вызывающие неприятный запах, и позволят поддерживать чистоту ботинок и сапог изнутри.

Ключевым с точки зрения гигиены помещением является санитарный шлюз. Здесь персонал обязан пройти специаль-

ные гигиенические процедуры по обработке рук, подошв обуви и, если необходимо, одежды и рабочего инструмента. Стандартное оснащение санитарного шлюза выглядит так: санпропускник, раковины для мойки рук, системы хранения резиновых фартуков, машина для мойки фартуков и дозаторы одноразовой одежды. В санпропускнике мойка и дезинфекция рук, а также очистка подошв рабочей обуви осуществляются в принудительном режиме. Для работника, пропустившего один из этапов, дальнейший проход в цех будет заблокирован. Это позволяет гарантировать высокий уровень защиты используемого сырья и готовой продукции от бактерий, которые персонал может занести на производство на руках.

Для еще более строгого контроля компания ИТЕС – ведущий мировой производитель гигиенического оборудования и эксклюзивный партнер Schaller – разработала новую гигиеническую станцию Mano Vision. Основное ее отличие заключается в использовании камеры, которая распознает, правильно ли расположены руки во время гигиенической обработки. Если нет, то впрыскивание дезинфицирующего средства не происходит и доступ в производственную зону блокируется. При этом на дисплее отображается правильная позиция рук.



Специальные установки для сушки и дезинфекции рабочей обуви Air Dry Ozon

На тех производствах, где предусмотрены операции нарезки и упаковки готового продукта, действуют особые санитарно-гигиенические правила в отношении персонала. На сегодняшний момент многие предприятия используют ручной способ укладки продукта в упаковочную машину. Для того чтобы избежать обсеменения продукта, сохранить качество и продлить срок его хранения, необходимо следовать нескольким простым рекомендациям: разрешить доступ в эти отделения исключительно тому персоналу, который занят на данных операциях; предусмотреть использование одноразовой одежды (перчаток, шапочек, масок, бахил и комбинезонов), которые можно разместить в удобных дозаторах на входе в цех, и организовать еще одну дополнительную дезинфекционную обработку рук и обуви персонала, задействованного в данных цехах.



Дозатор одноразовой одежды, установленный на входе в производственный цех

Последним важным моментом в поддержании высоких стандартов производственной санитарии и гигиены является регулярный бактериологический контроль как персонала, так и технологического оборудования, который производится с помощью компактных экспресс-тестеров AccuPoint, позволяющих определить наличие и уровень бактерий в течение нескольких секунд.

В заключение стоит акцентировать внимание на том, что оснащение производства даже самым высококлассным гигиеническим оборудованием не решает проблему санитарии и гигиены автоматически. Необходимо, чтобы каждый работник от кладовщика до директора выполнял все этапы гигиенической обработки в строгом соответствии с предписанными правилами.

Специалисты компании Schaller охотно проконсультируют вас более подробно по всем вопросам, связанным с оснащением кондитерских и хлебопекарных предприятий, подберут необходимое оборудование или разработают комплексный проект исходя из своего огромного опыта и прекрасного знания рынка, техники и актуальных тенденций! **Р**

ГИГИЕНА ПЕРСОНАЛА от ИТЕС



МИНИМАЛЬНЫЙ
РАСХОД ХИМ.СРЕДСТВ
МИНИМАЛЬНОЕ
ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭНЕРГИИ
МАКСИМАЛЬНО ДОЛГИЙ
СРОК СЛУЖБЫ

SCHALLER®



ЗАО «ШАЛЛЕР»
Россия, 115054, Москва,
Павелецкая пл., д. 2, стр. 2.
Тел.: +7-495-797 63 33
Факс: +7-495-797 63 44
office.moskau@schalleraustria.com
www.schalleraustria.com

Excellence in Food
Совершенство в каждом продукте

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

БОЛЕЕ 2 300 УЧАСТНИКОВ, 64 СТРАНЫ, 53 800 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ПРОД ЭКСПО

10–14
февраля 2014

21-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ
ИХ ПРОИЗВОДСТВА



www.prod-expo.ru

Вместе к успеху!

Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Москва, Россия



* Самая крупная выставка России 2011–2012 гг. по тематике «Продукты питания» в номинациях: «Выставочная площадь», «Профессиональный интерес», «Охват рынка». Рейтинг составлен ТПП РФ и РСВЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами.

реклама



 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

Организатор:
ЗАО «Экспоцентр»



При поддержке:
Министерства сельского
хозяйства РФ



RONDO
Dough-how & more.



Компания: **ООО «Рондо Русь»**
127411, Москва,
Дмитровское шоссе, 157, стр. 4
тел.: +7 (495) 665-67-93
факс: +7 (495) 665-67-94,

телефон технической поддержки:
+7 (903) 153 35 75, с 9.00 до 21.00
e-mail: info@rondo-online.ru
www.rondo-online.com

Инновационные проекты RONDO на IBIE

Один из лидеров рынка хлебопекарного оборудования – компания RONDO – представит свои последние разработки на международной выставке IBIE 2013, которая пройдет в США с 6 по 10 октября.

Слоган Dough-how & More в полном объеме характеризует компанию RONDO: многолетний опыт и профессиональные навыки позволяют специалистам компании предлагать лучшие на рынке решения для слоения, раскатки и формовки теста. Ведущий производитель хлебопекарного оборудования RONDO будет принимать участие в выставке в павильоне №8607.

Для индустриального хлебопекарного производства RONDO расширила ряд линий с улучшенными санитарными технологиями производства ASTec. Линии ASTec сочетают в себе традиционные преимущества RONDO с утонченным, современным и гигиеничным дизайном.

На IBIE компания впервые продемонстрирует новую формовочную машину MIDOS, которая может производить все виды теста и способна работать без добавления муки и жира. Формовочные машины MIDOS обладают новейшим гигиеничным дизайном, что делает возможной их очистку с помощью воды.

Для небольших производителей хлеба и хлебобулочных изделий RONDO представит на выставке две новинки: Cut & Check и Crustinette.

Тестоделитель Cut & Check с системой точного контроля веса создан для производства хлеба и хлебобулочных изделий. Установка оснащена встроенным взвешивающим устройством, позволяющим контролировать вес теста. Cut & Check производит практически все виды теста и имеет широкий диапазон весовой категории, при этом производство теста может быть изменено с однорядного на двухрядное без смены режущего устройства.

Новая линия Crustinette упрощает использование и формовку теста с пред-



Инновационный проект RONDO – скрученные изделия (твисты)

варительной расстойкой для производства крестьянского хлеба высшего качества, позволяет изготавливать разные виды и типы крестьянского хлеба в различных вариациях форм. Производитель может выбрать любой вес изделия в диапазоне от 10 до 500 г благодаря использованию валов для продольной нарезки и ножей. Опционно удлиненное формовочное устройство дает возможность бережно формовать и производить традиционный крестьянский багет.

В павильоне RONDO на выставке можно увидеть и много других интересных технологических решений: тестораскаточные машины Rondostar-Cutomat и Comras HD, линию комплексного

производства, состоящую из Smartline и Starline.

Starline – линия для крупных производителей. Она формирует тестовое полотно практически бесстрессово, предоставляя пекарям возможность производства вкусного хлеба и хлебобулочных изделий высокого качества. Smartline представляет собой многофункциональную машину, способную производить различные виды теста: для хлеба, дрожжевое, с сокращенной продолжительностью брожения, слоеное, для круассанов и дэнишей.

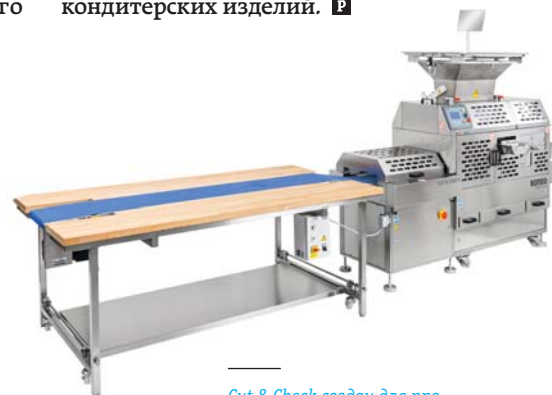
Все элементы линии Starline продуманы так, чтобы сделать ее работу максимально эффективной и удобной: ее столы изготовлены из нержавеющей стали и обладают гладкими поверхностями, а их стыки практически невидимы. Среди преимуществ линии – высокий срок службы и отличная гигиеничность дизайна.

Посетители стенда RONDO смогут познакомиться с оборудованием в ходе демонстраций, на которых будет представлено производство широкого спектра продукции (от хлебобулочных изделий с начинкой до хлеба различного вида).

Павильон RONDO на выставке стоит посетить не только потому, что там будет представлена профессионально произведенная инновационная продукция, но и потому, что на стенде специалисты отрасли обсудят множество новых идей. В павильоне RONDO у вас будет возможность поговорить с нашими специалистами о деталях и тонкостях производства кондитерских изделий. **P**



MIDOS формирует однородное тестовое полотно необходимой ширины и толщины, что обеспечивает точность по весу.



Cut & Check создан для производства хлеба и хлебобулочных изделий по системе точного весового контроля.



MATIMEX
www.matimex.at

HOJA
www.hoja-food-tec.de

Компания:

«Матимэкс»

Москва, ул. Верейская, 29
тел: +7 (495) 787-77-97
факс: +7 (495) 787-77-98
www.matimex.at

Индустриальная жарка по-домашнему на линиях HOJA

Рост спроса в сегменте готовой еды заставляет производителей продуктов питания обращать особое внимание на машины таких производственных компаний, как HOJA Maschinenbau-Metallbau GmbH, которая более 30 лет изготавливает автоматическое оборудование для жарки и доведения продуктов и полуфабрикатов до полной готовности.

Оборудование фирмы HOJA для контактной обжарки представляет собой вращающиеся литые чугунные поверхности, на которых процесс термобработки полностью повторяет процедуру жарки на сковороде в домашних условиях. Поэтому продукты, приготовленные на оборудовании HOJA, по вкусу ничем не отличаются от домашних.

Конструкция на базе вращающихся литых чугунных сковородок HOJA обуславливает их универсальность, благодаря которой можно готовить самые разнообразные продукты:

- всевозможные круглые блины и блинчики с двусторонней обжаркой и рисунком, не отличающимся от блинов, производимых вручную

в домашних условиях на чугунной сковороде;

- блины в форме тестовой полосы с односторонней обжаркой;
- французские крепсы, лепешки, тонкие блины типа «Каравайцев»;
- оладьи, сырники, омлеты разного размера (диаметра) и толщины.

Также на данных сковородах можно обжаривать или тушить овощи, тонкие лепешки, овощные оладьи, картофель по-деревенски и многие другие вкусные продукты, которые по качеству не будут отличимы от домашних.

Основные преимущества линий HOJA:

- абсолютная модульность конструкции;
- запатентованная автоматическая система очистки жарочных поверхностей;
- специальные защищенные патентом «вечные» дозирующие головки для порционирования теста со специальным автоматическим антипригарным устройством очистки из нержавеющей стали;
- очень низкие эксплуатационные расходы;

- литая чугунная жарочная поверхность, обеспечивающая домашний вкус продукта после приготовления;
- высокая гибкость, универсальность;
- возможность регулировки уровня масла на поверхности, благодаря которой можно обжаривать продукт в масляной ванне, как во фритюре, или с минимальным расходом масла, которое в данном случае будет использоваться только для смазывания жарочной поверхности.

