



274 тыс. т

В России за два первых месяца
производство мяса выросло
на 17 % по отношению
к соответствующему периоду
прошлого года и достигло 274 тыс. т.



2%

В январе-феврале 2014 года российский
рынок колбасных изделий по отношению
к аналогичному периоду 2013-го
сократился на 2% – до 227 тыс. тонн.



220 руб.

По информации Института
конъюнктуры аграрного рынка,
с февраля по апрель стоимость
свиного шпика возросла в полтора
раза – до 220 руб. за 1 кг.

издается с сентября 2001 г.

www.sfera.fm

№3 (100) 2014

мясная сфера

Прорыв в оболочке.

Чем чревата ситуация с черевой

14



28



46



50



93

«Свента» – надежный и компетентный партнер Вашего бизнеса!



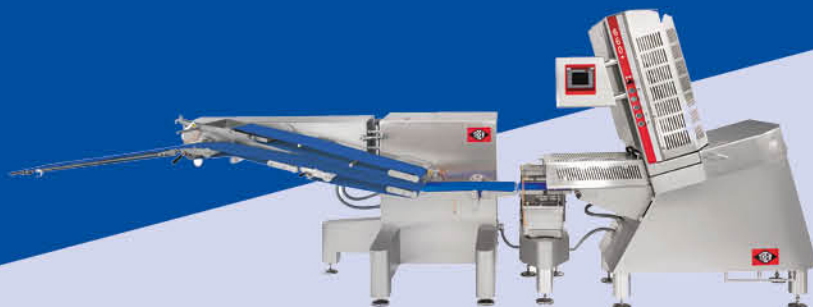
SVENTA AG

www.sventa-meat.ru

Москва
121099, Москва, а/я 103
Большой Девятинский пер., д. 5,
Тел.: +7 (495) 232-56-32
факс: +7 (495) 738-47-64
E-mail: info@sventa.ru

Новосибирск
630110, Новосибирск
ул. Писемского, 1а, корп. 9, оф. 2
Тел./факс: +7 (383) 362-13-63

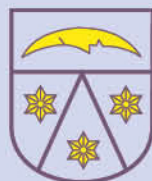
«Свента» – надежный и компетентный партнер Вашего бизнеса!



- **Обширная программа поставок от известных производителей**
- **Работа компетентной команды продавцов и сервисных специалистов на каждом направлении**
- **Большой склад запасных частей и расходных материалов делает нас Вашим надежным партнером**
- **Наличие собственных складов в филиалах Новосибирска и Краснодара позволяет нам быстро и надежно реагировать на Ваши запросы**

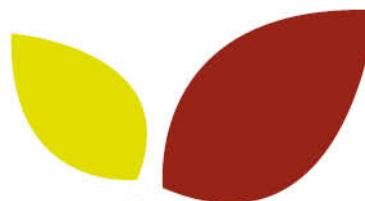
Краснодар
350058, Краснодар
ул. Селезнева, д. 204/2, оф. 409
Тел./факс: +7 (861) 217-02-26

Украина
65026, Одесса, а/я 75
Тел.: +38 (048) 777-57-71
Факс: +38 (048) 777-57-70



SVENTA AG
www.sventa-meat.ru

23-я Международная выставка
продуктов питания и напитков
23rd International Food & Drinks Exhibition

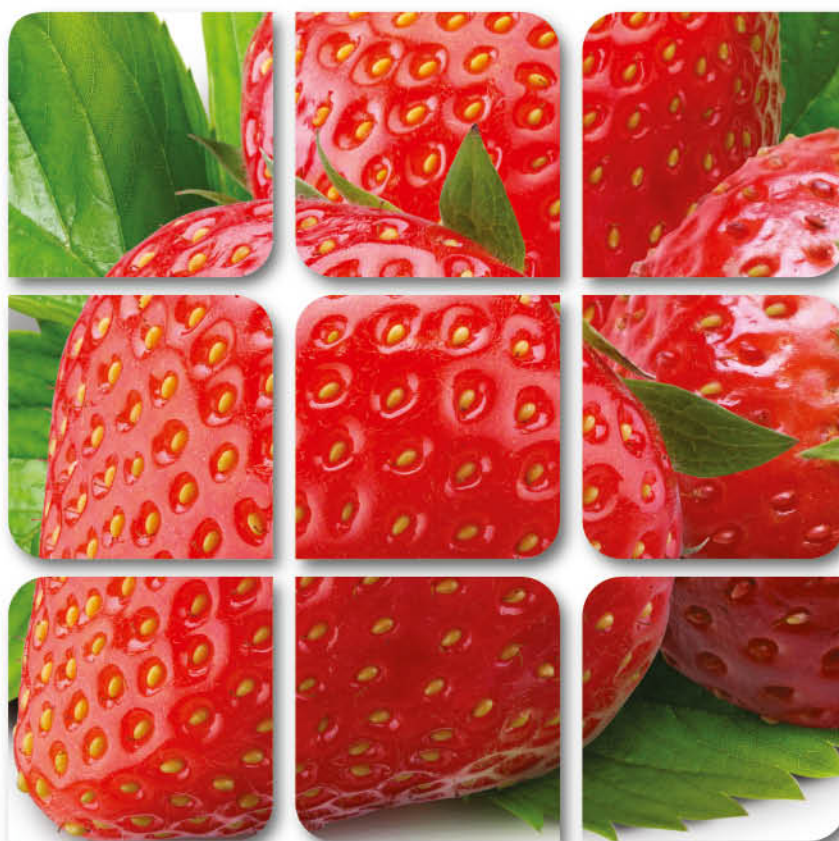


worldfood

MOSCOW

15 – 18.09.2014

Россия • Москва • ЦВК «Экспоцентр»
Russia • Moscow • Expocentre



ВСЕЬ МИР ПИТАНИЯ
WHERE THE FOOD INDUSTRY MEETS RUSSIA

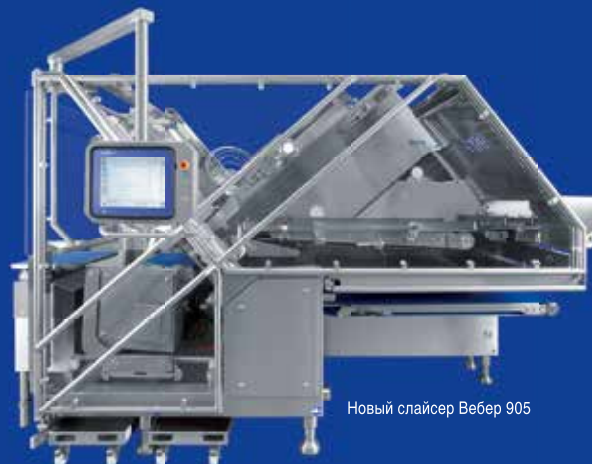


www.world-food.ru

На уровень выше



Слайсеры фирмы «Вебер» быстро и аккуратно нарезают колбасу, ветчину и сыр; обеспечивают привлекательный вид нарезки, точный вес каждой порции, увеличивают прибыль и уменьшают затраты. Новый слайсер 905, оборудованный в ширину камерой резки, которая составляет 620 мм, определяет новые стандарты в обработке продукции. Это единственная машина на рынке, которая одновременно нарезает 6-кратный калибр 100 или 4-кратный 100х150 сыра. Мы всегда рады ответить на запросы и обеспечить вас актуальной информацией.



Новый слайсер Вебер 905

weber[®]
The High Tech Company

ООО «Вебер Рус»
127254 Москва · Ул. Добролюбова 3, стр.1
Тел.: +7 495 604 48 35 · Факс: +7 495 604 48 37
ru@weberweb.com · www.weberweb.com



Intralox предлагает широкий спектр решений для надежных и эффективных конвейерных систем.



Технологии FoodSafe от Intralox обеспечивают оптимальную производительность и надежность процессов.

Конвейерные решения на все случаи

Модульные пластмассовые конвейерные ленты произвели революцию в мясоперерабатывающей промышленности благодаря улучшению санитарии и обеспечению надежности и простоты производственных процессов. Intralox является экспертом в данной технологии. Модульные пластиковые ленты были изобретены компанией более 40 лет назад.

На сегодняшний день Intralox является глобальным поставщиком конвейерных решений и услуг для широкого ряда потребностей клиентов. Новатор и эксперт в разных промышленных отраслях, Intralox обеспечивает продукцию, клиентскую поддержку и гарантии, качество которых не имеет аналогов.



Бесплатная линия: 800 3335168 • Факс: 800 3335169 • Эл. почта: Russia@intralox.com



НОВАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ОБОЛОЧКА КОМПАНИИ «ВИСКОТИПАК» FLX:

- самая тонкая фиброузная оболочка;
- механическая прочность, не уступающая другим фиброузным оболочкам;
- высокая прозрачность бесцветной оболочки, позволяющая хорошо видеть структуру фарша;
- возможность гофрировать в гильзу на 20% больше, чем обычной фиброузной оболочки;
- повышенная фаршеемкость, пониженный расход оболочки;
- более экономична в производстве.



Московское представительство компании «ВискоТипак»
www.viskoteepak.com, тел. +7 (499) 745-00-48, e-mail: info@viskoteepak.com

WIENIE-PAK | FIBROUS | NOVA | viskoteepak.com



МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ ОКРУГ ЧКАЛОВСКОЕ
ПРИ ПОДДЕРЖКЕ АДМИНИСТРАЦИИ ПЕТРОГРАДСКОГО РАЙОНА г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



Генеральный информационный партнер
КАЧЕСТВО

**XX Санкт-Петербургский
ФЕСТИВАЛЬ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ**



ВКУСНОГРАД

НАКОРМИТЬ ВЕСЬ ГОРОД РАД!

17 мая
(суббота)

**Приморский парк Победы
парк аттракционов**

Фиве Остров

(ст. метро «Крестовский остров»)

Начало в 11.00, вход свободный

ВСЬ ДЕНЬ ДЛЯ ВАС:

- КОНЦЕРТНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
- ВЕСЕЛЫЕ КОНКУРСЫ
- ВКУСНЫЕ ПРИЗЫ
- КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ОТ ИЗГОТОВИТЕЛЕЙ БЕЗ ТОРГОВОЙ НАЦЕНКИ



D-ICER

РАЗМОРАЖИВАНИЕ С ВЫСОКИМ РАСЧЕТНЫМ ВЫХОДОМ

РАЗМОРОЖЕННЫЙ ПРОДУКТ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА
СОКРАЩЕНИЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ПРОЦЕССА
СНИЖАЕТ ПОТЕРИ ПРИ РАЗМОРАЖИВАНИИ
УМЕНЬШЕНИЕ НЕОБХОДИМОЙ ПЛОЩАДИ



ДО



ПОСЛЕ

www.metalquimia.com

[@MetalquimiaNews](https://twitter.com/MetalquimiaNews)

МТИ Протеин
Технологии
Ингредиенты
ГРУППА КОМПАНИЙ

Тел/факс +7 (495) 786 8565



**Смена кишечной
оболочки, занимающая
менее 2 секунд**

Преимущества

- *Большой диапазон калибров для многообразия продуктов*
- *Надевание оболочки автоматически или вручную по выбору*
- *Очень точное разделение или эффективное навешивание*
- *Уменьшает затраты на оболочки и снижает производственные расходы*





- Для искусственной, коллагеновой и натуральной оболочек
- Большой диапазон калибров для многообразия продуктов
- Очень точное разделение или эффективное навешивание

Наивысшая производительность при изготовлении сосисок

Для новых автоматизированных AL-систем Handtmann PVLH 246 и PVLS 143 характерна абсолютно новая производительность, поскольку новейшая технология для устройства перекрутки с револьверной системой и 3 цевками обеспечивает минимальное время смены кишечной оболочки как в автоматическом режиме с накопителем оболочек для искусственной и коллагеновой оболочек, так и в ручном для натуральных кишечных оболочек.

handtmann
Идеи с будущим

MATIMEX

Техника и Технология Мясной Промышленности



Приглашаем посетить
наш стенд на InterPack 2014
Зал 7.2, стенд С 01
Германия, Дюссельдорф,
08.05 – 14.05.2014



MATIMEX GmbH
Großbauerstraße 8
1210 Wien, Austria
Tel. +43 1 29 05 173
matimex@matimex.at

ООО МАТИМЭКС
121357, Россия, Москва
ул. Вере́йская, 29, стр.134
Tel. +7 495 7877797
matimex@mtmx.ru



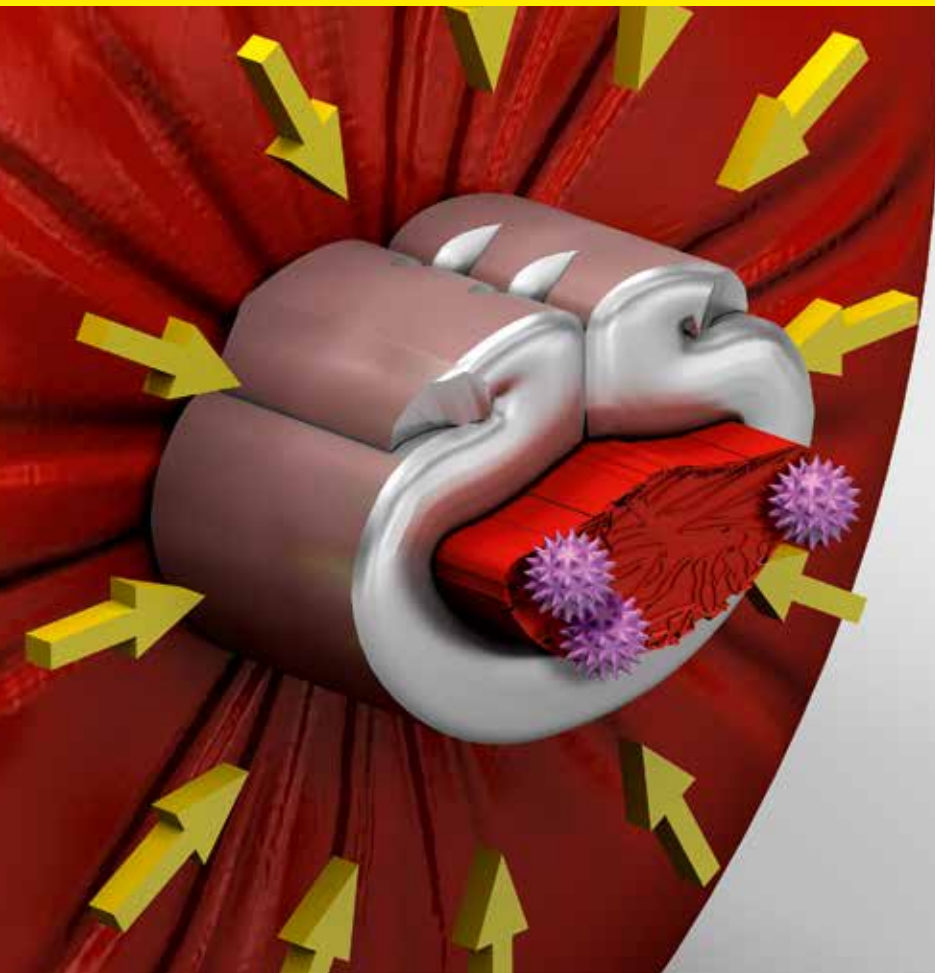
Упаковочная машина FUJI Alfa VII 3400
с современной технологией flow-pack
для упаковки пищевых продуктов

- › высокая производительность
- › быстрая перенастройка
- › от мелкоштучной до групповой упаковки
- › запатентованная система сварки



Гарантия безопасности продукта!

Система SAFETY-CLIP.



interpack

PROCESSES AND PACKAGING
LEADING TRADE FAIR

DÜSSELDORF, GERMANY
08 TO 14 MAY 2014
INTERPACK.COM

Ждем Вас на выставке
зал 11, Стенд D39

Защита потребителя: клипсы и петли сертифицированы для использования при упаковке продуктов питания, отсутствуют остатки масел и смазок

Плотный обжим: барьер для проникновения бактерий

Всегда высокое качество – регулярно подтверждается проверками и сертификатами от SGS INSTITUT FRESENIUS



лидерство • новаторство • надежность



ООО Поли-клип Систем • Tel. +7 495 2294670 • polyclip@polyclip.ru
Спрашивайте на сайте: www.polyclip.ru/5303

poly-clip
SYSTEM

Clip Closure Packaging

Надежные
решения
для Вашего
производства



poly-clip[®]
SYSTEM

ОНЛАЙН: **www.polyclip.ru/5303**



Видео
онлайн

FCA 160

Автомат двойного клипсования
Калибры 38-160 мм
Искусственные, фиброузные и
коллагеновые оболочки
До 160 тактов в минуту



FCA 120

Автомат двойного клипсования
Калибры 24-120 мм
Искусственные, фиброузные и
коллагеновые оболочки
Более 200 тактов в минуту



Видео
онлайн

FCA 3430-18

Автомат двойного клипсования
Калибры 24-120 мм
Искусственные, фиброузные и
коллагеновые оболочки
До 150 тактов в минуту



Видео
онлайн

AHL

Автоматическая Нанизывающая Линия
Автоматическая синхронизация со
скоростью клипсатора FCA
Для термокамерных палок длиной
до 1220 мм



Видео
онлайн

ICA 8700

Автомат двойного клипсования
Калибры до 200 мм
Уникальный диафрагменный
фаршевытеснитель
До 50 тактов в минуту



Видео
онлайн

TSCA 65/120/160

Автоматы термосварки и клипсования
Калибры до 65/90/120/160 мм
Все обычные пленки
Более 200 циклов в минуту, в зависимости
от клиповочной головки



RCA 600

Автомат двойного клипсования
Специально для колбас в кольцах
Натуральные оболочки, коллаген, целлюлоза
Бережный фаршевытеснитель



Видео
онлайн

PDC 600/700

Полуавтомат двойного клипсования
До калибров 90 мм/115 мм
Искусственные и натуральные оболочки
Регулировка отверстия фаршевытесните
ля под калибр продукта



Видео
онлайн

SCD 600/700

Машины одинарного клипсования
До калибра 120 мм
Для любых типов оболочек
Возможность дооснащения

содержание

	отрасль	22
Мировые упаковочные тренды на Interpack 2014		28
	исследование	Мировой и российский рынок говядины 38



Раньше большой объем натуральных оболочек попадал в Россию нелегально, контрабандой пересекая границу с Украиной. Причиной распространения случаев контрабандных поставок было снижение стоимости от официально ввозимого товара, облагаемого пошлиной и НДС. Однако 2014 год был отмечен волной борьбы с нелегальным ввозом оболочек из Европы, а также серыми схемами импорта.

14

тема номера	Прорыв в оболочке. Чем чревата ситуация с черевой	14	компании /события и факты	Новости	42
отрасль /события и факты	Новости	22	инфографика	Не до жиру – быть бы живу!	44
	Итоги «Продэкспо-2014». На вершине выставочного Олимпа	24	<i>/от первого лица</i>	Нам нужны не технологи, а повара!	46
	«Молочная и Мясная индустрия» – полный цикл агропромышленного производства	26	фоторепортаж	Бизнес в России: не благодаря, а вопреки	50
	Мировые упаковочные тренды на Interpack 2014	28	производство /события и факты	Новости	58
<i>/от первого лица</i>	Качество мясной продукции определяет качество жизни	30	<i>/автоматизация</i>	«Назад к истокам» простым нажатием кнопки	60
<i>/тенденции</i>	Инвестиционная привлекательность АПК	32	<i>/оборудование</i>	Вертикальная обвалка мяса	62
<i>/крупным планом</i>	Кролиководство в России. А есть ли потребитель?	36	<i>/оборудование</i>	ТТСтор – надежная техника куттеров	64
<i>/исследование</i>	Мировой и российский рынок говядины	38		Автоматическое взвешивание, дозирование и упаковка свежих и маринованных мясных продуктов	66
industry /research	Beef market in Russia and worldwide	38		Холодец и тушенка без костного остатка: система рентгеновского контроля – гарантия качества	68

содержание

производство	58
«Назад к истокам» простым нажатием кнопки	60
оборудование	

Вертикальная обвалка мяса	62
----------------------------------	----



Компания «Копылов» появилась на рынке в 2009 году, в период мирового финансового кризиса. Но это не помешало торговой марке, названной по имени ее основателя, за короткое время завоевать любовь и доверие покупателей. Как справляется компания с актуальными проблемами сегодняшнего времени и в каких сегментах видит возможности развития, рассказал ее генеральный директор Сергей Копылов.

50

/оборудование	Как исключить ошибки при нанесении этикеток и избавиться от брака?	70	/ингредиенты	Пищевые добавки: направления инновационного развития	80
	Инвестиции в качество взамен сомнительной экономии	72		Качество и инновации. Вкус, качество и безопасность вместе с Wiberg	86
/санитария и гигиена	Аренда спецодежды как инструмент оптимизации затрат	74		Функциональные системы «Керри» в производстве колбасных изделий	88
/упаковка и оболочка	Первым делом – упаковка!	76	ветеринария	Бруцеллез: борьба продолжается	90
	Sealed Air: 20 лет лидерства	78	консалтинг /экспертиза	Сосиски по ГОСТу: качество не соответствует цене	93

мясная сфера

№3 (100) 2014

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей индустрии, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 46401 31.08.2011 г.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»
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

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Директор по продажам и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm
Менеджер по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsorgaeva@sfera.fm
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
Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm
Дизайн и верстка:
Татьяна Путинцева
t.putinzeva@sfera.fm
Дизайн инфографики:
Нина Слюсарева
Корректор, литературный редактор:
Анна Соколова
Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 6 раз в год.
Использование информационных и рекламных материалов журнала возможно только с письменного согласия редакции.
Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.
Материалы, отмеченные значком **Р**, публикуются на коммерческой основе.
Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.
Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 7.04.14.
Тираж: 5 000 экз.





Момент истины

Считается, что натуральное кишечное сырье подходит для любого вида колбас. Главным преимуществом кишечных оболочек, изготовленных на основе внутренних органов домашних животных, является прежде всего их натуральность, начиная от внешнего вида и заканчивая органолептическими и такими свойствами, как проницаемость. При этом процесс изготовления кишечной оболочки довольно трудоемок, его выполняют обычно на самих скотобойнях. После промывания из кишок и пузырей удаляют лишние слои, оставляя самые прочные. В России же практически нет современных предприятий по убою и первичной переработке мяса, со специализированным оборудованием и с полным циклом переработки. Специализированные цеха существуют только на крупных мясоперерабатывающих предприятиях. Поэтому рынок отечественной натуральной оболочки весьма и весьма ограничен. Отечественное сырье (например, черева) предлагается в небольших объемах и существенно уступает по качеству европейскому. Именно Европа до недавнего времени являлась основным поставщиком в Россию кишечного сырья, оттуда же завозились и готовые свиные, говяжьи оболочки. Однако ограничение импорта продукции свиноводства из стран ЕС, введенное Россией 25 января этого года, а также активизировавшаяся борьба с контрабандными поставками и серыми схемами импорта, широко распро-

страненными при ввозе натуральных оболочек в страну, спровоцировали очередной скачок цен и снизили их привлекательность в глазах мясопереработчиков и потребителей колбасных изделий, заставив искать другие решения.

В принципе, до 1930-х годов нигде в мире не было альтернативы натуральной оболочке. Вместе с расширением производства колбас начали разрабатывать новые технологические решения, благодаря которым первым делом появились искусственные оболочки из целлюлозы и коллагеновые, а затем все остальные.

Но общей тенденцией всех искусственных оболочек всегда оставалась попытка приблизиться по своим свойствам к натуральным или искусственным белковым.

В связи с ростом цен и нехваткой того или иного вида натуральной оболочки сегодня растет спрос на белковые и пластиковые, стимулируя производителей их совершенствовать. В таких оболочках, подходящих для любого вида колбасных изделий, продукт долго хранится и обладает высокими потребительскими свойствами: выглядит естественнее, поэтому всегда будет казаться натуральным и вкусным.

Эксперты сходятся во мнении, что будущее – за оболочками, которые по своим свойствам максимально приближены к натуральным, но при этом обладают дополнительными конкурентными преимуществами: улучшенными характеристиками, позволяющими продлить срок годности колбасных изделий, сохранить вкус и аромат. Тем более что время для активной работы в этом направлении сегодня самое подходящее.

Виктория Загоровская,
редактор журнала «Мясная сфера»
editor@sfera.fm

Тема номера

ПРОРЫВ В ОБОЛОЧКЕ.

Чем чревата ситуация с черевой



Автор:
Виктория Загоровская

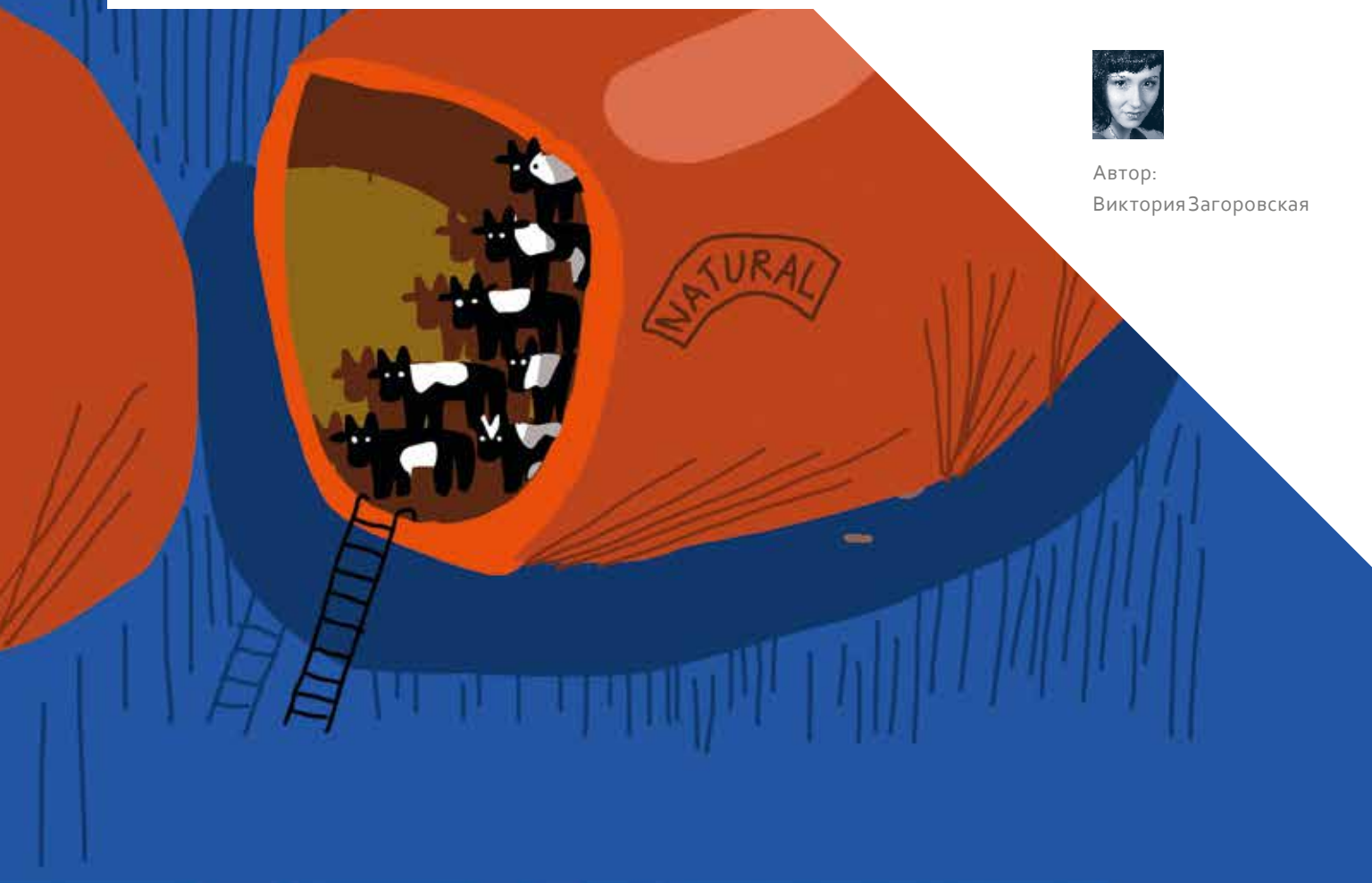
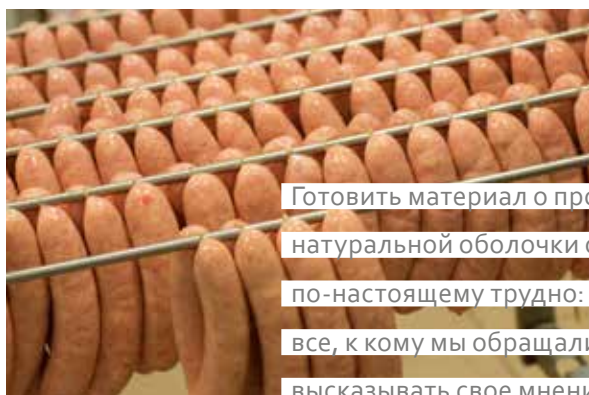


Иллюстрация: Тимофей Яржомбек



Попытки сохранить все лучшие свойства натуральных кишечных оболочек и при этом устранить их недостатки привели к созданию искусственных белковых оболочек.

С начала развития промышленного производства колбасных изделий как в России, так и во всем мире кишечные оболочки используются при выработке вареных, копченых и ливерных колбас, сосисок, сарделек, деликатесной и другой продукции.



Готовить материал о проблемах на рынке натуральной оболочки оказалось по-настоящему трудно: практически все, к кому мы обращались, не захотели высказывать свое мнение по данной теме. В связи с этим выражаем особую благодарность компании «Стар», которая откликнулась на нашу просьбу!

В этом году в связи с введением запрета на ввоз в Россию продукции свиноводства из стран ЕС, а также началом активной борьбы с контрабандными поставками существенно выросла цена на свиную череву и говяжью синюгу, из которых производят натуральную оболочку. Как выходят из положения мясоперерабатывающие компании? И так ли велика сегодня ее популярность, чтобы не ограничиться объемами продукции местного производства или не перейти на искусственные аналоги?..

Исторически сложилось так, что первоначально для производства колбасных изделий в России использовались только натуральные оболочки – кишки животных, что ограничивало массовое производство. Трудности производства натуральной оболочки, нехватка сырья и современные требования, связанные с расширением производства, привели к появлению искусственных оболочек.

Интересно, что мясная промышленность в Америке пошла другим путем. Развитие скотоводства в США привело к увеличению потребления натурального мяса, основная часть которого предлагалась в безоболочечном варианте. Только в последние 40–50 лет в стране началось активное развитие мясопереработки и колбасного направления. Старожилы отечественного мясного рынка еще помнят, как в 1980-е годы американцы покупали свиную и говяжью череву в России, где к этому времени только начались исследования в области искусственных оболочек, впервые появился фиброуз японского производства и полиамидная оболочка.

Сегодня можно приобрести колбасные изделия как в натуральной, так и в искусственной оболочке. Но, по мнению большинства, натуральная кишечная оболочка это не только признак качества продукта, но и гарантия

прекрасного вкуса и аромата копчения колбасных изделий, которые достигаются благодаря влажно- и дымопроницаемости.

Согласно данным опросов, более двух третей покупателей считают колбасу в натуральной оболочке деликатесом. Почти у 75% она ассоциируется с понятием «высший сорт» и более 80% респондентов полагают, что колбаса в натуральной оболочке полностью натуральна. Поэтому свыше 50% покупателей логично заявляют, что готовы переплачивать за нее до 10%.

По своим физико-химическим и биологическим свойствам натуральная оболочка близка к фаршу, поэтому она наиболее полно соответствует технологическим режимам его обработки и является идеальной составляющей колбасных изделий. Естественная природная прочность и эластичность дают возможность использовать оболочку на автоматизированных линиях, при больших объемах производства.

Натуральная свиная оболочка не менее популярна, чем говяжья и баранья. Тонкие стенки этой черевы позволяют, не снимая оболочки с продукта, разогревать, варить, а также жарить на гриле. Свиная черева хорошо зарекомендовала себя в копчении, так как натуральная оболочка обладает высокой проницаемостью для дыма по всей поверхности продукта. А широкий диапазон калибров черевы позволяет подобрать нужную оболочку практически для всех видов сосисок, сарделек, вареных, варено-копченых, полукопченых и ливерных колбас.

Спросом также пользуется пластифицированная синюга, которая вырабатывается из коротких отрезков свиной черевы путем накладки на определенную форму в три слоя; склеивание слоев происходит за счет естественных свойств коллагена и эластина

Общая тенденция всех искусственных оболочек – попытка приблизиться по свойствам к натуральным и искусственным белковым.

Сегодня натуральной оболочке отдается предпочтение, только если речь идет о деликатесной группе изделий, а также другим продуктам высокой ценовой категории. В итоге спрос и предложение сбалансированы

в процессе сушки. Высушенная оболочка имеет все свойства натуральных кишок – хорошую влаго-, паро-, дымопроницаемость, выпускается различных форм и размеров. Данный вид оболочки подходит для изготовления всех видов вареных колбас, ветчин и ветчинных колбас.

Вместе с тем все натуральные кишечные оболочки не лишены таких существенных недостатков, как неравномерность калибра, что затрудняет автоматизацию технологического процесса, и трудоемкость производства, которая подтверждается опытом переработки кишечного сырья на предприятии. Процесс получения черевов является одним из самых «грязных» и требует постоянного ветеринарно-санитарного контроля. Кроме того, при изготовлении натуральной кишечной оболочки накладывается ряд ограничений на технологический процесс. Так, сырье, не прошедшее обработку в течение 30–60 минут, оказывается испорчено. Поэтому специализированные цеха в России существуют только на крупных мясоперерабатывающих предприятиях.

Как рассказали поставщики, в настоящее время доля натуральных оболочек на российском рынке сокращается, что является следствием их существенного подорожания: рост цен составил около 40%. При этом дефицита натуральной оболочки не наблюдается, так как спрос по сравнению с прошлым годом упал примерно на 30%. Производители мясных изделий заменяют ее на искусственную, преимущественно коллагеновую. Натуральной оболочке отдается предпочтение, только если речь идет о деликатесной группе изделий, а также другим продуктам высокой ценовой категории. В итоге спрос и предложение сбалансированы.

На повышении цены сказался еще один важный фактор. Дело в том, что



Для столицы и крупных городов характерен наибольший спрос на натуральную и белковую оболочки. Ведь потребительская способность населения там выше, что позволяет приобрести более дорогой продукт в натуральной оболочке, вместо, например, колбасы в дешевом полиамиде.

раньше большой объем продукции попадал в Россию нелегально, контрабандой пересекая границу с Украиной. Основной причиной распространения случаев контрабандных (или серых) поставок оболочек служило снижение стоимости от официально ввозимого товара, облагаемого пошлиной и НДС. Однако этот год был отмечен волной борьбы с нелегальным ввозом колбасных оболочек из Европы, а также серыми схемами импорта, делавшими отечественное производство нерентабельным.

Тенденции 2014 года также привели к тому, что, несмотря на сохранившийся интерес к натуральным оболочкам, выбор все чаще делается в пользу

близких к ним по своим свойствам искусственным, таким как «Вискофан» или «Натурин».

В 1933 году в Германии именно компанией «Натурин» впервые были произведены коллагеновые, или белковые, оболочки. Этот вид упаковки колбасных изделий наиболее близок к кишечным оболочкам, поскольку материалом для их производства служат коллагеновые волокна, получаемые из среднего слоя – спилка шкур крупного рогатого скота (КРС). Коллагеновые оболочки обладают высокой прочностью, влагопроницаемостью, эластичностью, равномерным диаметром.

В последнее время проницаемые для дыма белковые оболочки выходят на ведущие позиции в ряде крупных городов. Имея один и тот же качественный состав, колбасы в белковой оболочке превосходят аналогичные изделия в непроницаемой полиамидной оболочке по вкусу и аромату.

Ограниченность мировых ресурсов коллагенсодержащего сырья КРС обуславливает использование коллагенсодержащего сырья свиней. Хотя молекулярная структура коллагена, извлекаемого из свиного спилка, и подобна структуре коллагена КРС, однако имеет повышенное содержание жира, что является основным препятствием при его использовании в производстве оболочек.

Кстати, надо сказать, что тут возникает другой вопрос: так как белковая оболочка производится из животного коллагенсодержащего сырья, в недалеком будущем у нас также появится дефицит данного вида оболочки, связанный с его нехваткой.

Возвращаясь к натуральной оболочке, отметим, что сегодня в России около 50% существующих потребностей покрывается за счет местного производства. Однако для его развития теперь есть все предпосылки. **МС**

Мнения экспертов



МНЕНИЕ
ЭКСПЕРТА



Елена Сидорова,

канд. техн. наук, эксперт по кишечному сырью Ассоциации производителей натуральной кишечной оболочки, технолог компании «Стар»:

«Натуральная колбасная оболочка всегда остается актуальным и востребованным продуктом. Ее применяют для производства колбасных изделий не одну сотню лет, а точнее – со 2 века нашей эры, о чем сохранились письменные источники».

Как повлиял запрет России на ввоз продукции свиноводства из ЕС на рынок колбасных оболочек?

– В течение 2012–2013 годов на российском рынке свиной черевы сложилась достаточно непростая ситуация. Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) в течение этого времени наложила ряд временных ограничений на ввоз кишечного сырья в Таможенный союз из европейских стран, США, Канады, Бразилии. Эта ситуация породила множество слухов и домыслов на рынке, а именно о лоббировании интересов, защите отечественных производителей, переделе рынка. И это совершенно не соответствует действительности. Речь идет о том, чтобы не допустить ввоз потенциально опасной продукции животного происхождения и ее дальнейшего использования в пищу людям, то есть о проявлении заботы о здоровье населения.