В ассортименте HOJA есть линии с различной площадью жарочной поверхности и отличающиеся по производительности:

- DRL 1000 baby – до 100 кг/час;
- DRL 2000 E (с электрическими нагревательными элементами) – до 500 кг/час;
- DRL 3000 G (с газовыми горелками) – от 450 до 1000 кг/час.

В мае этого года фирма HOJA представила новинки оборудования на выставке IFFA 2013. Одна из них – жарочный туннель для доведения продукта до полной готовности – HOJA Grilling tunnel. Он может увеличить мощность и производительность всей технологической цепочки до 100% по готовому продукту. Оборудование подходит для доведения до готовности, то есть полного приготовления оладьев, драников, сырников и другой продукции толщиной более 10 мм. Тепловая мощность туннеля может использоваться на производстве для отопления помещения. Туннели есть как одноуровневые – для предприятий с небольшой производительностью, так и многоуровневые. В качестве нагревательных элементов используются ТЭНы – трубчатые электрические нагреватели. Скорость передающего конвейера и влажность воздуха регулируются внутри туннеля.

Также отметим гриль-туннель проходного типа для жарки продуктов с применением открытого огня HOJA Abflammtunnel. Он предназначен для широкого спектра продуктов, которые традиционно готовят на оборудовании для гриля.

Оборудование фирмы HOJA будет представлено на выставке «Агропродмаш 2013» на стенде официального дилера в России – компании Matimex. Специалисты «Матимэкс» осуществляют также запуск, наладку, гарантийное и постгарантийное обслуживание оборудования HOJA. ■



11-14 ФЕВРАЛЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ
МИР ВКУСА 2014

МОСКВА, МВЦ КРОКУС ЭКСПО
ОТКРЫТ ПРИЁМ ЗАЯВОК НА РАЗМЕЩЕНИЕ СТЕНДОВ

TASTY WORLD - ЭТО МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, КОТОРАЯ ПРЕДСТАВИТ ВСЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РЫНОК ПРОДУКЦИИ КАК ОТЕЧЕСТВЕННЫХ, ТАК И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.

TASTY WORLD ИМЕЕТ СТАТУС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕРОПРИЯТИЯ, САМОГО ШИРОКОГО ФОРМАТА, КОТОРОЕ ОБЪЕДИНИТ И ПРОДЕМОНСТРИРУЕТ ВСЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОТРАСЛИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЯВЛЯЯСЬ УНИКАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПЛАТФОРМОЙ, ОТЛИЧАЮЩЕЙСЯ ОБШИРНОЙ БИЗНЕС-ПРОГРАММОЙ, НАША ВЫСТАВКА - ЭТО НАИБОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНОЕ МЕСТО ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ НОВЫХ СДЕЛОК, ЗАВЯЗЫВАНИЯ НОВЫХ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ, ПОЛУЧЕНИЯ СВЕЖЕЙ ИНФОРМАЦИИ О ПЕРЕМЕНАХ И НОВИНКАХ НА СТРЕМИТЕЛЬНО РАЗВИВАЮЩЕМСЯ И ДИНАМИЧНОМ РЫНКЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

ПРОСТРАНСТВО ВЫСТАВКИ ОХВАТЫВАЕТ ВСЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ON-TRADE ПРОДАЖИ И NO-RESA. ТАК ЖЕ НА ВЫСТАВКЕ ШИРОКО ПРЕДСТАВЛЕН АКТУАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ, ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ И ЭКОПРОДУКЦИИ ПРЕМИУМ-КЛАССА.

НА ВЫСТАВКЕ TASTY WORLD БУДУТ ОРГАНИЗОВАНЫ ТРЕНИНГИ, ОТКРЫТЫЕ ЛЕКЦИИ И СЕМИНАРЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ЭКОПИТАНИЮ И ПРОИЗВОДСТВУ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ УПАКОВКИ.

ОРГАНИЗАТОРЫ ВЫСТАВКИ КОМПАНИЯ DP GROUP ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КРОКУС ЭКСПО.

К УСПЕХУ →

DP GROUP

+7 (495) 363-00-53

WWW.TASTYWORLD.RU | INFO@TASTYWORLD.RU

Место проведения:

Крокус Экспо
 Международный выставочный центр

Организаторы:



Крокус Экспо
 Международный выставочный центр

16+

Белорусская «Королева выпечки» представит страну на кондитерском чемпионате в Италии

Жительница Могилева Наталья Шарай, кондитер 6-го разряда РУПП «Могилевхлебпром», представит Беларусь на мировом кондитерском чемпионате в Италии.

Она стала победительницей конкурса кондитеров «Королева выпечки. Беларусь-2013», проходившего в рамках 9-й специализированной выставки «Хлебное и кондитерское дело». Конкурс стал своего рода белорусским отборочным туром мирового кондитерского чемпионата The Pastry Queen, который пройдет во время выставки SIGEP-2014 в итальянском городе Римини. Работы девяти участниц оценивало жюри, состоящее из экспертов в области кондитерского искусства и хлебопечения: представителей Италии, Франции, Исландии и России.



Сопровождать «королеву выпечки» на мировом чемпионате будут кондитер 4-го разряда РУП «Гомельхлебпром» Сусанна Аргусова и мастер-кондитер Барановичского хлебозавода (филиал РУПП «Брестхлебпром») Ольга Ромашко, занявшие второе и третье места. Во время выставки, которая продлится до 13 сентября, пройдет международный чемпионат кондитерского искусства по семи номинациям, в котором примут участие профессионалы и начинающие кондитеры.

Оценивать работы будет также зарубежное жюри. Сегодня в Беларуси отмечается снижение производства хлебобулочных и рост объемов кондитерских изделий. При этом, как отмечают специалисты, уменьшение производства хлебобулочных изделий характерно не только для Беларуси, но и для всего мира. «Главная французская кондитерская тенденция ограничивается одной фразой: «Меньше калорий, больше удовольствия».

Сегодня многие кондитеры делают ставку на натуральные продукты, а также на минимальное количество сахара и жи-

ров», – рассказала представитель жюри, победительница многочисленных международных кондитерских конкурсов Валентина Штефаньо.

БЕЛТА



Коллекция фруктов в шоколадной глазури получила новую упаковку

Группа компаний «Гуд-Фуд» расширяет ассортиментную линейку ТМ «Виваль» и выпускает на рынок новый продукт – «Коллекцию фруктов в шоколадной глазури» в подарочной жестяной упаковке.

Для коллекции выбраны популярные и любимые покупателями вкусы конфет – апельсин, манго, груша, слива в сочетании с темным шоколадом, клубника, абрикос в нежном белом шоколаде. Ценителей изысканного десерта порадует гармоничное сочетание натуральных и полезных фруктов с глубоким и насыщенным вкусом шоколада. Покупатели смогут удивить своих близких необычным, полезным и вкусным подарком.

Оригинальное предложение было обусловлено увеличением спроса среди покупателей на подарочное оформление конфет в преддверии праздников. Каждый сезон компания планирует изготавливать индивидуальные украшения коробок. Жестяная банка, выполненная в стиле аккуратной и изящной шкатулки, безусловно, порадует прекрасную половину покупателей и позволит использовать коробку для домашних нужд.

В каждой упаковке покупателей ждет сюрприз – праздничная дизайнерская открытка с пожеланиями и пожеланиями.

В связи с высоким спросом на подарочные упаковки в предпраздничный период и отсутстви-



ем аналогичных предложений в сегменте фруктов в шоколаде Группа компаний «Гуд-Фуд» видит большие перспективы, связанные с выводом товара на рынок.

ТМ «Виваль» уделяет особое внимание разработкам новых перспективных видов продукции, усовершенствованию имеющихся рецептур и технологий производства. Для изготовления сухофруктов в шоколаде кондитерская фабрика использует новейшие производственные технологии, которые позволяют максимально сохранить и передать вкус и текстуру свежих фруктов в конфете.

Candynet.ru

Украине придется выбирать: Евросоюз или ТС

В случае подписания Украинской договор об ассоциированном членстве с государствами Евросоюза вход в Таможенный союз для нее будет закрыт.



Об этом заявил премьер-министр России Дмитрий Медведев на совещании с вице-премьерами. «Я хочу, чтобы здесь никаких иллюзий не было, – подчеркнул Медведев. – Ситуация достаточно проста: при подписании соответствующего документа с государствами Евросоюза об ассоциированном членстве для наших украинских партнеров вход в Таможенный союз будет закрыт». Глава кабинета министров напомнил, что «об этом вполне откровенно говорят и руководители самого Евросоюза, хотя иногда это прикрывается какой-то риторикой». «Я думаю, что это должны понимать все, включая жителей Украины», – добавил он. Медведев подчеркнул, что «это ключевой политический выбор, который сегодня делает руководство Украины».

В свою очередь первый вице-премьер РФ Игорь Шувалов проинформировал собравшихся об окончании работы юристов в связи с переговорами, которые проходили между правительственными делегациями России и Украины.

«Мы подключили юристов-международников, юристов, которые работают в органах государственной власти, а также независимых юристов, с тем чтобы соотнести те нормы, которые подготов-



лены сейчас в соглашении об ассоциированном членстве и всеобъемлющей зоне свободной торговли между Украиной и ЕС, с теми основополагающими документами, которые формируют Таможенный союз и Единое экономическое пространство», – сообщил он. «Выводы в настоящий момент однозначны: эти нормы не совпадают, и в случае, если соглашение между Украиной и ЕС будет подписано и вступит в силу, ряд обязательств, которые являются основополагающими для Таможенного союза, на Украине применяться не смогут», – подчеркнул первый вице-премьер.

ИТАР-ТАСС

Производство шоколада и кондитерских изделий в Санкт-Петербурге снизилось на 20%

Смольный прогнозирует замедление роста всех основных экономических показателей Петербурга.

Как сообщил на заседании правительства города глава комитета по экономической политике и стратегическому планированию Анатолий Котов, в 2014–2016 гг. валовый региональный продукт Петербурга будет расти всего на 3,6–4,1% в год. При этом наибольший спад прогнозируется на 2014 г.



Согласно докладу А. Котова, по итогам I полугодия 2013 г. объем промышленного производства в Петербурге упал на 0,6% по отношению к аналогичному периоду 2012 г., в том числе в обрабатывающих производствах – на 0,9%. Рост производства сохранился в таких традиционных для города отраслях, как металлургия (+12,7%) и производство транспортных средств и оборудования (+2,1). Основное снижение произошло в энергетическом, электротехническом и подъемно-транспортном машиностроении, а также в пищевой промышленности. В частности, выпуск макаронных изделий упал на 23%, шоколада и кондитерской продукции – на 20%.

Candynet.ru

35-й

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
САЛОН
НЕПРОМЫШЛЕННОГО
GELATO,
КОНДИТЕРСКИХ
ИЗДЕЛИЙ И
ХЛЕБОПЕЧЕНИЯ



РИМИНИ,
ИТАЛИЯ
18-22
ЯНВАРЯ
2014 Г.

БОЛЬШОЕ ШОУ
НЕПРОМЫШЛЕННЫХ
КОНДИТЕРСКИХ
ИЗДЕЛИЙ И
ХЛЕБОПЕЧЕНИЯ

Sigep



ПРОЛИВАЕТ СВЕТ НА ВСЕ БИЗНЕС



ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО КОНДИТЕРСКИМ
ИЗДЕЛИЯМ СРЕДИ ЖЕНЩИН

PASTRY EVENTS
4 БОЛЬШИХ СОБЫТИЯ В КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ

Sigep Rimini

@Sigep Rimini

Gruppo:Sigep Rimini

Sigep Rimini

Sigep Rimini

sigep.it

Организаторы



RiminiFiera
business space

Для получения любой информации, а также чтобы запросить бесплатную VIP CARD, обращайтесь к контактному лицу по России: ExpoPromo Group Ltd. - Ms Tatiana Ambrozevich Bozhenko 86KSt., 2nd floor, Kyiv - 04070, Ukraine - Тел. 0044 20 7043 5170 - факс 0044 20 7043 5180 - tatiana.ambrozevych@expopromoter.com - www.expopromoter.com



Событие: **20-я Международная специализированная выставка для хлебопекарного и кондитерского рынка Modern Bakery Moscow 2014**
(23–26 апреля, Москва, ЦВК «Экспоцентр», павильон 2)

В ногу со временем и тенденциями

На выставке Modern Bakery Moscow 2014 будет представлен объединенный стенд, на котором участники кондитерской и хлебопекарной отраслей США продемонстрируют свою продукцию.

Знакомство с США: причуды американцев

В соответствии с принятой в США классификацией, существенно отличающейся от российской, все кондитерские изделия могут быть разбиты на три основные группы: хлебобулочные изделия, печенье и каши (включая каши в форме хлопьев). Шоколад, конфеты и прочие аналогичные изделия, в изготовлении которых не применяется мука, проходят в США по отдельной категории.

Во многих городах страны имеют место так называемые кондитерские салоны, где работают настоящие ма-

стера, которые производят лишь основы для всевозможных тортов. Так, любой американец может купить основу для своего будущего торта и выбрать для него из десятка всевозможных кондитерских украшений то, что понравится, – будь то веточка сахарных цветов или сладкая посыпка. Вдобавок ко всему в таких кондитерских салонах можно приобрести одну из многих марципановых или шоколадных фигурок, которыми можно украсить любой торт. Таким образом, покупатель самостоятельно делает свой торт, хотя на деле всего лишь украшает его по-своему.

США объединили сладости со всего мира на собственном рынке кондитерских изделий. В Америке можно приобрести любые продукты, которые являются национальными десертными блюдами других стран.

Объединенный стенд США на Modern Bakery Moscow 2014

Прежде всего, кондитерский и хлебопекарный рынок США имеет огромный потенциал. Условия, в которых он развивается, являются весьма благоприятными, ведь в целом американского потребителя можно характеризовать как любознательного и склонного к тому, чтобы попробовать что-то новое. Фактором, позволяющим американцам пробовать новые продукты, является высокий доход на душу населения. Две важные тенденции, которые наблюдаются сейчас, – это растущее влияние новых технологий на решения по поводу покупок (это, в частности, смартфоны), а также усиливающееся внимание американцев к своему здоровью, что отражается на сильном росте органического сегмента. Заметен и рост деликатесов и собственных марок.

Чтобы познакомиться с американскими компаниями, прежде всего, из хлебобулочной и кондитерской отрасли, и получить представление об огромном потенциале рынка США, посетите выставку Modern Bakery Moscow 2014 – ведущий салон хлебобулочной и кондитерской отрасли в России и странах СНГ.

О Modern Bakery Moscow

243 участника, 15 тысяч посетителей-специалистов – эти показатели подтверждают значение Modern Bakery Moscow как важнейшей платформы для обмена информацией и установления контактов с российской хлебопекарной и кондитерской промышленностью. Выставка покрывает весь спектр отрасли: установки и оборудование, лабораторные и измерительные приборы, холодильную технику и кондиционеры, упаковочное оборудование, компоненты для выпечки, готовые изделия, фаст-фуд, мороженое, макаронные изделия и пиццу, оформление кафе и магазинов, сбыт и продажи, оптимизацию процессов и многое другое. Кроме того, каждый год вас ожидает обширная и информативная деловая программа. **КС**

MODERN BAKERY MOSCOW 2014

20-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА ДЛЯ
ХЛЕБОПЕКАРНОГО И КОНДИТЕРСКОГО РЫНКА
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» | МОСКВА

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



НОМЕР 1 ДЛЯ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ И КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ



23-26 Апреля 2014

ВЕДУЩАЯ ВЫСТАВКА В РОССИИ И СТРАНАХ БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ > Все многообразие кондитерского и хлебопекарного рынка будет представлено на 20-ой выставке Modern Bakery Moscow 2014. Интересные темы, новые тенденции и обширная деловая программа ожидают посетителей выставки.

ТРАДИЦИИ, ИННОВАЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ всегда находятся в центре внимания выставки. Modern Bakery Moscow охватывает весь удивительный мир кондитерского и хлебопекарного дела и является отражением всех тенденций отрасли.

ЗАПЛАНИРУЙТЕ УЖЕ СЕЙЧАС ВАШЕ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ!

RUSSIA.
BAKERY AND CONFECTIONERY.
WE KNOW HOW.



ОРГАНИЗАТОР

OWP OST-WEST-PARTNER GMBH
ООО «ОВП-РУС» | **ТЕЛ** +7 495 967 04 61
ФАКС +7 495 967 04 62 | **MB@OWP-RUSSIA.RU**

WWW.MODERNBAKERY-MOSCOW.RU



Подготовила:



Елена Максимова

Информация предоставлена специалистами
Совета производителей чернослива Калифорнии (www.californiaprunes.ru),
Совета производителей миндаля штата Калифорния (www.almonds.ru),
Комитета по продвижению клюквы США (www.us-klukva.ru)
и Сельскохозяйственного торгового представительства США (www.usda.ru)

Вкусная польза

О тчасти в связи с этим в последнее время на нашем рынке растет популярность ингредиентов для выпечки, выращенных или произведенных в США. Такие продукты, как калифорнийский миндаль и калифорнийский чернослив уже известны многим российским производителям своим качеством и разнообразием возможностей применения. Относительно новыми для рынка нашей страны являются такие ингредиенты из Америки, как орех pekan и клюква.

Объемы поставок этих продуктов на российский рынок активно растут в последние годы. Например, с августа 2012 по июль 2013 года (в отрасли принято отсчитывать сезон поставок от начала сбора урожая в августе) общий объем импорта калифорнийского миндаля в Россию вырос на 17% и достиг рекордного объема – свыше 20,5 тыс. тонн; объем поставок калифорнийского чернослива на российский рынок с августа 2012 по май 2013 года вырос на 76% в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года и составил более чем 4,4 тыс. тонн.

Миндаль

Калифорнийский миндаль – традиционный ингредиент многих хлебобулочных изделий и любимый продукт для инноваций в этой области. Согласно исследованию агентства Innova Market Insights, миндаль является лидером по производству инновационных продуктов, в состав которых он входит, в сегменте выпечки. Так, в 2012 году количество новинок с миндалем, введенных по всему миру в этом сегменте, составило 1 269 и превзошло показатели по любым другим видам орехов.

Традиционные американские кондитерские изделия – маффины, пончики, брауни, морковные пироги, чизкейки – уже давно полюбились многим потребителям в России и прочно заняли свое место как на полках магазинов, так и в меню ресторанов и кафе.



Миндаль используется в самых разнообразных формах: цельный или бланшированный, порезанный на лепестки и ломтики, измельченный, в виде пасты, масла или молока.

Калифорнийский чернослив известен своим высоким качеством, которое достигается благодаря идеальным природным условиям Калифорнии, профессионализму фермеров и специальным технологиям сбора урожая, калибровки и переработки.



Миндальная мука является ключевым ингредиентом пирожного «макарон», иначе называемого миндальным беже.

22% всех мировых миндальных новинок в прошлом году пришлось именно на выпечку.

Калифорнийский миндаль очень популярен у производителей всего мира. Он обладает уникальной хрустящей текстурой и воспринимается потребителями как премиальный продукт, натуральный и полезный для здоровья. Этот орех содержит 15 необходимых веществ, в числе которых клетчатка, белок, кальций и витамин Е. Миндаль используется в самых разнообразных формах: цельный или бланшированный, порезанный на лепестки и ломтики, измельченный, в виде пасты, масла или молока. Вкус и аромат миндаля обогащают и дополняют любые изделия, при этом миндаль не затеняет вкус других ингредиентов.

Разнообразие форм миндаля находит широкое применение в мучных изделиях. К примеру, прослойки из лепестков миндаля используются в тортах и пирожных для создания слоя с кон-

трастной хрустящей текстурой, а миндальной мукой частично или полностью заменяют пшеничную муку для придания изделию оттенков миндального вкуса и аромата. Также она используется для производства безглютеновых продуктов, востребованных у потребителей с аллергией на белок пшеницы. Миндальная мука является ключевым ингредиентом пирожного «макарон», иначе называемого миндальным беже. Говоря об использовании миндаля в различных вариациях для изготовления кондитерских изделий, нельзя не отметить растущую популярность марципана – как для прослоек, обтяжки, украшений, так и для выработки самостоятельных изделий из него.

Чернослив

Калифорнийский чернослив известен своим высоким качеством, которое достигается благодаря идеальным природным условиям Калифорнии, профессионализму фермеров и специальным технологиям сбора урожая, калибровки и переработки. Уникальные технологии очистки от косточки и дегидратации позволяют получить продукт гарантированного качества и заданной влажности.



Обязательное условие для созревания пекана – это жаркий и влажный воздух летом, приносимый в места исконного произрастания с Мексиканского залива.

Один из наиболее распространенных десертов в США – пирог с пеканом, который пекут на День благодарения и другие семейные торжества.

В кондитерской и хлебопекарной отраслях часто используются различные формы чернослива: пюре, паста, мука и масло. Природные компоненты чернослива позволяют ему выступать в качестве жиросамозаменивателя, предотвращать появление плесени на изделии, удерживать влагу и увеличивать срок хранения готового продукта. Например, использование пюре из чернослива для замены части масла, растительных жиров, сахара и/или шоколада в таких изделиях, как маффины, брауни, и в других видах выпечки позволяет сделать тесто более мягким, продлить срок годности продукта до восьми и более дней. Кроме того, лакомство становится более полезным благодаря уменьшению количества калорий, насыщенных жиров, сахара и соли.

Орех пекан

Пекан родом из Северной Америки. Этот орех очень ценится кондитерами. Обязательное условие для созревания пекана – это жаркий и влажный воздух летом, приносимый в места исконного произрастания с Мексиканского залива.

У американцев орех пекан – один из самых любимых. С ним пекут хлеб, пи-



Поставщики клюквы из США гарантируют стабильные поставки круглый год. Благодаря тому, что клюква в США выращивается на фермах, контроль и постоянство качества этой продукции известны во всем мире.

роги, печенье, его добавляют в десерты. Один из наиболее распространенных десертов в США – пирог с пеканом, который пекут на День благодарения и другие семейные торжества.