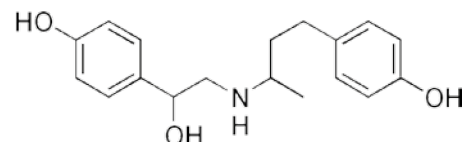
Для ограничений ввоза продукции каждой страны в Таможенный со-

юз были свои причины. Ветеринарные службы Европейских стран в ходе инспекций своих предприятий, осуществленных Россельхознадзором в 2012–2013 гг., не смогли предъявить доказательства, подтверждающие происхождение продукции, так как практически все европейские поставщики натуральной оболочки осуществляют сортировку и калибровку кишечного сырья в Китае. Это можно понять, потому что в Европе ручной труд, требуемый для данного процесса, достаточно дорогостоящий, а уровень заработной платы в Китае значительно ниже. Поэтому сырье европейского происхождения отправляется на китайские заводы, где осуществляется сортировка и калибровка оболочек, после чего готовая продукция возвращается обратно в Европу. При этом нет никаких гарантий того, что в возвращенной продукции отсутствует сырье китайского происхождения, которое является потенциально опасным с точки зрения ветеринарии. Китайская продукция запрещена к ввозу в Россию

уже много лет, так как в этой стране до сих пор сохраняется неблагоприятная эпизоотическая обстановка и часто регистрируются вспышки заболеваний животных, опасных для человека: вирусная болезнь свиней, названная Blue ears («Синие уши»), свиной грипп, ящур у крупного и мелкого рогатого скота и другие.

Причиной, по которой были закрыты для ввоза кишечного сырья в ТС страны США, Канада и Бразилия, является обнаружение в мясной продукции запрещенных, опасных для здоровья человека веществ и бактерий. В продукции одних предприятий в ходе лабораторного контроля при ввозе продукции в ТС обнаруживались патогенные микроорганизмы, других – фиксировалось превышение нормативного показателя количества бактерий или иные нарушения. Но основной причиной наложения масштабных ограничений импорта из этих стран является обнаружение рактопамина.

Рактопамин – вещество, которое используется в животноводстве в качестве кормовой добавки для увеличения мышечной массы животных. Это бета-адренергический агонист, принадлежащий к классу фенетаноламинов.



Под влиянием рактопамина животное наращивает мышечную массу, при этом количество жира не увеличивается и мясо получается постным. Однако, как и любой препарат данного типа, он имеет побочные эффекты, такие как усиленное потоотделение, волнение,



Ограничительные меры по импорту свиной черевы не привели к дефициту свиных оболочек в целом, но их объемы по отдельным калибрам перераспределились.

Для изготовления сосисок, колбасок для гриля, купат и другой продукции в первую очередь мы рекомендуем использовать баранью и свиную череву малых калибров. Эти оболочки съедобны, хорошо проницаемы, продукция в них имеет четкие отличия от массовой и воспринимается как высококачественная.

сердцебиение. Регистрировались случаи, когда при применении рактопами на животные падали замертво от сердечного приступа по причине того, что он оказывает очень серьезное воздействие на сердечнососудистую систему, ускоряя рост мышц за счет увеличения сердечных сокращений. Кроме того, данное вещество остается в продуктах, полученных от убоя животных, которых кормили рактопаминном. А его воздействие на человека еще досконально не изучено, хотя ученые утверждают, что он может вызвать отравление, тахикардию, мышечные спазмы, повышение артериального давления. Между тем данное вещество разрешено к применению в США, Канаде, Мексике, Бразилии и еще в 20 странах. Запрещено его использование в 160 странах, в том числе в Евросоюзе, России, Беларуси, в Китае и на Тайване.

Ограничительные меры по импорту свиной черевы не привели к дефициту свиных оболочек в целом, но их объемы по отдельным калибрам перераспределились, и это уже свершившийся факт, под который придется подстраиваться производителям колбасных изделий. Следует отметить, что свиные черевы крупных калибров (более 40 мм) ранее поставлялись в Россию преимущественно из США. На сегодняшний день на рынке официально присутствует свиная черева только европейского и российского происхождения. А европейское кишечное сырье, как и отечественное, не дает больших выходов крупных калибров, в отличие от американского и канадского. Поэтому дефицит свиных черев крупных калибров неизбежен.

На сегодняшний день установлены факты присутствия на рынке натуральной оболочки потенциально опасной продукции, завезенной в Россию нелегальным путем. И такую продук-

цию могут предлагать мясокомбинатам многие его игроки. Мы призываем производителей быть бдительными и усилить входной контроль оболочек при закупках, особенно в части происхождения товара, тем более что при покупке нелегально ввезенной продукции предприятие впоследствии не сможет вернуть уплаченный НДС, что приведет к дополнительным убыткам.

Какие решения можно предложить для имитации натуральной оболочки?

– Практически все мировые производители искусственных оболочек пытаются создавать аналоги натуральным. Но ни один из них до сих пор не смог произвести точную копию со всеми характеристиками натуральной. На сегодняшний день наиболее близки к ним коллагеновые оболочки. Однако в наше время, когда уже все продукты питания производятся с использованием химических и искусственных ингредиентов, люди уделяют особое внимание натуральности продуктов. Соответственно, спрос на колбасные изделия в натуральной оболочке всегда был, есть и будет оставаться на достаточно высоком уровне.

Мясная продукция, выработанная в натуральной оболочке, всегда вкуснее и безопаснее, чем в искусственной, поскольку при обработке кишечных оболочек не применяются химические вещества. Поэтому целесообразно расширять диапазон используемых оболочек. В частности, в последнее время стали пользоваться большим спросом мочевые пузыри. Правильно обработанные пузыри по своим характеристикам не уступают другим видам натуральных оболочек. Кроме того, разработаны технологии изготовления пластифицированных оболочек различных форм и размеров.

Уместно использование вместо кишечных оболочек искусственных белковых и коллагеновых. Основным сырьем для их производства выступает белок животного происхождения; они обладают хорошими газо- и влагопроницаемыми свойствами.

Одним из новых видов белковых оболочек является «Вискофан Класс» различных диаметров и цветовой гаммы, разработанный компанией «Вискофан». Кроме того, на рынке присутствуют проницаемые целлюлозные колбасные и сосисочные оболочки, а также фиброузные колбасные оболочки широкого ассортимента, различного диаметра и цветовой гаммы.

Что вы могли бы порекомендовать для производства колбас и сосисок маленьких калибров?

– Для изготовления сосисок, колбасок для гриля, купат и другой продукции в первую очередь мы рекомендуем использовать баранью и свиную череву малых калибров. Эти оболочки съедобны, хорошо проницаемы, продукция в них имеет четкие отличия от массовой и воспринимается как высококачественная.

Подойдут и съедобные коллагеновые сосисочные оболочки из говяжьего коллагена. На российском рынке реализуются в основном Naturin NDX, (Германия), Devro (Шотландия), Kutisin (Чехия), обладающие высокой механической прочностью и влаго- и дымопроницаемостью.

Диаметр кишечника свиней, вырабатываемых в Европе и России, в силу своих физиологических особенностей, породы животного (крупная белая, животные двух- и трехпородного скрещивания), откорма и убойного возраста (4,5–5 мес.), составляет в основном 34–38 мм, поэтому оболочки калибров

Европейские и российские поставщики производят череву и крупных калибров, но ее количество ничтожно мало по сравнению с объемом спроса на нашем рынке.

Целесообразно расширять диапазон используемых оболочек. В частности, в последнее время стали пользоваться большим спросом мочевые пузыри. Правильно обработанные пузыри по своим характеристикам не уступают другим видам натуральных оболочек.

34/36, 36/38 и 38/40 будут присутствовать на рынке в достаточном количестве для обеспечения потребностей колбасных производств. По прогнозам, перебоев с их поставками не ожидается.

Использование данных калибров свиной черевы дает следующие преимущества:

1. Достаточный объем оболочек малых и средних калибров для обеспечения бесперебойности колбасного производства и возможности точного планирования.

2. Сардельки меньшего диаметра имеют более привлекательный и аппетитный вид. Так как площадь поверхности изделия меньше, следовательно, меньше и поверхность возможных слипов или заломов в местах соприкосновения батончиков с палкой рамы.

3. Снижение затрат на оболочку. Например, сравним свиную череву 42/45 категории «А» и 36/38 той же категории. Разница в фаршеемкости в среднем составляет 11%, а в цене – около 28%. Экономия денежных средств на тонну продукции достигает примерно 18,5%.

4. Небольшая экономия энергетических ресурсов за счет некоторого сокращения времени термообработки продукции в оболочке небольшого калибра компенсирует незначительную потерю производительности при наплетании оболочек фаршем.

А выгода потребителей заключается в следующем: покупатель имеет возможность приобрести необходимое количество сарделек для своей семьи, заплатив меньше. Например, восемь сарделек в череве диаметром 36–38 весят (а следовательно, стоят) примерно на 11% меньше, чем те же восемь сарделек в череве калибра 42/45.

Конечно, европейские и российские поставщики производят череву

и крупных калибров, но ее количество ничтожно мало по сравнению с объемом спроса на нашем рынке. Поэтому предложение большого количества черев крупного калибра может свидетельствовать об их американском или



Натуральные оболочки достаточно эластичны, обладают способностью к усадке при нагреве, высокой степенью адгезии при взаимодействии с колбасным фаршем, а также возможностью сохранять все перечисленные свойства во влажном состоянии.

канадском происхождении, а следовательно, возможном нелегальном ввозе и потенциальной опасности, которую несет в себе рактопамин.

Также хочу обратить внимание на то, что в европейских странах для производства колбасных изделий традиционно используют оболочки малых и средних калибров, потому что готовая продукция в них выглядит более аппетитно и полностью безопасна.

Что можно сказать о перспективах натуральной оболочки?

– Как известно, основным преимуществом натуральной оболочки является ее происхождение, а также высокая паро-, влаго- и дымопроницаемость – свойство, позволяющее фаршу приобрести насыщенный вкус и аромат копильных веществ в процессе термообработки колбас. Кроме того, натуральные оболочки достаточно эластичны, обладают способностью к усадке при нагреве, высокой степенью адгезии при взаимодействии с колбасным фаршем, а также возможностью сохранять все перечисленные свойства во влажном состоянии.

Они в основном содержат соединительнотканые белки: коллаген и эластин (особенно свиные и барьи черевы). Эти оболочки съедобные, а как известно, употребление коллагена и эластина положительно влияет на состояние здоровья волос, ногтей и кожи человека.

Технологические свойства этих оболочек практически не изменились, это все тот же натуральный продукт, выработанный из кишечного сырья. Возможно, появились только некоторые физиологические особенности, связанные с развитием в области кормления животных, выведения новых пород.

На рынке оболочек – как в нашей стране, так и за рубежом – присутствует большое количество продуктов, произведенных из разнообразных материалов, различных форм, размеров, цветов и технологических характеристик. Но на протяжении веков натуральные оболочки не перестают пользоваться спросом. Возможно в будущем, с появлением новых материалов и компонентов, появятся и новые оболочки, но мы уверены, что спрос на изделия в натуральных оболочках будет всегда.

Мнения экспертов

Вопросы:

1. Назовите основные тенденции на рынке колбас. На какие виды колбасных изделий приходится наибольшая его доля? Какой оболочке сегодня отдается предпочтение?
2. Каково ваше мнение о перспективах натуральных оболочек? Чем можно их заменить?
3. Каковы требования, предъявляемые мясоперерабатывающей промышленностью к колбасным оболочкам? С какими сложностями приходится сталкиваться при поиске и дальнейшем использовании оболочек и упаковочных материалов для колбас?
4. Как, по вашему мнению, может выглядеть оболочка будущего? Над каким актуальным направлением стоит работать производителям в ближайшие годы?



Владимир Каминский,
категорийный директор ТМ «Стародворские колбасы», холдинг «АБИ Продакт»:

«Натурин» превосходит кишечную оболочку по прочности и бактериальной чистоте, а также обеспечивает равномерное проникновение дыма и водяных паров по всей поверхности, отличается высокой эластичностью и фаршеемкостью».

МНЕНИЕ
ЭКСПЕРТА



1. На фоне увеличения уровня благосостояния потребителей мы наблюдаем рост спроса на более качественные и натуральные продукты. Покупатели все чаще предпочитают колбасу в натуральных или близких к натуральным оболочках, таких как «Вискофан» или «Натурин».

Если говорить о структуре рынка, исследования показывают, что в по-

следние несколько лет более половины российского производства колбасной продукции приходится на сосиски и вареные колбасы, за ними следуют варено-копченые колбасные изделия и сардельки.

2. В ближайшие пять лет на региональных рынках будет происходить рост потребления натуральных и

близких к ним по свойствам оболочек. В первую очередь это связано с растущей популярностью здорового образа жизни и более высокими требованиями к рациону питания – собственному и своих близких.

3. Как таковых проблем с поиском поставщиков у нас нет, поскольку рынок уже достаточно давно сформирован и имеет возможность предложить очень большой ассортимент упаковочных решений по всем направлениям.

Пожалуй, единственный нюанс, с которым мы иногда сталкиваемся в процессе заказа упаковочной и полиграфической продукции, – это увеличенные сроки ожидания поставки, поскольку заказы идут из-за рубежа.

4. Я уверен, что будущее – за оболочками, которые по своим свойствам максимально приближены к натуральным, но при этом обладают дополнительными конкурентными преимуществами. Относительно недавно на рынке появилась новинка – «Натурин», который изготавливается из высококачественных коллагеновых волокон, получаемых из среднего слоя шкур крупного рогатого скота. «Натурин» превосходит кишечную оболочку по прочности и бактериальной чистоте, а также обеспечивает равномерное проникновение дыма и водяных паров по всей поверхности, отличается высокой эластичностью и фаршеемкостью. Мы, например, используем этот вид оболочки для изготовления премиальной линейки колбасы «Стародворская ГОСТ».

Думаю, рост популярности «Натурина» в качестве универсальной оболочки в сегменте высококачественных премиальных колбасных изделий – это один из актуальных трендов на ближайшее время.

Покупатели все чаще предпочитают колбасу в натуральных или близких к натуральным оболочках, таких как «Вискофан» или «Натурин».

Мясоперерабатывающим предприятиям необходимо удовлетворять существующий спрос, даже несмотря на то, что с введением запрета на ввоз в Россию продукции свиноводства из стран ЕС выросла цена на свиную череву и говяжью синюгу.



Михаил Курилов,
директор мясокомбината «Сибирской
Аграрной Группы» в г. Томске (ЗАО «Аграрная
Группа "Мясопереработка"»):

«Натуральные оболочки выигрывают с точки зрения качества и востребованности, но с ними возникает больше сложностей технологического характера, чем с искусственными».

МНЕНИЕ
ЭКСПЕРТА



1. На российском рынке колбасных изделий сегодня лидируют вареные колбасы. Их доля в общем объеме продаж составляет примерно 55%. Это связано с тем, что вареные колбасы потребляются ежедневно на завтрак, обед и ужин, в отличие от деликатесов, полукопченых и варено-копченых изделий. Кроме того, в доле вареных колбас достаточно большую часть занимает сосисочная группа, продукция которой также приобретается покупателями два-три раза в неделю. В этом сегменте выделяются такие виды изделий, как сосиски, сардельки, шпикачки, которые находятся на первом месте по популярности среди россиян. Спрос на них особенно повышается с наступлением так называемого гриль-сезона – поздней весной.

При этом покупатели по-прежнему отдают предпочтение продукции в натуральной оболочке: она всегда ценилась и ценится выше, чем искусственная.

2. Несмотря на то, что на рынке происходит постепенная переориентация



Натуральная оболочка более хрупкая по сравнению с искусственной и имеет меньшие сроки годности.

на псевдонатуральные оболочки, например белковые, пластифицированные, тенденции к уходу от натуральных оболочек в настоящее время не наблюдается.

Натуральная оболочка будет востребована потребителем всегда. На это не влияют ни экономическая ситуация в мире, ни ее растущая стоимость,

ни короткие сроки годности продукта в натуральной оболочке.

Мясоперерабатывающим предприятиям необходимо удовлетворять существующий спрос, даже несмотря на то, что с введением запрета на ввоз в Россию продукции свиноводства из стран ЕС выросла цена на свиную череву и говяжью синюгу, из которых производят оболочку.

3. При оценке качества оболочки на первом месте стоит ее пищевая безопасность, особенно если речь идет об искусственных видах. Так, на нашем предприятии строго ведется контроль на предмет токсичности материалов и красителей, которые используются при изготовлении оболочек.

Второе – это сроки годности продукции в данной оболочке. При выборе поставщика «Аграрная Группа МП» проводит экспериментальные выработки продукции в оболочках разных производителей.

Натуральные оболочки выигрывают с точки зрения качества и востребованности, но с ними возникает больше сложностей технологического характера, чем с искусственными. Бывает, что в одной партии приходят разнокалиберные оболочки, хотя по документам они должны соответствовать определенному заказанному размеру. При получении это проверить невозможно, так как оболочка хранится в определенной среде с соблюдением особого режима влажности и температуры. В случае возврата некондиции и допоставки нужного калибра время может стать критическим фактором, ведь колбасная продукция вырабатывается под определенный заказ и в строго оговоренные сроки.

К тому же, натуральная оболочка – более хрупкая по сравнению с искусственной и имеет меньшие сроки годности. **МС**



ЕС подал иск против России

Евросоюз подал во Всемирную торговую организацию иск против России в связи с запретом на поставки свинины из Европы. Об этом сообщил представитель Еврокомиссии Фредерик Вансан.

Россия сохраняет свой запрет, поскольку Еврокомиссия не может гарантировать отсутствие угрозы заражения мяса в Европе африканской чумой свиней.

«После нескольких месяцев проведения двусторонних консультаций с Россией и многочисленных безрезультатных попыток решить проблему поставок свинины на двустороннем уровне Еврокомиссия приняла решение вынести эту проблему в ВТО. Сегодня Евросоюз официально запустил расследование в рамках ВТО против российского запрета на импорт свиней, свежей свинины и ряда пищевых продуктов из Евросоюза», — сказал Вансан.

Это уже второй иск ЕС в ВТО против России. Первое расследование было начато в прошлом году в отношении утилизационного сбора на автомобили иностранной сборки.

itar-tass.com



Льготный тариф

Российские фермеры испытывают финансовые проблемы, поэтому нуждаются в льготном тарифе на оплату электроэнергии, считают в Госдуме РФ.

Депутаты Госдумы обратились к премьер-министру Дмитрию Медведеву с просьбой ввести льготный тариф на электроэнергию для сельскохозяйственных предприятий. «К нам поступают многочисленные жалобы от предприятий АПК, в которых указывается на то, что утвержденные тарифы на оплату электроэнергии в субъектах РФ для сельскохозяйственных предприятий в два-три раза выше,

чем, например, для расположенных по соседству с ними промышленных предприятий», — пояснила зампред Госдумы по аграрным вопросам Н. Школкина.

Она уточнила, что сельхозпредприятия в Ярославской области за один киловатт электроэнергии платят 5,7 руб., тогда как промышленное предприятие, находящееся на этой же территории, — всего 2,5 руб. В Свердловской области тарифы составляют 5,2 и 2,2 руб. соответственно; в Курганской области — 6,1 и 2,5 руб.; в Курской области — 5,6 и 2,5 руб.

agro2b



Развитие АПК Крыма

Минсельхоз РФ готовит региональные программы развития аграрной отрасли на территории новых субъектов федерации. Об этом сообщил заместитель министра сельского хозяйства Дмитрий Юрьев, выступая на коллегии министерства.

«С учетом того, что в составе России появились новые субъекты, в ближайшее время мы готовим внесение корректировок в нормативно-правовую базу и разработку региональных программ Республики Крым и Севастополя», — заявил он. В результате аграрии новых регионов смогут пользоваться всеми мерами господдержки, предусмотренными законодательством РФ.

Аграрный сектор Крыма в последние три года работал практически в бездотационном режиме, заявил ранее министр агрополитики и продовольствия Крыма Николай Полюшкин. По состоянию на 1 января 2014 года задолженность бюджета Украины перед агропромышленной отраслью Республики Крым составляла более 119 млн гривен (45,2 млн руб.).

itar-tass.com

Иностранные инвесторы в Крыму

Иностранные инвесторы интересуются проектами в сфере АПК в Республике Крым. Об этом 10 апреля в Москве заявил замглавы Федеральной антимонопольной службы России Андрей Цыганов.

«Вербальный интерес иностранных компаний уже проявился в проектах, связанных с сельским хозяй-

ством», — сказал А. Цыганов. При этом он добавил, что речь идет не об офшорных структурах российских компаний, а о «настоящих иностранных инвесторах, среди которых большой интерес к Крыму проявляют немцы».

Что касается инвесторов из Китая, которые до присоединения АР Крым к России планировали создать на полуострове портовую зону и проекты в сфере АПК, то замглавы ФАС отметил, что «ничего не знает о судьбе этих проектов».

«Наверное, это были какие-то юридически не оформленные договоренности политического уровня. Пока не слышал об интересе китайцев к проектам в Крыму», — сказал представитель ФАС.

ИТАР-ТАСС



Экологичная корова

Стремление Белого дома предотвратить изменение климата подстегнуло поиски «коровы будущего» — животного, выделяющего меньше парниковых газов.

Диоксид углерода, выделяемый при сгорании углеводородного топлива, является основным газом «человеческого» происхождения, влияющим на климат, однако другой газ, метан, обладает в 20 раз более сильным парниковым эффектом. На него приходится 9% парниковых газов, выделяемых на территории США, — и за большую его часть ответственны 88 миллионов проживающих в стране коров.

Американская компания C-Lock решила придумать, как можно снизить объем выделяемого коровой метана, поскольку, по их мнению, таким образом теряется от 3 до 15% энергии, потребляемой животными с пищей. Компания производит автоматические станции кормления, которые кладут в еду животных различные добавки, в частности базилик, для подавления выработки парникового газа. Данное устройство также регулярно измеряет уровень метана в выдыхаемом животными воздухе.

Единственная проблема технологии — ее цена: покупателям такой пункт питания животного обойдется минимум в 45 тысяч долларов.

Каждая корова в среднем производит около 250–300 литров метана в сутки — и исследователи со всех концов мира пытаются придумать, как можно использовать этот объем во благо. «Тот, кто первым додумает-

ся до рентабельного способа пустить этот метан в дело, станет богатым человеком», — сказал член Совета по защите природных ресурсов США Джонатан Гелбард.

Разработки в данном направлении уже начались. Так, команда ученых в Национальном институте агротехнологий Аргентины придумала собирать вырабатываемый коровами газ по трубкам, проведенным в желудок, в рюкзак, который крепится на спине животного. Впрочем, один из ученых полагает, что более масштабное использование данной технологии крайне маловероятно.

У Илли Граноффа из Института развития зарубежных стран есть более радикальное решение вопроса о влиянии животноводства на экологию — сократить поголовье коров. «Забудьте про уголь и выхлопные газы; самый верный способ справиться с изменением климата — резко сократить потребление мяса», — говорит он. — Однако тут в дело вступают культурные реалии и предпочтения людей, а их сложно побороть».

Интерфакс-Казахстан



Австралию заменит Латинская Америка

От запрета на ввоз в РФ австралийского мяса, из-за которого мраморная говядина в Москве уже подорожала почти вдвое (до 1,6 тыс. руб. за кг), выигрывают производители Латинской Америки.

Рестораторы и ритейлеры готовы закупать продукцию в Уругвае и Парагвае. Приобретать мясо в России никто не хочет: хотя оно на 20% дешевле импортного, но его качество гораздо хуже.

В московских ресторанах El Gaucho, как рассказал менеджер одного из заведений этой сети, 99% блюд готовятся из австралийской говядины. Введенный недавно Россельхознадзором запрет на ввоз мясной продукции из Австралии отразится на работе всей сети, считает наш собеседник. «Ситуация близка к катастрофе», — категоричен управляющий петербургской сети ресторанов Bullhouse Антон Збрицкий. Кроме Австралии, ввоз мяса запрещен также из США. Та же ситуация возникла у торговых сетей «Азбука вкуса» и «Глобус Гурмэ».

Эмбарго на импорт мясной продукции из Австралии вступало в силу последовательно: в январе Россельхознадзор остановил ввоз

говяжьих субпродуктов (в них нашли стероиды); в марте прекращен импорт охлажденного мяса; а в начале этой недели – замороженной продукции, так как в поставляемых партиях был обнаружен стероидный синтетический гормон тренболон. Ранее под запрет Россельхознадзора попало мясо из США. Из Австралии поставляется мраморная говядина, из США – говядина для рибайстейков, говорит **гендиректор ресторанный холдинга Giza Project Алексей Волков**. За последнее время надзорное ведомство запретило ввоз мяса из Мексики и сократило список поставщиков из Канады и Бразилии. «Ситуация с эмбарго повлияла на средние закупочные цены, которые выросли с 0,85–1,4 тыс. руб. до 1,6 тыс. руб. за 1 кг», – отмечает А. Волков.

Новым импортером может стать Япония, надеются чиновники Россельхознадзора: с Токио согласовываются ветеринарные сертификаты. Но опрошенные рестораторы и ритейлеры хотят найти замену в Латинской Америке. «Скорее всего, австралийское мясо заменим уругвайским», – говорит Антон Збрицкий. В московском ресторане «Антрекот» в виде альтернативы рассматривают говядину из Парагвая, в El Gaucho – из Новой Зеландии. **Гендиректор «Азбуки вкуса» Владимир Садовин** сообщил, что сеть попробует закупать мясо из Уругвая и Парагвая. У ритейлера есть и свой животноводческий комплекс (450 голов) – он будет обеспечивать только магазины сети.

Мясо из Уругвая может заменить австралийское частично из-за разницы в качестве, считает **глава Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин**. В 2013 году из Уругвая в РФ ввезено 35 тыс. тонн замороженного мяса и 100 тонн охлажденного, из Парагвая – 522 тонны охлажденного. Из Австралии за тот же период импортировано 24,4 тыс. тонн замороженного и 2,5 тыс. тонн охлажденного сырья. Впрочем, **гендиректор сети «Глобус Гурмэ» Андрей Яковлев** говорит, что помимо мяса из Латинской Америки ритейлер попробует начать реализовывать произведенную в РФ мраморную говядину. «Мы использовали наше мясо, которое в среднем на 20% дешевле импортного, но его качество заметно хуже», – добавляет А. Збрицкий.

В РФ не так много производителей премиальной говядины, один из крупнейших – липецкое ОАО «Албиф» (входит в холдинг «Зерос» Николая Бобина), поставившее в 2013 году около 6 тыс. тонн.

Три компании только планируют запустить подобные производства к осени. «Мираторг» Виктора Линника рассчитывает начать поставки 130 тыс. тонн премиальной говядины в год, из них 10–15% – мраморное мясо. Калужский «Центр генетики "Ангус"» пока собирается разводить американскую мясную абердин-ангусскую породу коров (12 тыс. голов). В феврале о своих планах производить мраморную говядину заявлял воронежский мясокомбинат «Заречное» (3,5 тыс. голов).

Коммерсантъ

Домен для фермеров

Уже в этом апреле в России запускают 25 новых доменов для различных целевых аудиторий – как узких профсообществ, так и ориентированных на массовый спрос.

Собственный домен получат сельхозпроизводители – .farm. Для маркетологов предусмотрен домен .marketing. Для графики – .pics и .photo; для сферы подарков – .gift.

«Каждую неделю российским пользователям становятся доступны новые домены верхнего уровня. Разнообразные по тематике и назначению, они снимают зависимость от традиционных, уже насыщенных регистрациями доменов .ru и .com», – отметил **Сергей Шариков, директор Webnames.ru**.

agro2b



Анна Попова – руководитель Роспотребнадзора

Премьер-министр РФ Дмитрий Медведев утвердил в должности главы Роспотребнадзора Анну Попову, которая временно исполняла обязанности руководителя службы с октября 2013 года.

Ранее она была заместителем главы Роспотребнадзора. Тогда эту службу возглавлял Геннадий Онищенко, который запомнился россиянам своей

непримиримой борьбой с вредными привычками населения и эпидемиями, включая свиной и птичий грипп, а также громкими публичными заявлениями. В историю же международных отношений Онищенко войдет благодаря запретам на импорт в Россию разнообразных продуктов питания, в том числе вина, минеральной воды и молочной продукции из ряда стран.

«Я подписал распоряжение о назначении вас руководителем Роспотребнадзора. Вы и так этими вопросами занимались, но до последнего времени это было исполнение обязанностей», – сказал Медведев.

Попова поблагодарила главу правительства и заявила, что она лично и 80 тысяч сотрудников Роспотребнадзора направят все усилия на решение поставленных задач.

РИА Новости



День ветеринарного работника

Директор департамента ветеринарии Минсельхоза России Светлана Дресвянникова объявила о новом профессиональном празднике на Международном ветеринарном конгрессе в Казани.

По ее словам, министр сельского хозяйства Николай Федоров подписал письмо с проектом распоряжения об установлении дня ветеринарного работника, которое было направлено в правительство на рассмотрение и утверждение.

Согласно проекту указа президента «О дне ветеринарного работника», опубликованному в 2013 году на сайте Минсельхоза, новый профессиональный праздник планируется отмечать 31 августа. Напомним, в 2011 году по ходатайству академиком Россельхозакадемии во главе с директором ВГНКИ Александром Паниным патриарх Московский и всея Руси Кирилл установил в этот день церковный праздник ветеринаров, связанный с днем памяти святых мучеников Фрола и Лавра.

soyaneews.info



Бизнес-IT-решение для всего Вашего предприятия



Успех – вопрос системы



Посетите нас на RosUpack 2014! 17 - 20 июня 2014 года в МВЦ «Крокус Экспо», Москва

**Быстрее
Надежнее
Эффективнее**

Ведущие компании мясной отрасли по всему миру успешно сотрудничают с CSB-System.

Повысьте Вашу конкурентоспособность с нашим IT-решением.

Ваши преимущества:

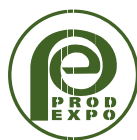
- оптимально настроенные процессы
- соответствие всем требованиям отрасли
- быстрая окупаемость благодаря короткому сроку внедрения

CSB-System в России:

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

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

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



**ПРОД
ЭКСПО**

50 000 посетителей

По сравнению с 2013 годом число посещений выросло на 24% и, по данным официального аудита, составило 122 514.



Итоги «Продэкспо-2014». На вершине выставочного Олимпа

Не секрет, что в этом году проведение «Продэкспо» совпало с важнейшим мировым событием – наша страна принимала у себя зимние Олимпийские игры. Конкурентами эти мероприятия не назовешь, а вот по количеству достижений ведущая российская выставка сравнима с главным спортивным событием.



Ведущая международная выставка в очередной раз бьет рекорды по размеру экспозиции и числу посетителей.

Первый рекорд – размеры экспозиционной площади. В этом году, по данным официального аудита, площадь брутто выставки превысила 100 тыс. кв. м. Экспозиция разместилась на 48 733 кв. м нетто и представила продовольствие и напитки 2 288 компаний из 64 стран со всех обитаемых континентов Земли: Европы, Азии, Африки, Северной и Южной Америки, Австралии.

Рекорд второй – посещаемость. Наряду с профессиональным составом, это один из важнейших показателей. По сравнению с 2013 годом число посетителей выросло на 24% и, по данным официального аудита, составило 122 514. На выставке работали 52 717 уникальных посетителей, из них 94% – специалисты отрасли. Высокая концентрация специалистов – также одно из значимых достижений мероприятия.

Все эти данные важны для понимания уровня смотра, но не будем забывать о том, что в первую очередь «Прод-

экспо» – территория для достижений и рекордов ее участников. И их было не счесть. Ведь на выставке нашлось все, что только возможно вообразить: традиционные и экзотические продукты, деликатесы и новинки, которые только запускаются в производство. По сути, «Продэкспо» – гигантская витрина мирового продовольственного рынка и зеркало продуктовых супермаркетов завтрашнего дня, ведь самый короткий путь к предприятиям ритейла – а значит, и к потребителю – традиционно лежит через выставку. В рамках «Продэкспо-2014» 500 производителей и дистрибьюторов в течение пяти часов вели интенсивные переговоры с закупщиками 116 розничных сетей; было проведено более тысячи переговоров о производстве товаров под собственными торговыми марками для 30 крупнейших российских розничных сетей.

Именно поэтому из года в год компании-производители стремятся привез-

Событие:

**21-я Международная выставка
«Продэкспо-2014»**

Дата:

10–14 февраля 2014 года

Место проведения:

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Организатор:

ЗАО «Экспоцентр»

Участники:

2 300 компаний из 63 стран мира

Посетители:

более 50 000 человек
из 100 стран мира

Площадь нетто выставки:

48 733 кв. м

ти на «Продэкспо» лучшие продукты, а страны и регионы в рамках коллективных экспозиций – создать свой незабываемый гастрономический портрет. К слову, в этом году на «Продэкспо» национальные экспозиции представили 35 стран. Не обошлось без круглых дат: в 2014-м Франция организовала 20-ю юбилейную экспозицию с участием около 60 компаний на площади более 700 кв. м.

Были и премьеры: впервые с национальными стендами участвовали Южно-Африканская Республика и Чехия. Существенно увеличили свое присутствие Польша, Китай, Италия, Португалия, страны Прибалтики, Парагвай, Марокко.

Сразу четыре российских региона – Тульская, Смоленская, Псковская и Кировская области – в целях поддержки региональных производителей организовали коллективные стенды. И это, бесспорно, также знаковое событие. Неслучайно председатель Совета Федера-



ции ФС РФ Валентина Матвиенко отметила значимость «Продэкспо» для развития экономики страны, а президент Республики Македония Георге Иванов, ознакомившись с экспозицией, подчеркнул широту географического охвата участников выставки и ее роль в развитии международных торговых отношений.

Как российский проект «Продэкспо» также лидирует и в плане тематического охвата: 18 салонов выставки охватили весь спектр отечественных и зарубежных продуктов питания и напитков, продемонстрировав передовые технологии производства пищевой продукции, инновационные упаковочные материалы и новейшие логистические решения. Но жизнь не стоит на месте, а вместе с ней развивается и «Продэкспо»: премьерой 2014 года стал I Международный ЭкоБиоСалон, организованный ЗАО «Экспоцентр» совместно с «Международным ЭКО БИО центром» (Франция).

Новый салон возник как ответ на запрос рынка. Одной из ключевых идей организаторов было представить органическую продукцию, сертифицированную по международным, европейским и национальным стандартам. Первый ЭкоБиоСалон объединил около 30 экспонентов, которые представили экобиопродукцию более 200 биопроизводителей из разных стран. В информационном бюро салона каждый посетитель мог получить информацию о биопродуктах, представленных во всех разделах выставки «Продэкспо-2014», ознакомиться с экспозицией презентационной зоны салона, получить профессиональные консультации организаторов – специалистов «Международного ЭКО БИО центра». Гости са-

лона побывали на Дне органического фермера, поучаствовали в презентациях, дегустациях и эко-акциях.

Экобиотема получила продолжение в деловой программе: в рамках выставки состоялась конференция «Формирование рынка органической (био) продукции. Российский и зарубежный опыт».

В числе знаковых событий деловой программы также можно выделить выездное заседание рабочей группы Государственной думы ФС РФ «По поддержке отечественного регионального производителя». Состоялись традиционно востребованные участниками продовольственного рынка Всероссийский продфорум «Поставщик в сети», Форум маркетологов и рекламистов продовольственного рынка, Форум производителей и ритейлеров.

Среди многочисленных конкурсов выделяется XVI Дегустационный конкурс по алкогольной продукции, организованный компанией «Столичный Стиль». В этом году в нем приняло участие 231 предприятие, представившее около 900 напитков со всего мира – от Ставрополя до Новой Зеландии.

Рекордные показатели «Продэкспо» не случайны. Как и в спорте, в выставочном бизнесе результаты обеспечиваются тщательной и продолжительной подготовкой. Однако зачастую упорного терпения и труда оказывается мало, и на первый план выходит команда, ее слаженность и профессионализм, а самое главное – интуиция тренера. Благодаря грамотной стратегии руководства «Экспоцентра» и Дирекции продовольственных выставок, «Продэкспо» остается флагманом на рынке выставок России, создавая инновационную и эффективную площадку для развития продовольственного рынка России. **МС**



«Молочная и Мясная индустрия» – полный цикл агропромышленного производства



В рамках деловой программы было проведено 20 мероприятий. Центральным событием стало пленарное заседание «Состояние и перспективы развития молочной и мясной индустрии».

С 18 по 21 марта в Москве на ВВЦ прошла 12-я Международная выставка «Молочная и Мясная индустрия 2014». Свои разработки и достижения представили 276 компаний из 26 стран мира.

В ходе мероприятия были продемонстрированы оборудование и технологии для агропромышленного производства полного цикла: от репродукции племенных животных и птицы, их выращивания, содержания и откорма до переработки и упаковки продукции животноводства и птицеводства. Благодаря этому у представителей бизнеса появилась уникальная возможность найти необходимые технологические, маркетинговые и инве-

стиционные решения для каждого этапа производства. Активная поддержка и участие в выставке руководителей Министерства сельского хозяйства РФ создали условия для прямого диалога представителей компаний молочной и мясной индустрии и органов власти.

От имени Министерства экономического развития РФ гостей, участников и организаторов выставки «Молочная и Мясная индустрия 2014» приветствовал замминистра А. Н. Клепач. Он

Событие:

**12-я Международная выставка
«Молочная и Мясная индустрия»**

Дата:

18–21 марта 2014 г.

Место проведения:

Москва, ВВЦ, павильон №75

Участники:

276 компаний из 26 стран мира

Посетители:

5 700 человек из 70 регионов
России и 32 стран мира

Площадь:

10 306 кв. метров экспозиции;

20 бизнес-мероприятий
в 9 конференц-залах

пожелал всем плодотворной работы, новых деловых контактов и интересных встреч, взаимовыгодных и успешных проектов.

За четыре дня работы мероприятие посетило более 5 700 специалистов и руководителей предприятий молочной, мясной и птицеводческой отраслей из 70 регионов России и 32 стран мира. При этом 60% посетителей – руководящий состав предприятий молочной и мясной индустрии, принимающий решения о закупках.

В рамках выставки была представлена обширная деловая программа, охватывающая основные направления: кормовую базу, мясное скотоводство, молочное животноводство, птицеводство, переработку мяса и молока, ветеринарию.