По всему миру орех пекан используется при приготовлении сладких десертов и кондитерских изделий. Пекан также является важным компонентом конфет «Пралине», и часто им украшают десерты и готовые кондитерские изделия.

Этот вид ореха отличается высоким антиоксидантным действием, богат различными микроэлементами и витаминами, в особенности А, В и Е, кальцием, фосфором, магнием, калием и цинком.

В России потребление пекана постепенно растет, хотя по сравнению с другими орехами объемы его продаж пока не очень велики. В 2012 Россия ввезла около 100 тонн пекана, а за шесть месяцев 2013 поставки этого вида ореха увеличились в три раза и к июню достигли 111 тонн. Основными поставщиками пекана являются Соединенные Штаты



и Мексика, причем в 2013 году доля продукта из США выросла до 94% от всего объема импорта.

Клюква из США

В 2012 году в Россию было импортировано 453 тонны сушеной и обработанной клюквы из США.

Данный ингредиент используется в таких кондитерских изделиях, как пряники, печенье, конфеты, вафли, рулеты, пироги и торты. Из клюквы изготавливаются сиропы, варенье, джемы, драже (клюква в шоколаде), а также модный сейчас клюквенный мармелад, пастила и зефир.



Благодаря своему пикантному вкусу клюква придает особый аромат любому изделию.

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

700 ФИРМ ИЗ 35 СТРАН МИРА · 18 000 ПОСЕТИТЕЛЕЙ · 55 000 КВ. М

АГРО ПРОД МАШ

7—11 октября
2013



18-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

www.agroprod mash-expo.ru

**ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В САЛОНЕ
«КОНДИТЕРСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО. ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ»**

ОТРАСЛЕВОЙ ФОРУМ

**«КОНДИТЕРСКИЙ И ХЛЕБОПЕКАРНЫЙ
РЫНОК В УСЛОВИЯХ ПЕРЕМЕН.
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КОНДИТЕРСКОГО
И ХЛЕБОПЕКАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА»**

12+



* На основании итогов официального аудита выставочных мероприятий ЗАО «Экспоцентр» 2012 года по количественным показателям: «Общая площадь выставки нетто», «Общее количество участников», «Общее количество посетителей», «Общее количество посещений», «Количество стран-участниц» в тематике «Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты»

Организатор:



При содействии:

Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

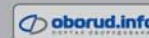
Генеральный
информационный
партнер:



Информационный
партнер:



Официальный
интернет-
партнер:





Пюре из калифорнийского чернослива очень просто в использовании и при добавлении в стандартные рецепты выпечки заменяет масло, сахар и/или шоколад.

Благодаря своему пикантному вкусу клюква придает особый аромат любому изделию. В Америке популярно печенье с сушеной клюквой – например, с кусочками клюквы и белого шоколада или с клюквой и миндалем. Также популярны пироги с клюквой и яблоком (или грушей). В День благодарения, один из самых домашних праздников для американцев, индейку сопровождает клюквенный соус.

Одно из главных конкурентных преимуществ клюквы из США перед поставщиками из других стран – это множество форм переработки, а именно: сушеная клюква, сладкая сушеная клюква, клюквенный порошок, замороженная клюква, соусы, концентраты. Кроме того, поставщики клюквы из США гарантируют стабильные поставки круглый год. Благодаря тому, что клюква в США выращивается на фермах, контроль и постоянство качества этой продукции известны во всем мире.

Пюре из калифорнийского чернослива: практика применения

Пюре из калифорнийского чернослива очень просто в использовании и при добавлении в стандартные рецепты выпечки заменяет масло, сахар и/или шоколад. Мы рекомендуем использовать пюре из чернослива в количестве, равном 3–5% от общего веса продукта. Точное число ингредиентов, которые можно заменить на пюре из чернослива, зависит от конкретного рецепта.

Маффины

Эксперт компании **Artisan Bakery Concepts Колин Снеддон** провел в своей кулинарной лаборатории интересный эксперимент. Пюре из калифорнийского чернослива было использовано в производстве шоколадных маффинов, после чего оценивалось его влияние на питательные свойства конечного продукта, уровень влажности и мягкости теста, вкус и срок хранения готовых изделий. Общее количество добавленного пюре из чернослива составило 3,7%.

Тесто для маффинов было взбито обычным миксером, затем запечено при 170 °С в стандартной ротационной печи в течение 23 минут. Затем маффины были полностью охлаждены и завернуты в непроницаемую пленку для сохранения качества и текстуры продукта. Продукт хранился при комнатной температуре (15–20 °С), после чего независимые эксперты провели органолептическое исследование.

Анализ маффинов, приготовленных с использованием пюре из Калифорнийского чернослива, показал следующее:

- Содержание питательных веществ увеличилось. Маффины с пюре из чернослива содержали на 32% меньше жира, на 13,5% меньше калорий и на 36% меньше соли, чем контрольный образец.
- Благодаря высокому содержанию яблочной кислоты улучшились вкусовые качества продукта. Это дало возможность уменьшить содержание шоколадных ингредиентов в маффинах с пюре из чернослива (содержание шоколадных чипсов и какао-порошка уменьшилось на 2,2% и 0,5% соответственно), а также позволило не добавлять соль.
- Тесто стало более мягким.
- Увеличился срок хранения: маффины оставались мягкими при комнатной температуре на протяжении восьми и более дней.
- Не потребовались дополнительные издержки.

Брауни

Пюре из калифорнийского чернослива было использовано и при приготовлении шоколадных брауни. Эксперты оценивали его влияние на конечный продукт: содержание в нем питательных веществ, срок хранения, мягкость теста и вкус. Общее количество добавленного пюре из чернослива составило 4,24%.

Тесто для брауни было взбито обычным миксером и выпекалось при температуре 155 °С в обычной ротационной печи на протяжении 35 минут. Затем продукт был полностью охлажден и оставлен остывать перед разрезанием. После этого пирожные были сразу же упакованы в непроницаемую пленку, чтобы сохранилось изначальное качество и текстура. Брауни хранились при температуре окружающей среды (15–20 °С), после чего независимые эксперты провели органолептическое исследование.

Добавление пюре из калифорнийского чернослива в брауни позволило достичь следующих результатов:

- Тесто стало более мягким.
- Увеличился срок хранения продукта. Пюре из калифорнийского чернослива значительно увеличило мягкость брауни на протяжении всего срока хранения при комнатной температуре в течение четырех и более недель.
- Улучшился вкус благодаря большому содержанию яблочной кислоты. Это дало возможность уменьшить содержание шоколадных ингредиентов в брауни, испеченных с пюре из калифорнийского чернослива.
- Повысилось содержание питательных веществ. Брауни с добавлением пюре из калифорнийского чернослива содержали на 11% меньше жира, на 13% меньше насыщенных жиров, на 18% меньше сахара и на 9,2% меньше калорий, чем контрольный образец.
- Состав продукта стал более натуральный: исчезла необходимость использовать увлажнитель глицерин вследствие того, что сорбит, содержащийся в пюре из чернослива, имеет естественные смягчающие свойства.
- Стало требоваться меньшее количество соли.
- Улучшился внешний вид: брауни стали более блестящими.
- Не потребовались дополнительные издержки, а цена конечного продукта стала более привлекательной. **КС**

Рецептура

Ингредиент	Контрольный образец		Образец с пюре из чернослива	
	Количество, г	%	Количество, г	%
Вода (мл)	220	20,19	220	20,36
Мука для выпечки маффинов	215	19,73	215	19,90
Сахарная пудра	200	18,36	160	14,81
Шоколадные чипсы, устойчивые к температурным воздействиям	170	15,60	145	13,42
Цельное сырое яйцо	125	11,47	125	11,57
Цельное молоко	–	–	50	4,63
Растительное масло	80	7,34	40	3,70
Пюре из чернослива	–	–	40	3,70
Ингредиент Novation 4600	–	–	35	3,24
Порошок из бельгийского шоколада	35	3,21	30	2,78
Эмульсия Cresta 450	16	1,47	8	0,74
Сухое молоко	12,5	1,15	–	–
Пекарский порошок	12	1,10	12,5	1,16
Соль	3	0,28	–	–
Ксантановая смола	1	0,09	–	–
Стабилизатор (Натрий стеариол-2-лактат)	0,02	0,01	0,02	0,01
Всего	1 089,52	100	1 080,52	100

Рецептура

Ингредиент	Контрольный образец		Образец с пюре из чернослива	
	Количество, г	%	Количество, г	%
Сахарная пудра	1 500	26,19	1 050	21,19
Расплавленный горький шоколад	1 320	23,10	1 050	21,19
Мука	1 000	17,46	1 000	20,18
Масло	700	12,22	500	10,09
Яйцо (жидкое пастеризованное)	336	5,86	425	8,58
Какао-порошок (из бельгийского шоколада)	400	7	250	5,05
Вода	–	–	230	4,64
Пюре из чернослива	–	–	210	4,24
Сливки	200	3,49	170	3,43
Глицерин	200	3,49	–	–
Сухой яичный желток	50	0,87	50	1,01
Пекарский порошок	20	0,34	20	0,40
Всего	5 726	100	4 955	100

Анализ срока годности

Контрольная дата	11.07.11	18.07.11	25.07.11	01.08.11
Контрольный образец				
Увлажненность	Идеальная мягкость	Легкое высыхание	Очень сухой	Продукт ненадлежащего качества
Корочка	Традиционно жесткая	Традиционно жесткая	Корочка начинает отделяться от поверхности	Корочка отделяется от поверхности
Структура	Без изменений	Без изменений	Без изменений	Без изменений
Изменения внешнего вида	Нет	Нет	Нет	Нет
Образец с пюре из чернослива				
Увлажненность	Идеальная мягкость	Мягкий, с нормальной влажностью	Мягкий, с нормальной влажностью	Мягкий, с нормальной влажностью
Корочка	Очень привлекательная блестящая корочка	Очень привлекательная блестящая корочка	Корочка становится более мягкой без изменения внешнего вида	Корочка становится более мягкой без изменения внешнего вида
Структура	Без изменений	Без изменений	Без изменений	Без изменений
Изменения внешнего вида	Нет	Нет	Нет	Нет



Профессиональные
решения

Компания: **Холдинг «Солнечные продукты»**
109518, Россия, г. Москва,
1-й Грайвороновский проезд, д. 3
тел.: +7 (495) 777-55-01
www.solpro.ru

Автор: **Тамара Духу,**
руководитель группы
по разработке
кондитерских изделий,
Холдинг «Солнечные продукты»



Технологичность и функциональность маргаринов «СолПро» – гарантия качества кондитерских изделий

Перед производителями хлебобулочных и кондитерских изделий всегда стоит сложная задача выбора жировых продуктов, соответствующих их требованиям, так как маргарины и жиры влияют на структуру, вкус, сроки хранения, органолептические характеристики и товарный вид готовых продуктов.

Полное понимание функций и свойств различных масложировых продуктов является основным ключом к созданию рецептуры продукта с желательными свойствами, обеспечивет его высокую технологичность.

Модификация жиров производится для получения масложировых продуктов, имеющих функциональные характеристики, недоступные для натуральных масел и жиров; для повышения устойчивости к окислению; улучшения органолептических показателей; разработки продуктов повышенной пищевой ценности.

Важнейшими характеристиками жировых продуктов, которые необходимо учитывать при производ-

стве любого изделия, являются стабильность вкуса и запаха, физические свойства, пищевая ценность, пищевые добавки.

Холдинг «Солнечные продукты» представляет маргарин «СолПро» для кремов 84% марки МТК ГОСТ Р 52178-2003.

Маргарин «СолПро» для кремов предназначен для приготовления кремов и начинок для тортов, рулетов, пирожных, суфле и других сахаристых и мучных кондитерских изделий. Маргарин изготовлен из высококачественных жиров в натуральном и отвержденном виде.

Способность маргарина для кремов к аэрированию – одно из основных качеств при производстве кремовых масс. Во время взбивания мелкие кристаллы жира концентрируются вокруг газовых пузырьков и удерживают воздух в массе на протяжении всего процесса взбивания и во время приготовления крема.

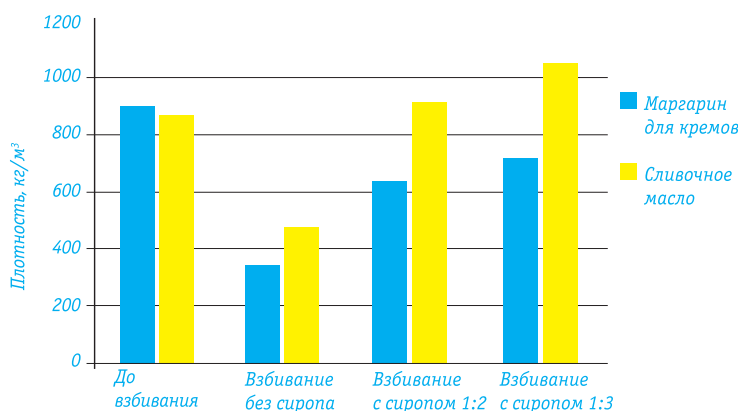
Грамотно подобранная жировая основа и входящая в состав специальная композиция эмульгаторов обеспечивают:

- высокую кремообразующую и формоудерживающую способность;
- хорошее связывание сиропов при производстве кремов с сахарным сиропом;
- получение кремов и начинок с однородной консистенцией, белого или слегка кремового оттенка;
- гладкую и блестящую поверхность, хорошую устойчивость объемным и рельефным формам изделий при декорировании.

Важными характеристиками маргарина являются температура плавления, содержание твердых триглицеридов (ТТГ)



Рисунок 1. Структура слоеного изделия в разрезе



и пластичность (таблица 1). Содержание ТТГ при 35 °С в размере от 1 до 4 % позволяет готовому крему практически полностью расплавиться во рту, оставив приятное сливочное послевкусие.

Однородная, пластичная консистенция за счет мелкокристаллической структуры маргарина позволяет применять его при производстве кремовых масс при температуре +16 °С.

Технологами инновационного центра холдинга были проведены испытания маргарина на способность связывать и удерживать жидкость при производстве крема. Испытания с внесением сиропа в разных соотношениях 1:2 (1 часть маргарина на 2 части сиропа) и 1:3 проходили маргарин для кремов «СолПро» и сливочное масло.

На диаграмме видно, что при взбивании маргарина плотность массы уменьшается в 2,6 раза (соответственно увеличивается объем), у сливочного масла – в 1,8 раз.

При внесении сиропа в маргарин для кремов в соотношении 1:2 и 1:3 крем сохраняет устойчивую форму и пышную консистенцию. При внесении сиропа в сливочное масло в соотношении 1:2 крем получается жидким, а рисунок на изделии – нечетким.

Для кремов на основе маргарина «СолПро», в отличие от сливочного масла, отсутствует опасность «перевзбивания массы», что увеличивает технологичность данного маргарина.

Наличие в составе маргарина для кремов эмульгаторов способствует сохранению формы при плюсовых температурах более длительный период времени.

Еще одной эксклюзивной разработкой холдинга «Солнечные продукты» является маргарин «СолПро» для слоеных изделий марки МТС ГОСТ Р 52178-2003.

Данный маргарин рекомендуется использовать при производстве бездрожжевых и дрожжевых слоеных изделий, круассанов, слоеного печенья и др.

К функциональным преимуществам специализированного маргарина «СолПро» для слоеных изделий относится высокая пластичность и устойчивость к механическим воздействиям, что обеспечивает раскатку в слоеном тесте до толщины в десятые доли миллиметра без опасности разрыва. Благодаря этому маргарин изолирует слои теста друг от друга, не дает им слипнуться при раскатке и нарезке. При этом выпеченное изделие имеет большой объем, привлекательный внешний вид и хорошо разделенные однородные слои с хрупкой и очень нежной структурой (рисунок 1).

Необходимо отметить, что маргарин «СолПро» для слоеных изделий выпускается в калиброванных пластах по 2 кг, упакованных в пергамент, что обеспечивает удобство применения. Органолептические и физико-химические показатели маргарина «СолПро» для слоеных изделий приведены в таблице 2.

Холдинг «Солнечные продукты» готов к сотрудничеству с предприятиями, заинтересованными в разработке специализированных жировых продуктов, для претворения в жизнь новых идей. Наша компания практикует индивидуальный подход к каждому потребителю. **Р**

Таблица 1

Показатель	Методика определения	Значение
Вкус и запах	ГОСТ Р 52179-2003	Вкус и запах чистые, сливочные
Цвет	ГОСТ Р 52179-2003	От светло-желтого до желтого, однородный по всей массе
Консистенция при +20 (±2) °С и внешний вид	ГОСТ Р 52179-2003	Пластичная, плотная, однородная; поверхность среза блестящая, сухая на вид
Температура плавления жира, выделенного из маргарина, °С	ГОСТ Р 52179-2003	Лето: 33–36 Зима: 30–34
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более	ГОСТ Р 52179-2003	16
Массовая доля жира, %, не менее	ГОСТ Р 52179-2003	84
Температура, °С	ТТГ, %	Методика определения
20	Лето 20–24 Зима 18–22	ГОСТ Р 53158-2008

Таблица 2

Показатель	Методика определения	Значение
Вкус и запах	ГОСТ Р 52179-2003	Вкус и запах чистые, сливочные
Цвет	ГОСТ Р 52179-2003	От светло-желтого до желтого, однородный по всей массе.
Консистенция при +20 (±2) °С и внешний вид	ГОСТ Р 52179-2003	Пластичная, плотная, однородная; поверхность среза блестящая, сухая на вид
Температура плавления жира, выделенного из маргарина, °С	ГОСТ Р 52179-2003	39–43
Массовая доля поваренной соли, %, не более	ГОСТ Р 52179-2003	1
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более	ГОСТ Р 52179-2003	17,7
Массовая доля жира, %, не менее	ГОСТ Р 52179-2003	82

Массовая доля твердых триглицеридов в жире, выделенном из маргарина, %

Температура, °С	ТТГ, %	Методика определения
10	56–65	ГОСТ Р 53158-2008
20	39–45	
30	20–25	
35	12–17	



Новый подход к оценке твердости кондитерских жиров

Специализированные жиры являются одним из важнейших ингредиентов кондитерской промышленности. Их используют при производстве различных кондитерских масс: начинок для вафель, печенья, конфет, широкого спектра глазурей, шоколадно-вафельных тортов, пастообразных продуктов, прохладительных начинок и многого другого.

Жиры специального назначения в большинстве жироемких кондитерских изделий являются структурообразователями. При их выборе технологи опираются прежде всего на твердость и температуру плавления.

Твердость – это способность жиров сопротивляться проникновению в них другого тела, не получающего остаточной деформации. Этот показатель во многом определяет структурно-реологические свойства жира.

Для характеристики твердости в отечественной промышленности используется метод, основанный на установлении величины нагрузки, необходимой для разрезания стандартного образца жира, закристаллизованного в определенных условиях. Получаемая при этом величина твердости выражается в г/см. Определение производится в соответствии с ГОСТ Р 52179-2003 «Маргарины, жиры для кулинарии, кондитерской, хлебопекарной и молочной промышленности» на твердомере Ка-

минского. В соответствии с ГОСТом относительная погрешность измерений твердости при 15 °С составляет 24%. Предел измерения – до 900 г/см.

В мировой практике о твердости пищевых жиров судят по содержанию в них твердых триглицеридов (ТТГ) при температуре 15 °С и 20 °С. Самым современным методом измерения массовой доли ТТГ в настоящее время является метод ядерного магнитного резонанса (ЯМР), который описан в ГОСТ Р 53158-2008 и ИСО 8292:2008. Данный метод определяет процентное содержание твердых триглицеридов в образце жира при определенной температуре. Абсолютная погрешность измерения прямым методом согласно ГОСТу не превышает 2%.

Метод ЯМР обеспечивает возможность оценки массовой доли ТТГ образцов жира с высокой точностью и воспроизводимостью получаемых данных и минимальной длительностью измерений. Поскольку процесс проведения измерений полно-

стью автоматизирован, совершенно исключается зависимость результата измерений от индивидуальных особенностей оператора, присутствующая в методе определения твердости жиров на твердомере Каминского.

Анализ кривой плавления позволяет выявить ряд функциональных характеристик. На кривой плавления выделяют три участка. Массовая доля ТТГ на участке с температурой от 10 до 20 °С характеризует твердость жира, от 20 до 30 °С – термоустойчивость, а при 35 °С – органолептику (восковитость).

В настоящее время, когда все больше научных лабораторий оснащаются современным оборудованием, необходимо признать, что метод измерения твердости пищевых жиров на твердомере Каминского безнадежно устарел. Однако отдадим этому методу должное – когда-то он действительно был одним из важнейших для определения твердости пищевых жиров. Именно поэтому многие предприятия все еще продолжают ориентироваться на него.

В связи с этим целью исследования стало нахождение корреляционной зависимости между твердостью по Каминскому и массовой долей твердых триглицеридов в жире.

Для нахождения корреляционной зависимости использовались многолетние данные, собранные научными сотрудниками компании «ЭФКО». Бы-

ли выбраны жиры группы Oilprime, «Эконфе» и «Эконд», имеющие твердость по Каминскому в диапазоне от 150 до 700 г/см.

Поскольку твердость по Каминскому определяется при 15 °С, то и массовую долю ТТГ брали при 15 °С. Корреляционная зависимость находилась методом наименьших квадратов (МНК).

Твердость по Каминскому находится в прямой корреляционной зависимости от массовой доли ТТГ. Ее можно охарактеризовать простым линейным уравнением типа $y=kx+b$. Однако если внимательно проанализировать графическую зависимость, не трудно убедиться, что твердость по Каминскому растет с замедлением, выходя в конце на прямую. Это позволяет говорить о степенном виде функций.

Твердость – это способность жиров сопротивляться проникновению в них другого тела, не получающего остаточной деформации. Этот показатель во многом определяет структурно-реологические свойства жира.

Таким образом, получено уравнение с коэффициентом парной корреляции более 0,95:

$$T_k = 0,1 \cdot TТГ^2,$$

где T_k – твердость по Каминскому при 15 °С,

$TТГ$ – массовая доля твердых триглицеридов при 15 °С.

Однако пользоваться полученной формулой в повседневной практике неудобно. Кроме того, существует высокая погрешность метода измерения твердости по Каминскому (24%). Исходя из этого, предложена таблица, характеризующая связь твердости по Каминскому и массовой доли ТТГ с учетом накладываемых в связи с погрешностью ограничений (таблица 1).