В ходе деловой программы были проведены:

- пленарное заседание «Состояние и перспективы развития молочной и мясной индустрии»;
- четыре мероприятия по мясному скотоводству;
- два мероприятия по птицеводству;

- конференция «Идеальный мясокомбинат»;

- круглый стол по кормопроизводству;

- четыре мероприятия по молочному животноводству;

- конференция «Молочная индустрия России и мира»;

- V Международный Салон Сыра.

Всего в мероприятиях приняли участие более 150 спикеров и свыше 700 специалистов.

Кроме того, состоялся конкурс инноваций, отразивший последние достижения в области производственных процессов, оборудования и решений, представленных на выставке «Молочная и Мясная индустрия». Его целью стало привлечение внимания посетителей к новым разработкам участников выставки для эффективного внедрения их на производствах. К участию в конкурсе было представлено 36 инноваций от 22 компаний. Победителя выбрали путем интернет-голосования на сайте проекта.

Следующая выставка «Молочная и мясная индустрия» пройдет с 17 по 20 марта 2015 года на ВВЦ. **МС**

Принцип K+G WETTER:
Vacuum Cutmix 550 L
Совершенство, тающее во рту

K+G WETTER
Built-in success

В течение многих лет компания K+G WETTER является надежным партнером в мясной промышленности. Наши высококлассные куттеры, мясорубки и мешалки отвечают самым высоким стандартам качества. K+G WETTER сконструировала идеальные куттеры для мясной индустрии - Vacuum Cutmix 550 L. Они легки в эксплуатации и сделаны из высококачественных материалов, соответствующих требованиям качества K+G WETTER. Процессно-ориентированные решения - изготовлено в Биденкопф, Германия. www.kgwetter.de

около **165 000** посетителей

В 2011 году 84% посетителей указали, что в своих компаниях они являются лицами, принимающими решения.

Мировые упаковочные тренды на Interpack 2014

Interpack, несомненно, является ключевым мероприятием среди международных специализированных выставок упаковочной индустрии и сопутствующих промышленных технологий. О том, чего ожидать посетителям и участникам Interpack 2014, рассказал ее директор Бернд Яблоновский.



Гость:
Бернд Яблоновский,
директор выставки
Interpack 2014



Беседовала:
Елена Максимова

Фото: www.interpack.com



Спрос на стенды выставки Interpack 2014 превысил предложение: все доступные площади были распроданы уже в феврале 2013 года.

Много ли желающих принять участие в выставке этого года? Сколько компаний будет представлено?

– Спрос на аренду экспозиционных стендов превысил предложение: все доступные площади были распроданы уже в феврале 2013 года.

И даже несмотря на то, что Interpack 2014 займет 19 павильонов выставочного комплекса Дюссельдорфа, удовлетворить запросы всех желающих не удалось. В итоге в мероприятии примут участие порядка 2,7 тыс. компаний более чем из 60 стран.

Каковы основные направления выставки?

– Экспоненты представят материалы, технологические процессы и оборудование для упаковки пищевых продуктов и напитков, лекарственных и косметических средств, а также других типов потребительской и промышлен-

ной продукции. В частности, будут продемонстрированы решения и услуги для мясоперерабатывающей промышленности.

– Традиционно в рамках Interpack проходит ряд сопутствующих мероприятий. Какая деловая программа ждет участников и посетителей в этом году?

– Совместно со смотром 7–8 мая состоится конференция Save Food, посвященная вопросам сохранения продовольственных ресурсов. Ведь ежегодно утрачивается до трети мировых объемов продуктов питания. В глобальном выражении это 1,3 млрд тонн в год, которые приходят в негодность вследствие неправильного хранения, плохих условий транспортировки, устаревших методов консервирования и упаковки. Не менее актуальной сегодня является тема небрежного отношения к про-

Событие:

**Interpack 2014 –
Processes and Packaging**

Международная выставка упаковочной
индустрии и родственных технологий

Дата:

8–14 мая 2014 г.

Место проведения:

Германия,

Выставочный центр Дюссельдорфа,

Участники:

2 700 компаний
из 60 стран мира

Посетители:

около 165 тыс. человек

Периодичность проведения:

один раз в три года



Бернд Ябловский:

«Мы как организаторы постарались сделать выставку Interpack 2014 максимально насыщенной и информативной. Поэтому хотим пожелать всем посетителям и экспонентам эффективной работы и полезных знакомств!»



дуктам питания. Например, в промышленно развитых странах Запады их перепроизводство приводит к тому, что в качестве непригодных выбраковываются даже продукты с небольшими внешними недостатками. В разделе Innovationparc Packaging все участники цепочки создания добавочной стоимости из сфер пищевой промышленности, торговли, упаковочной индустрии и логистики будут совместными усилиями искать пути сокращения данных потерь, стремясь побороть глобальную нехватку продовольствия.

Конференция проходит при поддержке Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН и направлена на поиск решений в сферах производства продуктов питания, упаковки и логистики, позволяющих сократить потери и повысить эффективность использования продовольствия.

На Interpack 2014 будет также представлена специальная экспозиция инновационной продукции Innovationparc Packaging, посвященная тем же проблемам, что и конференция Save Food.

Кроме того, будет работать специальная секция Metal Packaging Plaza, впервые организованная на Interpack 2011.

В этом году на территории комплекса параллельно Interpack будет запущен новый проект – выставка Components for Processing and Packaging («Компоненты для переработки и упаковки»), ориентированная на поставщиков предприятий, работающих в упаковочной отрасли. Ее участники представят различные решения для упаковочного оборудования: двигатели и приводы, системы управления и датчики, системы машинного зрения, технологии обработки материалов, системы автоматизации, промышленное программное

обеспечение и средства связи. Продлится экспозиция с 8 по 10 мая.

Масштаб выставки и впрямь грандиозен. Каким образом участники и посетители смогут разобраться в обилии информации?

– Всю необходимую информацию для эффективного планирования посещения мероприятия можно найти на интернет-портале www.interpack.com. Здесь есть полная база данных участников с возможностью составления индивидуального плана экспозиции, функция matchmaking, позволяющая компаниям налаживать прямой контакт, а также данные о новинках, которые планируется продемонстрировать в ходе выставки.

Ко всем интернет-услугам портала Interpack можно получить мобильный доступ по адресу: <http://mobile.interpack.com>. Кроме того, мы разработали специальное приложение для посетителей, использующих смартфоны на базе платформы iPhone и Android. Оно предоставляет доступ к актуальной версии базы данных об участниках и мероприятиях, графические планы экспозиции в удобном формате, а также подробные профили компаний, включающие контактную информацию, описание продукции, формуляры для назначения встреч и возможность делать пометки к профилю того или иного экспонента.

Что бы вы пожелали участникам и посетителям мероприятия?

– Мы как организаторы постарались сделать выставку Interpack 2014 максимально насыщенной и информативной. Поэтому хотим пожелать всем посетителям и экспонентам эффективной работы и полезных знакомств! **МС**

Гость:



Мушег Мамиконян,
президент Мясного
совета ЕЭП

Беседовала:



Елена Максимова

Качество мясной продукции определяет качество жизни

Белковая пища – неотъемлемая часть рациона человека, и основную часть белка мы, как правило, получаем из мяса и мясопродуктов. Однако сегодня все чаще представители массовых СМИ убеждают жителей нашей страны в том, что отечественные производители мяса, а особенно мясной продукции глубокой переработки, кормят потребителей некачественными товарами.

О том, с чем связано такое отношение к участникам мясного рынка, а также о некоторых нюансах работы в новых законодательных и экономических реалиях рассказывает **президент Мясного совета ЕЭП Мушег Мамиконян.**

Мушег Лорисович, что в целом можно сказать о качестве российской мясной продукции глубокой переработки? Каким образом на него повлияли последние изменения в технических регламентах?

– Мясоперерабатывающая промышленность России с 2000 года является основой конкурентоспособности мясной отрасли. Начиная с 2006 года отрасль вместе с отечественным птицеводством стала опорой, обеспечивающей ценовую устойчивость на мясном рынке РФ.

Интенсивные реформы и темпы роста отечественного рынка мясопродуктов, к сожалению, предопределили приоритетность объемов производства над структурой предлагаемой населению мясной продукции. И вследствие этого мясопереработчики перенесли в наше время ассортиментную концепцию прошлого века, которая заключается в том, что существующая база животноводства «старого технологического уклада» неизбежно приводила к излишнему про-



Мушег Мамиконян:

«Я считаю, что необходимо изменить парадигму поддержки животноводческого комплекса страны. Следует заменить поддержку производителей, проводимую за счет сохранения высоких цен, на меры прямой господдержки эффективных хозяйств в рамках бюджетов, направляемых до сих пор исключительно на проекты развития».

изводству животного жира в структуре общего объема животноводческой продукции. Перерабатывающая отрасль Российской Федерации, естественно, в своем ассортименте напрямую отражала структуру сырья, получаемого от животноводства, и вынуждена была перерабатывать излишнее количество жиров. В тот период животноводство не обладало необходимыми компетенциями для снижения производства жиров на единицу выработки мяса.

Как ни странно, даже на современном уровне развития подавляющему большинству специалистов по свиноводству в нашей стране представляется, что себестоимость производства единицы жира ниже, чем единицы постоянно-го мяса, – а это глубокое заблуждение.

Введение же такого нового в Технические регламентах ТС термина, как «мясо-содержащие» продукты, подразумевает экономическое стимулирование еще большего использования животных жиров и коллагенов – неусвоенных белков. В частности, большинство колбас, выпускаемых мясной отраслью, могут содержать в своем составе до 25% жира, а деликатесные сырокопченые – до 45%, при этом существенная часть белка может быть заменена коллагеном.

Естественно, производители стремятся максимально использовать легальную по ГОСТу или ТУ возможность применения в рецептурах колбас, сосисок и других мясных продуктах более дешевой жировой фракции, уменьшая долю содержания белка до допустимого регламентом.

Однако если сравнить рекомендации официальной медицины и ориентир 1:1 (это доли получения калорий через белковую и жировую фракции), то в наших регламентирующих документах это соотношение является возможным до величины 1:4. То есть по ГОСТу или ТУ можно произвести вареные колбасные изделия, где белка будет не менее 11%, а жира – не более 25%.

Таким образом в современном ассортименте мясоперерабатывающей промышленности РФ количество животных жиров относительно белка даже превышает бывшее 20–40 лет назад.

И этим обусловлено необходимое и неизбежное изменение устоявшихся технологических принципов и смена ассортиментной политики компаний.

Каким образом данное положение дел влияет на потребительский спрос?

– Из вышесказанного следует совершенно очевидный вывод, что общественное порицание и общее недоверие к производителям мясопродуктов имеют объективную основу. Однако вследствие невыявленности реальной проблемы наше общество получает некорректные критерии, ведь практически не обсуждаются объективные параметры качества, а именно основы химического состава: содержание белка, жира и общая обсемененность продукта.

Эти обстоятельства усугубляют эскалацию недоверия к производителям мясопродуктов. Такое положение дел приводит к скрытой белковой недостаточности рациона питания населения нашей страны при избытке получаемых калорий и не создает объективных предпосылок для улучшения качества жизни при росте потребления мясопродуктов!

Какие пути решения данной проблемы вы видите? Что поможет поднять авторитет производителей мясной продукции глубокой переработки в глазах потребителей?

– В первую очередь, – предложение на рынок продуктов мясной группы, градуированной по жирности, – как это делается, к примеру, в молочной отрасли. Данный подход будет способствовать росту конкурентоспособности мясной отрасли в целом, снижению заболеваемости населения, росту доли потребления биологически полноценных продуктов питания.

Кроме того, необходимо обеспечить доступность высокобелковых мясных продуктов. Это и есть, на мой взгляд, одна из приоритетных задач для предприятий мясной отрасли.

Как отразятся изменения в законодательстве, связанные со вступлением России в ВТО, на российских производителях мясной продукции?

– Новый этап развития экономики России в условиях действующих соглашений по ВТО показал ряд принципиальных системных пороков условий присоединения. Отмечу, что по мясной отрасли соглашения противоречат принципу «тарифной эскалации», согласно которому импортный тариф на сырье и продукцию низких переделов, как правило, должен быть ниже, чем импортный тариф на продукцию высоких переделов.

Возникает парадоксальная ситуация: с 2015 года рынок мяса и мясопродуктов будет находиться в условиях отрицательного показателя (–20%) «эффективной ставки импортного тарифа»!

При такой тарифной политике создается риск промышленной деградации самой успешной и конкурентоспособной на данный момент подотрасли мясного сектора РФ – мясоперерабатывающей индустрии.

Каким образом, на ваш взгляд, будет развиваться рынок мяса и мясопродуктов в ближайшие годы? Какие меры необходимо принимать представителям бизнеса, государства и отраслевых союзов, чтобы мясной бизнес развивался максимально эффективно?

– Я считаю, что необходимо изменить парадигму поддержки животноводческого комплекса страны. Следует заменить поддержку производителей, проводимую за счет сохранения высоких цен, на меры прямой господдержки эффективных хозяйств в рамках бюджетов, направляемых до сих пор исключительно на проекты развития.

Такой метод не только приведет к снижению потребительской инфляции, но и обеспечит возможность позитивной оценки потребителями интеграционных процессов как в ЕЭП, так и в ВТО. **MC**

у нас есть ...



пастеризация.



расстойка



охлаждение.



замораживание.

«... инженерный опыт – это то, что отличает решения идеальные от решений обычных!»

Манфред Прокоп (63), 34 года в Heinen

ОПЫТ.

HEINEN FREEZING

www.heinen.biz



Встретимся на выставке?

Interpack 2014

Дюссельдорф / Германия

08 – 14 мая 2014

павильон 3, стенд 3F09

Автор:

Антон Щербаков,
 эксперт аналитической
 группы ИА «Крединформ»

20,8%

Рентабельность инвестиций в животноводческой отрасли в 2012 году составила 20,8%, а совокупный оборот и суммарная чистая прибыль – 332,3 млрд руб. и 43,5 млрд руб. соответственно.



Инвестиционная привлекательность АПК

Агропромышленный комплекс представляет собой важное звено валового внутреннего продукта России и объединяет в себе несколько отраслей экономики, направленных на производство и переработку сельскохозяйственного сырья и получения из него продукции, доводимой до конечного потребителя.

Можно выделить два основных сектора АПК (растениеводство и животноводство) и отдельно стоящий сектор пищевой промышленности, а также сферу производства сельхозтехники и другого сопутствующего оборудования и разработок химической промышленности (удобрения, пестициды). Все обозначенные области тесно связаны между собой. Ведь не будь фуражного зерна – не сможет развиваться животноводство, а от поставок продукции животноводства и растениеводства напрямую зависит вся пищевая промышленность страны.

После развала СССР экономический спад не обошел стороной и аграриев. Сокращались площади сельскохозяйственных земель, производство основных культур, устаревала материально-техническая база, полки магазинов были заполнены импортной и зачастую некачественной продукцией.

Сегодня ситуация начинает постепенно меняться в лучшую сторону. Растет производство, оборот, чистая прибыль предприятий, что в конечном счете сказывается на замещении импорта отечественной продукцией. Отрасль становится инвестиционно привлекательной. Приведем несколько цифр, которые наглядно демонстрируют позитивные изменения, произошедшие в этой сфере в последнее годы.

Валовый сбор зерна в настоящее время имеет тенденцию к постепенному увеличению динамики. Безусловно, климатический фактор до сих пор может оказывать существенное влияние на процесс вызревания злаков, как это было в период аномальной жары 2010 г. или дождливого лета 2012 г., но при прочих равных условиях, если в 1998 году аграриям удалось собрать «всего» 48 млн тонн, то по итогам прошедшего 2013 года урожай составил уже 91 млн тонн с приростом на 89,5%. Россия опять стала одним из крупнейших экспортеров злаков на мировой рынок, поставив в прошлом году 23 млн тонн.

Предприятия, занятые выращиванием овощей в открытом и защищенном грунте, также показывают уверенные темпы роста валового сбора. Если

в 1999 году на рынок было поставлено 39 млн тонн картофеля и овощей, то по итогам 2013 года – 44,9 млн тонн. За исключением 2010 года мы наблюдаем устойчивое развитие отрасли.

Отрасль животноводства развивается в последнее время еще более существенными темпами. Совсем недавно наш рынок был зависим от импорта на семьдесят и более процентов; сегодня ситуация кардинально меняется – происходит замещение импортной продукции мясом отечественного производства. С 1999 года прирост выработки составил 79%, по итогам прошлого года на рынок было поставлено 12 202 тыс. тонн скота и птицы в живом весе.

Несмотря на существенный рост производства основной продукции сельского хозяйства, цены на готовую продукцию для конечного потребителя имеют тенденцию к увеличению. На это влияют несколько факторов. Прежде всего следует отметить, что за последние годы существенно возрос жизненный уровень населения, а вместе с ним увеличилось потребление продуктов питания; кроме того, растут цены на услуги естественных монополий, топливо, что в свою очередь увеличивает издержки производства и отпускные цены аграрных компаний.

Прослеживая динамику цен на такие продукты, как говядина, свинина, куриные окорочка, помидоры, картофель, пшеничная мука, можно сделать вывод о значительном приросте их стоимости за последние годы.

Рост средней цены по стране на говядину (кроме бескостного мяса) в декабре 2013 года по отношению к уровню декабря 2007 года составил 75,3%, достигнув 244,6 рублей за 1 кг; на свинину (кроме бескостного мяса) – 43,7% (до 214,2 руб. за кг); на куриные окорочка – 57,1% (до 126,3 руб. за кг); на помидоры свежие – 24,4% (до 92,6 руб. за кг); на пшеничную муку – 54,6% (до 26,8 руб. за кг); на картофель – 62,1% (до 23,2 руб. за кг).

Рост цен – закономерный инфляционный процесс сложившейся модели развития экономики страны в целом.

Рассмотрим три ключевых финансовых показателя, отражающих инвестиционную привлекательность предприятий агропромышленного комплекса: оборот, сумма чистой прибыли и рентабельность инвестиций.

Рентабельность инвестиций (в процентах) – один из важнейших индикаторов, указывающий на их эффективность в конкретной коммерческой организации. Это отношение чистой прибыли (убытка) компании к стоимости ее чистых активов. Чем выше рентабельность, тем эффективнее инвестиции.

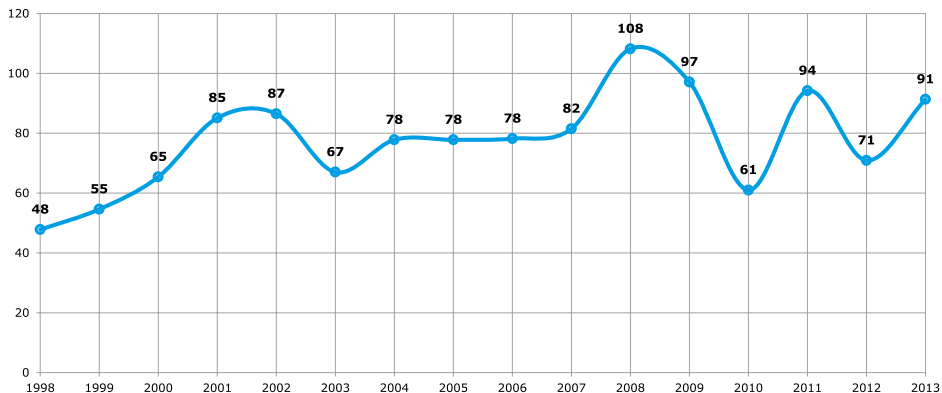
Рассмотрев ситуацию на примере фирм, осуществляющих свою деятельность в сфере растениеводства и животноводства, и исходя из последней доступной финансовой отчетности, содержащейся в базе данных информационного агентства Crediinform, можно сделать несколько интересных выводов. Для анализа было отобрано сто крупнейших по годовому обороту компаний в каждой из отраслей.

Как видно из рисунка 5, средняя рентабельность инвестиций Топ-100 компаний растениеводческого комплекса страны по итогам 2012 года составила 23,4%, что выше, чем в 2011-м, на 5%.

Снижение показателя в 2009–2011 годах объясняется мировым финансовым кризисом и неудовлетворительными погодными условиями. Однако сегодня среднее значение рентабельности инвестиций практически вернулось к уровню 2008 года – пока наиболее успешно для аграриев по валовому сбору зерна и овощей за все постсоветское время.

Совокупный оборот крупнейших растениеводческих предприятий достиг

Рисунок 1. Валовый сбор зерна, млн тонн



126,1
млрд рублей

Совокупный оборот крупнейших растениеводческих предприятий достиг 126,1 млрд рублей, увеличившись с 2008 года на 171%.

Рисунок 2. Валовый сбор овощей, картофеля открытого и защищенного грунта, млн тонн

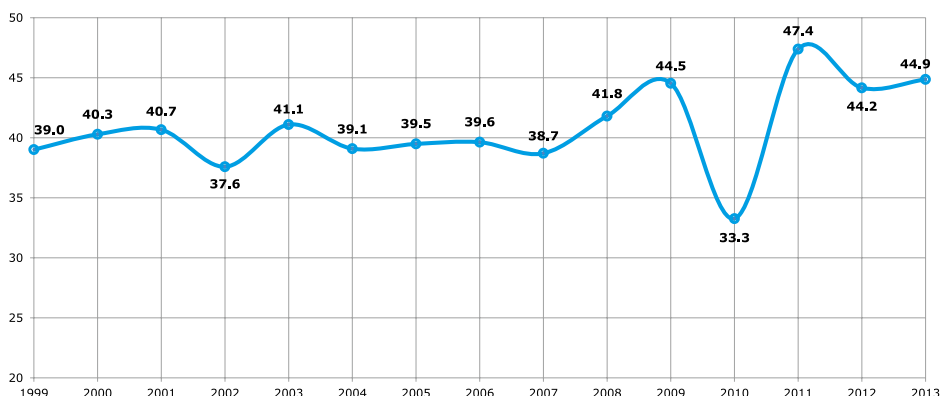
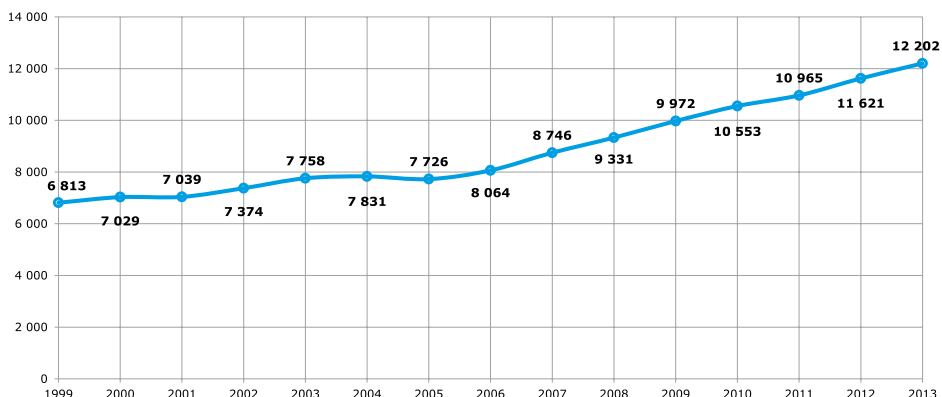


Рисунок 3. Скот и птица на убой в живом весе, тыс. тонн



126,1 млрд рублей, увеличившись с 2008 года на 171%; чистая прибыль как итоговый финансовый результат деятельности возросла за аналогичный период на 178,4% – до 19,3 млрд рублей.

Ввиду увеличения потребления продуктов питания на душу населения, а также площади сельскохозяйственных земель, рентабельность инвестиций будет иметь тенденцию к увеличению. Само же по себе отечественное сельское хозяйство становится инвестиционно привлекательным сектором экономики.

Схожая картина наблюдается в животноводческой отрасли. Рентабельность инвестиций стала несколько ниже (в 2012 году – 20,8%), но совокупный оборот и суммарная чистая прибыль оказались на порядок выше, чем в компаниях, специализирующихся на выращивании овощей, злаков и других сельскохозяйственных культур, составив 332,3 млрд руб. и 43,5 млрд руб. соответственно. Оборот и чистая прибыль Топ-100 предприятий демонстрируют уверенный рост, что говорит о достаточно благоприятном положении дел в сельском хозяйстве в целом.

Для дальнейшего наращивания производства агарному сектору необходимо техническое перевооружение и модернизация. Сегодня некоторые холдинги начинают постепенно заменять устаревшую технику, внедрять новые методы выращивания культур путем применения более эффективного удобрения почвы, налаживают сбыт и логистику продукции. Многие сельхозпредприятия уже работают под узнаваемым брендом, а фирмы пищевой промышленности давно нашли и удерживают своего потребителя качественной продукцией.

По некоторым позициям (молоку, говядине) мы до сих завозим из-за рубежа значительную долю рынка, что может отразиться на пищевой безопасности страны в случае экстраординарных событий в мире. Необходимо снижать зависимость от импорта путем развития отечественного производства, а это требует существенных инвестиций. Но тот факт, что они окупятся, демонстрируют цифры, приведенные в нашем обзоре.

Мировое сельское хозяйство все шире применяет высокотехнологичные инженерные решения, развиваясь интенсивно. Россия, в потенциале обладающая самими большими в мире пригодными для обработки землями, имеет уникальную возможность по праву стать державой-лидером на этом рынке и накормить всю планету. **МС**

Рисунок 4. Средние розничные цены на основные продукты питания

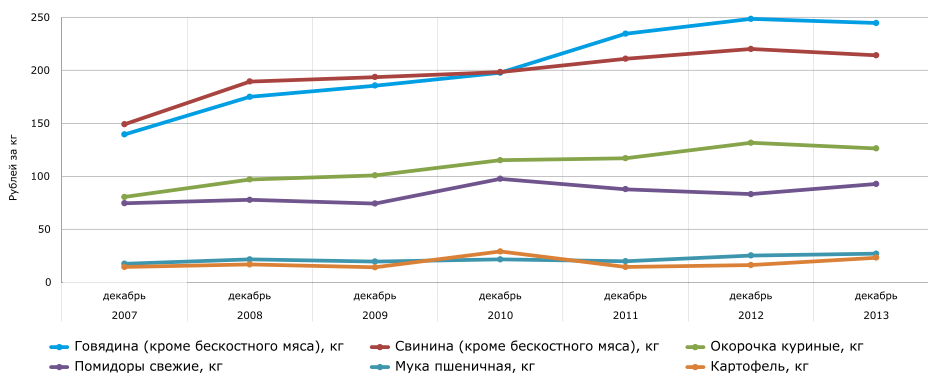


Рисунок 5. Годовой оборот, чистая прибыль и средняя рентабельность инвестиций Топ-100 растениеводческих предприятий

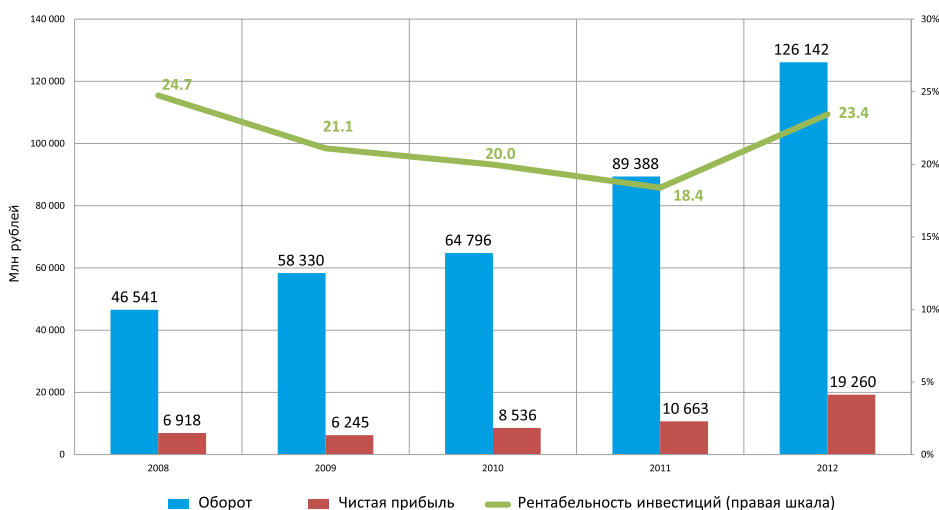
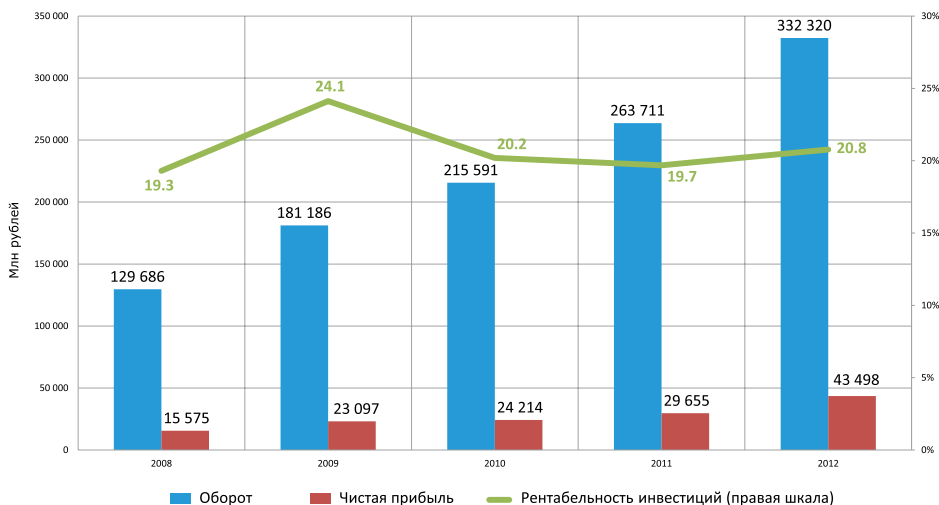


Рисунок 6. Годовой оборот, чистая прибыль и средняя рентабельность инвестиций Топ-100 животноводческих предприятий





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



Автор:



Татьяна Мерзлякова,
менеджер
по маркетингу
ГК Step by Step

Фото:
www.krolikoff.com.ua



Емкость российского рынка мяса кроликов огромна. В настоящее время среднестатистический россиянин съедает за год менее 50 грамм крольчатины.

Кролиководство в России. А есть ли потребитель?

Активное развитие кролиководства в нашей стране началось примерно во второй половине XX века – на тот момент ему уделяли достаточно большое внимание. В 1970 годы данную отрасль переводили на промышленную основу. Но в 1990-е развитие кролиководства стало резко сокращаться, так как попросту снизилась рентабельность производства мяса кроликов.

В настоящее время в России кролики разводят чаще всего в мелких фермерских хозяйствах (в качестве семейного бизнеса), а также предприятиями, работающими на шедах с открытым способом содержания. Таким образом, у современного производства эксперты отмечают много минусов, начиная с низкой механизации производства заканчивая нестабильностью сбыта в сетевые магазины.

Многие специалисты отмечают возрождение российского рынка мяса кроликов и прогнозируют дальнейшее раз-

витие. Связано это, в первую очередь, со сложившейся тенденцией к здоровому образу жизни и стремлением к идеальным формам. Потребители все больше внимания уделяют продуктам, которые присутствуют в их рационе. Как известно, мясо кролика считается диетическим продуктом, которое также отлично подходит для детского питания. Кроме того, оно идеально для восстановления после различного рода заболеваний.

Несмотря на позитивные оценки со стороны экспертов, на сегодняшний

день на данном рынке существует ряд проблем, которые замедляют развитие рынка. Одной из главных считается отсутствие четко оформленного и структурированного рынка сбыта мяса.

Вторая проблема, которую выделяют игроки рынка, – это отсутствие устойчивых потребителей, что оказывает влияние на производственные показатели. Если рассмотреть динамику производства, то можно отметить, что рынок имеет волнообразный вид. Например, в 2007 году темп роста производства составил около 50%, а в 2008 году наблюдался спад почти на 10%. Далее показатели увеличивались, но в 2011 году снова был отмечен спад. Наконец, в 2013 году производство выросло на 2%. В связи с этим сложно делать долгосрочный прогноз по развитию данного рынка.

По мнению экспертов, емкость российского рынка мяса кролика огромна. В настоящее время среднестатисти-

ческий россиянин съедает за год менее 50 грамм крольчатины. Получается, что на одного человека, который съедает кролика за год, приходится более тысячи тех, которые может быть даже никогда не ели данное мясо. В Европе этот показатель находится на уровне около 2 кг на человека, то есть на долю крольчатины приходится 2% от всего потребляемого мяса. Чтобы в России достичь подобного уровня, необходимо построить более 3 500 кроликоферм.

Данный вид бизнеса в настоящее время развит на должном уровне лишь в Китае, являющемся основной страной-импортером кроличьего мяса в Россию. Продукция, поставляемая из Китая, не отличается высоким качеством, но средняя цена на 15–20% ниже цен отечественного производителя. Более 65% зарубежного мяса кроликов на российском рынке – китайского происхождения. Так, в июне 2013 года было ввезено 466 т мяса и субпродуктов кроликов и зайцев, что в пять раз превысило аналогичные показатели предшествующего 2012 года. В данном случае возникает еще одна проблема, которая замедляет развитие рынка: поставщики выдают китайскую крольчатину за охлажденную продукцию российских производителей. Это вызывает недоверие к отечественному производителю.

В России главным производителем считается Свердловская область, где находится компания «Раббит». Также есть еще несколько кролиководческих ферм и хозяйств, например, «АКК «Рошинский»», «Агрофирма «Подгорцы»» и др. Так, Агропромышленный кролиководческий комплекс «Рошинский» занимается разведением кроликов и пушных зверей в условиях фермы – это одно из направлений его деятельности. Ежемесячно 70% продукции реализуется в Тюмени и области, остальное забирают Екатеринбург, Курган, Тобольск, Север. Имеются магазин в Горьковке, точки на рынках; основная часть продукции поставляется в сети «Мосмарт» и «Мегамарт», а также в маленькие магазины.

В настоящее время производители, помимо основной продукции (такой как мясо, мех, пух), также производят оборудование для кроличьих ферм, например клетки, кормушки, поилки и многое другое.

У предпринимателей часто возникают вопросы, стоит ли начинать заниматься данным видом бизнеса, окажется ли он в результате прибыльным.



Данный вид бизнеса в настоящее время развит на должном уровне лишь в Китае, являющемся основной страной-импортером кроличьего мяса в Россию. Более 65% зарубежного мяса кроликов на российском рынке – китайского происхождения.

Рассмотрим ряд преимуществ разведения кроликов на сегодняшний день:

1. Низкая конкуренция среди отечественных производителей.

Как было отмечено ранее, в настоящее время данная отрасль лишь начала подниматься. Основными производителями являются небольшие фермы, работающие как личные подсобные хозяйства, или предприятия, работающие на шедях. Таким образом объемы производства не несут масштабного характера, однако рынок позиционирует себя как перспективный и готов к принятию новых игроков.

2. Неприхотливость.

Кролики считаются неприхотливыми животными, которых можно содержать на ограниченной площади. На протяжении всего года они могут находиться в открытых клетках, так как имеют густой мех, что позволяет им жить не только в теплом помещении. Также выгодно можно рассматривать со стороны корма, потому что кролики могут питаться дешевым кормом.

3. Высокая рождаемость.

Кроликов можно назвать одними из самых многоплодных сельскохозяйственных животных. В течение года от одной взрослой самки можно получить

порядка пять-шесть окролов, в каждом из которых обычно бывает по шесть-восемь крольчат. Следовательно, кролиководство можно оценить как привлекательный бизнес.

Существуют неблагоприятные факторы, которые оказывают влияние на развитие данной отрасли. К ним относятся:

- Недоверие потребителей к отечественной продукции, что вызвано замещением отечественного мяса мясом китайского производства.

- Наличие мяса только в специализированных магазинах и на рынках.

- Высокая конкуренция со стороны мировых производителей (Китай, Франция, Италия).

Несмотря на перечисленные факторы, эксперты прогнозируют рост рынка за счет наметившихся тенденций. Для продвижения данного товара на рынок необходимо позиционировать мясо кролика как полезный для здоровья и экологически чистый продукт. В качестве основного инструмента продвижения продукции предлагается использовать прямой маркетинг.

АТЛ-мероприятия: продуктовая и корпоративная печатная реклама в отраслевых справочниках и периодических изданиях, возможна телевизионная реклама.

ВТЛ-мероприятия: участие в отраслевых выставках и ярмарках, организация дегустаций в магазинах.

Реклама в СМИ используется для позиционирования товара как экологически чистого и диетического продукта, полезного для здоровья всей семьи. Продукты домашней обычно покупают женщины, поэтому рекламные обращения должны быть подготовлены в основном с расчетом именно на эту категорию населения. При проведении рекламной кампании можно упомянуть об особой роли мяса на праздничном и будничном столе, сделать небольшой экскурс в историю кулинарных блюд.

Результатом маркетинговых усилий должно стать создание узнаваемого имени кроликофермы и производимой ею продукции.

Говорить о перспективности данного рынка на сегодняшний день затруднительно, и это отражается в скачущих показателях производства. Однако российский рынок кроличьего мяса может увеличить количество потребителей за счет правильного позиционирования, а также роста финансирования отечественных предприятий. **МС**



Россия, согласно данным USDA, в 2012 году занимает десятую строчку в списке крупнейших производителей говядины, а доля страны уже несколько лет составляет около 2,4% мирового производства.



Автор:
Антон Борисенко,
аналитик Global Reach
Consulting (GRC)

Author:
Anton Borisenko,
Global Reach Consulting
(GRC) analyst

Мировой и российский рынок говядины

Ежегодно в мире производится порядка 57–58 млн тонн говядины в убойном весе. Мировыми лидерами в производстве говядины являются США, Бразилия и Европейский союз: 20,7%, 16,3% и 13,6% мирового производства соответственно.

Россия, согласно данным USDA, в 2012 году занимает 10-ю строчку в списке крупнейших произво-

Beef market in Russia and worldwide

About 57-58 million tons of beef slaughter weight are produced annually in the world. The world leaders in beef production are the USA, Brazil and the European Union: 20.7%, 16.3% and 13.6% of world production correspondingly.

According to the data from USDA, Russia holds the 10th position in the list of biggest beef

According to the data from USDA, Russia holds the 10th position in the list of biggest beef manufacturers in 2012, and the country's share has been about 2.4% of the world production volume for several years.

дителей говядины, а доля страны уже несколько лет составляет около 2,4% мирового производства.

Больше половины (52%) натурального объема экспорта говядины в мире составляют обваленные и замороженные отруба. На втором месте находится обваленное, свежее или охлажденное мясо крупного рогатого скота (около 23%). Что касается мирового экспорта говядины в стоимостном выражении, то и здесь основную его часть занимает обваленное и замороженное мясо КРС, только с меньшей долей (42%). Мировым лидером по объему экспорта говядины является Бразилия (18,7% в натуральном выражении). В тройку самых крупных экспортеров этого вида мяса входят также Индия и Австралия. На каждую из стран приходится по 17,3% рынка.

Россия по величине экспорта говядины находится лишь в третьей десятке из списка экспортеров – в 2012 году страна находилась на 23 позиции (0,1%). А вот что касается импорта говядины, то здесь Россия лидирует: в 2012 году в страну было поставлено 15,3% натурального мирового объема. По объемам импорта Россия опережает США (15,1%) и Японию (11,0%). Впрочем, в стоимостном выражении Россия уступает лидерство США и делит вместе с Японией второе место: в 2012 году на США приходится 9,1% мирового импорта в стоимостном выражении, а на Россию и Японию – по 7,9%.

Стоит отметить, что в последние годы отмечен ощутимый рост мировых цен на мясо крупного рогатого скота, который сопровождается заметным сокращением потребления.

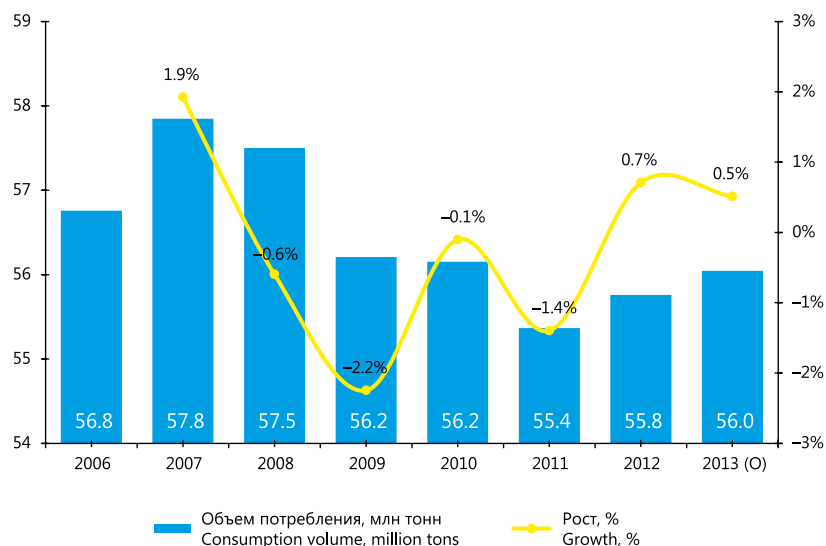
В 2008–2011 гг. объем мирового потребления говядины показывал отрицательную динамику со среднегодовым темпом падения около 1,1%. В 2012 году показатель немного вырос (на 0,7%), а по оценке результатов 2013 года, сделанной Министерством сельского хозяйства США (USDA), в 2013 году небольшой рост продолжился, составив +0,5%.

Мировым лидером по объему потребления говядины в мире являются США, на которые

Российский рынок говядины в 2012 году впервые после 2008-го продемонстрировал небольшой рост на 2,2%, составив почти 2,5 млн тонн.

Диаграмма 1. Динамика потребления говядины в мире, 2006–2013 гг., млн тонн и %

Diagram 1. Beef consumption dynamics worldwide, 2006–2013, million tons and %



Источник: FAS USDA / Source: FAS USDA

manufacturers in 2012, and the country's share has been about 2.4% of the world production volume for several years.

Exports of deboned and frozen meat cuts are more than half (52%) of beef exports volume in natural terms worldwide. Deboned fresh or cooled cattle meat holds the second position (about 23% of total exports volume). As for world beef exports in money terms, deboned and frozen cattle meat cuts also hold the leading position, but with a smaller share (42%).

Brazil is the world leader in beef exports volume (18.7% of exports in natural terms). Among the top three exporters of this kind of meat, there are also India and Australia, with the shares of 17.3% of world exports volume for each country.

Russia is beyond the top twenty countries in beef exports – in 2012, the country held the 23rd position (0.1%). As for beef imports, here Russia is the leader: in 2012, about 15.3 of world imports volume in natural terms were imported to the country. Russia is ahead of the USA (15.1%) and Japan (11%) in imports volume). By the way, in the structure of world beef imports in money terms, Russia is next to the USA, sharing the second position with Japan: in 2012, the USA held 9.1% of world imports volume in money terms, Russia and Japan held 7.9% each).

It's worth noticing that during the last few years, the significant price growth for cattle meat is seen worldwide, together with the significant fall in consumption.



In 2012, Russian beef market has shown the slight growth of 2.2% for the first time since 2008, reaching nearly 2.5 million tons.

в 2012 году пришлось 21,1% общемирового потребления этого вида мяса. Затем следуют Европейский союз (14%), Китай (10%) и Аргентина (4,4%). Замыкает пятерку Россия с долей 4,3%. Совокупно эти пять стран потребляют больше половины (53,8%) мирового объема говядины. При этом потребление на душу населения для каждой из этих стран сильно различается. Так, в США показатель составляет 38 кг мяса за год (третье место), в странах Европейского Союза – 16 кг мяса за год (24-е место), в Китае – менее 10 кг мяса за год (не входит в тридцатку лидеров); в Аргентине потребляют 54 кг мяса за год (второе место), а в России – 18 (21-е место). Мировым лидером по уровню потребления говядины на душу населения является Уругвай (60 кг).

По расчетам аналитиков Global Reach Consulting (GRC), российский рынок говядины в 2012 году впервые после 2008 года продемонстрировал небольшой рост в 2,2%, составив почти 2,5 млн тонн. Однако падение в 2009–2011 гг. было настолько велико, что его объем в 2012 году оказался все еще на 3,5% меньше, чем в 2010 году, и на 8,2% меньше, чем в 2008-м, – то есть пока не достиг докризисного уровня.

Осторожный рост российского рынка говядины в 2012 году обусловлен одновременным увеличением производства и импорта мяса крупного рогатого скота. Импортная говядина занимает более трети всего объема российского рынка. На экспорт отправляется лишь 0,001% от российского производства.

Большинство хозяйств, производящих говядину в России, находятся в Приволжском федеральном округе, на который приходится почти треть всего объема крупного рогатого скота в живом весе на убой. Еще треть объема российского производства КРС на убой приходится на Сибирский и Центральный округа. При этом география производства мяса крупного рогатого скота по видам (парного или замороженного) может различаться значительно. Больше всего парного мяса КРС производится на предприятиях Центрального ФО (28%) и Сибирского ФО (27%). Предприятия, производящие замороженное мясо КРС, сосредоточены главным образом в Приволжском ФО (42%) и Сибирском ФО (35%).

Что касается регионов, лидирующих в производстве различных видов мяса КРС, то в 2012 году наблюдается следующая картина: в Республике Башкортостан производится больше крупного рогатого скота в живом весе на убой (7,8%) и в убойном весе (7,0%); в Московской области – больше всего парного, остывшего или охлажденного мяса (14%); в Новосибирской области – больше всего замороженного мяса КРС (12,9%).

Самую большую долю (62%) в российском производстве занимают хозяйства населения. На втором месте (33%) находятся сельскохозяйственные организации; на крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальных предпринимателей приходится чуть более 5%. В России уже на протяжении

From 2008 to 2011, the world beef consumption volume showed the negative dynamics, with the average annual fall of about 1.1%. In 2012, beef consumption has grown slightly (by 0.7%). According to the value for 2013 made by USDA, the slight growth of 0.5% was also seen in 2013.

The United States are the world leader in beef consumption, with the share of 21.1% of world consumption of this kind of meat in 2012. Next positions are held by the European Union (14%), China (10%) and Argentina (4.4%). The last in the top five beef consuming countries in the world is Russia with the share of 4.3%. These five countries together consume more than half (53.8%) of world beef volume. At the same time, beef consumption per capita for each of these countries differs significantly. Thus, in the USA, this value is 38 kilos of meat a year (third position), in the EU countries it is 16 kilos of meat a year (24th position), in China – less than 10 kilos of meat a year (beyond the top thirty), in Argentina – 54 kilos of meat a year (second position), in Russia – 18 kilos of meat a year (21st position). The world leader in annual beef consumption level per capita is Uruguay (60 kilos).

According to the counts by Global Reach Consulting (GRC) analysts, in 2012, Russian beef market has shown the slight growth of 2.2% for the first time since 2008, reaching nearly 2.5 million tons. But the fall from 2009 to 2011 was so huge that the beef market volume in 2012 was still 3.5% less than in 2010 and 8.2% less than in 2008, so, it has not still reached its level before crisis.

The modest growth of Russian beef market in Russia in 2012 is explained by the increase both in cattle production and cattle imports volumes. Imported beef is more than one-third of all Russian market volume. Only 0.001 of all Russian production is exported.

Most of the beef-producing households in Russia are located in Volga federal district, where about one-third of all slaughter cattle volume live weight are produced. Another one-third of Russian slaughter cattle production belongs to Siberian and Central federal districts. At the same time, cattle meat production geography by kinds of meat (fresh or frozen) can differ significantly. Most of fresh cattle meat is produced on the enterprises located in Central FD (28%) and Siberian FD (27%). Enterprises producing frozen cattle meat are mostly located in Volga FD (42%) and Siberian FD (35%).

As for regions leading in production of different kinds of cattle meat, in 2012, the statistics are like this: in the Republic of Bashkortostan, most part of cattle meat live weight for slaughter (7.8%) and slaughter weight (7%) is being produced; in Moscow region, there is most of fresh, cooled or chilled meat (14%), in Novosibirsk region, there is most of frozen cattle meat (12.9%).

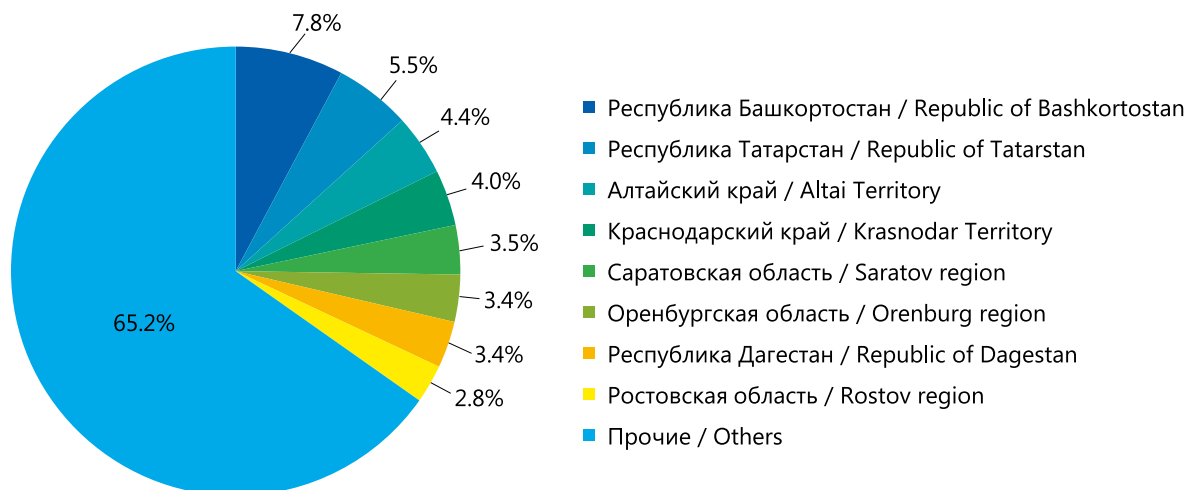


Мировым лидером по объему экспорта говядины является Бразилия. В тройку самых крупных экспортеров входят также Индия и Австралия.

Brazil is the world leader in beef exports volume. Among the top three exporters there are also India and Australia.

Диаграмма 2. Географическая структура производства КРС на убой в живом весе по регионам России в 2012 г., %

Diagram 2. Geographical structure of slaughter cattle production live weight by Russian regions in 2012, %



Источник: Росстат / Source: Rosstat

In Russia, the share of agricultural organizations in slaughter cattle production has been tending to fall for several years.

нескольких лет наблюдается тенденция к сокращению доли сельскохозяйственных организаций в производстве крупного рогатого скота на убой.

Производство крупного рогатого скота является более инертной отраслью, чем производство свинины и птицы. Если проекты в птицеводстве окупаются в среднем в пределах двух-трех лет (цикл от цыпленка до готового продукта составляет порядка 42–50 дней), а в свиноводстве – в пределах трех-пяти лет (цикл от молочного поросенка до готового продукта – порядка 8–11 месяцев), то в скотоводстве – лишь через восемь-десять лет работы (цикл от теленка до готового продукта составляет порядка 18–24 месяцев). Продолжительность производственного цикла вместе с увеличением затрат на производство приводит к росту цены конечного продукта, что в свою очередь отражается на объемах потребления говядины. Ожидается, что в 2015 году потребление окажется на уровне 2011 года.

Почти треть объема российского импорта говядины приходится на Бразилию, причем поставки из этой страны выросли в 2012 году на 8% по отношению к уровню предыдущего года. Большую часть импорта и в натуральном, и в стоимостном выражении составляют прочие отруба обваленные мороженые (67% в физическом объеме импорта, 72% – в денежном).

В связи с тем, что значительную долю на российском рынке говядины занимает импортная продукция и курс российского рубля относительно доллара США ослабевал в течение всего 2013 года и первых месяцев 2014-го, перспективам восстановления объема российского рынка говядины в 2014 году можно дать крайне сдержанные оценки. **МС**

Individual households hold the biggest share (62%) in Russian production. The second position (33%) belongs to agricultural organizations; only a bit more than 5% belong to farms and sole proprietors. In Russia, the share of agricultural organizations in slaughter cattle production has been tending to fall for several years.

Cattle production is a more inactive industry than pork and poultry production. Poultry projects are usually paid off in 2-3 years (the cycle from a chicken to a final product is about 42-50 days) and pork projects are paid off in about 3-5 years (the cycle from a suckling pig to a final product is about 8-11 months), but in cattle production you can see the result only after 8-10 years of work (the cycle from a calf to a final product is about 18-24 months). The time of a production cycle, together with the increase in expenses for manufacturing lead to the growth in price of final products, which has its influence on beef consumption volumes. It is expected that in 2015, consumption will reach the level of 2011.

About one-third of Russian beef imports volume belong to Brazil, with supplies from this country having grown by 8% in 2012 as compared to the year before. Most of the imports both in natural and in money terms are deboned frozen meat cuts (67% in natural import terms, 72% in money terms).

Because of the significant share of imported production at the Russian beef market and the weakening course of the Russian ruble against the US dollar during 2013 and the first months of 2014, the prospects of Russian beef market recovery in 2014 can be valued quite modestly. **МС**

В России уже на протяжении нескольких лет наблюдается тенденция к сокращению доли сельскохозяйственных организаций в производстве крупного рогатого скота на убой.



Убытки «Пермского»

ОАО «Свинокомплекс «Пермский»» представило в правительство края бухгалтерский отчет о деятельности в 2013 году. В отчете значилось, что в 2013 году выручка общества составила 1,39 млрд руб. против 1,8 млрд руб. годом ранее.

При этом госпредприятие показало отрицательный финансовый результат – чистый убыток в 132 млн руб. В 2012 году была зафиксирована чистая прибыль – 19 млн руб. Сейчас отчет общества должен подтвердить аудиторская проверка.

Напомним, в 2013 году Росимущество передало 100% акций свинокомплекса «Пермский» в собственность Пермского края.

«Глобальная ценовая ситуация сейчас не в нашу пользу: уже второй год отмечается неурожай зерна, и цена на него снова стала расти», – пояснил гендиректор свинокомплекса Олег Шипиловских. – Кроме того, мы пока не приступили к модернизации производства – сейчас его нельзя назвать современным». По его словам, руководство предприятия будет пытаться выровнять ситуацию, но «глобально нас могут вытеснить только крупные инвестпроекты».

Коммерсантъ



Китаю нужны экoproductы

В ходе переговоров первый вице-президент Южно-Уральской торгово-промышленной палаты Игорь Аристов и заместитель начальника управления коммерции народного правительства города Харбин Чэнь Шусэнь обсудили перспективы развития торгово-экономического сотрудничества Челябинской области с Китаем в аграрной отрасли.

Как сообщили в ЮУТПП, Китай в связи с ежегодным ростом населения и уменьшением посевных площадей заинтересован в импорте российского зерна и пшена. Китайская Народная Республика готова приобретать производимые на Южном Урале экологически чистые продукты питания. Особый интерес представляют мясные продукты, мука и мучные изделия.

Участники переговоров обсудили вопрос открытия центров продаж южноуральских производителей в провинции Хэйлунцзян. По итогам встречи принято решение о подготовке предложения правительству Челябинской области о создании в регионе совместных высокотехнологичных, соответствующих современным экологическим требованиям производств пищевой продукции для ее последующего экспорта в КНР, а также о продвижении в Китай уже производимой на Южном Урале продукции.

uralpress.ru



«Макдоналдс» попросили уйти

Лидер ЛДПР Владимир Жириновский предложил закрыть в России американскую сеть ресторанов быстрого питания «Макдоналдс». К этому решению политика подтолкнуло приостановление деятельности сети в Крыму, которое в компании объяснили производственными причинами, пообещав возобновить работу, как только появится такая возможность.

Предложение Жириновского вызвало неоднозначную реакцию среди депутатов Государственной думы. Политической считает данную инициативу первый заместитель председателя комитета по бюджету и налогам Оксана Дмитриева. «Такие вопросы могут решаться, только если государство принимает политическое решение на уровне президента РФ с учетом совокупности всех обстоятельств», – заявила она.

Как отметили опрошенные эксперты, теоретический запрет сети «Макдоналдс», а также других ресторанов быстрого питания, работающих в России под американскими брендами, может серьезно ударить по российским сельхозпроизводителям.

На сегодняшний день ингредиенты для приготовления бургеров в ресторанах американских фаст-фуд-сетей на территории РФ («Макдоналдс», KFC, Burger King) производятся большим количеством российских компаний и сельхозпроизводителей.

Основные поставщики булочек для бургеров, продающихся в сети «Макдоналдс» в России, – East Balt Bakery и «Рязаньзернопродукт». Котлеты из говяжьего фарша поставляют компании Marr Russia и «Мираторг Запад», а соусы и майонезы для сетей быстрого питания поступают из российского подразделения компании H. J. Heinz.

Для большинства этих фирм рестораны быстрого питания являются крупными клиентами, поэтому в случае ухода «Макдоналдс» из России бизнес поставщиков может оказаться под угрозой. Тем не менее сами агропроизводители отмечают, что вероятность ухода ресторанной сети маловероятна.

gazeta.ru

Сотрудничество России и ЮКО

Предприниматели из Москвы заинтересованы в экспорте из ЮКО мясных продуктов стандарта «халяль». Об этом российские гости, представители фирмы «Москворецкий Торговый Дом», заявили на встрече с заместителем акима области Сапарбеком Туякбаевым.



Московские бизнесмены рассказали, что с мая в России убой скота на частных подворьях будет под запретом, и это может вызвать дефицит мяса на рынках. Гости высоко оценили качество южно-казахстанской мясной продукции и заявили, что такое сотрудничество может стать выгодным для обеих стран.

«На нашем рынке халяльной мясной продукции работает только одна турецкая компания, – рассказывает генеральный директор фирмы «Москворецкий Торговый Дом» Алан Хортиев. – Мы уже начали продвигать казахстанское мясо и заметили на него спрос. Надо учитывать, что мы работаем с торговыми сетями, а это другой уровень и другие цены, поэтому мы настроены на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество

с мясопроизводителями Южного Казахстана».

Российские предприниматели предложили создать современные комплексы для забоя скота и производственный цех. В нем можно будет выпускать продукцию в модифицированной газовой среде и вакуумной упаковке. **Замакима ЮКО Сапарбек Туякбаев** отметил, что акимат готов кредитовать всех местных фермеров, которые будут производить такую продукцию. «В рамках областной программы по развитию животноводства у нас планируется строительство убойных цехов в каждом районе, где развита эта сфера. Убойные цеха будут оборудованы по вашим требованиям, а мясо – заготавливаться по вашим стандартам. Такой шаг улучшит механизм сбыта нашей продукции», – заявил заместитель акима ЮКО.

inform.kz



Показатели АПХ «Мираторг»

Объем продаж АПХ «Мираторг» в первом квартале 2014 года составил 110 тыс. тонн, что на 21% превышает показатель 2013-го. Компания последовательно увеличивает долю продукции собственного производства в общем объеме продаж в рамках стратегии импортозамещения и наращивания выпуска продукции, ориентированной на розничный рынок.

Компания увеличила производство свинины на 3,7% до 89,7 тыс. тонн в живом весе против 86,5 тыс. тонн годом ранее. «Мираторг» остается безусловным лидером в этом сегменте рынка и продолжит наращивать производство с выходом на полную мощность свиноккомплексов в Курской области, запущенных в четвертом квартале 2013 года.

«СК «Короча», мясоперерабатывающее предприятие «Мираторга» в Белгородской области, в первом квартале 2014 года произвело 67,1 тыс. тонн готовой продукции, что на 12% больше, чем за аналогичный период 2013 года.

Предприятие с показателями эффективности на уровне ведущих мировых производителей продолжило наращивать выпуск охлаж-

денного мяса и мясных полуфабрикатов в потребительской упаковке. Производство данного вида продукции, ориентированной на розничный рынок, выросло в первом квартале 2014 на 50% к аналогичному периоду прошлого года – до 6,2 тыс. тонн.

«Мираторг Запад», дочернее подразделение «Мираторга», производящее замороженные мясные полуфабрикаты на высокотехнологичном заводе в Калининградской области, за первый квартал 2014 г. произвело более 6 тыс. тонн продукции, что на 11% превышает показатель первого квартала 2013 года.

Компания продолжает разработку и запуск новых видов продукции как под собственными торговыми марками «Мираторг» и GurMama, так и для клиентов в сегменте HoReCa, среди которых сети ресторанов McDonalds, Burger King, Carls Jr., Shake Shack. В первом квартале компания начала поставки говяжьих котлет для ресторанов сети Hardees в Казахстане.

АПХ «Мираторг» продолжает реализацию в соответствии с бизнес-планом крупнейшего в Европе проекта по вертикально интегрированному производству высококачественной говядины. По итогам первого квартала 2014 года совокупное поголовье крупного рогатого скота (КРС) специализированной мясной породы абердин-ангус на 33 фермах компании в Брянской области выросло на 3,3 тыс. до 158,7 тыс. голов.

В январе компания запустила уникальную для России откормочную площадку (фидлот) мощностью 45 тыс. голов на одновременном содержании. Сейчас на фидлоте находится свыше 5,6 тыс. голов скота, набирающего вес на специальном зерновом откорме для последующего убоя и переработки на мясоперерабатывающем заводе компании, пуск которого запланирован на июль 2014 года.

«Мираторг» также реализует проект по выращиванию КРС в Калининградской области, где введены в эксплуатацию и заселены скотом четыре фермы на территории Озерского района, а общий объем поголовья превышает 21 тыс. голов.

По сообщению компании

Кролики вместо свиней

Промышленный убой кроликов заработал на Кубани, это поможет кролиководам продавать мясо оптом и наладить работу с торговыми сетями, повысит привлекательность отрасли. Эксперты добавляют дегтя: спрос на крольчатину ограничен, а закупочные цены в магазинах – невыгодны.

Мощность цеха составляет 560 голов в сутки, что удовлетворяет потребности единственного клиента предприятия – владельца КФХ в этом же районе Алексея Купчи: в его хо-

зяйстве содержится 2,2 тыс. кроликов, годовой оборот – 88 тыс. голов товарного молодняка.

«Бойня может нарастить мощности, если появятся другие фермеры, готовые сдавать поголовье в убойный цех», – сообщил представитель регионального Министерства сельского хозяйства Сергей Молотиевский.



По словам представителя Минсельхоза, промышленный убой кроликов поможет фермерам выйти с мясом в торговые сети, потому что пока супермаркеты не принимают тушки, забитые в домашних условиях.

«Есть сложности, – уточняет Сергей Молотиевский, – на Кубани практически нет фермеров, работающих в больших объемах, а только большим фермам интересно работать с бойней. Почти все кролиководы – ЛПХ, их устраивает самостоятельно реализовывать до десяти тушек на рынке в выходной день. Так что бойни в Краснодарском крае станут популярными только с развитием отрасли», – считает он.

Развитие кролиководства тормозят следующие факторы: низкий спрос на мясо кролика и низкая закупочная цена в кубанских торговых сетях. Владелец ЛПХ в Кореновском районе Николай Федько объяснил, что сдавать мясо в супермаркеты невыгодно из-за низкой закупочной цены в местных торговых сетях. Эту информацию подтверждает представитель Минсельхоза Сергей Молотиевский: «Единственный крупный кроликовод в Краснодарском крае Алексей Купча продает мясо в московские торговые сети». При этом Молотиевский отмечает, что владельцы личных подсобных хозяйств продают в среднем по десять тушек в хороший день на рынке.

Примечательно, что при этом мясо кролика не входит в список продуктов, рекомендованных Министерством здравоохранения РФ в 2010 г. Согласно этому списку ежегодно житель России должен потреблять 75 кг мяса, из которых: 14 кг свинины, 1 кг баранины, 25 кг говядины и 30 кг птицы.

Напомним, кубанские власти значительно увеличили поддержку кролиководства в Краснодарском крае с 2011 г. после того, как запретили селянам разводить свиней на частных подворьях из-за вспышки АЧС в регионе.

dg-yug.ru



Комплексные смеси специй, вкусо-ароматические композиции и функциональные добавки австрийской фирмы ZALTECH для производства всех видов мясных изделий.

Москва	(495) 642-82-42
Санкт-Петербург	(812) 600-45-45
Владимир	(4922) 34-66-11
Волгоград	(8442) 26-52-52
Краснодар	(861) 210-09-71
Казань	(843) 224-52-61
Липецк	(4742) 41-78-73
Новосибирск	(383) 363-03-70
Барнаул	(3852) 25-95-31
Томск	(3822) 40-56-96
Омск	(3812) 55-12-06
Саранск	(8342) 23-04-98
Самара	(846) 977-38-18
Саратов	(8452) 66-15-05
Тамбов	(4752) 73-70-01
Челябинск	(351) 262-28-40
Ярославль	(4852) 72-18-85
Воронеж	(4732) 39-56-08
Нижегород	(831) 233-82-54
Пенза	(8412) 60-69-68
Хабаровск	(4212) 46-18-71

Эксклюзивный представитель ZALTECH

в России ООО «Биофуд Спайс»

Тел./факс: (495) 642-82-42, (498) 602-76-40

www.zaltech.com



Источник:
Сергей Чернышов, аналитик ИАА «ИМИТ»

Не до жиру – быть бы живу!

Цена на свиной шпик в России выросла более чем на 120%

2012 год

падение цен
на свинину

2013 год

рост цен
на свинину

2014 год

импорт свинины
сократился

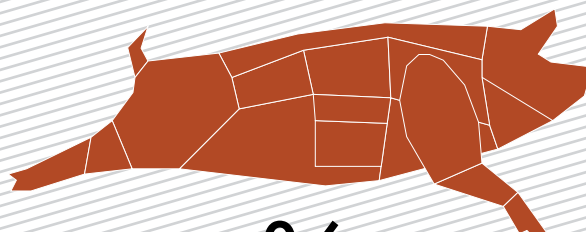
Российский рынок свинины продолжает удивлять своих участников новыми ценовыми рекордами. По оперативным данным мониторинга, проводимого ИАА «ИМИТ», стоимость живых свиней на убой, выращенных на отечественных свинопредприятиях, за последние 1,5 месяца возросла более чем на 25%. К 18 марта она составляла уже более 90 рублей за килограмм живого веса. Отечественные свиные полутопи за указанный период подорожали более чем на 20% – до 135 рублей за килограмм.

Одной из основных причин такого скачкообразного роста является дефицит свинины, возникший вследствие ограничений, введенных Россельхознадзором в отношении продукции свиноводства, произведенной в странах Европейского Союза. Напомним, что запрет введен после выявления случаев африканской чумы свиней в Литве и Польше. В период с начала 2014 года и по настоящий момент импорт свинины по сравнению с 2013 годом сократился более чем на 18%, импорт свиного шпика – на 52%, а свиных субпродуктов – более чем на 62%.

Исходя из рыночных законов, дефицит товара на рынке практически мгновенно был компенсирован повышением его стоимости. Так, например, цена на свиной шпик, широко используемый в производстве колбас, после запрета выросла на 120%. Подобная картина наблюдается и в отношении ряда других позиций. Например, шея и бескостный свиной окорок импортного производства за последнее время подскочили в цене на 25–30 рублей. Поставщики из стран, не входящих в Евросоюз (например, из Южной Америки), достаточно быстро отреагировали на благоприятную конъюнктуру и также начали поднимать цены на свою продукцию. В определенной степени данный скачок очень напоминает падение рынка в конце 2012 года, когда сразу несколько факторов опустили цены на свинину в России до исторического минимума. Сейчас

мы можем наблюдать обратную картину: ограничения Россельхознадзора, слабый рубль, а в перспективе – еще и традиционное подорожание перед сезоном пикников – уверенно ведут российский рынок свинины к новым ценовым рекордам. В ближайшей перспективе можно прогнозировать дальнейший рост цен на продукцию свиноводства, который по традиции начнет «подтягивать» за собой цены на говядину и мясо птицы. Развитие этой ситуации может привести к существенным потерям отечественных мясоперерабатывающих предприятий, а также повышению розничных цен на мясную продукцию.

338 тыс. тонн

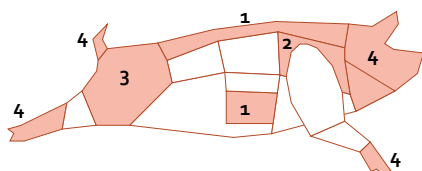


55%



Разделка в цифрах

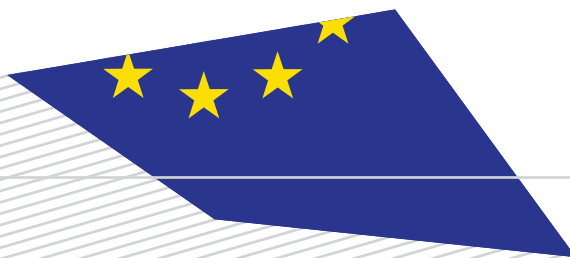
Цена на свиной шпик, широко используемый в производстве колбас, после запрета выросла на 120%. Подобная картина наблюдается и в отношении ряда других позиций. Например, шея и бескостный свиной окорок импортного производства за последнее время подскочили в цене на 25–30 рублей.



- 1. свиной шпик
- 2. шея
- 3. бескостный свиной окорок
- 4. свиные субпродукты

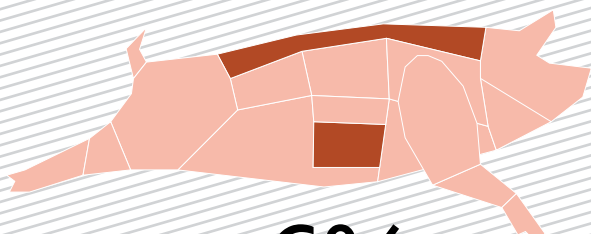


По итогам 2013 года именно Европа являлась основным поставщиком свинины в нашу страну. В прошлом году из стран ЕС на отечественный рынок было поставлено порядка 55% (338 тыс. тонн) всей импортной свинины, 96% свиного шпика (253 тыс. тонн) и 96% субпродуктов (95 тыс. тонн).

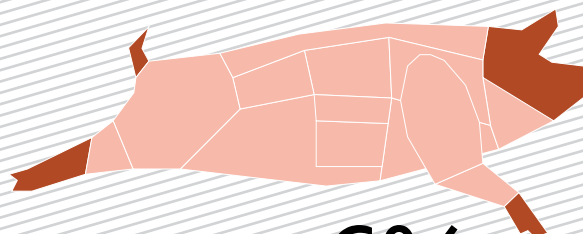


253 ТЫС. ТОНН

95 ТЫС. ТОНН



96%



96%

Гость:



Андрей Куспиц,
партнер и директор по
развитию компании
Le Bon Gout

Беседовала:

Наталья Петрова,
директор по связям с общественностью
Франко-российской
торгово-промышленной палаты



Фото: zveruska.livejournal.com, www.timeout.ru

Нам нужны не технологи, а повара!

В 2006 году Андрей Куспиц начал производить в России национальные французские продукты, ориентированные на выходцев из Франции, проживающих в нашей стране. Но очень скоро число постоянных покупателей пополнилось и местными жителями, а колбасный ассортимент расширился до 40 наименований.

Об истории создания и основных принципах бизнеса мы поговорили с его основателем – **Андреем Куспицем, партнером и директором по развитию компании Le Bon Gout.**

Расскажите, как все начиналось?

– Началось все четыре года назад. Живя во Франции, я много лет занимался продовольственным экспортом в Россию. В основном в страну поставлялись различные продукты высокой гастрономии, например сыры, фуа-гра, морепродукты.

В какой-то момент мне очень захотелось вернуться в Россию, где я вырос, чтобы мои дети не понаслышке знали культуру родной страны и говорили на русском языке. И в 2006 году мы с се-

мьей вернулись на родину. Так получилось, что здесь я продолжил заниматься продвижением продуктов, которые до этого поставлял в Россию.

Один мой хороший французский товарищ, Николя Шавро, на тот момент долгое время занимался бизнесом в России, правда, не имеющим ничего общего с продовольственной индустрией. И он однажды сказал: «Слушай, получается как-то нечестно. В Европе для русских людей вопросы кулинарной ностальгии абсолютно решены: им не нужно везти с собой селедку, боро-



Мы хотим открыть второе производство – небольшое, так как по опыту нам стало понятно, что при больших мощностях нам не уйти от «волшебных» порошков и прочих хитростей, оптимизирующих затраты.

динский хлеб, – все это есть. А для нас, французов в России, подобные предложения совершенно отсутствуют».

Я не могу назвать точное количество семей французских граждан, которые живут в Москве, но оно измеряется десятками тысяч. Это люди самых разных профессий, которые возвращаются с каникул от мамы с чемоданом еды. И поэтому Николя предложил вместо импорта начать производить в России национальные французские продукты, выписав сюда колбасника, булочника и представителей других пищевых отраслей.

Я был против того, чтобы приглашать сразу всех специалистов, и мы начали с производства колбас и хлебо-булочных изделий. Вначале на наших продуктах даже не было этикеток, но всем французам было понятно, что находится внутри упаковки.

Примерно через девять месяцев «хлебный бизнес» мы закрыли, и осталось только мясное направление. Кстати, кроме мясника, пришлось взять на работу еще и санитарного врача – французенку Кристин Гаве, которая успешно работает у нас до сих пор.

И как развивались события дальше?

– Постепенно вокруг нас начал образовываться круг русских людей, любителей национальных деликатесов. Однако потом стало понятно, что больше



Андрей Куспиц:

«Повар Максим Тарусин, который дважды был призером «Золотого Бокюза» во Франции, к нашей линейке французских колбасок добавил колбаску для жарки, которую назвал «Русская», сказав, что в ней, по его мнению, воплощен русский вкус продукта».

всего их интересуют не традиционные французские колбасы, а тот факт, что мы делаем все продукты только из мяса и специй.

Обдумав это, мы выпустили в начале 2012 года экспериментальные русские сосиски и сардельки, а затем в течение полугода внимательно следили за спросом на новую категорию продукции. Тогда были открыты два фирменных магазина в Москве, которые ис-

пользовались также как площадка для прямой коммуникации с потребителями. Благодаря этому мы смогли предложить именно тот ассортимент, в котором местные жители больше всего были заинтересованы.

Если вначале продуктовый ряд полностью соответствовал тому, что можно было найти во Франции в лавке колбасника, то потом некоторые виды изделий мы выпускать перестали, а некоторые, наоборот, добавили.

К примеру, повар Максим Тарусин, который дважды был призером «Золотого Бокюза» во Франции, к нашей линейке французских колбасок добавил колбаску для жарки, которую назвал «Русская», сказав, что в ней, по его мнению, воплощен русский вкус продукта. Аутентичность же французских мясных изделий сами французы подтверждают своими покупками.

Сейчас наш ассортимент насчитывает 40 наименований продукции, она представлена во многих московских сетях, а также в Санкт-Петербурге. Очень интересно это выглядит со стороны: французские ребята, плохо говорящие по-русски, угощают фуа-гра. Кстати, у нас на производстве нет технолога вообще. Есть только повара.

Чем одно отличается от другого?

– Для того чтобы ответить на этот вопрос, ненадолго вернемся в прошлое. Надо сказать, что у России очень интересная история. Вы, наверное, знаете, что до войны 1914 года она экспортировала спаржу и артишоки, производила устриц. Все это вымерло вместе с НЭПом, потому что изменилась структура потребления: есть такие продукты стало не модно. Все, кто любил артишоки и спаржу, или погибли от пуль революции, или эмигрировали. Началась эпоха, когда еда стала вторичной вещью, «мещанством». В связи с этим из русского языка исчезла целая палитра тонких пищевых понятий. Осталась лишь простейшие слова: картошка, сало – вот это ценности, а всякие спаржи и артишоки – вообще не понятно, что такое. Удивительно, но артишоки «дикарем» прожили все это время и продолжают существовать на юге Краснодарского края и в Абхазии. Только теперь их едят коровы, а люди даже представления не имеют, с чем и как этот продукт употреблять.

Устрицы «выжили» в Тамани, нашел их Михаил Крохин, мой хороший товарищ.