Таким образом, в ходе проделанной работы представлена табулированная зависимость, позволяющая быстро ориентироваться кондитерам в твердости жиров. **Р**

Рисунок 1. Связь твердости по Каминскому и массовой доли твердых триглицеридов

Твердость жира по Каминскому, г/см

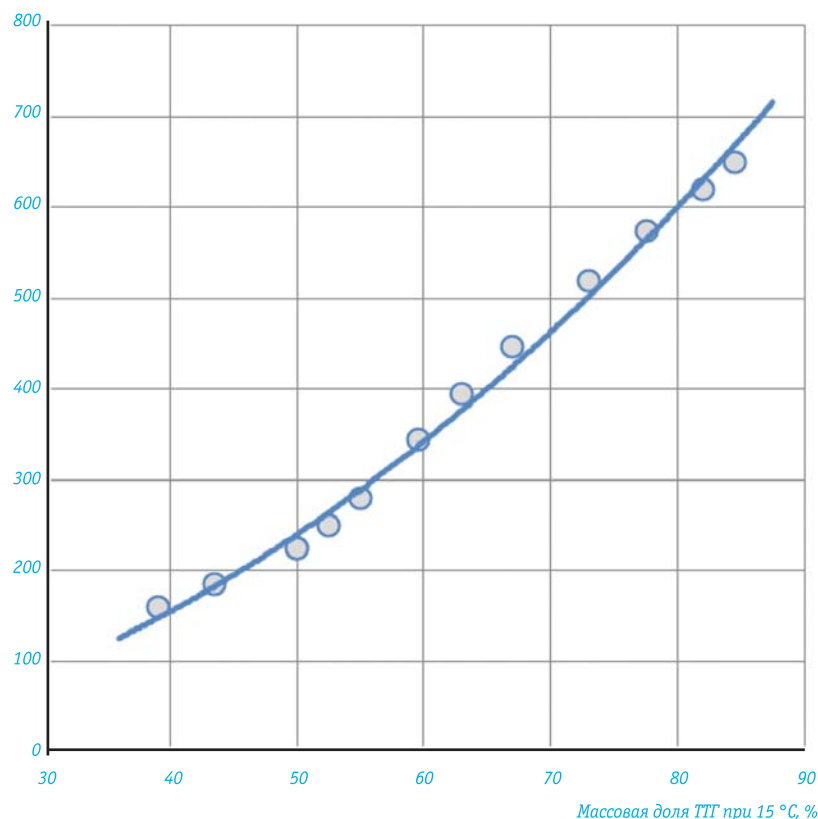


Таблица 1. Связь твердости по Каминскому и массовой доли твердых триглицеридов

Твердость по Каминскому при 15 °С, г/см	ТТГ при 15 °С, %
150–200	36–45
200–300	46–55
300–400	56–62
400–500	63–71
500–600	72–79
600–700	80–89

Гости:



Ксения Готовцева,
младший бренд-менеджер
кондитерского направления
ЗАО «Пуратос»



Ирина Ракчеева,
главный технолог компании
«СиЭсЭм Рус»

Беседовала:



Елена Максимова

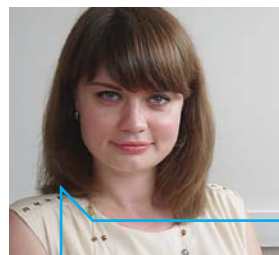
Секреты стабильного качества

Потребление кондитерских изделий, пожалуй, один из самых доступных способов побаловать себя. Именно поэтому покупателям хочется, чтобы качество этих продуктов было бы отменным. Особенно это касается продукции с высокой добавленной стоимостью, к которой относится практически весь сегмент американской выпечки. **Младший бренд-менеджер кондитерского направления ЗАО «Пуратос» Ксения Готовцева и главный технолог компании «СиЭсЭм Рус» Ирина Ракчеева** расскажут о тенденциях внутри данного направления и поделятся секретами получения изделий стабильного качества.

Производство какой американской мучной кондитерской продукции наиболее популярно в России? С чем это связано?

– **К. Г.:** Один из ключевых трендов на современном российском кондитерском рынке – это ориентация на Запад. В связи с этим растет популярность различных американских сладостей – их еще называют American Sweet Goods: капкейков, брауни, вупи-паев, кукис, кексов на палочке. Такая же продукция, как чизкейки, маффины и дона-ты, уже давно заняла устойчивые позиции на отечественном кондитерском рынке.

Тенденция расширения ассортимента сладостей на российском рынке за счет иностранных кондитерских изделий связана с тем, что нашим потребителям несколько приелись традиционные лакомства, – теперь их стали привлекать необычные и оригинальные изделия, разнообразных вкусы. В последнее десятилетие наблюдается стремительная глобализация: люди стали больше путешествовать, узнавать культуру и кухню других стран, и соответственно, у них возникает желание наслаждаться понравившимися блюдами не только во время путешествий, но и у себя на Родине. Кроме того, традиционные американские сладости распространяются по всему миру благодаря популярно-



▶ Прямая
речь

Ксения Готовцева,
младший бренд-менеджер
кондитерского
направления
ЗАО «Пуратос»:

«В будущем производители кондитерских изделий станут искать инновационные решения для того, чтобы оптимизировать технологические процессы и увеличить лояльность потребителей. На мой взгляд, сегмент кондитерских смесей и других ингредиентов будет стремительно развиваться в ближайшие несколько лет».



сти американских фильмов, телесериалов и рекламы, а также глобальной экспансии ресторанов быстрого обслуживания, сетей фастфуда и кофеен. И многие российские производители кондитерских изделий расширяют свою ассортиментную линейку в соответствие с этой тенденцией.

– **И. Р.:** Американская мучная кондитерская продукция появилась на российском рынке сравнительно недавно, но уже завоевала популярность среди отечественных потребителей. При этом спектр выпечных кондитерских изделий достаточно широк: это и маффины (muffins), и американское печенье кукис (cookies), и donаты (donuts), и традиционные хлебобулочные изделия бейглы (bagels).

Уровень востребованности различных групп изделий находится в прямой зависимости от того, как они представлены в торговой сети. Так, например, «первопроходцем» американского ассортимента стал маффин – загадочный заокеанский продукт, который был изначально воспринят российским потребителем как родственник традиционного бисквитного кекса. Именно эта ассоциативная связь помогла маффинам быстро занять место не только на полках магазинов, но и в сознании потребителей. Тактика «предложение рождает спрос» прекрасно сработала и в случае с пе-

чем – традиционными американскими кукис, – тем более что подобный продукт от ведущих мировых производителей, хоть и точно, но уже присутствовал в российской рознице. Поэтому расширение производства, дистрибуции и ассортимента данного вида изделий лишь подстегнуло спрос. В то же время американские donаты (или donаты) – дрожжевые пончики в виде кольца – прижились в нашей стране значительно сложнее, и сегодня круг потребителей этого вида продукции ограничивается достаточно состоятельными покупателями. Связано это, в первую очередь, с достаточно мощным присутствием на российском рынке схожей продукции – берлинеров – круглых пышных пончиков с начинкой и без, прочно завоевавших свою потребительскую аудиторию благодаря широкой представленности в розничной сети, особенно в сети гипермаркетов. Вторая причина столь неспешного выхода продукта на рынок кроется в значительной дороговизне готовых замороженных изделий, импортируемых в Россию, а также в отсутствии альтернативного и более дешевого предложения со стороны локального производства. Поэтому встретить традиционные американские donаты на сегодняшний день можно в основном только в премиальных сетях кафе и ресторанов быстрого питания, таких, например, как «Старбакс».

Растет популярность различных американских сладостей – их еще называют American Sweet Goods: капкейков, брауни, вупи-паев, кукис, кексов на палочке. Такая же продукция, как чизкейки, мафины и donаты, уже давно заняла устойчивые позиции на отечественном кондитерском рынке.

Как давно российские бизнесмены открыли для себя такой сегмент, как American Sweet Goods? Все ли производители сегодня способны изготавливать американские кондитерские изделия, по вкусу и качеству похожие на те, что делают в Штатах?

– **К. Г.:** Сегмент американской выпечки стал развиваться в России сравнительно недавно – в последние несколько лет. На сегодняшний день многие производители стараются в точности повторить оригинальную американскую рецептуру, но из-за особенностей российской действительности это не всегда получается.

Сталкиваются ли российские изготовители американской выпечки с какими-либо сложностями при разработке рецептур?

– **К. Г.:** Да, разного рода сложности, безусловно, существуют. Например,

приготовление чизкейка по классической рецептуре – достаточно трудоемкий и длительный процесс, и, к сожалению, результат не всегда получается стабильным. Зачастую поверхность чизкейка растрескивается во время выпекания, а это совершенно недопустимо, особенно у чизкейка «Нью-Йорк», который должен быть идеально гладким и ровным. Таким образом, приготовление чизкейка классическим способом не подходит для промышленных производителей, но данную проблему могут решить готовые к использованию смеси для приготовления чизкейков.

– **И. Р.:** Да, безусловно. Возьмем, к примеру, американский маффин. Несмотря на то, что в сознании массового российского потребителя он ассоциируется с разновидностью кекса, эти два продукта значительно отличаются друг от друга. Маффинам свойственен более рыхлый и влажный мякиш, их размер существенно больше традиционного порционного кекса, а на поверхности изделий обязательно присутствуют характерные «разрывы». Считается, что подобный вид изделий сложился исторически – разрывы на поверхности позволяли потребителям видеть начинку, которой был наполнен маффин.

Особые требования предъявляются и к мякишу – несмотря на свою рыхлость и пористость, он должен удерживать начинку, препятствуя ее смещению ко дну изделия и предотвращая вытекание в форму. Поэтому изготовление настоящего классического маффина – сложный и трудоемкий процесс, требующий особого внимания как к подбору ингредиентов, так и к соблюдению технологических инструкций. И дело здесь не столько в базовой рецептуре как таковой. Качество муки и других ингредиентов, тонкости технологического процесса, опыт кондитера, – все это накладывает отпечаток на качество конечного изделия, выпекаемого по классической технологии. И к сожалению, не всегда это качество оказывается достойным.

А есть ли у российских изготовителей американской выпечки какие-то сложности, связанные с подбором ингредиентов? Как минимизировать риски при подборе сырья?

– **К. Г.:** Для того чтобы минимизировать трудности в подборе сырья, не-



► Прямая
речь

**Ирина
Ракчеева,**
главный технолог
компании
«СиЭсЭм Рус»:

«Возможно, для некоторых производителей работа по классической технологии и обойдется дешевле, но когда на другой чаше весов будет стабильность качества больших объемов выпечки, большинство производителей все-таки выберут готовые смеси. Экономия на сырье в данном случае не столь значительна, а стабильно хороший результат, без сомнения, оправдывает небольшие дополнительные издержки».

обходимо выбирать поставщика, который имеет в своем ассортименте полный спектр ингредиентов для изготовления американских сладостей. Другими словами, в идеале поставщик должен предоставлять готовое решение, а не только один вид продукции. Например, для донатов недостаточно иметь только смесь для приготовления пончиков – хороший поставщик предложит различные виды начинок и множество решений для покрытия и декора изделия. Такой комплексный подход очень важен, поскольку он значительно облегчает процесс подбора ингредиентов.