Хозяйство, которое ими занималось, давно закрылось, а они продолжают размножаться где-то на камешках. Удалось выяснить, что это съедобный вид, который был завезен в Россию из Франции в 80-е годы XIX века. Вторая часть моей жизни посвящена попытке возрождения русского устрицеводства. Но это уже другая история, не связанная с Le Bon Gout.

Сделаю небольшой исторический экскурс: производство мясных изделий, например колбас, насчитывает много тысяч лет. Первый письменный зафиксированный рецепт колбасы записан на шумерских глиняных табличках около 3 800 лет назад. Сосиски одинакового размера, например, стали делать в Древнем Риме. До этого они существовали, но в другом качестве, а равное порционное колбасное изделие появилось именно там, потому что легионер должен был получать одинаковую порцию мясной еды три раза в день. И первые стандарты также были разработаны в Древнем Риме. В течение тысячелетий все паштеты, колбасные изделия делались только из мяса и субпродуктов. В Римской империи среди людей с небольшим достатком были очень популярны колбасы из субпродуктов, которые, тем не менее, были натуральными.

В военные 1914–1918 годы возникла очень интересная ситуация. Германия впервые оказалась в положении, когда ей нужно было кормить армию и население в условиях острой нехватки сырья. В стране появились первые эрзац-продукты с добавками и заменителями, в частности колбасные изделия, в которые массированно добавлялся картофельный крахмал. Это было очень питательно, но все же такие продукты не являлись мясом. Вопросом сильно заинтересовались в США, потому что в стране начался период депрессии и необходимо было накормить людей максимально дешевой продукцией. Стали проводиться научные изыскания, и уже к началу второй мировой войны США вышли на производство изделий с большим количеством так называемых замен, используя вместо мяса что-то еще. Так, американская ветчина, которую давали нашим фронтовикам осенью 1943 года, содержала лишь около 40% мяса.

Если в период существования СССР главной задачей было всех массово накормить, то в Европе наблюдалась несколько иная картина. Произошло послевоенное укрупнение предприятий пищевой промышленности. Появились корпорации-монстры, которые выпускали продукты в большом объ-

еме с учетом опыта Германии и США. Но маленькие производители тоже выжили, благодаря чему удалось сохранить богатые кулинарные традиции и старые рецепты, которые передавались от поколения к поколению.

В России, в отличие от Европы, все небольшое производство было уничтожено. Когда рухнула социалистическая система, в страну хлынул поток импортной продукции для массового потребителя. Технологии промышленного производства отлично соответствовали мощностям крупных бывших советских предприятий.

У нас процесс производства организован по-другому. Если мы делаем ветчину, мясо должно просолиться несколько дней. Этот рецепт существует не одно тысячелетие. Если мы просто сварим свинину, она получится серого цвета. А если свинина постоит в растворе соли, то приобретет приятный розовый цвет. Соль выступает в качестве консерванта. Ветчина Au torchon при приготовлении десять дней хранится в растворе соли при температуре 1,5 °C и затем в течение одного дня варится при температуре 72 °C. Но 11 дней для современного промышленного производства – очень долгая история, и технологи на предприятиях постоянно работают над тем, чтобы сократить это время до минимума.

Вот почему нам нужны не технологи, а повара!

А вы пробовали нанять на работу технолога и переучить его «под себя»?

– Вначале Николя Шавро убедил меня в том, что на любом мясном производстве непременно должен быть технолог. Наняли специалиста, который неделю поработал и заявил, что мы все делаем неправильно. «Я вам сейчас улучшу весь технологический процесс. Никто не делает сосиски из говядины высшей категории. Нужно брать вторую и третью категорию и с помощью устройства такого-то повышать сортность мяса...», – заявил он. В общем, мы быстренько с ним расстались. Дальше стали встречаться с другими технологами. Их уже в техникуме учат, как снижать производственные затраты. Их основная задача – сделать предприятие прибыльным любыми способами. Для таких специалистов профессиональная гордость – умение владеть всеми волшебными порошками. А нам совершенно не это нужно.



Постепенно вокруг нас начал образовываться круг русских людей, любителей национальных деликатесов. Однако потом стало понятно, что больше всего их интересуют не традиционные французские колбасы, а тот факт, что мы делаем все продукты только из мяса и специй.

Значит ли это, что ваша продукция – только для обеспеченных людей?

– Наш организм реагирует двумя способами на прием пищи. Первый вариант – быстрое наполнение желудка, когда чувство сытости наступает практически мгновенно. Второй – когда мы начинаем реагировать на поступление пищи спустя 30–40 минут.

Дело в том, что если мы съедаем богатую белком пищу, например сосиску, на 100% состоящую из мяса, то ощущение сытости длится достаточно долго. А тому, кто приобрел сосиски с содержанием мяса 30%, для насыщения организма приходится их съесть три-четыре штуки. Таким образом, это экономия только кажущаяся, потому что выходит, что дешевого продукта необходимо употребить намного больше.

А с точки зрения бизнеса выгодно производить недорогую продукцию и развиваться за счет больших объемов продаж.

На дегустациях, когда у меня спрашивали, почему сосиски стоят дороже килограмма мяса, я отвечал: потому что они сделаны из мяса, которое еще нужно переработать! Если сосиски стоят дешевле мяса, покупатели должны понимать, что его там крайне мало.

Сейчас мы проводим много дегустаций, делаем свои столы на меропри-



Андрей Кусниц:

«Ветчина Au torchon при приготовлении десять дней хранится в растворе соли при температуре 1,5 °C и затем в течение одного дня варится при температуре 72 °C. Но 11 дней для современного промышленного производства – очень долгая история, и технологи на предприятиях постоянно работают над тем, чтобы сократить это время до минимума. Вот почему нам нужны не технологи, а повара!»

ятиях единственной в России газеты на французском языке Le Courrier de Russie, Франко-русской торговой-промышленной палаты; для улучшения потребительской грамотности постоянно организовываем кулинарные мастер-классы, экскурсии на производство, участие в которых доступно абсолютно для всех! Мы заинтересованы в том, чтобы люди сами увидели

процесс производства и убедились, что в состав нашей продукции входит мясо, специи и ничего более.

А есть еще в Москве подобные предприятия?

– 26 апреля приезжает наш постоянный консультант-колбасник из Французского города Мец. Но он едет не к нам, а в новенький цех, который был только что построен в 600 км от Москвы в лесу, прямо в охотничьем хозяйстве. Один российский предприниматель и любитель охоты, владелец охотхозяйства, решил начать делать отличные сыровяленые колбасы из кабана и благородного оленя. Сделал цех, но вкусно пока не получается. Надеюсь, Пьер Кордье сможет наладить это производство. К сентябрю московские и петербургские магазины уже будут предлагать сыровяленые колбасы из кабана и оленя по французской технологии, но сделанные у нас. Марка будет называться GGrat, как и охотничий ресторан в Москве. Конечно это конкуренты – но для меня и единомышленники!

Вы начали выпускать продукты для французов и их семей, которые живут в России. А сейчас каково соотношение русских и французских покупателей?

– Количество французских клиентов, которые есть у нас в базе, зарегистрировались на нашем сайте, составляет около 3 тыс. человек. Это не много и не мало, важно, что туда входят люди, которые хоть раз делали покупки и захотели оставить свои координаты.

Отследить национальную принадлежность потребителей нашей продукции мы можем только по заказам в интернет-магазине. Французов среди них примерно треть. В самом начале они составляли практически 100% целевой аудитории, потом к ним стали добавляться бельгийцы, канадцы, а затем и русские. Очень мало, наверное десятков, покупателей – родом из США.

В каком направлении планируете развиваться дальше?

– Мы хотим открыть второе производство – небольшое, так как по опыту нам стало понятно, что при больших мощностях нам не уйти от «волшебных» порошков и прочих хитростей, оптимизирующих затраты. **MC**



Предприятие:
компания «Копылов»

Расположение:
Россия, г. Санкт-Петербург

Дата основания:
17 июля 2009 г.

Цифры:
Мощность производства –
2 тыс. в сутки.

Ассортимент продукции насчитывает 14 наименований колбасок для жарки, созданных по традиционным национальным рецептам разных стран мира. Его дополняют галантины – полуфабрикаты из рубленого мяса в натуральной жировой сетке.

Оборот по итогам
2013 года – 65 млн руб.

Поставки:
магазины ведущих розничных торговых сетей, а также более 200 ресторанов и пивных баров Петербурга.

«Использование собственного имени «Копылов» в названии компании – дополнительная личная ответственность за качество продукта и возможность обратиться к потребителю напрямую».

Гость:



Сергей Копылов,
генеральный директор
компании «Копылов»

Автор:



**Виктория
Загоровская**

Фото:



**Татьяна
Путинцева**

Бизнес в России: не благодаря, а вопреки

Компания «Копылов» появилась на рынке в 2009 году, в период мирового финансового кризиса. Но это не помешало торговой марке, названной по имени ее основателя, за короткое время завоевать любовь и доверие покупателей. Как справляется компания с актуальными проблемами сегодняшнего времени и в каких сегментах видит потенциал развития, рассказал ее генеральный директор Сергей Копылов.

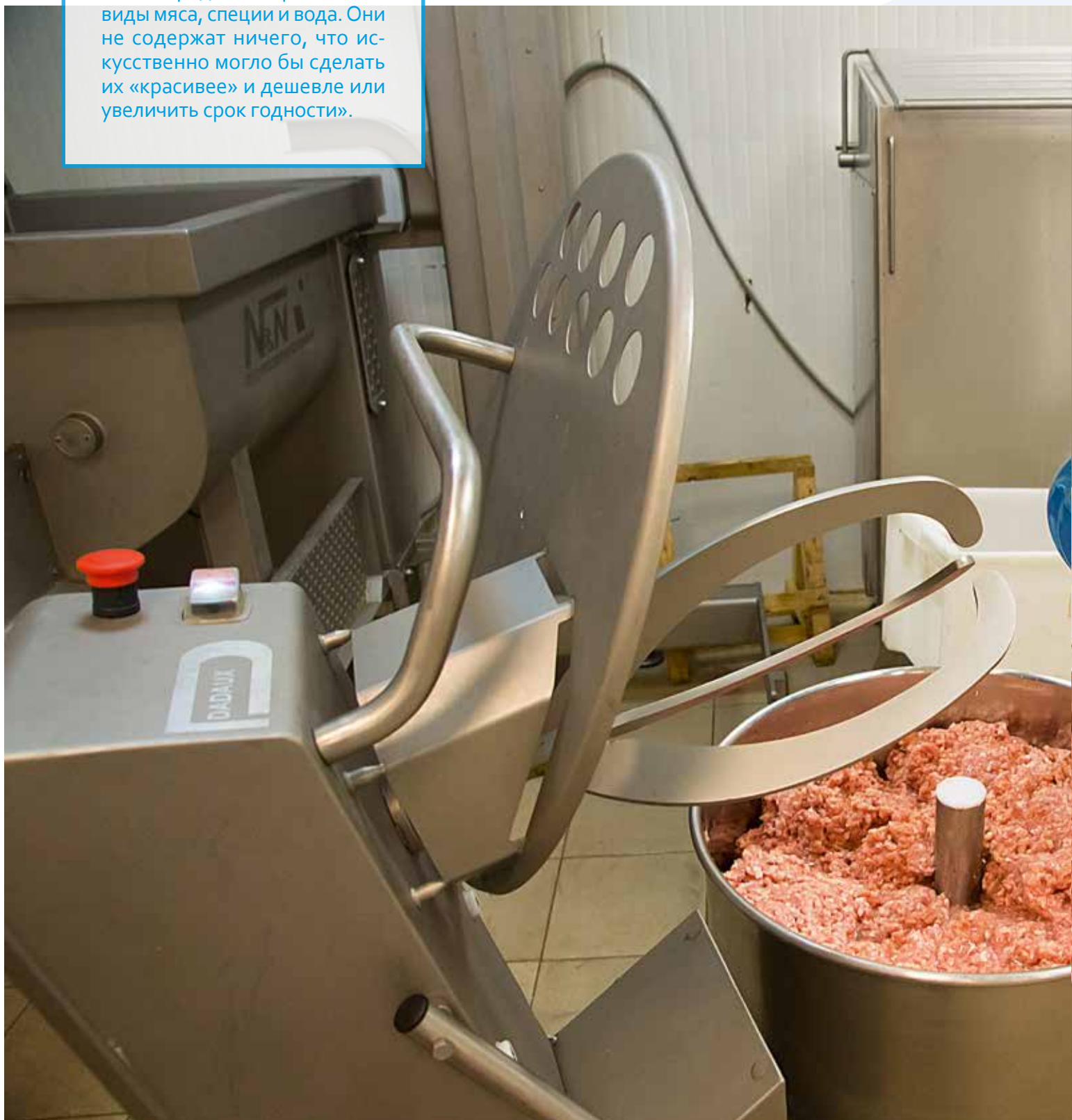
— **Н**и для кого давно не секрет, что после введения ограничения на поставки продукции свиноводства из стран Европы производители колбасных изделий и полуфабрикатов столкнулись с серьезной проблемой. Возникший дефицит мясного сырья спровоцировал рост цен, в том числе и на свиную череву, традиционно импортировавшуюся из-за рубежа.

Альтернативных поставщиков найти сложно. Китай, который мог бы начать экспортировать в Россию свинину и шпик, полностью обеспечивая запросы нашего рынка, до сих пор не получил разрешение на ввоз, хотя переговоры с китайской стороной Россельхознад-

зором ведутся. Согласно официальным заявлениям ведомства, в Китай направлена российская делегация и до июля этого года будут осуществлены проверки на ряде местных предприятий по производству свинины.

Местное сырье, в частности свиная черева, предлагается в крайне незначительных объемах, к тому же качество, в отличие от подскочившей цены, существенно уступает европейскому. В результате мы оказались заложниками ситуации, причины возникновения которой скорее политические, чем экономические. Работа по новым правилам вынуждает производителей колбас

«В состав колбасок «Копылов» входят только натуральные ингредиенты: различные виды мяса, специи и вода. Они не содержат ничего, что искусственно могло бы сделать их «красивее» и дешевле или увеличить срок годности».





вдвое увеличивать цену на готовую продукцию, рискуя тем, что в этом случае ее просто перестанут покупать. Многие предприятия сокращают объемы производства, пересматривают ассортимент и рецептуру, подыскивая замену мясному сырию.

Но это не наш путь. Мы заслужили доверие и любовь покупателей именно благодаря отсутствию в составе колбасок белков и прочих немясных составляющих, кроме специй и соли. И сегодня больше всего мы дорожим своей репутацией.

Делать акцент на колбаски из мяса птицы, баранины или говядины в ассортиментной линейке трудно, так как у российских потребителей сформировались определенные вкусовые предпочтения, в соответствии с которыми самым большим спросом пользуются изделия из свинины. Поскольку к моменту выхода компании на рынок пять лет назад ниша национальных колбасок для жарки практически пустовала, надо сказать, что мы сами сформировали соответствующие потребительские предпочтения в выборе своей продукции.

Сегодня наш ассортимент насчитывает 14 наименований колбасок. Все они названы по именам стран, в соответствии с традиционными рецептам которых выпускаются, – за исключением «Чемпионских» – это собственная разработка компании. Колбаски «Французские» с мясом птицы или «Венгерские» из индейки особенно подходят для завтраков и рекомендуются детям. «Итальянские», «Немецкие», «Финские», «Швейцарские» с сыром, «Баварские» и «Чешские» придутся по вкусу и взрослым, и маленьким потребителям. «Чемпионские» с перцем, «Канадские» с бараниной, «Кавказские», «Техасские» и «Ирландские» с чесноком рассчитаны на тех, кто любит острое.

Последняя новинка – колбаски «Норвежские» из оленины – наиболее актуальна для России; их можно будет даже импортировать, если границы не закроют вовсе.

Среди лидеров продаж – колбаски «Кавказские». Кавказ издавна вдохновлял не только русских писателей-классиков и разочарованных романтиков, но и вполне прагматичных любителей хорошей кухни. Вкусные, не слишком сложные в приготовлении и полезные для здоровья блюда кавказской кухни хоть и не так широко известны, как шедевры итальянской или средиземноморской, но, попробовав их, никто не останется равнодушным. Кавказские колбаски из свинины и говядины дополнены свежими

«При производстве соблюдается принцип «домашней кулинарии» – сочетание современных технологии и ручного труда. Под «домашней» подразумевается также немассовое производство и степень качества продукции, сделанной как для себя».





травами: кинзой, укропом и базиликом, с добавлением чеснока, лука, красного перца, карри и майорана.

Кроме того, в наш ассортимент включен уникальный продукт – галантины из свинины, мяса птицы и баранины, представляющие собой полуфабрикат из рубленого мяса в натуральной жировой сетке (крепине), сохраняющей сочность и форму продукта.

В мае прошлого года мы решили расширить сферу деятельности и заняться уличной торговлей фаст-фудом, открыв в центре города в непосредственной близости от метро четыре киоска по продаже жареных на гриле колбасок. Однако попытка оказалась не очень удачной. Возможно, потому, что мы не уделяем должного внимания маркетинговой составляющей и полностью сосредоточены на производстве, тогда как следует активно знакомить широкую аудиторию со своим проектом. А может быть, сама его идея должна быть другой. Люди наелись шаурмы и теперь очень аккуратно относятся к уличным киоскам. К нам никто не кидался, радуясь, что мы наконец-то появились. Кроме того, пока в России культура уличной еды отсутствует. Я думаю, понадобится достаточно много времени, чтобы отработать модель на практике – с учетом реалий российского рынка – и сформировать спрос.

За год до этого мы начали осваивать сегмент мобильной торговли, которая набирает популярность как на Западе, так и в России. Ключевая идея формата – в свободном перемещении по городу вслед за потоками спроса. Торговая точка «на колесах» легко может менять дислокацию: скажем, с утра продавать продукцию около бизнес-центра, к вечеру перемещаться в парк, а в выходной – поближе к месту проведения того или иного массового городского мероприятия. При грамотном планировании маршрута можно обеспечить практически круглосуточную бесперебойную торговлю.

Однако здесь мы столкнулись со множеством всевозможных запретов и ограничений, налагаемых со стороны городской администрации, которая, по идее, наоборот должна способствовать развитию мелких форматов торговли как альтернативы сетевому ритейлу.

Например, на практике выходит, что мобильность временами оказывается мнимой, так как надежного источника энергии фактически нет. Как правило, машины работают от генератора, который создает невероятный шум, к тому же часто ломается.



Сергей Копылов,
генеральный директор
компании «Копылов»:

«В наших планах – выход на рынок полуфабрикатов, который еще далек от насыщения, если не считать категорию пельменей и вареников. В настоящее время мы находимся на этапе поиска инвестора – согласно подсчетам, для создания производства мощностью пять тонн продукции в сутки требуются инвестиции в размере 100 млн рублей».





«Помимо ведущих супермаркетов и универсамов, мы сотрудничаем более чем с 200 ресторанами и пивными барами Северной столицы. На сегмент HoReCa, как перспективный рынок сбыта, приходится где-то четверть объемов производства».



А использование необходимого нам газового оборудования – бесшумного, экономичного и высокопроизводительного – запрещено.

Отсутствие как таковой законодательной базы, регулирующей деятельность подобных форматов продаж, вынуждает бизнесменов как-то договариваться с властями и множит поборы.

Так или иначе, мобильная торговля в городе продолжает развиваться, пытается конкурировать как с традиционными розничными магазинами, так и с сетевым ритейлом. Хотя без последнего сейчас не обойтись – сетям принадлежит более 80% петербургского рынка, и практически во всех из них представлена наша продукция, кроме, пожалуй, «Ленты».

Помимо ведущих супермаркетов и универсамов, мы сотрудничаем более чем с 200 ресторанами и пивными барами Северной столицы. На сегмент HoReCa, как перспективный рынок сбыта, приходится где-то четверть объемов производства.

Приобрести колбаски с доставкой на дом или в офис можно через наш интернет-магазин на сайте shop.corylov.ru. Мы предлагаем продукцию по ценам ниже, чем в обычных магазинах, с бесплатной доставкой при заказе от определенной суммы.

Здесь мы также сами формируем аудиторию, уровень и структуру спроса. Так, мы запустили серию рекламных роликов на радио «Зенит» в период проведения футбольных Еврокубков, предлагая сделать заказ на интернет-сайте компании, что дало мгновенный результат. Понятно, что в числе покупателей оказались слушатели данной радиостанции – доста-



точно состоятельные мужчины среднего возраста, любители футбола и вкусной еды в веселой компании друзей. Запустили мы ролик на радио «Дача» – эффект был бы тот же, хотя целевая аудитория – совершенно другая.

В ближайшей перспективе мы собираемся развивать интернет-торговлю как одно из направлений с огромным, в должной мере не изученным потенциалом.

Кроме того, в наших планах – выход на рынок полуфабрикатов, который еще далек от насыщения, если не считать категориюпельменей и вареников. Как ни странно, в данном сегменте представлен достаточно однообразный ассортимент продукции зачастую невысокого качества, и потребительский спрос остается не удовлетворенным.

Уже разработан проект создания нового предприятия по производству натуральных охлажденных полуфабрикатов мощностью пять тонн в сутки, приобретен участок земли под строительство. В настоящее время мы находимся на этапе поиска инвестора – согласно подсчетам, для реализации проекта требуются инвестиции в размере 100 млн рублей.

Присутствие компании в нескольких сегментах важно, поскольку это дает возможность охватить разные целевые группы и укрепить позиции бренда на рынке. **MC**



Сепараторы LIMA: высокогигиеничное решение

Безопасность пищевых продуктов – главная проблема мясоперерабатывающей промышленности. Каждый месяц издания, посвященные проблемам здравоохранения, делают обзор журналов по переработке мяса и технологии производства пищевых продуктов.



В течение многих лет компания LIMA занимается совершенствованием мясокостных сепараторов, обвалщиков и жиловщиков, чтобы свести к минимуму риск бактериального загрязнения. Очевидно, что бактериологический уровень сырья, зараженного патогенными микроорганизмами, не может быть улучшен при переработке в сепараторе, но быстрый рост бактерий и «загрязнение» свежего мяса можно ограничить и в конечном счете избежать.

Специальная конструкция оборудования LIMA уменьшает количество «мертвых зон» и других мест, способствующих росту микроорганизмов.

Инженеры компании убеждены, что эргономичный дизайн сокращает контакт продукта с поверхностью и, следовательно, положительно влияет на нераспространение бактерий, тем самым облегчая их уничтожение. Кроме того, сорт нержавеющей стали, ее поверхностная обработка и качество сварки играют значительную роль.

Таким образом уменьшается потребность в химических средствах для санитарной обработки, что благоприятно сказывается на окружающей среде и сокращает производственные расходы.

Кроме того, незначительная энергия, требуемая для механической

операции сепарирования, обвалки или жиловки, сводит к минимуму передачу тепла, и, следовательно, положительно влияет на температуру и качество конечного продукта.

Широкий бункер облегчает действие ультрафиолетовых систем или даже вспышек света, которые уменьшают бактериологический уровень. Такая конструкция бункера обеспечивает легкий, быстрый и полный доступ ко всем внутренним поверхностям.

Все части машины, находящиеся в контакте с мясом, являются полностью разборными и размещаются на специальном столе для монтажа/демонтажа и санитарной обработки.

Машины LIMA поставляются на регулируемых ножках, что упрощает мойку пола и визуальный контроль. Благодаря такому особому подходу к конструкции, все модели мясокостных сепараторов, обвалщиков и жиловщиков LIMA выгодным образом отличаются от другого подобного оборудования.

Информацию о полном диапазоне сепараторов, обвалщиков и жиловщиков вы найдете на сайте компании. Наши специалисты будут рады встретить вас на 35 главных ежегодных специализированных выставках по всему миру, чтобы рассказать о преимуществах технологии LIMA. **Р**

www.lima-france.com



Сервотехнология для точного порционирования

Индивидуальные случаи применения в пищевой промышленности требуют от шприцов и расположенных за ними порционирующих и формовочных машин максимальной гибкости и точности. Эти требования идеально реализованы в новой KS-диафрагме.



Высокоэффективный вакуумный шприц KS P10 SE в качестве первого компонента обеспечивает по мере необходимости равномерное и щадящее наполнение расположенной за ним порционирующей и формовочной машины и тем самым закладывает основу для достижения оптимальной надежности технологического процесса.

В реализации конфигурации порционирующей и формовочного режима специалисты компании Karl Schnell идут новыми путями. KS-диафрагма подкупает своей концепцией привода, основывающейся на использовании высокодинамичного серводвигателя. Определение формы и размера изготавливаемого продукта осуществляется исключительно за счет настройки параметров в системе управления. Это можно удобно и легко сделать на большом сенсорном экране шприца. Исчезает необходимость в трудоемких

механических настройках на порционирующей и формовочной машине.

При смене продукта это также означает отсутствие затрат на переналадку. Все параметры сохраняются в программе для соответствующего продукта в шприце, и при необходимости их можно без труда выбрать с помощью визуальных опций.

Разумеется, в любое время в течение текущего производственного процесса возможно изменение производственных параметров и корректировка форм. Благодаря этому изменения становятся заметными сразу же.

Еще одним преимуществом является регулирование высоты всей диафрагмы посредством электродвигателя для простого и удобного позиционирования над котлом для варки или над ленточным транспортером.

KS-диафрагма предлагается в различных исполнениях от 1 до 6 порционирующих головок. **Р**

www.karlschnell.ru

Насекомые в комбикормах

Китайские птицеводы, участвующие в проекте PROteINSECT, отмечают достижение позитивного эффекта от использования насекомых в качестве компонентов комбикормов.

PROteINSECT запущен группой европейских компаний и направлен

на развитие сектора производства насекомых для комбикормов в странах всего мира. Основной акцент при этом делается на ключевых торговых партнерах Европейского союза, одним из которых в настоящее время является Китай.

Как отмечают представители проекта, насекомые – это многообещающее решение для комбикормовой промышленности, поскольку их выращивание и использование сопровождается меньшим воздействи-

ем на окружающую среду по сравнению с традиционными источниками кормового белка, в частности соей и рыбной мукой. Кроме того, они могут быть выращены за счет использования широкого спектра органических отходов.

По данным китайских фермеров, использование насекомых позволяет, помимо всего прочего, значительно увеличить рентабельность производства, поскольку в целом это дешевое сырье. Сообщается, что в рамках проекта было сделано несколько открытий о том, каких именно насекомых лучше добавлять и в каком количестве. Открытия будут представлены на конференции в городе Эдде в Нидерландах 14–15 мая.

kombi-korma.ru



«Кефир» для животных

Дешевый, но при этом экологичный способ получения пробиотиков, использующихся в животноводстве, придумали в НИИ биологии ЮФУ.

«Если совсем упрощать, пробиотики – своего рода кефир. Они позволяют сельскохозяйственным быстрее расти, намного реже болеть, укрепляют их иммунитет», – поясняет **Владимир Чистяков, доктор биологических наук, профессор, заведующий лабораторией экспериментального мутагенеза.**

Суть в том, что в НИИ разработали способ, с помощью которого пробиотики (основа препарата – живые бактерии) можно получать не в химической среде (и потом долго сушить с помощью специального оборудования, что очень затратно), а выращивать, просто посеяв поверх соевых бобов. В принципе, крестьянин может вырастить такой препарат сам в сарае на подворье.

Стоимость препарата, выращенного таким способом (хоть в сарае, хоть на заводе), меньше в два с половиной раза. Но какого-то серьезного интереса к новшеству нет. «Мелким фермерам зачастую не по карману применение каких-то биодобавок. А большие животноводческие комплексы, как правило, создаются под ключ по западным лекалам. Из-за рубежа туда зачастую поставляют и все препараты, пусть и очень дорогие. А среднего класса, который мог бы воспользоваться этим открытием и выращивать более дешевую свинину и птицу, в нашей деревне нет», – подвел итог Чистяков.

rostov.aif.ru

Линия по производству полуфабрикатов

На предприятии ЗАО «Аграрная Группа Мясопереработки» запущена новая автоматизированная линия по производству полуфабрикатов. Это несколько самостоятельных модулей, которые здесь соединили в особую технологическую цепочку.

«Мы закупили новое оборудование, но главным остается другое. Наши специалисты оптимизировали логистический путь: выстроили это оборудование в линию, подобных которой нет в Сибири, – говорит **Михаил Курилов, директор ЗАО «Аграрная Группа Мясопереработки».** – Новая схема соединила разрозненные этапы производства в единую цепь. Если раньше изготовление теста, фарша, лепка и заморозка производились в разное время, то теперь это настоящий непрерывный конвейер».

Процесс стал максимально автоматизирован от этапа просеивания муки до упаковки готового продукта в пачку: меньше времени на выполнение операций, меньше контакта работника с продуктом, гарантированно высокое качество машинной лепки – работа отлажена на каждом этапе. Теперь изготовление, например, пачки пельменей занимает не два часа, а сорок минут, и все пельмени получаются равны, как на подбор.



И если «линии-предшественницы» были настроены только на производство пельменей и вареников, то новая позволяет расширить ассортимент продукции: достаточно заменить формующую деталь, и на этом же оборудовании можно производить, например, манты или хинкали, а при замене определенных модулей – даже котлеты и тефтели.

Максимальная мощность новой линии – 16,7 тонн продукции в сутки (прежняя линия позволяла изготавливать до 10 тонн). В планах предприятия – установка второй такой линии и расширение рынка сбыта пельменей торговой марки «Свинокомплекс «Томский»»: брендовую красную свинку (логотип и знак качества продукции) теперь увидят потребители в европейской части России.

agro2b



Специи Christl. Радуют.



Москва
+7 (499) 755-53-98
Воронеж
+7 (473) 220-47-50
Тольятти
+7 (901) 803-73-79
Новосибирск
+7 (383) 347-75-44
Владивосток
+7 (4232) 30-87-39



euromeat tec.

christl
технология специй

Импортер и представитель CHRISTL в России: ООО «ЕВРО МИТ ТЕХ.»
Тел./факс: (812) 677-92-55
Мобильный: + 7-911-776-84-07
e-mail: office@eumt.ru

www.christl.cc



Авторы:



Игорь Демин,
генеральный директор
ООО «ЦСБ-Систем»



Герман Шальк,
директор по продажам
CSB-System AG

Компания: **ООО «ЦСБ-Систем»**

115054, Москва,
ул. Пятницкая, 73, оф. 8
тел.: +7 (495) 64-15-156,
факс: +7 (495) 95-33-116
www.csb.com

197342, Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская, 2, оф. 423
тел.: +7 (812) 44-94-263,
факс: +7 (812) 44-94-264
e-mail: info@csb-system.ru

«Назад к истокам» простым нажатием кнопки

Прослеживаемость продукции с использованием CSB-System

Всего один щелчок камерой смартфона – и в распоряжении потребителя находится вся информация о происхождении приобретенного им продукта: информационные системы для потребителей, такие как fTase, делают это возможным. Однако то, что так просто выглядит со стороны, ставит производителей пищевой продукции перед простой организационной задачей.

Для этого зачастую необходима реорганизация процессов предприятия-производителя, в том числе структурная адаптация процесса регистрации производственных данных, ведь для реализации непрерывной прослеживаемости необходимо документирование каждой отдельной рабочей операции.

На предприятии Vion Convenience из немецкого города Гроссостхайм затраты на соответствующую организацию процессов полностью оправдали себя. «Мы имеем возможность предложить нашим клиентам особенный сервис: благодаря внедренному в 2012 году IT-решению мы надежно документируем всю логистическую цепочку нашего предприятия. Весь товарный поток сопряжен с информационным – таким образом мы можем проследить путь наших продуктов в направлении от поставщика сырья и материалов до конечного потребителя и обратно», – поясняет **Дирк Кирхнер, директор по производству фирмы Vion**. Инновационный проект по внедрению прослеживания продукции был реализован в сотрудничестве со специалистами группы компаний CSB. «Мы используем ERP-



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА VION CONVENIENCE GMBH

Vion Convenience GmbH – ведущий производитель мясных полуфабрикатов в потребительской упаковке. Основанное в 1980 году, предприятие, относящееся к группе предприятий Vion Food Germany, производит в зависимости от сезона более 180 наименований артикулов. На нем работает более 380 человек. Vion Convenience GmbH относится к важнейшим поставщикам всего ассортимента мясной продукции в сети розничной торговли продуктами питания.

решение CSB-System уже более 20 лет и с его помощью смогли решить многочисленные задачи. Благодаря многолетнему успешному сотрудничеству было очевидно, что для прослеживания продукции мы также будем использовать решение CSB».

Быстрый доступ к данным по прослеживанию

В 2013 году решение CSB-System было расширено таким образом, что на сегодняшний день все продукты из говядины могут быть прослежены – от упаковки с готовой продукцией до фермера, вырастившего животного с данной уш-

ной биркой. Основа для этого была заложена нами уже на пункте приемки сырья, где весь товар напрямую регистрируется в CSB-System, включая данные о происхождении. Номер заказа, артикула, партии, а также данные о рождении, откорме, убое и переработке регистрируются с использованием промышленного компьютера CSB-Rack или передаются нам поставщиком посредством EDI. «Мы принимаем сырье, которое полностью соответствует всем установленным параметрам по качеству и полноте данных о его происхождении», – говорит Дирк Кирхнер.

Принятый товар взвешивается и получает индивидуальный номер партии, а также снабжается этикеткой со штриховым кодом, которая сопровождает мясной сырьё до следующего этапа его переработки.

CSB-System управляет и документирует все этапы переработки

На Vion Convenience были установлены станции CSB для регистрации данных на местах их возникновения. Благодаря этому осуществляется управление, документирование и контроль всех этапов переработки мяса. Данные по прослеживанию надежно передаются при этом от процесса к процессу. Принятое на завод мясное сырьё направляется на временное хранение на один из холодильных складов, а затем передается на дальнейшую переработку. При передаче осуществляется сканирование штрихового кода, в системе CSB-System выпол-

няется проводка сырья в производство и закрепление его индивидуального номера партии за соответствующей производственной партией артикула. Для артикулов, при производстве которых не происходит смешивания нескольких видов сырья, осуществляется прямая передача индивидуального номера партии, который становится номером производственной партии. В этом случае данные о происхождении просто «наследуются».

При производстве таких продуктов, как мясной фарш, совместно перерабатывается различное сырье, основой чему служат рецептурные спецификации в CSB-System. Идентификация используемого сырья осуществляется посредством сканирования штрихового кода. Одновременно с этим происходит принятие и присвоение производимым артикулам идентификационных номеров партий сырья и, соответственно, сохранение под этими номерами данных о происхождении.

На основе заложенных в системе рецептур и имеющихся производственных заданий в завершении производственного процесса осуществляется упаковка готовой продукции. Здесь также происходит объединение данных готового продукта с данными упаковочного материала. Упакованный артикул получает новый номер партии, который автоматически передается системой на линии ценовой маркировки продукции. Так как принтер этикеток получает из системы CSB также и индивидуальную информацию, то наряду с ценой, ингредиентами, питательной ценностью и другими данными осуществляется также генерирование и передача QR-кода для прослеживания в системе fTrase.

Суммарные принтеры каждой из 13 линий также управляются системой CSB-System – каждый упакованный короб с продукцией получает индивидуальный номер отгрузочной единицы. Кроме того, для каждой паллеты с продукцией генерируется этикетка с номером отгрузочной единицы паллеты.

Информация передается экспедитору и на fTrase

С созданием номера отгрузочной единицы паллеты продукт автоматически проводится на склад готовой продукции. Там с использованием мобильных устройств с функцией сканирования в режиме непрерывной коммуникации с системой CSB-System осуществляется процесс комплектации заказов клиентов. Для обработки визуализируемых



на экране мобильного устройства заданный сотрудник сканирует номер отгрузочной единицы продукта и подтверждает его отбор. При комплектации целых паллет выполняется сканирование отгрузочной единицы паллеты. На фоне процесса система CSB выполняет соответствующие проводки артикула со склада в заказ клиента. Каждая готовая к отгрузке паллета получает в завершении транспортную этикетку, генерируемую системой CSB и содержащую штриховой код, срок хранения артикула и номер отгрузочной единицы паллеты. Благодаря этому, наряду с основной информацией об артикулах, а также весом и сроком хранения, Vion Convenience может получить всю необходимую информацию по прослеживанию продукции.

После завершения обработки заданий для каждого маршрута на центральном пульте управления зоны комплектации заказов осуществляется печать соответствующих товарных накладных. Одновременно с этим система CSB автоматически отправляет информацию о количестве товаров экспедиторской фирме, с которой сотрудничает Vion Convenience. Там проверяется, соответствует ли подготовленное к отгрузке количество продукции предварительно указанному в рамках планирования необходимой кубатуры транспортных средств. Преимущество заключается в том, что экспедиторы заранее информируются об объемах перевозимых товаров. Кроме того, осуществляется дополнительная проверка внешней фирмой полноты собранных заказов.

Одновременно с передачей данных экспедиторам осуществляется отправка информации в систему fTrase, но она может быть предоставлена в распоряжение и другим порталам.

Количественный баланс черным по белому

Дирк Кирхнер очень доволен решением CSB-System для прослеживания продукции. Руководство Vion имеет возможность простым нажатием кнопки проследить весь жизненный путь интересующего продукта. «Это обеспечивает нам выгодную позицию в диалоге с ветеринарами или представителями сетей розничной торговли. В отношении базирующегося на номерах партий количественного баланса мы можем черным по белому представить информацию о том, какое количество сырья было закуплено, какие продукты из него произведены, сколько продукции было продано и сколько в данный момент находится на складе. Мы смогли достичь абсолютной прозрачности производства. Нашим клиентам и нам это дает гарантию максимальной безопасности».

Прослеживание как шанс

Прослеживаемость продукции относится сегодня к самым актуальным и важным темам в пищевой промышленности. Предприятия должны в любое время иметь возможность предоставить полную информацию о том, когда, где и кто принял, переработал, хранил, перевозил, использовал или утилизировал конкретный продукт. Наряду с многочисленными законодательными предписаниями, на европейском уровне эта тема диктуется установленными обязательными к выполнению требованиями торговых сетей.

Томас Керстен, специалист по прослеживанию компании CSB-System, видит во внедрении системы дополнительный шанс для предприятий повысить свою конкурентоспособность. «Предприятия, которые четко организовали процессы и согласовали их с информационным потоком, имеют существенные преимущества. Оптимизация закупок сырья и материалов, актуальная информация о состоянии складских запасов, надежная основа для планирования, информативные результаты анализов и статистики – использование системы для прослеживания продукции позволяет повысить эффективность всего предприятия и способствует принятию обоснованных решений менеджмента». **Р**

Автор: **Федор Холодов,**
канд. техн. наук, научный сотрудник
отдела маркетинга ГНУ ВНИИМП
им. В. М. Горбатова Россельхозакадемии

Вертикальная обвалка мяса



Установка Я8-ФВО
предназначена для разделки
туш и полутуш свиней, а также
для обвалки частей туш.

Обвалка – один из важнейших этапов при производстве мясной продукции, в ходе которого от костей отделяется мышечная, жировая и соединительная ткань.

Обвалка мяса является одним из самых трудоемких процессов, выполняемых вручную или же механически с помощью специализированного оборудования. От обвалки зависит то, как долго будет храниться продукция, так как основное загрязнение микроорганизмами происходит именно на этом этапе.

В мясном производстве выделяют две схемы обвалки:

1. Потушная – один рабочий обваливает все части туши; обвалка производится на стационарных столах. Данный способ практикуется на предприятиях малой мощности.
2. Дифференцированная – каждый рабочий обваливает определенную часть туши, что позволяет повысить производительность труда, улучшить качество обвалки. Используется на большинстве средних и крупных предприятий, так как для организации обвалки по данной схеме необходимо иметь большую площадь – у каждого специалиста должен быть свой рабочий стол, также желательно организовать систему конвейеров для транспортировки ящиков (с костями, обваленным и отжилованным мясом, отрубков на кости).

Помимо этого, существует два метода обвалки мяса:

1. Горизонтальный – на обвалочном столе.
2. Вертикальный – на подвесных путях.

Для опытного обвальщика способ не имеет принципиального значения: он может обваливать мясо как горизонтально, так и вертикально, но зачастую отдает предпочтение вертикальному способу, особенно если приходится обваливать большие и тяжелые полутуши/четвертины. У такого способа обвалки по сравнению с обвалкой в горизонтальном положении (на столе), есть много преимуществ: во-первых,

заметно облегчается труд обвальщиков, поскольку части туши не нужно перекладывать с места на место вручную (особенно если речь идет о больших и тяжелых отрубках); во-вторых, серьезно возрастает производительность и выход мясного сырья по сравнению с потушным способом на столах; в-третьих, улучшаются санитарно-гигиенические условия из-за отсутствия контакта сырья с поверхностями столов, лент конвейеров, а также уменьшения контакта с руками рабочего, который при горизонтальном способе должен постоянно переваливать отруб.

Вертикальная обвалка осуществляется на установках периодического действия Я4-ФАФ или Я8-ФВО, разработанных ГНУ ВНИИМП им. В. М. Горбатова Россельхозакадемии. Я4-ФАФ представляет собой вертикальную силовую раму, в направляющих которой перемещается каретка с отрезком подвешенного пути. Каретка приводится в движение гидроцилиндром через блочно-тросовую систему. Обвалка полутуш осуществляется на упоре, который перед работой устанавливается обвальщиком в соответствии с его ростом и физическими возможностями. Управление установкой осуществляется при помощи двух педалей, отвечающих за движение каретки вверх и вниз.

Установка Я8-ФВО прошла глубокую модернизацию и доработку. Она предназначена для обвалки туш и полутуш свиней, а также говядины. На сегодняшний день данная установка применяется для оснащения мясоперерабатывающих предприятий (цехов) средней и малой мощности.

На выставке «Агропродмаш-2011» Я8-ФВО была отмечена золотой медалью. Продолжительность обвалки одной полутуши целиком на данной установке составляет порядка пяти минут, выход бескостного мяса для свиных полутуш (без шкуры) – приблизительно 86,79%. Нормы выработки на установках Я8-ФВО в среднем на 300 кг выше, чем при горизонтальной обвалке (потушная обвалка).

Подчеркнем, что особая конструкция подложки вертикальной установки, схожая с книжкой, позволяет обваливать и разделять туши любой упитанности и размеров, кроме того, она может быть легко адаптирована к предпочтениям и анатомическим особенностям обвальщика.

Установка по вертикальной обвалке рассчитана на средних и малых про-

Технические характеристики установки Я8-ФВО

Наименование показателя, ед. измерения	Величина
Грузоподъемность, кг	200
Давление сжатого воздуха, МПа	0,6
Расход сжатого воздуха на один цикл обработки, дм ³	15,3
Высота (от пола) верхнего положения участка полосового пути с фиксированным троллеем, несущим полутушу, мм	3 200
Высота (от пола) нижнего положения участка полосового пути с фиксированным троллеем, несущим полутушу, мм	1 800
Высота (от пола) верхнего положения упора, мм	1 500
Высота (от пола) нижнего положения упора, мм	800
Рабочий объем пневматического цилиндра, м ³	0,011
Коэффициент автоматизации, %	80
Занимаемая площадь, м ²	1,425
Габаритные размеры, мм: - длина - ширина - высота	1 500 950 3 900
Скорость подъема участка полосового пути с фиксированным троллеем, несущим полутушу, м/с	0,1
Масса оборудования, кг	400
Количество обслуживающего персонала, чел.	1
Коэффициент готовности, %	97
Коэффициент технического использования, %	95
Наработка на отказ, ч	800

Выход мяса при обвалке свиней вертикальным способом

	Выход, %	Количество, кг
Мясо на костях	100,0	1 000
Исключается	-	-
Кость	13	130
Сухожилия, хрящи	1,3	13
Технические зачистки	0,1	1
Потери	0,1	1
Итого исключается	14,5	145
Жилованная свинина и шпик	85,5	855

ПРЕИМУЩЕСТВА ВЕРТИКАЛЬНОЙ ОБВАЛКИ:

- экономия производственных площадей при хранении туш в подвешенном состоянии;
- экономия холодильных площадей;
- повышение эффективности разделки;
- увеличение выхода мясного сырья;
- повышение производительности труда, позволяющее снизить трудоемкость обвалки.

изготовителей, которые сталкиваются с дефицитом полезной площади и не имеют возможности организовать конвейеры для обвалки горизонтальным способом. Она позволяет сэкономить производственные площади и повысить качество выпускаемой продукции за счет улучшения микробиологических показателей сырья после обвалки, что в конечном итоге отразится на более длительных сроках годности.

На сегодняшний день институт занимается разработкой системы непрерывного действия по измельчению замороженных блоков. Ее отличительной особенностью является неиспользованный ранее в мясопереработке режущий инструмент (об этом читайте в следующем номере). **МС**

TTChor – надежная техника куттеров

Резка, смешивание, эмульгирование, работа с вакуумом или без него, термообработка и охлаждение – с помощью надежного куттера TTChor можно выполнять все эти процессы. Машины обладают оптимально согласованными друг с другом функциями, впечатляющими мерами безопасности и интеллектуальной электронной поддержкой.

В очередной раз были улучшены и упрощены операции управления и чистки. Производство сырокопченых колбас грубого или тонкого помола, нежнейшей вареной колбасы или эмульсий приносит такие же замечательные результаты, как и бережное смешивание и проминание самых разнообразных компонентов.

Современный привод переменного тока, патентованная система ножей

Для ускорения производства TTChor оснащен неизменяемым высокомоментным приводом переменного тока. Машина поставляется готовой к подключению. Шесть скоростей вращения ножей могут настраиваться в соответствии с потребностями заказчика. Две скорости смешивания и замеса могут программироваться с движением вперед или назад. Общий пакет универсального применения дополняют четыре скорости вращения чаши. Кроме того, благодаря патентованной системе ножей M55, возможна упрощенная обработка без дополнительных машин: даже сырые шквары и сухожилия без труда преобразуются в однородную эмульсию с отличными вяжущими характеристиками.

В распоряжении имеются три варианта ножей, адаптированных к самым различным продуктам.

Серия куттеров TTChor включает восемь моделей с чашами различного размера и разнообразными производственными опциями.



Интуитивное управление и обращение

Микроконтроллерное управление обеспечивает высочайший уровень комфорта обслуживания. Все функции управляются с центральной панели. Стойкий сенсорный экран с классом герметичности IP69K и эргономичные поворотные переключатели гарантируют простоту управления. Поворотные переключатели даже в самых тяжелых условиях остаются нескользкими. Машина TTChor оборудована электронной автоматикой отключения и системой пошагового управления. Возможна запись и автоматизация ручных производственных процессов.

Высокие гигиенические стандарты и легкость технического обслуживания

Оптимизация конструкции была сконцентрирована на гигиене: корпус машины полностью герметичен; встроенный электрошкаф выполнен из нержавеющей стали. Гладкие поверхности, канавки под чашей и ножами, а также трехградусный наклон всех поверхностей являются

гарантией быстрой и гигиенически безупречной чистки. Легкий доступ ко всем компонентам повышает удобство технического обслуживания. Информация о предстоящих работах по техническому обслуживанию выводится на дисплей.

Инновационная технология варки

TTChor с варочным оборудованием является самым быстрым в мире варочным куттером. За один технологический шаг в нем можно производить профессиональную термообработку различных вареных колбас и паштетов. Его нагревающий или охлаждающий агент по замкнутому контуру (широкие каналы) подается через стенку чаши. Специальная чаша обогревается/охлаждается паром или холодной водой без соприкосновения с продуктом.

Серия куттеров TTChor включает восемь моделей с чашами различного размера и разнообразными производственными опциями. Все машины могут использоваться как часть производственной линии или как отдельное стоящее оборудование. **Р**



Success Systems.

www.tippertie.com



TTChopV

- Высокая производительность
- Скорость резки до 150 м/с.
- Неповторимая концепция гигиены
- Использование в производстве вареных и сырых колбас
- Размеры чаш до 200–550 л
- Гидравлическая система быстрого зажатия ножей
- Вакуумное, варочное и холодильное оборудование

TIPPER TIE Inc.
2000 Lufkin Road
Apex, NC 27539 США
Тел. +1 919 362 8811
Факс +1 919 362 4839
infoUS@tippertie.com

TIPPER TIE TECHNOPACK GmbH
Wilhelm-Bergner-Str. 9a
21509 Glinde/Германия
Тел. +49 40 72 77 04 0
Факс +49 40 72 77 04 100
infoDE@tippertie.com

TIPPER TIE ALPINA GmbH
Waldau 1
9230 Flawil/Швейцария
Тел. +41 71 388 63 63
Факс +41 71 388 63 00
infoCH@tippertie.com

TIPPER TIE™
SOLUTIONS THAT WORK. A DOVER COMPANY

СОФТ для переработчиков мяса и птицы

- УБОЙ
- ОБВАЛКА
- ПРОИЗВОДСТВО
- СКЛАД

121357, Москва,
ул. Верейская, д. 29А, оф. 45
тел./факс: +7 (495) 221-59-10
e-mail: pan@i-tech.ru
www.i-tech.ru

Автоматическое взвешивание, дозирование и упаковка свежих и маринованных мясных продуктов



ИЗОБРЕТЕНИЕ
ЗАПАТЕНТОВАНО:
US 7569,778 82
US 7,301,110 82
РФ 2435145



Как отмечают российские производители мясной продукции, новый мультиголовочный дозатор Cabinplant 4-го поколения со шнековой системой уже стал незаменим и на консервном производстве, открыв большие возможности для автоматического дозирования и расфасовки популярной тушенки и мясорастительных консервов в металлические и стеклянные банки.

Многие технологи и инженеры американских, скандинавских и немецких мясокомбинатов обращались к специалистам завода Cabinplant с просьбой продумать вариант автоматического дозирования и упаковки свежих и маринованных кусочков мяса. В результате кропотливой работы исследователей и многочисленных тестов был разработан мультиголовочный дозатор 4-го поколения со шнековой системой загрузки продукта.

Расфасованные в лотки охлажденные кусочки свежего мяса очень востребованы и у российского потребителя – свиная поджарка, азу, бефстроганов, кусочки индейки (филе для сое), филе цыпленка, куриные крылышки и т. д. Эти продукты очень вязкие и липкие, что делает невозможным их автоматическое дозирование с помощью обычного мультиголовочного дозатора, в котором используется эффект ви-

брации для продвижения продукта во взвешивающие чаши. Свежие или маринованные кусочки мяса прилипают к поверхности дозатора и останавливают процесс.

Особенностью инновационной технологии является то, что шнек пошаговым движением продвигает липкие кусочки мяса, «звинчивая» их в сборные чаши мультиголовочного дозатора, при этом шнек нисколько не травмирует продукт. Технология была запатентована в странах Западной Европы и США и сразу вызвала живой интерес производителей мясопродукции на Западе. Уже первые три месяца после внедрения новой разработки в производство более десяти мультиголовочных дозаторов были проданы в США. Эффективность автоматической расфасовки мяса по достоинству оценили в Австралии и странах ЕС – Германии, Дании, Швеции и других. Сейчас такие машины

поставляются и в Россию для автоматического дозирования морепродуктов и рыбного филе, а также для тушеночного производства.

Повсеместно были получены положительные отзывы о высокой функциональности новой системы, оснащенной специализированной компьютерной программой, разработанной инженерами датского завода. Она удобна для операторов: интерфейс программы отличается простотой и ясностью, что позволяет оператору сохранять рецептуру, записывать и анализировать статистические данные, осуществлять диагностику возможных неисправностей машины.

Конструкторы позаботились и о том, чтобы максимально облегчить процесс мойки и чистки системы и ее отдельных элементов, и это сразу отметили покупатели.

Машина полностью изготовлена из нержавеющей стали, а электронные и механические компоненты прочно закрыты корпусом. В конструкции отсутствуют плоские горизонтальные поверхности, где могла бы скапливаться вода или остатки продукта в процессе мойки. Дозатор отвечает самым строгим санитарно-гигиеническим требованиям производителей и законодательства стран ЕС. Машина проста в обслуживании и эксплуатации и максимально надежна. Взвешивающие и аккумулирующие чаши дозатора крепятся на съемных модулях, включающих в себя привод, динамометрический датчик и редуктор. В случае неисправности оператор может в течение считанных минут поменять модуль, открыв всего четыре болта без остановки процесса производства. Как следствие, простой машины полностью исключены. **Р**

Качество в сепарировании мяса

Мясообвалочные и жиловочные машины • Сепараторы



- Оптимальная регулировка • Идеальная структура мяса • Без предварительного дробления
- Простая эксплуатация • Быстрая очистка • Высокая гигиена



LIMA – лидер в производстве высокотехнологичного оборудования для сепарирования и мясообвалки
МИРОВЫЕ ПОСТАВКИ И ОБСЛУЖИВАНИЕ

Производительность от 100 до 13.000 кг/ч

LIMA S.A.S. - 456, route de Rosporden - 29000 Quimper - France

Tel.: +33 (0) 298 948 968
www.lima-france.com

Fax : +33 (0) 298 948 969
lima@lima-france.com

роз. 1/14



PROCESSING SYSTEM SOLUTIONS

SOLUTIONS FOR QUALITY AND QUANTITY

PSS SCG 200 | Speed Combi Grinder

Высокоскоростной волчок PSS SCG 200 обеспечит Вам более высокую скорость на пути к успеху. Резка замороженных блоков (-25°C) с экономическим 55kW главным приводом.
Свяжитесь с нами ещё сегодня!



роз. 1/14

PSS SVIDNÍK, a.s.
Sovietských hrdinov 460/114
089 01 Svidník, Slovakia

tel.: +421/54/7862 111
fax: +421/54/7520 904

predaj@pss-svidnik.sk
www.pss-svidnik.sk



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



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

Холодец и тушенка без костного остатка: система рентгеновского контроля – гарантия качества

Крупный европейский производитель мясной продукции в желе (холодца) начал использовать систему рентгеновского контроля Ishida GA для обнаружения костных фрагментов и иных посторонних частиц, таких как стекло, металл и камни.

Компания Gold Meat является ведущим в странах Бенилюкса производителем мясной продукции типа «холодец», которая активно поставляется

в Германию и Францию. Gold Meat выпускает 15–20 различных наименований продукции в течение 8-часовой смены. Это может быть нарезка или пластиковые контейнеры.

Конкуренция на агрессивном рынке экспорта

Если в жесткой борьбе за рынки компания может положиться на ис-

пользование дешевой рабочей силы, то для производства такого продукта, как холодец, этого недостаточно. Данный вид продукта требует особой системы контроля качества, поэтому альтернативой для обеспечения конкурентного преимущества на международном рынке может являться использование современных инновационных технологий, таких как рентген-контроль.



Компания Gold Meat одной из первых сделала ставку на технологию рентген-контроля, не нарушающую целостность продукта и не вызывающую задержек и простоев на линии. Данный метод встречает полное одобрение заказчиков в секторе розничной торговли таких динамично развивающихся рынков, как китайский.

Возможность свободно перемещать части системы Ishida внутри фабрики позволяет компании Gold Meat эффективно использовать систему рентгеновского контроля с максимальной оперативностью.

Система рентгеновского контроля, способная к самообучению

На фабрике Gold Meat недавно были установлены две системы рентгеновского контроля Ishida IX-GA, которые полностью соответствуют указанным выше критериям. Они отличаются высокой чувствительностью к наличию таких посторонних частиц в холодце, как костный остаток, а также к по-

сторонним примесям в виде металла и камней. Машина отбраковывает упаковку, в которой могут находиться подобные загрязнители.

Использование тестового загрязнителя при настройке машины, например, наиболее распространенных костей, позволяет очень точно настроить оборудование на конкретный вид посторонних частиц. Благодаря этому машина может эффективно использоваться для обнаружения самых мелких костных остатков, оставшихся после процессов убоя и обвалки.

Доминик Бусар (Dominic Bousard), начальник производственного отдела компании подтверждает эту мысль: «Перед установкой оборудования Ishida нам приходилось полагаться на собственное зрение при поиске и удалении мелких посторонних частиц – таких, как, например, камни. Естественно, что уровень контроля был очень низок».

Перед тем, как приобрести системы рентгеновского контроля Ishida, компания Gold Meat протестировала оборудование других производителей.



1. Возможность свободно перемещать части системы Ishida внутри фабрики позволяет компании Gold Meat эффективно использовать систему рентгеновского контроля с максимальной универсальностью.

2. Gold Meat одними из первых сделали ставку на технологию рентген-контроля, обнаруживающую костный остаток, камни, стекло, резину.

3. Машина отбраковала упаковку, в которой могли находиться такие загрязнители, как костный остаток, металл или камни.

4. Настройка оборудования при помощи тестового загрязнителя.

5. Gold Meat производит 15–20 различных продуктов в течение 8-часовой смены. Это может быть нарезка или пластиковые контейнеры.

«Преимущество Ishida было более чем очевидным», – прокомментировал проведенные испытания **владелец компании Френсис Титека**.

«Мы остановили свой выбор на современном и высококачественном оборудовании Ishida, поскольку компания зарекомендовала себя как надежный и честный партнер, – поясняет он. – Прежде всего, нам была необходима надежность, так как мы не могли позволить себе долгое время простоя и не обладаем должными людскими ресурсами для решения технических проблем». ■

Как исключить ошибки при нанесении этикеток и избавиться от брака?



Сложные производственные процессы – высокоскоростные и гарантирующие стопроцентное качество – это актуальное требование пищевой промышленности. И такая задача вполне по плечу новому высокопроизводительному этикетировочному автомату компании Bizerba – эксклюзивного поставщика «Шаллер» (Schaller).

Упакованные товары с короткими сроками хранения должны без промед-

ления отправляться с производства на прилавки супермаркетов, откуда они в свежем виде быстро и в больших количествах реализуются. Задержки на участках взвешивания и этикетирования, как и время, затрачиваемое на проверку каждой упаковки, часто выливаются в ощутимые потери реальных денег. В дополнение к этому нельзя недооценивать потенциальную возможность возникновения ошибок, связанную

с техникой или человеческим фактором. Все это в большей или меньшей степени негативно влияет на имидж производителя – и особенно резко это проявляется в пищевой промышленности.

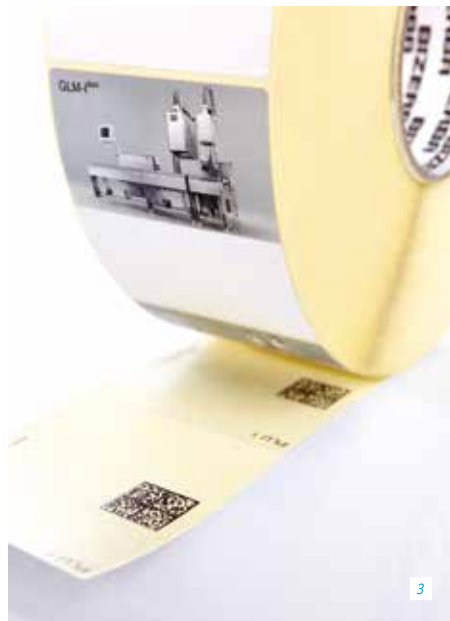
С появлением инновационной технологии в сфере маркировки продуктов досадные ошибки могут быть сведены к минимуму. Теперь негерметичность упаковок, а также налипшие загрязнения своевременно распознаются интеллектуальной системой, благодаря чему исключается возможность отправки дефектных упаковок на реализацию. В итоге там, где решающим требованием к продукту является идеальное качество, к конечному потребителю попадают только упаковки, прошедшие строгий контроль.

Во всех сферах пищевой промышленности стремятся к тому, чтобы производить максимальный объем продукции за минимальные сроки, оптимизируя производственную цепочку. Особенно важным это является для продуктов, которые должны отправляться на реализацию в день их изготовления. Основой для любого решения подобных задач является более высокая производительность соответствующего оборудования. Однако не последнюю роль в соотношении объема и времени играют такие факторы, как степень вероятности ошибок при упаковке и этикетировании продуктов, а также точность проверки готовых продуктов – упакованных и маркированных. Этикетировочный автомат Bizerba GLM-Ievo со скоростью печати этикеток 300 мм/с задает совершенно новый уровень производительности: даже при длинных этикетках скорость маркировки продуктов составляет до 200 упаковок в минуту.

Тотальный контроль

Производителям продуктов питания до сих пор приходится расплачиваться за каждую неверно нанесенную этикетку или ненадлежащую упаковку: такой товар не может быть реализован ритейлом, поэтому он возвращается производителю. В результате мы имеем просроченный товар (особенно если это скоропортящийся продукт), денежные потери и негативный имидж у заказчиков.

Еще одним критерием, мешающим успешно продавать произведенный продукт, является наличие мелких дефектов на упаковке. И хотя эти дефекты незначительны и не оказывают никакого влияния на качество продукта, придирчивый покупатель отбраковывает



вайт его за неэстетичность, поэтому такой товар залеживается на прилавках супермаркетов. Реальной помощью в предотвращении таких ситуаций являются системы контроля со встроенными камерами. Компания Bizerba, в течение многих лет являющаяся экспертом в производстве инспекционных систем с различными характеристиками, предлагает свою новую разработку Bizerba Vision System, точно распознающую и сразу отбраковывающую неправильно маркированный или слегка поврежденный продукт. Посредством автоматического сканера система проверяет, правильный ли текст содержится на этикетке, корректно ли выставлен минимальный срок хранения, а затем распознает негерметичные места или загрязнения в упаковке. Это прорыв в вопросе гарантии качества! Bizerba Vision System не допустит, чтобы на реализацию были отправлены упаковки, на которые нанесены этикетки, имеющие хотя бы минимальное отличие от других этикеток для этого же продукта (например, в перечне ингредиентов). В некоторых случаях такая, на первый взгляд, мелочь, как неполное указание ингредиентов на этикетке, может привести к неприятным последствиям у покупателей, к примеру, страдающих пищевой аллергией. Это может надолго испортить имидж как самого продукта, так и его производителя.

Благодаря встроенным камерам Bizerba Vision System определяет и другие ошибки. Например, когда работник



1. Этикетировочный автомат Bizerba GLM-Ievo со скоростью печати этикеток 300 мм/с

2. Встроенная система контроля Bizerba Vision System (BVSevo) проверяет качество этикетки.

3-4. Функция Plug-In-Label настраивает этикетировщик с этикетками и минимизирует случаи ошибочного этикетирования.

цеха случайно положил на транспортер не тот продукт, или если продукт, указанный на этикетке, не соответствует содержанию упаковки.

Инновации, гарантирующие надежность

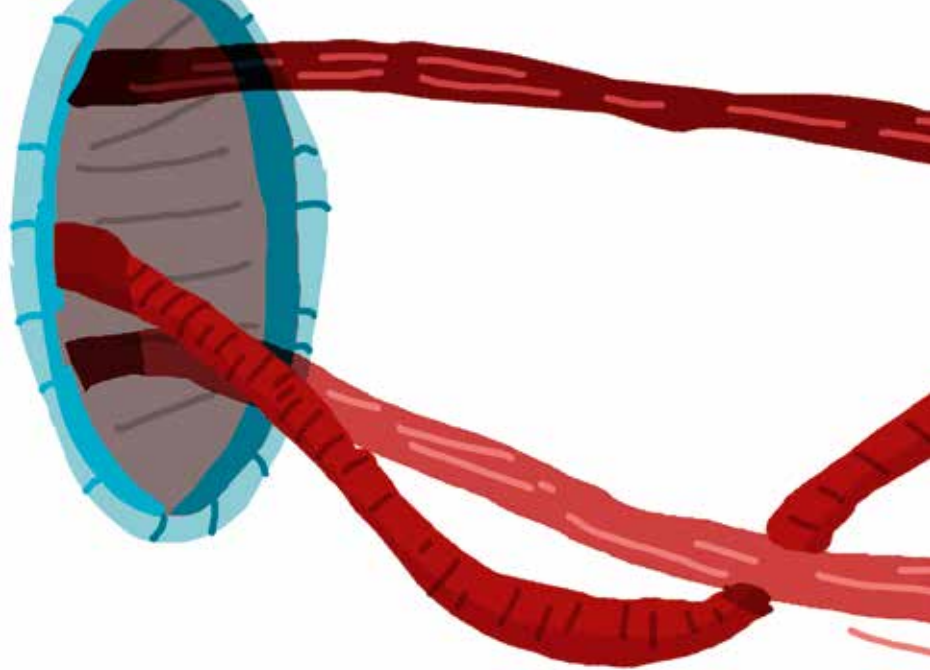
Инновационная функция встроенной этикетки Plug-In-Label, предусмотренная в GLM-Ievo, – настоящая техническая революция в области этикетирования. Она экономит время, минимизирует случаи ошибочного этикетирования, а также автоматически изменяет настройки машины при смене продукта. Посредством штрих-кода (2D-Barcode) этикетировщик автоматически настраивается на определенный

артикул, подгоняя под него нужную высоту и скорость нанесения этикеток. Таким образом этикетировщик и этикетки синхронизируются. Информация об артикуле, типе этикетки и параметрах автомата также считываются через 2D-Barcode, затем конфигурация устройства автоматически перенастраивается под полученные данные. При возникновении каких-либо несоответствий артикула и этикетки появляется сообщение об ошибке в маркировке продукта, и такие упаковки автоматически отсортировываются. Встроенные камеры совместно с другими параметрами автомата обеспечивают правильную идентификацию артикула. Теперь, чтобы начать этикетировать другой продукт, больше не требуется длительной и трудоемкой ручной перенастройки параметров устройства, что делает процедуру смены артикулов уникально быстрой и простой.

Кроме того, функция Plug-In-Label располагает многими дополнительными возможностями, которые на пищевых предприятиях пока еще не приобрели массовую популярность, но являются важной инвестицией в будущее. Модульная конструкция делает возможным дооснащение этикетировочного автомата необходимыми опциями по мере оптимизации и дальнейшего развития производственных процессов. Как известно, чем более эффективна производственная линия, тем дольше она обеспечивает максимальную производительность и тем меньше затрат уходит на сервис. GLM-Ievo имеет для этого все предпосылки, поскольку работает в автоматическом режиме без дополнительных действий оператора. Инвестиции в такое оборудование оправдывают себя благодаря высокой производительности, экономии на ручном труде и недопущению дорогостоящих ошибок.

Будучи поставщиком комплексных решений для мясной промышленности, компания «Шаллер» на протяжении 25 лет консультирует и оказывает всестороннюю поддержку заказчикам в вопросах приобретения, применения и обслуживания техники Bizerba. Наглядным примером этого успешного сотрудничества являются два крупнейших российских мясоперерабатывающих предприятия, которые доверили оснащение своих производств по европейским стандартам экспертам в этом деле – компаниям Schaller и Bizerba, – и ничуть не пожалели об этом! **Р**

Компания: **ООО «Расва»**
192236, Санкт-Петербург,
ул. Белы Куна, д. 32, литера А, пом. 18Н
www.rasva.ru



Инвестиции в качество взамен сомнительной экономии

Почти два года назад правительством России была поставлена задача к 2020 г. повысить удельный вес российского мяса и мясопродуктов в общих ресурсах продовольственных товаров до 87,7%.

Данная задача отражена в соответствующем постановлении №717 от 14.07.2012 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы».

В ходе ее реализации на развитие животноводческих хозяйств выделяются большие средства. Активно увеличивается поголовье скота, особенно свиней, также растет забой.

Побочным продуктом убоя скота является кишечное сырье, которое может быть переработано в натуральную колбасную оболочку. Ее преимущества в сравнении с искусственной очевидны: это полная идентичность мясному белку, влаго- и дымопроницаемость, термостойкость.



Реализуя инновационные инженерные решения в своих производственных линиях, компания SSD стала ведущим игроком на мировом рынке оборудования для натуральной колбасной оболочки.

Но на сегодняшний день ситуация такова, что многие владельцы боен не уделяют должного внимания кишечному сырью, а предпочитают дорогостоящую утилизацию, требующую немалых затрат, – тогда как производство натуральной оболочки, напротив, может являться дополнительным источником дохода.

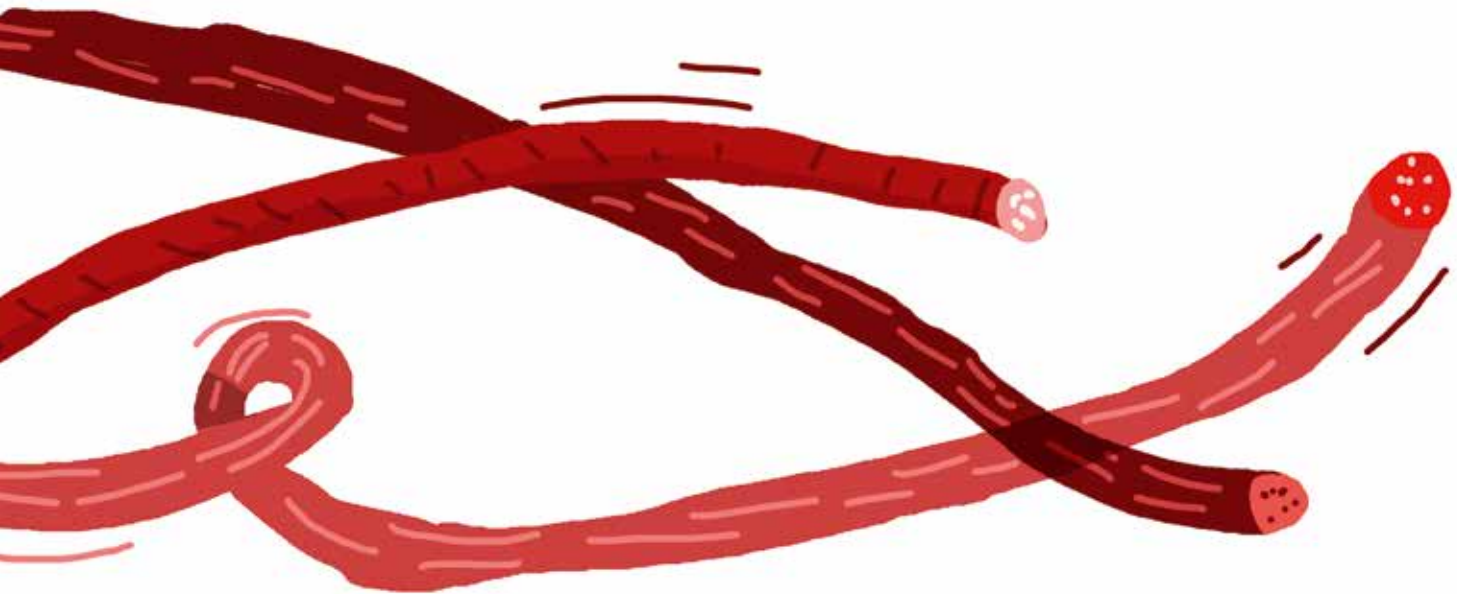
Рынок забоя скота в России можно условно разделить на три сектора:

- бойни с забоем до 400 голов/смена,
- бойни с забоем от 400 до 1 тыс. голов/смена,
- бойни с забоем от 1 тыс. голов/смена.

Для любого производителя компания Stainless Steel Designs Ltd с центральным офисом в Великобритании предлагает качественное оборудование для обработки кишечного сырья. В ассортименте компании есть как полуавтоматические, совсем небольших размеров станки для маленьких помещений (такие как SSD 400/2, SSD 400/3), так и полностью автоматические линии, на которых происходит самостоятельная очистка черев.

При получении натуральной оболочки требуется определенный расход воды, в среднем от трех до пяти кубометров в час. По желанию заказчика линия по очистке черев может быть укомплектована системой рециркуляции горячей и холодной воды, что позволяет сократить до 70% затрат на воду. Безусловно, это является отличной экономией.

Современный рынок предлагает множество станков от ряда производителей в различной ценовой категории, поэтому покупателю бывает сложно определиться с выбором. Инженеры



Линия SSD по обработке свиной черевы



SSD 400/4B для очистки черевы КРС

SSD создали отличную машину из лучших материалов, не экономя на качестве. Корпуса линий и каркас выполнены из нержавеющей стали марки AISI304. Конструкции приводов и передаточных механизмов разработаны таким образом, чтобы обеспечить снижение шума и достичь полной безопасности в эксплуатации.

Линии SSD просты в управлении и при должном уходе прослужат долгие годы. Станки собираются в Англии из материалов, произведенных там же или в странах Евросоюза. Продукция SSD не является самой дешевой в своем сегменте, но стоит ли экономить на качестве и тратить время и деньги на постоянный ремонт более дешевого оборудования? Приобретая линию SSD, владелец бойни инвестирует в будущее, и его вложения довольно быстро окупятся, ведь натуральная оболочка, очищенная этими машинами, отличается высочайшим качеством.

Stainless Steel Designs Ltd была основана в результате объединения предприятий Holdijk and Naamberg UK Ltd и Ernest A Bitterling Ltd. Реализуя инновационные инженерные решения в своих производственных линиях, компания SSD стала ведущим игроком на мировом рынке оборудования для выпуска натуральной колбасной оболочки. Сегодня SSD также является продолжателем лучших традиций «Биттерлинга», чья продукция рекомендована ТУ 9218-884-00419779-06 ВНИИ мясной промышленности им. В. М. Горбатова.

Эксклюзивным дистрибьютором Stainless Steel Designs Ltd на территории России и Казахстана является компания «Расва». **Р**



1



2



3



4

1. Загрузка на очистку

2. Черевы на транспортере

3. Калиброванная черева

4. Засоленная натуральная оболочка

Аренда спецодежды как инструмент оптимизации затрат



От того, как организован процесс переработки – от технических аспектов до подготовки персонала, – будет зависеть и качество получаемого на выходе продукта. Особое значение здесь приобретают вопросы соблюдения санитарно-гигиенических норм.

Человек (рабочие, персонал, посетители), как известно, является переносчиком большого количества микроорганизмов. Современные мясоперерабатывающие предприятия стараются минимизировать контакт персонала с продуктом.

Большое внимание уделяется санитарно-гигиеническим нормам, но нельзя обойти стороной и безопасность труда: так, любой производственный цех несет в себе риск взаимного заражения – как персонала, так и продукта через контакт с человеком. Немалую роль в решении данной проблемы играет качество и состояние санитарной одежды, частота ее замены и качество стирки.

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

му западные страны уже более 50 лет пользуются услугой аренды спецодежды для персонала. В настоящее время от 75% до 90% производителей пищевой продукции оценили ее преимущества.

«Аренда спецодежды подразумевает, что она находится на балансе организации, предоставляющей услугу. Эта же компания берет на себя всю ответственность за обслуживание одежды ваших сотрудников: стирку, дозакупку, ремонт, доставку/сбор и утилизацию старых комплектов, – поясняет **Николай Кокорев, генеральный директор компании «Рентекс»**. – Цикл работы представляет собой: организацию сбора и выдачи спецодежды, включая сменные комплекты; вывоз использованной одежды; обслуживание, контроль качества и ремонт; доставку чистых комплектов на предприятие. Благодаря этому достигается существенная оптимизация затрат. Все комплекты шьются для каждого сотрудника индивидуально».

«На одном предприятии могут быть три зоны риска, в каждой из которых предъявляются свои требования к форме и качеству одежды, частоте ее замены, – рассказывает **Ольга Машкова, директор по маркетингу и PR компании Blesk InCare**,

специализирующейся в области сервиса и аренды спецодежды. – Так, например, в зоне, где с гигиенической точки зрения невысокий уровень риска (при обращении с трудно портящимися продуктами и добавками, защищенными упаковкой или подвергающимися дальнейшей обработке), от спецодежды требуются невысокие защитные функции, ее смена может происходить не реже раза в неделю. В то время как в зоне, где сотрудники контактируют с неупакованными скоропортящимися продуктами, требования к защитным свойствам спецодежды становятся очень высокими, а замена ее происходит не реже двух раз за смену. Она должна не просто стираться, а проходить дезинфекцию».

Соблюдение этих требований своими силами затрудняет работу предприятия, переключая внимание на непрофильные направления, подчеркивает эксперт.