Для данного сегмента сегодня существует огромное разнообразие сме-

сей и ингредиентов. А удобство их использования полностью зависит от компании-производителя. Крупные международные изготовители ингредиентов, которые стремятся быть надежными партнерами в инновациях, создают готовые к использованию смеси, максимально удобные для производителей, которые значительно облегчают технологический процесс, а также позволяют сократить время и количество операций.

Решают ли проблемы разработки рецептур и выбора качественных ингредиентов кондитерские смеси для производства американской выпечки? Каким образом?

– **И. Р.:** Конечно, решают. Ведь готовые смеси для производства кондитерских изделий имеют сбалансированный состав, включают специальные премиксы для получения стабильного результата и обеспечивают тем самым выход необходимого качества продукции. Кроме того, со смесями удобно работать: технологический процесс значительно упрощается, а фактор опыта пекаря или кондитера уже не оказывает столь доминирующего влияния. При изготовлении выпечки из готовых смесей великолепный результат демонстрируют даже начинающие производства.

В чем основные плюсы работы с кондитерскими смесями для производства американской выпечки, а в чем – минусы?

– **К. Г.:** Основное преимущество применения кондитерских смесей – значительное упрощение технологического процесса благодаря одновременной загрузке всех ингредиентов и отсутствию жестких требований к температурному режиму сырья. Полуфабрикаты, полученные с помощью кондитерских смесей, устойчивы к механическим и температурным воздействиям, они не теряют свойств во время длительных перерывов в работе. Кроме того, применение кондитерских смесей ощутимо нивелирует влияние низкокачественного сырья за счет активных ингредиентов, таких как эмульгаторы, разрыхлители, стабилизаторы и загустители, что обеспечивает всегда стабильный результат.

8-12 МАРТА 2014
Paris-Nord Villepinte
Франция | europain.com

Самая большая булочная-кондитерская в мире!

реклама

SAATCHI & SAATCHI + duple - RCS LYON 380 552 976 Документ не является договором

Исчерпывающее и инновационное предложение

- **770** экспонентов из **24** стран
 - **82 700** посетителей-специалистов из **143** стран
 - Все инновации для развития Вашего бизнеса!
- 7 тенденций для понимания рынка и развития Вашего предложения

Самые большие международные конкурсы хлебопечения и кондитерского дела



Совместно с SuccessFood, выставкой современного ресторанного дела



Международный салон хлебопечения, мороженого, шоколадного и кондитерского производства



Загрузите приложение Europain app!



Ваш бесплатный бейдж
с кодом РТВ на europain.com
russia@promosalons.com – тел. +7 495 640 57 19



«Первопроходцем» американского ассортимента стал маффин – загадочный заокеанский продукт, который был изначально воспринят российским потребителем как родственник традиционного бисквитного кекса.

– **И. Р.:** В первую очередь, смеси для выпечки обеспечивают стабильность результата – изделия всегда получаются требуемого объема и структуры, а вкус ничуть не уступает продукции, выпеченной по классической технологии. При использовании смеси технологический процесс значительно упрощается, сокращается время, затрачиваемое на подготовку теста и ингредиентов для него, и даже начинающий кондитер сможет изготовить изделия высокого качества. Кроме того, закупая смесь у того или иного поставщика, производитель американской выпечки получает не только само сырье, но и спектр разработанных и опробованных рецептур, для которых уже просчитан и выверен состав и соотношение ингредиентов. Таким образом, расширение ассортиментной линейки производителя происходит значительно быстрее и легче.

Как поделен российский рынок между производителями смесей для американской выпечки? Производители каких стран на нем представлены?

– **И. Р.:** Российский рынок готовых кондитерских смесей и премиксов достаточно обширен. Они есть у компании «СиЭсЭм» (CSM), и у предприятия «Бакалдрин» (Bakaldrin), и у компании «Пуратос» (Puratos), а также у многих других. Производятся эти смеси в Германии, Австрии, Бельгии, Голландии и др. Конечно, более распространены продукты компаний, которые работают на рынке более длительное время, однако с каче-

ством и рабочими характеристиками смеси это абсолютно не связано.

Какие виды смесей для производства сладостей данного сегмента существуют? Все ли они являются смесями «под ключ» или некоторые предполагают добавление каких-либо других ингредиентов? Что пользуется наибольшей популярностью у российских кондитеров?

– **И. Р.:** Основные сегменты смесей для кондитерского производства, в том числе и для производства американской выпечки, – концентраты и высокопроцентные премиксы. Их использование позволяет получить максимальный результат даже при небольшой дозировке и гарантирует стабильное качество конечных изделий. При этом ингредиенты, добавляемые к смеси, являются либо базовыми – такими, например, как мука, – либо ассортиментными, позволяющими получить продукцию с разными вкусами – например, сушеные ягоды, орехи или шоколад. С нашей точки зрения, более популярны у производителей американской выпечки смеси высококонцентрированные: они удобнее в работе и позволяют варьировать дозировку сырья для различного вида изделий.

Насколько выгодно производителям американских кондитерских изделий работать с кондитерскими смесями? Не будет ли для них дешевле закупать все ингредиенты по отдельности? В чем плюсы и минусы обоих подходов?

– **К. Г.:** Закупать все ингредиенты по отдельности, конечно, будет дешевле, но производителям американских сладостей выгоднее работать с кондитерскими смесями. Как я уже отметила, смеси помогают облегчить производственный процесс, минимизируют вероятность выпуска бракованной продукции, что в свою очередь положительно влияет на сокращение общехозяйственных расходов, а следовательно, и на себестоимость продукции.

– **И. Р.:** Возможно, для некоторых производств работа по классической технологии и обойдется дешевле, но когда на другой чаше весов будет стабильность качества больших объемов выпечки, большинство производителей все-таки выберут готовые смеси. Экономия на сырье в данном случае не столь значительна, а стабильно хороший результат, без сомнения, оправдывает небольшие дополнительные издержки.

На ваш взгляд, будущее в России за использованием кондитерских смесей или за производством полного цикла?

– **К. Г.:** Прогресс никогда не стоит на месте, кондитерский рынок постоянно развивается, поэтому предположу, что в будущем производители кондитерских изделий станут искать инновационные решения, для того чтобы оптимизировать технологические процессы и увеличить лояльность потребителей. На мой взгляд, сегмент кондитерских смесей и других ингредиентов будет стремительно развиваться в ближайшие несколько лет. Но производства полного цикла также будут процветать, потому что потребительский интерес к традиционной продукции всегда будет на высоком уровне.

– **И. Р.:** Мы считаем, что будущее российского производства, безусловно, за кондитерскими смесями. Их ассортимент продолжит расширяться. Будет развиваться и база входящих в состав смесей ингредиентов, а внедрение технологических инноваций станет мощной платформой совершенствования производств и обеспечения потребителей высококачественным и разнообразным ассортиментным предложением.



Алексей Свешников,
директор по маркетингу
ГК «ТРИЭР»:

– С развитием франчайзинговых сетей популярность американской выпечки стала набирать обороты. На российском рынке в первую очередь пользуются спросом всевозможные пироги, маффины, брауни, кукисы. Эти изделия имеют привлекательный внешний вид, узнаваемы и очень популярны в России.

Отечественные предприниматели охотно приобретают франшизы американских сетевых компаний, развивая крайне прибыльный сегмент американской выпечки в нашей стране. Однако американская выпечка на российском рынке появилась еще в начале 90-х годов (чуть ранее прихода крупных франчайзи) скорее в качестве дополнения к ассортименту мучных кондитерских изделий. Это были всевозможные пироги и чизкейки, которые сразу завоевали популярность среди посетителей кофеен крупных городов.

Однако по-настоящему этот сегмент начал развиваться и набирать обороты с приходом на рынок крупных американских компаний. Российские изготовители американской выпечки, безусловно, сталкиваются с некоторыми сложностями в разработке рецептов, ведь качество российского сырья значительно отличается, поэтому нельзя полностью повторить изделия, даже неукоснительно соблюдая рецептуру. Например, для некоторых продуктов принципиально важно использование тростникового мелкокристаллического сахара. В США это стандартная сырьевая позиция, в России же основным сырьевым ингредиентом для производства сахара является свекла. А тростниковый мелкокристаллический сахар производится специально, в больших объемах, и производителям зачастую практически невозможно подобрать соответствующий сахар по приемлемой цене. В то же время все производители прекрасно понимают, что в ситуации постоянной борьбы за оптимизацию затрат поставки американского сырья невозможны.

В этом случае многие изготовители американской выпечки обращают внимание на кондитерские смеси европейского производства: такое решение позволяет обеспечить соблюдение всех стандартов качества и снизить себестоимость продукции (по отношению к произведенной из сырья, завозимого из США).

Кроме того, использование смесей позволяет гарантировать поддержание стандар-

тов качества на постоянном уровне, что принципиально важно для компаний, развивающихся по франчайзинговой схеме.

А главное, некоторые крупные поставщики кондитерских смесей предлагают не только сам продукт, но и технологическую поддержку – начиная с выездов технологов на предприятие и заканчивая серьезными лабораторными исследованиями локального сырья. Стоимость кондитерских смесей достаточно высока, но маржинальность, с которой работают производители и продавцы американской выпечки, легко покрывает все эти затраты.



«Смеси для производства американских кондитерских изделий уже начали изготавливать российские компании. Пока таких производителей мало, но предположу, что данное направление бизнеса в нашей стране будет развиваться, в силу того что многие компании стремятся к сокращению издержек и рассматривают возможности замещения импорта».

На российском рынке ингредиентов для кондитерской промышленности представлены смеси как американского, так и европейского производства.

Преимущества европейских смесей по сравнению с американскими – это в первую очередь стоимость, поэтому можно с уверенностью сказать, что на российском рынке лидируют смеси европейских компаний.

Смеси для производства американских кондитерских изделий уже начали изготавливать и российские компании. Пока таких производителей мало, но предположу, что данное направление бизнеса в нашей стране будет развиваться, в силу того что многие компании стремятся к сокращению издержек и рассматривают возможности замещения импорта.

Если говорить о спросе, то у наших клиентов наиболее популярны кондитерские смеси для производства маффинов, капкейков, донатов, печенья, чизкейков. Некоторые смеси предполагают добавление не только жидких компонентов, но и сахара или муки, что позволяет снизить себестоимость продукции. Без преувеличения скажу, что будущее – за использованием кондитерских смесей. **КС**



ПЕКАРСКИЕ ПОРОШКИ И ФОСФАТЫ

Используются при производстве
мучных кондитерских изделий
в качестве разрыхлителей:

▶ Аэро Актив (Нидерланды),

Аэро Эффект (Россия)

▶ дигидропирофосфат натрия: SAPP 10,
SAPP 15, SAPP 22, SAPP 28, SAPP 40

▶ алюмофосфат натрия: SALP

Москва
+7 (495) 229 28 79
info@neos-ingredients.ru

Санкт-Петербург
+7 (812) 600 22 45
spb@emulgator.ru

Краснодар
+7 (861) 200 68 19
krasnodar@emulgator.ru

Алматы
+7 (727) 269 65 04
asia@emulgator.ru

женские правила

Люблю природу, и самый лучший отдых для меня – в окружении зелени и близких друзей. Обожаю путешествовать и открывать для себя новую культуру.