Можно выделить следующие основные преимущества аренды спецодежды:

- кредитная система расчетов;
- заказ и получение спецодежды прямо в офис;
- отсутствие затрат на закупку, пошив, доставку, складирование спецодежды;
- сокращение затрат на содержание собственной прачечной;
- неизменная стоимость услуг, благодаря чему расходы легко спрогнозировать и заложить в бюджет заранее;
- высокий уровень качества стирки и дезинфекции санитарной одежды;
- упрощенный документооборот;
- высвобождение площадей под целевое использование;
- улучшение и поддержание имиджа компании;
- соблюдение требований законодательства в сфере охраны труда и техники безопасности;
- получение качественной и удобной спецодежды для каждого сотрудника;
- возможность вернуть неиспользуемую спецодежду и быстро получить дополнительное ее количество.

Вся одежда должна быть сертифицирована в соответствии с требованиями законодательства РФ, изготавливаться из профессиональных качественных тканей и материалов, выдерживать многократные стирки, не теряя своих свойств и внешнего вида. Выбирая поставщика данной услуги, стоит обратить внимание на опыт работы на рынке, наличие профессионального оборудования и, побывав на производстве, соотнести его возможности с теми требованиями, которые ваше предприятие предъявляет к аренде и обслуживанию спецодежды. ■

19-я международная выставка упаковочной индустрии



RosUpack

RUSSIA

17–20 июня 2014

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

www.rosupack.com



Реклама

**Упаковочные решения
для вашего бизнеса!**
www.rosupack.com

Организатор:



В составе группы компаний ITE

Тел.: +7 (495) 935 81 00

E-mail: rosupack@ite-expo.ru

Генеральный
медиа-партнер:





Компания: **ГК «Биостар»,
департамент
«Барьерные пленки»**
тел.: +7 (812) 600-44-70
www.biostar.ru

Первым делом – упаковка!

Барьерные пленки и упаковочные решения от ГК «Биостар»

Оптимальное определение понятия «упаковка» звучит так: упаковка – это скоординированная система подготовки товаров для транспортировки, распределения, хранения, сбыта и потребления. Это комплексная, динамическая, научная, художественная и коммерческая функция, основное назначение которой заключается в том, чтобы вмещать, защищать, сохранять и продавать.

Еще несколько десятилетий назад продавцы за прилавком помогали выбирать товары и объясняли покупателям, как ими пользоваться. Теперь магазины с тысячами продуктов заполнены людьми, которые ничего или мало знают о продукте и его использовании. Потребитель оказался лицом к лицу с упаковкой, и решающую роль стали играть маркетинг и информация, то есть упаковка должна продавать продукты и информировать покупателя.

Компаниями по всему миру производится и используется огромное количество различных типов, видов и конструкций упаковки.

Среди различных упаковочных решений выделяется изобретение конца XX века, совершившее переворот в пищевой промышленности. В основе изобретения – многослойная высокобарьерная полимерная структура пленки, понижающая проницаемость по кислороду, пару и прочим газам. Это позволяет сохранить вакуумную или модифицированную газовую среду в упаковке и продлить срок хранения продукта.

Широкое применение такая упаковка получила и среди клиентов ГК «Биостар» – мясокомбинатов, маслосырзаводов, рыбных производств. На протяжении 15 лет наша компания предлагает широ-



Дизайнеры и технологи «Биостар» разработали печатные новинки, реализованные на пленке Bestlon.

кий выбор высокобарьерных материалов лучших иностранных поставщиков. В нашем ассортименте представлены пленки для всех типов упаковочного оборудования: термоформеров, горизонтальных и вертикальных флоу-пак машин, запайщик лотков (трейсилеров).

С каждым годом растет объем продаж высокобарьерной покровной пленки Bestlon среди клиентов ГК «Биостар» благодаря ее универсальности. Во-первых, структура и сварные свойства этого материала позволяют использовать его как верхнюю пленку на термоформуемом оборудовании и в качестве пленки для горизонтальных и вертикальных флоу-пак машин. Во-вторых, богатый выбор опций для данного материала позволяет клиентам дополнить его необходимыми свойствами, такими как эффект антизапотевания (AF), легкого вскрытия (Peel), повторного перезакрывания (Reclosable), межслойная флексографическая и ротогравюрная печать.

Значительное распространение во всем мире и в России приобрела высоко-

барьерная пленка с межслойной печатью. Дизайн и графика упаковки внешне стали чем-то большим, чем просто милая картинка. Появилась абсолютно новая профессия – упаковочный дизайн. Следует отметить, что без собственной дизайн-студии и комплексного подхода в работе с заказчиком создать интересный для клиента и конечного покупателя дизайн достаточно сложно. Поэтому уже более 15 лет в ГК «Биостар» создана собственная дизайн-студия.

Студия помогает заказчикам воплощать и развивать их интересные идеи, и творчество может быть совместным. Современное оборудование позволяет использовать лучшие программы и быстро получать в предпечатной подготовке качественный результат.

В последние годы в условиях усиливающейся конкуренции российские компании-производители мясных продуктов, сыра активно меняют упаковку, используя новые решения. Дизайнеры и технологи «Биостар» разработали множество печатных новинок, реализованных на пленке Bestlon, среди которых: двухсторонняя зеркальная печать, частичная или сплошная матовая поверхность дизайна, эффект «перевертыша» – использование верхней пленки в качестве подложки для выкладки продукта.

Стоит отметить, что даже нанесение межслойной печати типа «бегущий логотип» или «полоска» на верхнюю пленку в стандартной упаковке сосисок придает ей яркий цвет и привлекательную форму, выражает лицо бренда и выполняет требования многих сетевых гипермаркетов поставлять маркированную упаковку.

Поэтому в 2014 году ГК «Биостар» предлагает своим клиентам межслойную печать данного типа дизайна на специальных условиях – как по срокам выполнения заказа, так и по ценовому предложению.

Важно не только оформить тот или иной продукт красивой крышкой-заклейкой – верхней пленкой, но и придать новые черты, дополнительную ценность, поскольку форма упаковки, качество ее исполнения и прозрачность имеют очень большое маркетинговое значение.

Поэтому в дополнение к материалу Bestlon специалисты «Биостар» предлагают нижние термоформуемые пленки: как мягкие – Polyflex, так и жесткие пленки Parkline из ПВХ/ПЭ и АПЕТ/ПЭ.

Сотрудники компании помогут найти много интересных и вдохновляющих решений для вашего продукта. Работать с ГК «Биостар» легко, удобно, а самое главное – выгодно! **Р**

ЧЕТЫРЕ БАРЬЕРНЫЕ ПЛЕНКИ от **BIOSTAR**

BESTLON

POLYFLEX

PVC/PE PARKLINE

BESTLON PP



Россия, Санкт-Петербург, 196084, Ломаная ул., 11, тел.: +7 (812) 600-44-70, 600-44-71

Москва
+7 (495) 781-84-71
+7 (495) 258-27-18

Волгоград
+7 (8442) 56-01-31
+7 (8442) 56-01-32

Нижний Новгород
+7 (831) 241-31-38
+7 (831) 241-53-29
+7 (831) 241-66-98

Екатеринбург
+7 (343) 214-80-81
+7 (343) 263-74-59
+7 (343) 378-91-55

Новосибирск
+7 (383) 362-12-01
+7 (383) 262-12-02

Калининград
+7 (911) 864-97-73

www.biostar.ru



Компания: **ЗАО «Силд Эйр»**
Москва, ул. Смольная, 24 Д, 8 эт.
тел.: +7 (495) 795-01-01,
факс: +7 (495) 795-01-00
e-mail: cryovac.cismkt@sealedair.com
www.sealedair-emea.com

Автор: **Татьяна Доброхотова,**
руководитель отдела
маркетинговых коммуникаций
в СНГ и странах Балтии

Sealed Air: 20 лет лидерства



Защитная пленка Cryovac BDF® для продуктов, готовых к продаже, производится уже три миллиона часов и сохранила свежими и безопасными для употребления четыре миллиарда тонн продуктов!

Развивать отрасль промышленности первыми в мире – уже само по себе крупное достижение. Но поддерживать статус бестселлера благодаря постоянным инновациям в течение двух с лишним десятилетий – это нечто большее!

Cryovac BDF® стала первой барьерной пленкой в пищевой промышленности в 1991 году. С тех пор заказчики из 28 стран использовали два миллиарда квадратных метров этой уникальной пленки для того, чтобы защитить и сохранить четыре миллиарда тонн све-

жих продуктов питания: охлажденное красное мясо, рыбу, птицу, копченое и переработанное мясо, сыры, пиццу и полуфабрикаты для быстрого приготовления. За нашими плечами – огромный опыт производства пищевой пленки для готовых к продаже продуктов.

Инновации, ставшие традицией

Компания Sealed Air закрепила за своей линейкой продукции Cryovac BDF® ключевое положение на европейском рынке и постоянно расширяет ее ассортимент. С этим была связана разработка многочисленных способов применения основного материала для удовлетворения конкретных требований заказчиков к безопасности продуктов питания, производительности, продвижению бренда и увеличению срока хранения. В числе примеров из сегодняшнего портфолио – пленка BDF® Soft с низкой усадкой, дающая экономию затрат благодаря использованию более легких и дешевых лотков и позволяющая снизить экологический налог и затраты на утилизацию, и продукт Cryovac BDF® с системой Easy Opening («легкое открывание»), которая сочетает максимальное удобство использования с герметичностью упаковки. Эта традиция инноваций, насчитывающая более двух десятилетий, создала популярнейшую упаковочную систему, которая признана заказчиками самой гибкой из технологий упаковки и доказала свои барьерные свойства в отношении кислорода и запахов

применительно ко всем продуктам – от полуфабрикатов быстрого приготовления до неразделанных тушек птиц.

Явные преимущества

Благодаря серьезным наработкам нами достигнут целый спектр эксклюзивных преимуществ продукта, ориентированных на потребности производителей, розничных торговцев, общественного питания, потребителей – и всей планеты. Решения Cryovac BDF® отвечают высочайшим требованиям к безопасности продуктов питания, поскольку обеспечивают герметичность, длительный срок хранения и высокую стойкость к механическим повреждениям. Это означает, что сами продукты питания и витрины, на которых они выставлены для продажи, абсолютно гигиеничны. Формула эксплуатационной эффективности включает в себя многие составляющие: от высокой производственной мощности машин, не требующей инвестиций в пресс-формы, до минимизиро-



Пленка BDF® Soft с низкой усадкой дает экономию затрат благодаря использованию более легких и дешевых лотков и позволяет снизить экологический налог и затраты на утилизацию.

ванных затрат на утилизацию. Широко зарекомендовавшие себя барьерные свойства, объединяющие надежную герметичность и пастеризацию, делают возможным сохранение пищевых продуктов буквально на всем пути «от фермы до стола». Еще один ключевой ингредиент успеха Cryovac BDF® – то, что мы давно отслеживаем тенденции быстро развивающегося европейского рынка продуктов питания и на шаг опережаем его. В длинном списке преимуществ нашей упаковки – непревзойденная устойчивость к запотеванию, высокотехнологичные способы печати, пригодность для микроволновой печи и способность изменить решение с минимальными затратами – большой плюс в условиях, когда срок службы упаковки быстро сокращается. На всех фронтах компания Sealed Air отлично вооружена для того, чтобы сохранить лидерство семейства продуктов Cryovac BDF® в следующих поколениях, преобразуя потребности в преимущества путем непрерывных и значительных инноваций. **Р**

НА ШАГ ВПЕРЕДИ !

большой выбор оборудования для:

упаковки в лотки (взвешивание, маркировка)

запайки в контейнеры (автомат, п/автомат, ГМС)

динамического контроля (чеквейер, металлодетектор)

вакуумной упаковки (промышленное, экономкласса, ГМС)



КАСцентр
Москва
офис, демозал, склад
Тел.: +7 (499) 271 66 27

www.cas.ru, www.caspack.ru
приглашаем на Росупак-2014

CAS

Компания: **ГНУ ВНИИ пищевых ароматизаторов, кислот и красителей Россельхозакадемии**

Авторы: **Татьяна Никифорова**, д-р техн. наук, директор

Татьяна Губасова, канд. хим. наук, ученый секретарь

Пищевые добавки: направления инновационного развития

Реализация задач, поставленных Госпрограммой развития и регулирования рынка сельхозпродукции на период до 2020 года по увеличению объемов производства и конкурентоспособности отечественных продуктов питания, во многом зависит от состояния индустрии пищевых добавок, поскольку в создании каждого изделия изначально запрограммировано их обоснованное применение.

В России производство пищевых добавок и ароматизаторов никогда не было выделено в самостоятельную отрасль экономики, что оказывало и продолжает оказывать негативное действие на его состояние и развитие.

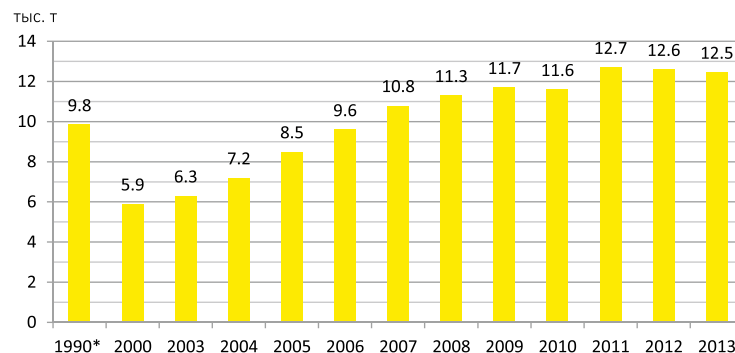
В период плановой экономики в стране выпускали все пищевые кислоты. В ограниченной номенклатуре – пищевые красители (свекольный, из бузины, β-каротин, энораситель, индигокармин, тартразин) и ароматизаторы, а также ванилин (пять предприятий). Осуществлялся промышленный выпуск ряда консервантов (пропионовая кислота, нитрит натрия, уксусная кислота и ее соли), антиокислителей (аскорбиновая и изоаскорбиновая кислоты, токоферолы), гидроколлоидов (агар, желатин, модифицированные крахмалы), эмульгаторов (пищевые фосфатиды, моно- и диглицериды пищевых жирных кислот) и усилителей вкуса (лейцин, глутаминовая кислота).

В рыночных условиях изменились и номенклатура, и объемы выпускаемых индивидуальных пищевых добавок.

В стране было прекращено производство винной, яблочной, фумаровой и янтарной кислот, не выпускаются индивидуальные пищевые красители (кроме карамельного колера), усилители вкуса и антиокислители.

Рисунок 1. Объемы производства пищевых добавок в России, тыс. т

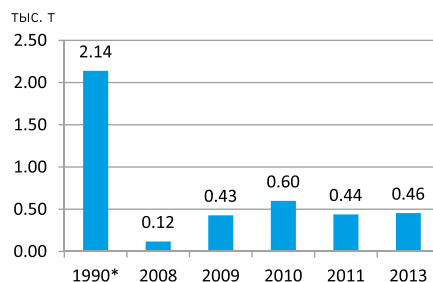
Лимонная кислота



* 5 предприятий

Источник: ООО «Цитробел»

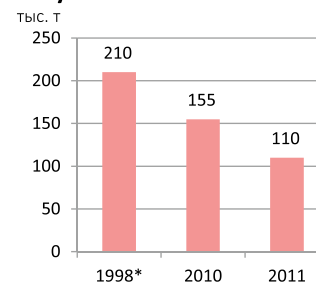
Молочная кислота



* 1 предприятие

Источник: ОАО «СКИМК»

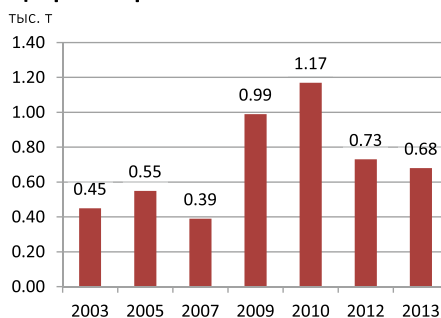
Уксусная кислота



* 40 предприятий

Источник: ГНУ ВНИИПБТ

Цитрат натрия



Источник: ООО «Цитробел»

Сорбит – 0,2
 Карамельный колер – от 0,05–0,1
 Крахмалы модифицированные – 15,0–20,0
 Пищевые фосфатиды/лецитины – 3,7
 Пищевые ПАВ (Е471, Е472с, Е475) – 1,63
 Дигидрокверцетин – 0,017–0,018
 Желатин – 0,1

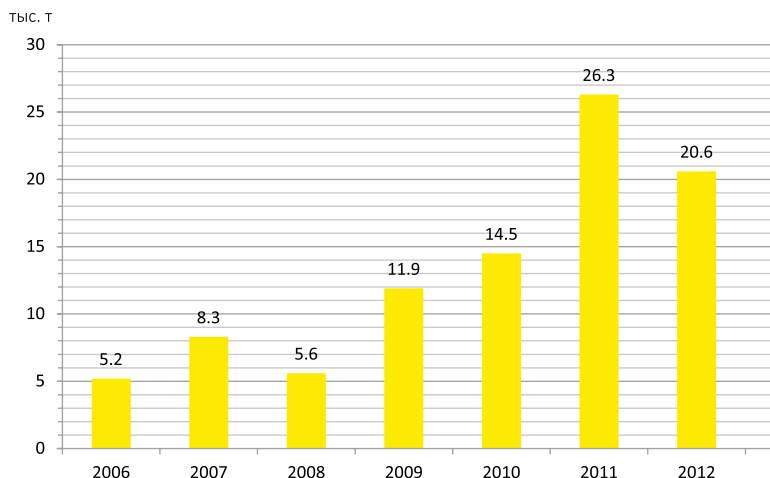
Ароматизаторы ~ 3,0
 Пищевые красители (смесевые) ~ 2,0

Получение достоверных данных по состоянию производства пищевых добавок в постперестроичный период весьма затруднено, но по отдельным позициям объемы продукции представлены на рисунке 1. Положительные тенденции в объемах производства прослеживаются в выпуске пищевой лимонной кислоты. Если на момент перестройки в РФ функционировало пять предприятий (из них четыре работало по устаревшей технологии), которые выпускали суммарно 9,8 тыс. т продукции, то в настоящее время одно предприятие, работающее по прогрессивной технологии, выпускает более 12 тыс. т лимонной кислоты. На этом предприятии также организован выпуск цитрата натрия. В рыночных условиях значительно увеличились объемы производства ароматизаторов, достигнув 3 тыс. т в год. Нарастают мощности по выпуску лецитина – пищевой добавки Е322. За последние пять лет запущены линии по его производству на четырех предприятиях. В 2013 году выработано пищевых фосфатидов/лецитинов почти 3,7 тыс. т, из которых 43% приходится на ЗАО «Содружество Соя». Объемы производства молочной кислоты за годы перестройки снизились в 4,6 раза, в два раза уменьшились объемы производства уксусной кислоты и модифицированных крахмалов. Не в полной мере используются мощности по выпуску пищевого глицерина: его производство снизилось с 1 153 т в 2007 году до 134 т в 2009-м. Из индивидуальных красителей в настоящее время выпускают только карамельный колер (не более 100 т/год). В основном получило развитие производство пищевых смесевых красителей из импортного сырья. Объем их выпуска составляет порядка двух тысяч тонн в год. В стране имеются производства пищевых фосфатов, натрия гидрокарбоната и пиросульфита натрия. На текущий момент российские производители не могут составить конкуренцию иностранным фирмам по объемам производства практически всех классов пищевых добавок. Доля российских предприятий на отечественном рынке, по оценкам экспертов («РосБизнесКонсалтинг», РБК), не превышает 15–20%.

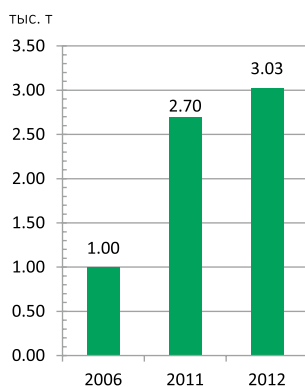
Динамику объемов импорта индивидуальных пищевых добавок иллюстрируют рисунки 2–9. Из пищевых кислот наибольший объем импортных поставок приходится на лимонную кислоту; за шесть лет в три раза увеличились

Рисунок 2. Объемы импорта пищевых кислот, тыс. т

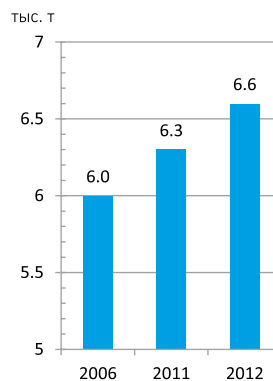
Лимонная кислота



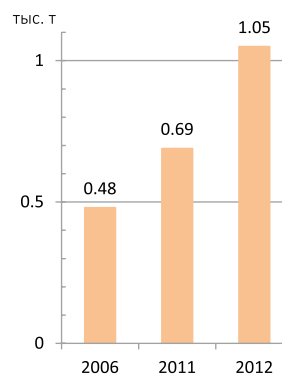
Винная кислота



Молочная кислота



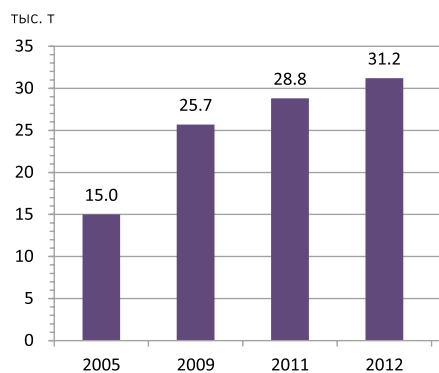
Глюконовая кислота и ее соли



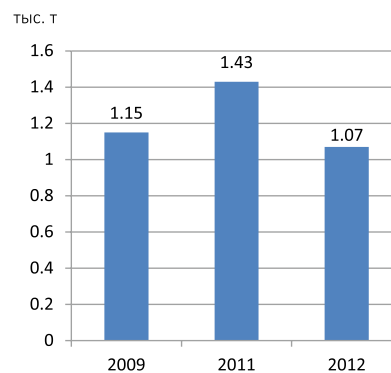
Источник: ФТС РФ

Рисунок 3. Объемы импорта сахарозаменителей, тыс. т

Сорбит



Маннит



Источник: ФТС РФ

Рисунок 4. Объемы импорта консервантов, тыс. т



Источник: ФТС РФ

поставки винной кислоты и во столько же раз – глюконовой и уксусной; растут объемы поставок молочной кислоты. Рост импорта в последние годы отмечен практически по всем классам пищевых добавок, за исключением объемов закупок загустителей и гелеобразователей, а также этилванилина.

Структуру импорта 2012 года по типу продукции в стоимостном выражении отражает таблица 1. Лидером по поставкам ингредиентов является Китай, на долю которого приходится 29% от всего объема импорта. В стоимостном выражении объем импортных поставок ингредиентов в 2012 году по сравнению с 2011-м вырос на 10,6% (2011 г. – 381,21 млн \$).

По данным РБК. Research, в 2012 году из России экспортировали 1 116,5 т ингредиентов. Основное направление экспорта – страны СНГ. Структура экспорта пищевых ингредиентов по типу продукции в стоимостных показателях представлена в таблице 2.

Отличительными особенностями отечественного рынка пищевых добавок являются:

- Его стабильно высокие темпы роста. Так, по данным аналитиков РБК. Research, они находятся на уровне 8–10% в год, в то время как мировой рынок показывает темпы роста на уровне 5%.
- Достаточно широкий ассортимент, который постоянно обновляется по мере появления на мировом рынке новых видов добавок. Примером служат ингредиенты, полученные с применением технологии мицеллирования на наноуровне – солюбилизаторы под торговой маркой NavaSOE.
- Интенсивное продвижение российскими фирмами зарубежных разработок

Таблица 1. Структура импорта пищевых добавок в 2012 году, в стоимостных показателях

Наименование ингредиента	Цена, тыс. \$
Глутамат натрия	125 298,64
Пищевые ароматизаторы	121 721,87
Загустители	55 064,04
Антиокислители	38 062,10
Эмульгаторы	28 317,71
Пищевые красители	19 860,29
Консерванты	8 770,78
Подсластители	6 350,02
Стабилизаторы	926,69
Иные	17 208,16
ВСЕГО	421 575,63

Источник: ФТС, РБК. Research

и слабое взаимодействие с научными государственными в части реализации отечественных достижений.

- Неравномерное и одностороннее развитие индустрии пищевых ингредиентов, а именно уклон в сторону разработок и выпуска комплексных пищевых добавок на импортном сырье.
- Доминирование импортных ингредиентов и сырья.
- Постепенный переход предприятий от торгово-закупочной деятельности импортными ингредиентами к созданию собственных производств или сочетание этих двух видов деятельности.
- Усиление конкуренции за счет выхода на российский рынок новых зарубежных фирм.

Сдерживающими факторами в развитии отечественного производства пищевых добавок и ароматизаторов являются:

Таблица 2. Структура экспорта пищевых ингредиентов из России по типу продукции в 2012 году, в стоимостных показателях

Наименование ингредиента	Цена, тыс. \$
Ароматизаторы	5 065 203,97
Красители	541 985,6
Загустители	360 589,3
Эмульгаторы	309 287,9
Антиокислители	223 027,5
Глутамат натрия	173 593,3
Консерванты	56 824,2
Стабилизаторы	87,1
Подсластители	54,3
Другое	528 576,4
ВСЕГО	7 258 747

Источник: РБК. Research

- отсутствие государственной поддержки развивающейся отрасли;
- недостаток инвестиций;
- дефицит отечественного сырья, особенно продуктов химического синтеза;
- отсутствие отечественного современного оборудования.
- стремление потенциальных инвесторов к быстрой окупаемости проектов и, как следствие, невостребованность отечественных наукоемких оригинальных технологий;
- организационные сложности в продвижении новых ингредиентов и добавок.

Существенным стимулом роста российского рынка ингредиентов являются результаты работы пищевой промышленности, увеличение объемов производства отечественных продуктов питания и напитков. Но несмотря на положительные тенденции, доля импортной продукции критически

высока, поэтому поставлена задача инновационного развития пищевой индустрии, в результате которого следует ожидать не только снижения зависимости от импортных поставок продовольствия, но и появления на отечественном рынке нового поколения продуктов, являющихся конкурентоспособными в ракурсе соотношения качества и цены. Пищевые ингредиенты объективно можно рассматривать как локомотив в решении инновационных задач.

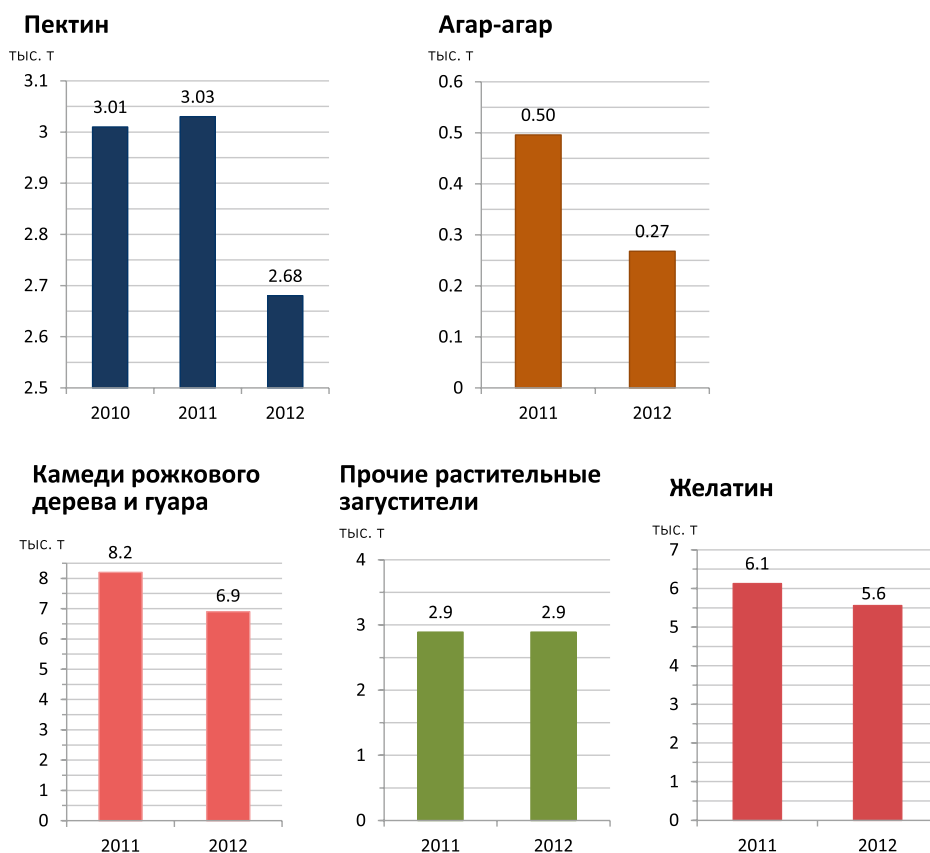
Что такое инновация? Существует ряд определений этого понятия. Большой коммерческий словарь дает такое: «Инновация – комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества), необходимого для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием общества, а также сопряженные с этим новшеством изменения».

Энциклопедия «Глобальная экономика» так обозначает термин инновация: новая техника, технология, являющаяся результатом достижений научно-технического прогресса.

По существу термин «инновация» отражает деятельность по поиску и получению новых результатов, способов и средств. Эту деятельность можно выделить определенными критериальными характеристиками. Для пищевых ингредиентов, добавок и ароматизаторов критериями, позволяющими отнести их к инновационным, являются:

- новый или модернизированный способ получения, позволяющий улучшить технико-экономические показатели производства;
- качественно новые потребительские и/или функциональные характеристики, повышающие конкурентоспособность конечной пищевой продукции;
- новый способ применения, позволяющий расширить область использования;
- впервые внедренные результаты научно-исследовательских работ, позволившие улучшить потребительские свойства продукта по сравнению с имеющимися аналогами;
- использование при производстве пищевой продукции результатов интеллектуальной деятельности, защищенных патентами или полученными товарными знаками;
- использование нового оборудования, ранее не применяемого в производстве.

Рисунок 5. Объемы импорта загустителей и гелеобразователей, тыс. т



Источник: ФТС РФ

Стратегия инновационного развития отрасли пищевых ингредиентов должна базироваться на объединении в единую систему таких составляющих, как научное и финансовое обеспечение, наличие обоснованной законодательной базы, заинтересованность бизнеса в переходе к новым высокотехнологичным решениям, и учитывать достаточно широкий круг требований, предъявляемых к добавкам для создания пищевых продуктов соответствующего назначения: для массового потребления, функциональных, органических, обогащенных, специализированных и т. д. При этом направления развития отечественной базы ингредиентов должны быть созвучны формирующимся мировым тенденциям в пищевой индустрии, к которым на текущий момент относятся: увеличение спроса на полезные и натуральные ингредиенты, возможность с их использованием получать продукты с низкой калорийностью, повышенной функциональностью, органические и обогащенные ценными компонентами.

Для инновационного развития производства пищевых добавок в ближайшей перспективе наиболее целесообразно использовать биотехнологические методы их получения. Для этого вывода есть ряд обоснованных причин: добавки, полученные микробным синтезом, относятся к категории натуральных; в стране имеется отечественное сырье для микробного синтеза (различные крахмалы, зерно, отходы сахарного производства); существуют государственные коллекции микроорганизмов-продуцентов ряда пищевых добавок, а также отраслевые институты, имеющие опыт, кадры и научные школы по направлению биотехнологии. Кроме того, биотехнологические производства более экологичны, чем химические. Необходимо принять во внимание, что этот подход находится в русле принятой Правительством России в 2012 году Комплексной программы развития биотехнологий в стране на период до 2020 года, которая ставит одной из своих целей заменить существенную

часть продуктов, производимых методом химического синтеза, продуктами биологического синтеза и увеличить объем производства биотехнологической продукции в РФ в 33 раза, сократив импорт такой продукции на 50%.

Из 360 разрешенных в России пищевых добавок на долю продукции, получаемой биотехнологическими методами, приходится менее 7%, но такие добавки относятся к категории востребованных в пищевой промышленности. Это наряду с пищевыми кислотами, такими как: лимонная, молочная, аскорбиновая, глюконовая, усилители вкуса (глутаминовая кислота и ее соли, 5'-гуаниловая кислота и ее соли, 5'-инозиновая кислота и ее соли, 5'-рибонуклеотиды кальция и натрия), ферменты (амилазы, липазы, инвертаза), загустители (геллановая и ксантановая камеди, глюканы), консерванты (низин, пимарицин), ряд витаминов и аминокислот (рибофлавин, лизин и др.), антиокислители (аскорбиновая и изоаскорбиновая кислоты). Однако в РФ методами микробного синтеза получают только две кислоты и в небольших количествах ферменты ограниченной номенклатуры.

Возможности биотехнологий по мере появления новых знаний постоянно расширяются. В качестве примера: получение лецитина (пищевой добавки E322) классическим методом из растительных масел давно известно. Технология затратна с экономической точки зрения, так как для получения сырья необходимо использовать плодородные почвы, а скорость роста культивируемых растений относительно низка. Устранить указанные недостатки возможно за счет производства лецитинов из биомассы микроводорослей – цианобактерий, культивируемых на доступных источниках углерода.

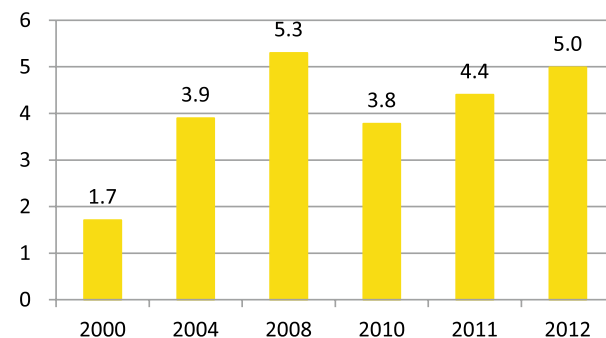
Биотехнологическое направление позволит создать высокоэффективный вектор развития востребованных в пищевой индустрии пищевых добавок, которые в настоящее время в России не выпускаются.

Для реализации биотехнологического направления на первом этапе необходимо провести инвентаризацию отечественного коллекционного фонда микроорганизмов-продуцентов пищевых добавок и имеющих технологий для последующего формирования Комплексной программы развития индустрии пищевых ингредиентов, учитывающей развитие и других биотехно-

Рисунок 6. Объем импорта пищевой добавки E322 – лецитин, тыс. т

Лецитин

тыс. т

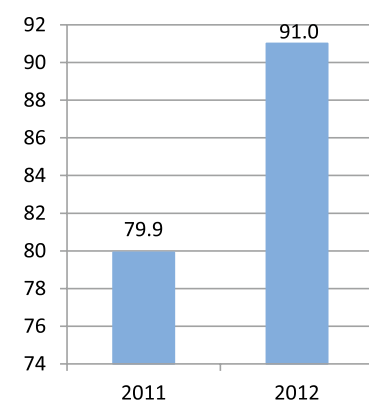


Источник: ФТС РФ

Рисунок 7. Объемы импорта влагоудерживающих пищевых добавок, тыс. т

Глицерин

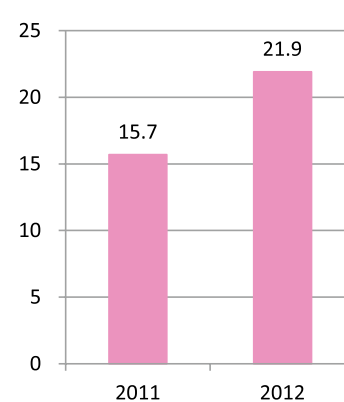
тыс. т



Источник: ФТС РФ

Пропиленгликоль

тыс. т



логических производств (пребиотиков, пробиотиков, синбиотиков, витаминов и аминокислот), которые являются необходимыми элементами формирования рынка продуктов здорового питания.

Инновационную политику, направленную на развитие собственного производства пищевых добавок, целесообразно осуществлять в следующих направлениях:

1. Создание специализированных производств большой единичной мощностью для максимального покрытия потребностей пищевой индустрии в том или ином ингредиенте.

2. Создание многопрофильных предприятий, выпускающих несколько видов (групп) добавок по гибким технологическим схемам, что позволит получать продукцию с высокой добавленной стоимостью. Примером такого предприятия является промыш-

ленный комплекс, разработанный ГНУ ВНИИ пищевых ароматизаторов, кислот и красителей Россельхозакадемии для решения вопросов глубокой переработки зерна и получения в одном технологическом процессе таких ценных ингредиентов, как: лимонная кислота и ее соли (шесть наименований); амилалитические ферменты (два наименования); ингибиторы гликозидаз; комплексные добавки для обогащения продукции железом, кальцием, магнием; комплексные добавки для выпуска диабетической продукции; хитин-глюкановый комплекс из мицелиальной биомассы гриба – аналог хитозана, получаемого из панцирей ракообразных; и как сопутствующая продукция – различные кормовые добавки.

3. Учитывая изменения мотивации потребителей и ориентиры на потребление полезных и безопасных продук-

тов, использовать в полной мере имеющиеся в стране растительные сырьевые ресурсы для получения пищевых добавок со статусом «натуральные» (в частности, антиоксидантов, красителей, подсластителей, ароматизаторов) и осуществлять поиск новых природных источников пищевых ингредиентов.

4. Разработка новых форм и способов внесения добавок, ароматизаторов, отвечающих требованиям современных пищевых технологий, для снижения их дозировок и улучшения экономических показателей готовой пищевой продукции.

5. Расширение номенклатуры и выпуска пищевых ингредиентов для обогащения продукции ценными компонентами с би- и полифункциональными свойствами с доказанной пользой для здоровья.

В развитии современного производства пищевых ингредиентов и продуктов питания инновационная составляющая, по мнению экспертного сообщества, принадлежит науке. Ее задача – предложить разработки, которые не только расширят линейку отечественных конкурентоспособных ингредиентов и решат проблему импортозамещения, но и позволят создать с их использованием продукты здорового питания: специализированные, обогащенные, функциональные, геродиетические, органические, – то есть такие, какие обеспечат растущие потребности населения. Совершенно справедливо многие аналитики видят ориентиры для развития отечественной индустрии пищевых ингредиентов в сотрудничестве бизнеса с наукой, в широком освоении инновационных идей и решений.