Гость:

Мария Зайцева,
ведущий маркетолог
компании «ЭкоСервис»

Беседовала:

Виктория Загоровская



Имя, фамилия:

Мария Зайцева

Место рождения:

г. Минск

Образование:

Два высших образования:
специальности «Руководитель
академического хора»
и «Менеджер социо-культурной
сферы. Продюсер».

Полностью утвердилась в новой
профессии маркетолога после того,
как окончила Бизнес-школу
по программе лондонского
Королевского института маркетинга.

Название компании,

должность:

Ведущий маркетолог
компании «ЭкоСервис»

Сколько времени работает
на руководящей должности:

два года

Основные достижения
в карьере:

Полная смена профессии.

Постоянно развивается
и не останавливается на достигнутом,
поэтому, как в культовом фильме, –
главные события жизни еще впереди.

Хобби.

Как предпочитает проводить
свободное время:

Путешествия – главная страсть.
А музыка – любовь всей жизни!

Мария Зайцева: «Главные события жизни еще впереди!»

Расскажите, почему вы занимаетесь именно этим бизнесом и как пришли к данной позиции?

– Часто случайные встречи меняют нашу жизнь на 180 градусов! Так было и со мной. Среди предметов, которые я изучала, получая второе высшее образование, был один самый забываемый, хотя и не профилирующий – маркетинг. Преподавала его уникальная женщина с тонким чувством юмора, чутьем маркетолога, донельзя креативной натурой и при этом глубоким аналитическим умом. После встречи с ней я поняла, что маркетинг – это то, чем я хочу и буду заниматься. И еще я узнала, насколько важно маркетологу иметь харизму в дополнение ко всем своим умениям!

Я стала проходить все круги профессии с самого начала, самых основ; иска-

ла свою нишу, свое место в маркетинге и смогла найти именно ту сферу, в которой и вкусно, и приятно, и сложно одновременно!

В чем, на ваш взгляд, заключаются особенности ведения дел женщинами-предпринимателями? Что отличает женщину в бизнесе?

– Эмоциональность.

Вы согласны с мнением, что мужчинам быть руководителем легче? Лучшие руководители чаще всего – мужчины или женщины?

– Сравнивать сложно, скажу одно – мужчины могут быть холодно-расчетливыми, а женщина по природе своей другая, поэтому ей приходится прилагать больше усилий, чтобы руководить холодно, без эмоций

Я стала искать свое место в маркетинге и смогла найти именно ту сферу, в которой и вкусно, и приятно, и сложно одновременно!

Женщина обладает интуицией, которой в самые критические моменты можно заменить опыт и знания.

Близкие друзья и работа – опасный союз. На работе всегда есть место конкуренции, и дружба может не выдержать таких испытаний.



— Если бы я не работала в сфере маркетинга, вернулась бы к музыке. Она – любовь всей моей жизни.

и не поддаваться чувствам. Зато женщина обладает интуицией, которой в самые критические моменты можно заменить опыт и знания. А в целом качества руководителя, лидера – они в природе человека. Можно научиться управлять собой, досконально изучить профессию, сферу работы и психологию отношений, но так и не суметь стать хорошим руководителем.

Ваши коллеги становятся друзьями?

– Скорее хорошими товарищами. Всегда помогу, поддержку, сама обращусь за помощью, если понадобится; можем вместе отлично повеселиться... Но мне кажется, что близкие друзья и работа – опасный союз. На работе всегда есть место конкуренции, и часто дружба не может выдержать

таких испытаний, особенно если ваши отношения строятся по принципу начальник-подчиненный.

Карьера не мешает семейной жизни? Как удается их сочетать?

– Карьера не мешает, но, скажем так, если хочешь добиться еще больших успехов – надо прилагать еще больше усилий, и часто это бывает в ущерб чему-то.

Существует ли на свете вещь, которой у вас еще нет, но очень хотелось бы иметь?

– Да, свободное время!

Вы читаете больше художественную литературу или деловую? Назовите последнюю прочитанную книгу.

– Читаю и то, и другое – заглатываю, так сказать, в огромном количестве. Что касается последней деловой книги, то недавно с удовольствием прочитала «Маркетинг, основанный на данных» Марка Джеффри. Полезная книга – многое не совсем применимо в наших реалиях, но есть что почерпнуть. Также на моем столе постоянно находятся профессиональные англоязычные журналы и издания.

Где вы любите отдыхать? Какая страна или город вам ближе всего по духу?

– Люблю природу, и самый лучший отдых для меня – в окружении зелени и близких друзей. Обожаю путешествовать и каждый раз открывать для себя новую культуру. Предпочитаю прохладный и морской климат. Самые волшебные страны для меня – Ирландия и Швеция. С Австрией у меня тоже особые отношения. Было время, когда я туда ездила каждые полгода. Тогда я окончательно и бесповоротно влюбилась в природу: Альпы, маленькие городки и деревушки. Особенно нравится бывать там осенью, когда австрийцы готовят вкуснейшее молодое вино Sturm.

Кто ваш любимый мультипликационный персонаж и почему?

– Любимый мультик – «Том и Джерри». Это пример несгибаемого желания добиться своей цели во что бы то ни стало!

Никогда не хотелось попробовать себя в какой-то другой области? Если бы вы работали не в этой сфере, чем бы тогда занимались?

– Если бы не работала в сфере маркетинга, вернулась бы к музыке. Она – любовь всей моей жизни. Хотя без маркетинга сейчас абсолютно не представляю свою жизнь.

Назовите любимый афоризм.

– «Тот, кто хочет видеть результаты своего труда немедленно, должен идти в сапожники», – сказал Альберт Эйнштейн. **К**

Информация предоставлена Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль»

190103, г. С.-Петербург, пер. Лодыгина, д. 1, лит. А
тел./факс: 324-25-88
e-mail: okk@petkach.spb.ru
www.petchach.spb.ru



Подготовила:
Елена Максимова

Товары, которые можно покупать



Нина Храброва, руководитель аккредитованного испытательного центра ВНИИ жиров, вручает диплом Елене Казарцевой, начальнику отдела продаж ООО «Хлебторг» (ОАО «Невские Берега»).

► Комментарий победителя

Елена Казарцева,
начальник отдела продаж
ООО «Хлебторг»
(ОАО «Невские Берега»):

«Можно сказать, что мы были уверены в победе. Наш торт «Наполеон» – это очень качественная продукция, новая для рынка Санкт-Петербурга, но потребители уже успели оценить ее по достоинству. Слои для тортов и пирожных мы выпекаем сами. Вся наша продукция проходит контроль в собственной лаборатории комбината. В следующем году компания представит на конкурс уже другой продукт. Мы обязательно будем участвовать, ведь конкурс дает покупателям более полную информацию о продовольственных товарах и помогает ориентироваться на рынке».

С 26 по 29 августа в выставочном комплексе «Ленэкспо» (г. Санкт-Петербург) прошла Международная выставка-ярмарка «Агрорусь-2013». Мероприятие было организовано при поддержке Комитета Государственной Думы РФ по аграрным вопросам, Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР) и Российской академии сельскохозяйственных наук.

Участники выставки «Агрорусь» могли не только познакомиться посетителями мероприятия со своей продукцией, но и участвовать в общественном конкурсе качества потребительских товаров «Можно покупать!». В последний день выставки-ярмарки – 29 августа – состоялась церемония награждения лауреатов конкурса. Производители продукции, получившей высокую экспертную оценку, удостоились дипломов, цветов и права использования знака конкурса на своей продукции.

Конкурс «Можно покупать!» был учрежден в 2012 г. Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль», имеющей многолетний опыт независимой оценки качества продовольственных товаров на потребительском рынке Санкт-Петербурга. Ее цель – найти на полке магазинов пищевые продукты, информация

на этикетке или упаковке которых полностью совпадает с внутренним содержанием, и сообщить об этом потребителям.

Если в прошлом году в конкурсе приняли участие девять компаний, то в этом году уже тринадцать. Всего в 2013 году на суд экспертов было заявлено 24 образ-

ца продовольственных и непродовольственных товаров, но до финиша дошли лишь девятнадцать.

В конкурсе этого года участвовали предприятия-изготовители из Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Москвы и Московской области, продукция которых представлена в розничной торговой сети города на Неве. Это – рыбная, молочная, кондитерская продукция, а также консервы, соленья, мороженое, яйца, торфогрунты и удобрения.

Конкурс проходил в течение трех месяцев лета и включал два этапа. Сначала закупленные в торговой сети образцы товаров проверялись на качество и потребительские свойства в аккредитованной испытательной лаборатории Росстандарта ФБУ «Тест-С.-Петербург», а затем проходили профессиональную дегустационную оценку с участием 13 ведущих экспертов и специалистов региона.

Победители определялись по семи номинациям. Конверты с наименованием продукции, признанной лучшей, вскрывались непосредственно на церемонии награждения в «Ленэкспо».

Победители конкурса получили право наносить на упаковку своего товара общественный знак качества «Можно покупать!», причем на бесплатной основе. Однако право использовать знак предоставляется только в том случае, если изготовитель готов гарантировать «Общественному контролю» качество продукта-лауреата в течение всего календарного года. При этом общественная организация оставляет за собой право проводить внезапную проверку качества продукта, отмеченного своим знаком. Если в ходе такого инспекционного контроля будут выявлены нарушения по качеству, продукцию отзовут из торговой сети.

В категории «кондитерские изделия» победила компания «Хлебторг» (ОАО «Невские Берега»), представившая на суд независимого жюри Торт слоеный «Наполеон клубничный» под торговой маркой «Смолянинский хлебозавод». **КС**

Справка

При реализации проекта «Общественный контроль качества» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 8 мая 2010 года №300-рп.



engineering for a better world

GEA Refrigeration Technologies

Москва:

105094, ул. Семеновский Вал, 6А

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

Екатеринбург:

620028, ул. Фролова, д.31, офис 31

Тел./ факс: (343) 287-37-30

Санкт-Петербург:

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

Тел. / факс: (812) 310-38-49

Владивосток:

690091, ул. Набережная, 9

Тел. / факс: (4232) 65-02-80

www.gea.com

www.grasso.ru

Жиры специального назначения SolPro КОНДИТЕРСКИЕ ДЛЯ ШОКОЛДАНЫХ ИЗДЕЛИЙ И КОНФЕТ

это профессиональное решение для
промышленного использования при
производстве шоколадных изделий,
глазури, карамели, ириса, корпусов
шоколадных конфет, начинок

Ассортимент: ЖСН SolPro кондитерский
для шоколадных изделий и конфет 962,
964, 965

Функциональные преимущества жиров кондитерских SolPro:

- Являются структурообразователем в сахаристых кондитерских изделиях
- Не вызывают поседения при хранении, придает готовым изделиям блеск
- Обеспечивают твердую консистенцию при температуре окружающей среды
- Придает готовому шоколадному изделию ломкую, хрупкую структуру
- Специально подобранный жировой состав обеспечивает сохранность формы изделий в течение всего срока годности



Холдинг «Солнечные продукты»:
«Жировой комбинат»
«Московский жировой комбинат»
«Новосибирский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000
Москва +7 495 777 55 01
Новосибирск +7 383 230 35 00