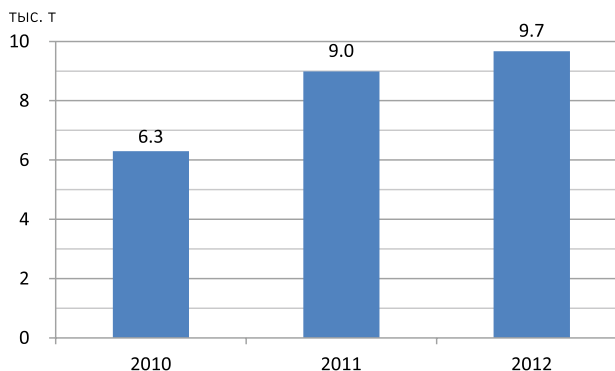
Достижения фундаментальной и прикладной науки в области ингредиентов и пищевых добавок должны быть коммерциализированы и использованы реальным сектором экономики.

Как стимулировать интерес бизнеса к новому?

Есть мнение, что необходимо ужесточать стандарты и регламенты деятельности предприятий, «принуждая бизнес к инновациям». Такая мера принята в мировой практике и служит рычагом, влияющим на освоение высокотехнологических разработок. Будет ли в России работать прием принуждения к инновациям – сказать сложно, так как новые разработки – это определенные затраты на начальном этапе, особенно для малых и средних пред-

Рисунок 8. Объемы импорта глутаминовой кислоты и ее солей, тыс. т

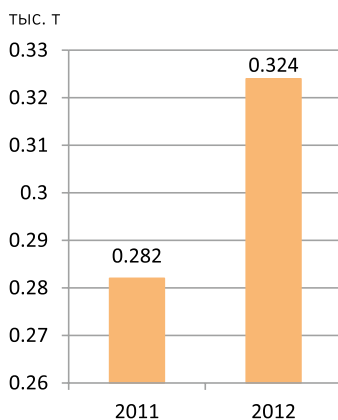
Глутаминовая кислота и ее соли



Источник: ФТС РФ

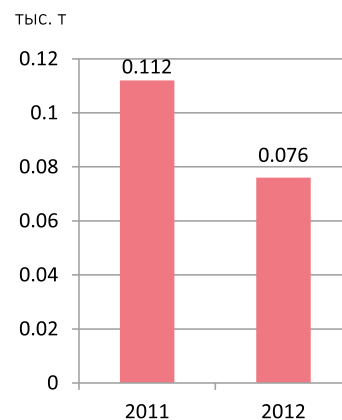
Рисунок 9. Объемы импорта ванилина и этилванилина, тыс. т

Ванилин



Источник: ФТС РФ

Этилванилин



приятий, которые не в состоянии инвестировать средства в продвижение новых продуктов на рынке. Решения лежат в плоскости создания льготных условий для компаний, реализующих инновационные проекты и в развитии механизмов государственно-частного партнерства.

Производство и применение добавок сопряжено с необходимостью контроля за их содержанием в пищевых продуктах не только контролирующими организациями, но и фирмами-производителями для оценки содержания основного вещества и посторонних примесей в выпускаемой продукции. Чтобы обеспечить единство измерений, для этих целей должны использоваться стандартные образцы пищевых добавок, которые традиционно были только импортными. В ноябре 2013 года в России был зарегистрирован пер-

вый отечественный государственный стандартный образец на пищевую добавку Е330 (регистрационный номер «ГСО 10300-2013 СО состава кислоты лимонной», Свидетельство №3367/1). Для разработки ГСО была использована лимонная кислота, выпускаемая в России по ГОСТ 900-2004, которая по стабильности и показателям качества не уступает лучшим зарубежным образцам. В настоящее время в стадии завершения находятся работы по стандартным образцам на молочную кислоту и наиболее востребованные пищевые красители.

Емкость российского рынка продуктов питания и заинтересованность в его наполнении со стороны государства дают основание для оптимистического прогноза развития отечественной индустрии пищевых ингредиентов и ее перехода на инновационные пути. **МС**

WIBERG®

www.wiberg.com.ru

Качество и инновации. Вкус, качество и безопасность продукции вместе с Wiberg



«Мы предоставляем наивысшее удовольствие и наслаждение вкусом», – в этом заключается миссия компании Wiberg, которая предлагает клиентам больше, чем просто продукт: она разрабатывает общую концепцию производства. Начиная от анализа потребностей конечного потребителя и создания продукта – вплоть до инновационной упаковки, включая официальное декларирование продукции.

Вот уже более шести десятилетий фирма работает со специями со всего мира. При этом основное направление ее деятельности – разработка специй, новых приправ и функциональных продуктов для производства и обработки мяса и колбасных оболочек.

Компетенция в производстве мясных продуктов

Wiberg поставяет специи, функциональные продукты и колбасные оболочки производителям мясных изделий по всему миру. Благодаря глубокому знанию отрасли и многолетнему опыту, компания является компетентным специалистом в региональных и международных масштабах. Ежедневно ее сотрудники предоставляют клиентам обширные знания о потребителе, креативные идеи, индивидуальное обслуживание и лучшее качество продукции.



Компания Wiberг предлагает больше, чем просто продукт, – она разрабатывает концепцию производства.

Приправы и комби-продукты для мясных изделий

Основное направление деятельности компании – это создание приправ и функциональных продуктов для улучшения вкуса, консистенции, цвета, а также срока хранения мясных изделий. Будь то вареная колбаса, ветчина, сырокопченая колбаса или другие сорта колбасы – обширный ассортимент Wiberг включает все группы продуктов для решения любых задач. Компания в курсе основных тенденций отрасли, в числе которых – уменьшение количества жира и соли в продукции, производство халяльных изделий из птицы, изготовление отборных специй и функциональных смесей для увеличения выхода продукции и более экономичного производства.

Wiberг разрабатывает индивидуальные решения для предприятий, обеспечивая лучший вкус и качество продукта, а также безопасность и простоту производства. **Р**

АБСОЛЮТНОЕ НАСЛАЖДЕНИЕ ВКУСОМ МЯСА



WIBERG ГмБХ

ул. А. Шемель 9

5020 Зальцбург

Австрия

Тел.: +7.985.271.9997

Факс: +43(0)662.6382.810

www.wiberг.com.ru

info@wiberг.com.ru

WIBERG®

Традиции, знания, опыт и страсть – составляющие, которые делают WIBERG вашим идеальным партнером. Более 60 лет WIBERG снабжает производителей по всему миру лучшими травами, пряностями, пищевыми добавками и колбасными оболочками для мясных изделий. Индивидуальное обслуживание, лучшее качество продукции и креативные решения – основа работы компании WIBERG – потому что только так мы можем предоставить высшее удовольствие и наслаждение вкусом!

WIBERG предлагает своим клиентам специи и пищевые добавки для

- Варено-копченых колбас
- Вареных колбас
- Ливерных колбас и паштетов
- Ветчин
- Сырокопченых колбас
- Полуфабрикатов
- А также функциональные смеси для колбасных и мясных изделий



Компания: **ООО «Керри»**
Департамент продаж мясного направления
тел.: +7 (495) 789-63-95
www.kerry.com

Функциональные системы «Керри» в производстве колбасных изделий

Экономическая эффективность мясоперерабатывающих производств во многом зависит от спроса на готовую продукцию. Столкнувшись с низкой покупательной способностью потребителей, а также нехваткой или высокой ценой сырья, производители мясных продуктов, оптимизируя экономические показатели деятельности, вынуждены уменьшать мясную составляющую в своих рецептурах: производить частичную замену основного сырья (говядины, свинины) на мясо птицы механической обвалки, свиную шкуру, растительные, молочные и животные белки. Необходимость удешевления продукции приводит к тому, что в рецептуре появляются все новые и новые заменители мяса. При этом решается двойная задача – цена конечного продукта должна быть минимальной, а потребительские свойства и вкусовые характеристики необходимо сохранить на должном уровне. Ведь потребитель, привыкший покупать продукты, обладающие определенными функциональными и вкусовыми характеристиками, вряд ли захочет что-то менять в своих привычках, которые складывались годами.

Выходом из данной ситуации могут служить высокотехнологичные продукты компании «Керри» – производителя пищевых добавок и ингредиентов, который является деловым партнером многих мировых компаний.

Дельтагель ХЕ 2000 – стабилизационная система на основе каррагинана и камедей, обеспечивающая в качестве рецептурного компонента плотность продукта. Ее целевое назначение заключается в стабилизации фаршей



для эмульгированных мясных продуктов – как в холодном состоянии, так и при термообработке. Композиции гидроколлоидов в составе Дельтагель ХЕ 2000 обеспечивают однородную, плотную структуру готового продукта и препятствует синерезису, тем самым повышая его привлекательность для потребителя. Дельтагель ХЕ 2000 рекомендуется использовать при производстве мясных изделий с дозировкой 0,3–0,8% по отношению к общей массе фарша, в зависимости от жирности сырья, рецептуры, уровня использования немясных ингредиентов и желаемого выхода.

Простар А 150 – функциональная добавка с высокими стабилизирующими свойствами. Как рецептурный компонент обеспечивает плотность продукта (хорошую «кусаемость»), структурирует жир. Простар А 150 рекомендуется ис-

Таблица 1. Рекомендации по использованию добавок компании «Керри»

Наименование сырья, пряностей и материалов	Норма для вареных колбас и сосисок			
	Вареная «Паризер»	Вареная «Турецкая»	Сосиски «Говяжьи»	Сосиски «Особые»
Сырье несоленое, кг (на 100 кг)				
Говядина 1 сорт	30	30	45	35
Говядина жирная	–	40	20	–
Свинина полужирная	20	–	20	27
Свинина жирная	20	–	–	20
Филе куриное	20	20	–	30
Эмульсия из свиной шкурки	10	–	10	15
Яйцо (меланж)	–	–	2	–
Молоко сухое	–	–	3	3
Лед	30	20	30	30
Итого:	130	120	130	100
Пряности и материалы, г (на 100 кг несоленого сырья)				
Соль нитритная	1 900	1 900	1 900	1 900
АЗМ ФМС Нью	–	–	500	–
Дельтагель ХЕ 2000	300	–	200	200
Керри Текс Стаб Джи 2	300	200	–	–
Керри Топ Сардельки	–	1 000	–	900
Керри Комби Паризер	1 300	–	–	1 300
Керри Комби Франкфуртер	–	1 200	–	–
Керри Комби Говяжьи Сардельки	–	–	1 000	–
Кошенила (порошок)	25	25	25	–

пользовать при производстве вареных колбасных изделий с выходом до 140% с рекомендуемой дозировкой 0,5–2,0% по отношению к общей массе фарша.

Керри Топ Сардельки – функциональная добавка с высокими функциональными свойствами на основе животного белка. Дозировка: 1,2–1,4%.

Керри Текс Стаб Джи 2 – стандартизированная композиция из гидроколлоидов. Как рецептурный компонент способствует увеличению выхода готового продукта, обеспечивает плотный продукт с хорошей «кусаемостью». Рекомендуется использовать при производстве эмульгированных мясных продуктов (вареные колбасы, сосиски, сардельки): 0,1–0,5% (к массе фарша) для стабилизации и уплотнения структуры, профилактики бульонно-жировых отеков.

Для эмульгированных мясных продуктов компания предлагает стабилизационные системы торговой марки

«АЗМ». Их применение способствует решению таких задач, как использование мяса с низкими функциональными свойствами, с признаками PSE или DFD или высоким содержанием соединительной ткани. За счет высокой эмульгирующей способности добавки торговой марки «АЗМ» стабилизируют водо-жиро-белковую эмульсию, предотвращают образование бульонно-жировых отеков, улучшают консистенции готового продукта.

АЗМ НТ – эмульгатор для производства колбасных изделий и жировых эмульсий (1:10:10) на основе растительного белка и гидроколлоидов. АЗМ НТ рекомендуется использовать с дозировкой 0,5–2,0% по отношению к общей массе фарша, в зависимости от жирности сырья, рецептуры, уровня использования немясных ингредиентов и желаемого выхода.

Жировые эмульсии можно изготавливать с любой стабилизационной си-

стемой торговой марки «АЗМ»: АЗМ НР Эмул (1:15:15) – эмульгатора на основе яичного белка; АЗМ ГТ (1:28:28) – эмульгатора на основе молочного и животного белков; АЗМ ФМС Нью (1:20:30) – эмульгатора на основе молочного белка. Преимущества добавок этой серии определены их высокой функциональностью и простотой применения. Выбор стабилизационной системы зависит от требований к потребительским свойствам и себестоимости готового продукта.

Разнообразие и гибкость ассортимента добавок «Керри» позволяют не просто разработать продукт в заданном ценовом сегменте, но и сделать его привлекательным для покупателя (см. таблицу 1).

Специалисты компании «Керри» готовы предоставить всю необходимую информацию и документацию для внедрения рецептур на производстве. Приглашаем к сотрудничеству! **Р**

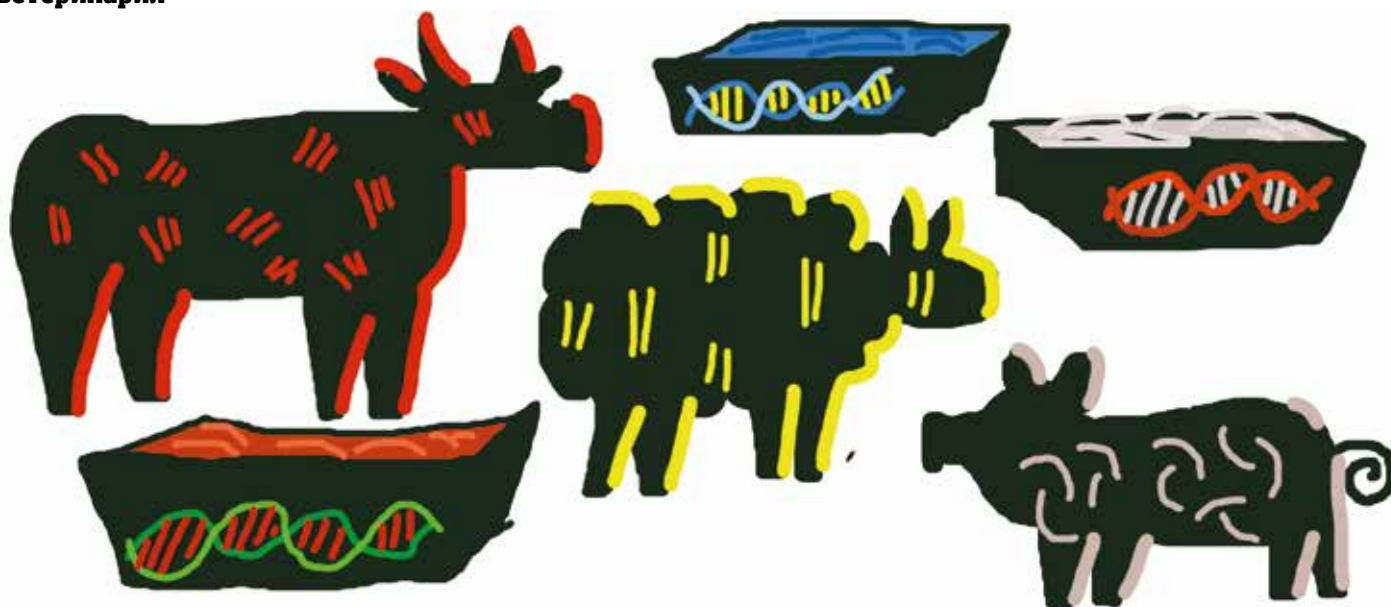


Керри представляет:

- Комплексные вкусоароматические добавки
- Ароматизаторы и дрожжевые экстракты
- Консерванты
- Экстракты натуральных специй и смеси пряностей
- Стабилизаторы, эмульгаторы, загустители
- Красители



Тел.: +7 (495) 789-63-95
e-mail: russia@kerry.com
www.kerry.com



Компания: Государственное научное учреждение Всероссийский научно-исследовательский институт бруцеллеза и туберкулеза животных Российской академии сельскохозяйственных наук (ГНУ ВНИИБТЖ Россельхозакадемии), г. Омск

Автор: **Любовь Гордиенко**, директор

Бруцеллез: борьба продолжается

В последние десятилетия (1990–2014 гг.) изменение экономических отношений привело к реорганизации животноводческих предприятий агропромышленного комплекса России, разукрупнению молочных комплексов, овцеводческих и козоводческих ферм, племенных репродукторов, ликвидации колхозов и совхозов. В настоящее время большая часть животных в стране принадлежит крестьянским и личным фермерским хозяйствам. Особенно такая статистика характерна для отраслей животноводства мясного направления.

Использование природных ресурсов для создания кормовой базы при пастбищном содержании животных в мясном скотоводстве, овцеводстве, козоводстве, табунном коневодстве, оленеводстве является обоснованным и экономически выгодным решением. Развитие мясного направления в животноводстве позволяет при минимальных затратах на содержание поголовья получать круглогодично высококачественную продукцию для реализации в свежем и переработанном виде. Ос-

новными факторами, влияющими на устойчивое развитие отгонного животноводства, являются селекционно-племенная работа, кормовая база и обеспечение ветеринарного благополучия.

Значительную опасность для животноводства представляют инфекционные болезни. Содержание животных в свободном выгуле, многократное использование одних и тех же пастбищ и водоемов, постоянный контакт с многочисленными факторами внешней среды, сложности в управлении стадами на выпасах и при проведении массовых ветеринарных обработок – все это свидетельствует о том, что специфика ведения отраслей отгонного животноводства играет важную роль в проявлении инфекционного и эпизоотического процессов.

Особое место в инфекционной патологии животных принадлежит бруцеллезу, который, кроме экономического ущерба, представляет эпидемическую и экологическую опасность.

В последние годы в России отмечается тенденция к распространению бруцеллеза среди животных (рисунок 1).

Важно отметить, что территории, неблагоприятные по данному заболеванию, расположены в приграничных регионах (Южный, Северо-Кавказский, Сибирский, Дальневосточный федеральные округа) или в эндемичных зонах, где сохраняются природные очаги бруцеллеза (Ямал, Таймыр, Якутия, Чукотка).

Причины заноса возбудителя бруцеллеза на благополучные территории и распространения инфекции среди восприимчивого поголовья связаны с многочисленными факторами: миграцией животных, бесконтрольными перегруппировками и передвижениями из неблагоприятных стад и отар в благополучные, отсутствием идентификации и зоотехнического учета, особенностями хозяйственной деятельности в отраслях отгонного животноводства и кочевым образом жизни народностей, занимающихся этим направлением.

В 70–80-е годы прошлого столетия была разработана и успешно использовалась в широких масштабах научно обоснованная система противобруцеллезных мероприятий, внедрение которой позволило в короткие сроки купировать инфекцию, оздоровить 97% неблагополучных пунктов и достичь длительного благополучия на всей территории России. В систему мероприятий включены организационно-хозяйственные, зоотехнические, общие санитарные и специальные ветеринарные мероприятия.

Однако практика показывает, что наибольший противозпизоотический эффект от внедрения разработанной системы был получен в отраслях животноводства со стационарным содержанием животных, а это: молочные и откормочные комплексы крупного рогатого скота, свиноводческие комплексы, козефермы, мараловодческие хозяйства с парковым содержанием.

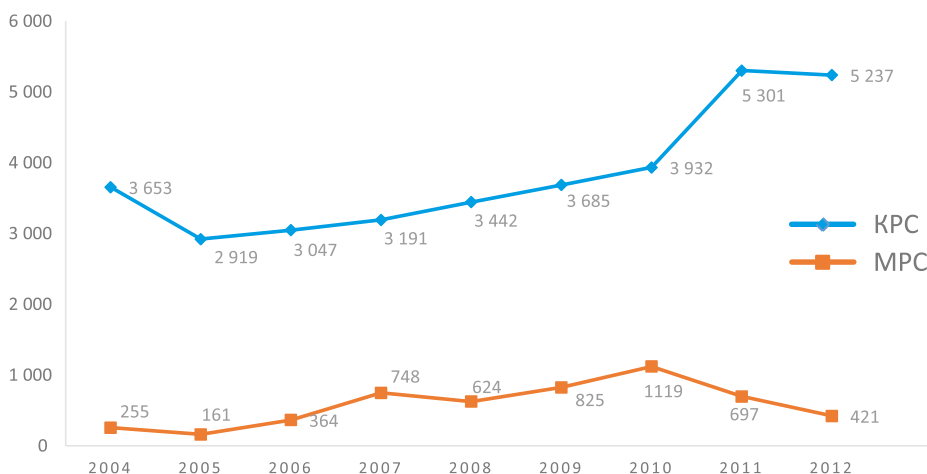
Многие элементы существующей системы противобруцеллезных мероприятий невыполнимы в условиях отгонного животноводства из-за специфики ведения хозяйства. Изменения экономических отношений в предприятиях агропромышленного комплекса, произошедшие в последние десятилетия (1990–2014 гг.), еще больше осложнили осуществление ветеринарного контроля.

В настоящее время, когда более 90% животных находится в собственности фермеров или частных лиц, организационно-хозяйственные мероприятия проводят владельцы животных, руководствуясь собственными планами и потребностями.

Зоотехнические мероприятия в крестьянских, фермерских и личных подсобных хозяйствах осуществляют также сами фермеры. Зачастую обмен племенным поголовьем между ними производится без учета эпизоотической ситуации и наличия сведений о состоянии здоровья животных. Основными критериями в таких случаях служат экстерьерные качества этих животных и их потомства, продуктивность, выносливость и некоторые другие ценные хозяйственные признаки. Обмен происходит чаще всего во время семейных праздников, традиционных массовых мероприятий или бывает приурочен к другим общественным событиям. Ввод животных в стадо или отару проводят без лабораторных исследований и карантинирования. Это является грубым нарушением ветеринарных правил и может привести к заносу возбудителя бруцеллеза и перезаражению животных в стадах и отарах.

При выгульном содержании в отгонном животноводстве сложно осуществлять общие санитарные мероприятия, которые предусматривают наличие ограждения и охрану территории фермы от бродячих животных, оборудование санитарного пропускника и дезбарьера, недопущение посещения предприятия посторонними лицами, регулярную механическую очистку и дезинфекцию выгульных площадок и помещений, цен-

Рисунок 1. Динамика заболеваемости животных бруцеллезом (по данным центра Россельхознадзора)



трализованную стирку спецодежды обслуживающего персонала.

Также не всегда предоставляется возможность выполнить комплекс обязательных специальных ветеринарных мероприятий из-за природно-географических, климатических и других объективных фактов, таких как: сложности транспортной схемы или отсутствие транспортных связей, отсутствие ограждений и сооружений для фиксации животных, большая численность поголовья в стадах и отарах.

Основными причинами низкой эффективности противобруцеллезных мероприятий в неблагополучных стадах и отарах является отсутствие полного диагностического обследования всех видов животных; возможности изоляции выявляемого больного скота, его убой и промышленной переработки; точного учета поголовья личных подсобных и крестьянских фермерских хозяйств; контроля за передвижением животных с неблагополучных территорий на благополучные; законодательных актов, определяющих порядок компенсации убытков за изъятие больных бруцеллезом животных; возможности регулярных исследований; убойных и перерабатывающих предприятий со специализированными цехами (санитарные бойни); карантинирования при ввозе на благополучные территории; перманентного специфического иммунитета у животных.

В заключении необходимо отметить, что с целью повышения эпизоотической и эпидемической эффективности долгосрочные программы и планы про-

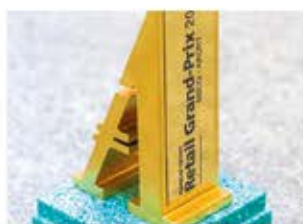
тивобруцеллезных мероприятий необходимо разрабатывать с привлечением организаций, учреждений и квалифицированных специалистов, занимающихся проблемой бруцеллеза. Мероприятия по оздоровлению и профилактике бруцеллеза должны планироваться и осуществляться с учетом специфики отрасли животноводства и технологии ее ведения. Необходимо учитывать также экономические отношения при разных формах собственности, региональные особенности, природно-географические и климатические факторы, влияющие на эффективность проводимой работы, и определять границы ответственности владельцев животных.

Специалисты научно-исследовательских учреждений и, в частности, нашего института проводят большую работу по разработке и усовершенствованию научно обоснованной системы противобруцеллезных мероприятий, созданию новых методов и средств диагностики, вакцин и технологии их применения с учетом специфики отраслей животноводства и других объективных факторов.

Ученые института на протяжении многих лет оказывают консультационную, методическую и практическую помощь занятым в отрасли специалистам и руководителям хозяйств разных регионов в успешном решении многих, зачастую очень сложных вопросов планирования и выполнения комплекса противозпизоотических мероприятий при бруцеллезе животных. Проводимая работа обеспечит не только экономический эффект, но также эпизоотическую, эпидемическую и экологическую безопасность. **МС**

САММИТ ИНДУСТРИИ RETAIL BUSINESS RUSSIA & CIS 2014

25–26 сентября, Центр Международной Торговли



ХІІІ МЕЖДУНАРОДНЫЙ САММИТ ПЕРВЫХ ЛИЦ РОЗНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

2014: ВСЕ ЧТО НЕ УБИВАЕТ, ДЕЛАЕТ НАС!

стратегии, решения и люди, которые сделают наш бизнес

СИЛЬНЕЕ!

АКОРТ
АССОЦИАЦИЯ КОМПАНИЙ
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

**МИНПРОМТОРТ
РОССИИ**

BBCG
B2B Conference Group

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ORACLE

87.5 BUSINESS FM
первое деловое радио



16+
На правах
рекламы



Контроль Качества



Компания:

Санкт-Петербургская
общественная
организация потребителей
«Общественный контроль»
www.petkach.spb.ru



Сосиски по ГОСТу: качество не соответствует цене

В результате исследования, проведенного СПб ООП «Общественный контроль», было установлено, что шесть из десяти образцов сосисок не соответствуют ГОСТ Р 52196-2011 по физико-химическим и органолептическим показателям. В сосисках из Москвы был обнаружен крахмал и соя.

В результате исследования, проведенного СПб ООП «Общественный контроль», было установлено, что **шесть из десяти образцов сосисок не соответствуют ГОСТ Р 52196-2011** по физико-химическим и органолептическим показателям. В сосисках из Москвы был обнаружен крахмал и соя.

В гипермаркетах «Карусель», «О'Кей», «Ашан» и «Лента» были закуплены десять образцов сосисок, на упаковках которых заявлено изготовление по ГОСТу. Продукцию разделили и направили на испытания сразу в две государственные лаборатории: ФБУ «Тест – С. Петербург» и ИЦ «Санкт-Петербургская городская ветеринарная лаборатория». Если первая испытательная лаборатория проверяла сосиски на соответствие нормам состава фарша (нет ли нерегламентированных добавок и примесей), то вторая оценивала физико-химические показатели (жир, белок, влага, соль, наличие крахмала) и органолептические свойства образцов.

Крахмал и соя

Из всей десятки фальсификатом оказался лишь один образец – сосиски «Молочные» производства ООО «МПЗ Москворецкий» (Москва). Специалисты ФБУ «Тест – С. Петербург» обнаружили в нем соевый изолят и крахмал, чего ГОСТ Р 52196-2011 на вареные колбасные изделия не допускает. Городская ветеринарная лаборатория установила в этом образце точное содержание крахмала – 1,7%, а кроме того, выявила превышение содержания соли – 2,3%, в то время как ГОСТ регламентирует не более 2%. За вкусовые качества дегустационная комиссия отправила образец на предпоследнее место. К внешнему виду было высказано лишь одно замечание – влажная поверхность.

Как рассказал **профессор кафедры факультета торговли и экспертизы потребительских товаров Санкт-Петербургского государственного**

торгово-экономического университета Анатолий Вытовтов, крахмал включается в рецептуру колбасной продукции неспроста – он выполняет ряд важных задач. Так, ему принадлежат влагоудерживающая и стабилизирующая (желеобразующая) функции. Сосиски и сердельки, не содержащие подобных веществ, при взаимодействии с кислородом начинают терять влагу и морщиться, то есть становятся внешне непривлекательными. Также из-за дефицита стабилизатора сосиски могут стать рыхлыми и пористыми, а влага начнет выделяться на поверхность продукта.

«Сегодня производители стараются привлечь потребителей в числе прочего отсутствием в своих продуктах различных добавок. С точки зрения питания это замечательно, но без стабилизаторов, загустителей и консервантов сосиски долго не смогут храниться и не будут внешне привлекательными, – говорит А. Вытовтов. – С другой стороны, злоупотребление таким веществом, как крахмал, говорит о желании производителя сэкономить на мясосырье за счет удержания влаги».

Пересоленные сосиски

Превышение соли было зафиксировано еще в четырех образцах сосисок: производства ООО «Мит-Хаус» (ТМ «Кронштадский»), ОАО «Мясокомбинат Клинский», ОАО «Парнас-М» и ООО ПК «Петербургженка». В первом образце соли оказалось 2,4%, во втором и третьем – по 2,3%, в четвертом – 2,2%.

«Соль используется как усилитель вкуса и как консервант. Она задержи-

Мнение эксперта



Дмитрий Поздняков,
исполнительный
директор Северо-Западной
Мясной Ассоциации:

«Если сравнить данные результаты экспертизы сосисок с прошлогодними, то можно с уверенностью предположить, что мясокомбинаты стали более ответственно подходить к выбору сырья для своей продукции. То, что в исследованных образцах сосисок отсутствуют дешевые заменители мяса в виде гидролизованной шкурки или хрящевой ткани, показывает, что производители действительно начинают дорожить своим именем и бороться за покупателя. Выявленные недочеты по содержанию влаги или избыточному количеству соли говорят скорее о недостаточном профессиональном уровне технологов предприятия, чем о желании сэкономить на сырье. В любом случае покупателю стоит доверять тем маркам, которые уже зарекомендовали себя на рынке и не гнаться за дешевизной или раскрученностью бренда».

вает размножение вредной микрофлоры», – отмечает А. Вытовтов.

Самыми невкусными из пересоленных, по мнению дегустационной комиссии, оказались сосиски «Молочные» от ПК «Петербургженка». Влажная, пористая поверхность, рыхлая консистенция, неестественный цвет, неприятный вкус, солоняватый привкус – все это повлияло на то, что дегустаторы поставили образец на последнее место.

Замечания получил и образец, произведенный «Мит-Хаус» (ТМ «Кронштадтский»): влажная неровная поверхность с желтыми пятнами, бледный цвет сосисок. Согласитесь, не очень аппетитно. В результате образцу присвоено восьмое место по вкусу.

«Желтые пятна – это окислившийся жир. Возможно, технология производ-



Контроль Качества

ства не была соблюдена должным образом. Влажная поверхность говорит о том, что в сосисках не хватает влагоудерживающих веществ», – подчеркнул эксперт.

Невкусные «серднички»

Седьмое место по итогам дегустации занял образец ООО «Мясные деликатесы». Хотя эти сосиски и соответствовали ГОСТу по физико-химическим показателям, специалистов насторожили влажная поверхность и неприятный вкус.

Пятое и шестое места были отданы образцам, изготовленным ОАО «Мяскомбинат Клинский» и ООО «Невский Трест». Оба образца получили нарекания за солоноватость и влажность.

На четвертом месте оказались сосиски «Молочные» ООО «Мясной Дом Бородина». Однако некоторые члены дегустационной комиссии отметили у них неестественный запах и неприятный вкус.

Тройка лидеров

Несмотря на то, что сосиски «Молочные» ОАО «Парнас-М» оказались пересолены на 0,3%, они были признаны дегустаторами самыми вкусными и привлекательными. Второе место досталось «Молочным» ООО «Пит-Продукт», третье – «Сливочным» ООО «Иней». Эти два образца соответствовали требованиям ГОСТа по физико-химическим показателям.

Белок

Как рассказал **Всеволод Вишневецкий, председатель СПБ ООП «Общественный контроль»**, впервые за историю экспертиз, проведенных общественной организацией, массовая

Справка

При реализации проекта «Скажи фальсификату «НЕТ!» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 29 марта 2013 года №115-рп.

доля белка во всех сосисках оказалась выше, чем требует ГОСТ Р 52196-2011. Неужели производители стали использовать более высокосортное сырье? Экспертизы прошлых лет показывали, что изготовители в целях экономии нередко заменяли часть мясного сырья на соединительную ткань, хрящи и белок растительного происхождения. Так, в 2013 году среди исследуемых образцов было выявлено три фальсификата, в 2012-м – девять, в 2011-м – восемь, в 2010-м – шесть.

В этот раз чемпионом по белку оказался ОАО «Парнас-М» – 14,1%, в то время как ГОСТ требует «не менее 11%». Не зря дегустаторы признали эти сосиски самыми вкусными!

Влага

В действующем ГОСТе, в отличие от предыдущего (2003 г.), не нормируется показатель влаги. И тем не менее «Общественный контроль» попросил СПБ Горветлабораторию проверить образцы по этому параметру. Оказалось, что почти все сосиски отвечали требовани-

ям старого ГОСТа (норма – «не более 65%»), кроме продукции ПК «Петербург-женка», в образце которой оказалось 69% влаги. В результате пострадала органолептика – образец стал аутсайдером по итогам дегустации.

Цена

Самыми дорогими оказались сосиски от «Мит-Хаус» (ТМ «Кронштадский») – 419 руб. за кг. Напомним, они были пересолены, имели влажную неровную поверхность с желтыми пятнами. Дегустаторы поставили их на восьмое место по вкусу! Вот уж, действительно, высокая цена – не гарантия качества.

Вторыми по дороговизне стали успешные прошедшие все испытания «Молочные» производства «Пит-Продукт» (408 руб. за кг). Чуть дешевле (383 руб. за кг) стоил образец ТМ «Мясной Дом Бородина», забракованный экспертами за неестественный запах и неприятный вкус.

Сосиски от ПК «Петербург-женка», получившие больше всех замечаний от дегустационной комиссии, стоили 347 руб. за кг. В этом ценовом сегменте (340 руб. за кг) находится и победитель дегустации – «Молочные» компании «Парнас-М». Получается, цена почти одинаковая, а качество – разное.

И еще потребителям на заметку: один из самых дешевых образцов сосисок ТМ «Иней» (281 руб. за кг) вошел в тройку лидеров по итогам дегустации. Это пример того, как сбалансированный по сырью продукт может быть доступным по цене для самого широкого потребителя. Добиться оптимального соотношения цены и качества – настоящее искусство опытных технологов. **МС**

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТИЗЫ СОСИСОК ГОСТ Р 52196-2011

Наименование продукции										
	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Парнас»	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Пит-Продукт»	Сосиски «Сливочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Иней»	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Мясной дом Бородина»	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Клинический»	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Ладоград»	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Шеф-Повар»	Сосиски «Сливочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Кронштадтский»	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Рублевский»	Сосиски «Молочные», ГОСТ, категория Б, ТМ «Питербургенка»
Изготовитель	ОАО «Парнас-М», Санкт-Петербург	ООО «Пит-Продукт», Ленинградская обл.	ООО «Иней», Санкт-Петербург	ООО «МДБ», Московская обл., Мытищинский район, дер. Бородино	ОАО «Мясокомбинат «Клинический», Московская обл., г. Клин	ООО «Невский Трест», Санкт-Петербург	ООО «Мясные деликатесы», Санкт-Петербург	ООО «МитХасус», Санкт-Петербург	ООО «МПЗ Москворецкий», Москва	ООО «ПК Питербургенка», Санкт-Петербург
Дата изготовления	05.12.2013	06.12.2013	03.12.2013	02.12.2013	05.12.2013	09.12.2013	06.12.2013	05.12.2013	27.11.2013	06.12.2013
Масса/количество образцов	2 x 320 г	2x 336 г	1 x 850 г	2 x 470 г	2 x 530 г	1 x 438 г, 1 x 448 г	2 x 550 г	2 x 310 г	1 x 498 г, 1 x 492 г	2 x 550 г
Цена за 1 кг, руб.	340 р.	408 р.	281 р.	383 р.	366 р.	336 р.	349 р.	419 р.	260р.	347 р.
Место приобретения	ООО «О'Кей», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 17, корп.2	ООО «О'Кей», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 17, корп. 2	ООО «О'Кей», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 17, корп.2	ЗАО «ТД "Перекресток", «Карусель», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 19, лит. А	ООО «О'Кей», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 17, корп.2	ООО «О'Кей», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 17, корп.2	ООО «О'Кей», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 17, корп.2	ООО «Лента», Шереметьевская ул., 19-11, лит. А	ООО «Ашан», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 25, корп. 1, лит. А	ООО «О'Кей», Санкт-Петербург, Пулковское шоссе, 17, корп. 2
Органолептика	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует	поверхность влажная, сморщенная, соленый привкус, фарш рыхлый	фарш рыхлой консистенции, кисло-солончатый привкус, поверхность влажная, внутри упаковки большое количество жидкости	неприятный привкус	поверхность неровная, на поверхности присутствуют пятна желтого цвета, цвет фарша бледный	в умеренном количестве содержится крахмал, в отдельных случаях – соевый изолят	поверхность пористая, консистенция фарша рыхлая, неестественный цвет, ненасыщенный, неприятный вкус
Массовая доля белка (норма/результат), %	не <11/14,1	не <11/13,9	не <10/12,9	не <11/13,0	не <11/12,9	не <11/12,0	не <11/12,9	не <10/13,1	не <11/12,4	не <11/12,6
Массовая доля влаги (не нормируется), %	64,4	62,6	60,2	59,1	63,4	63,7	58,6	56,7	61,3	69,0
Массовая доля жира (норма/результат), %	не >28/15,0	не >28/12,2	не >25/14,0	не >28/20,9	не >28/14,3	не >28/12,2	не >28/20,1	не >25/19,0	не <28/17,5	не <28/7,1
Массовая доля поваренной соли (не более 2%), %	2,3	2,0	2,0	1,8	2,3	2,0	2,0	2,4	2,3	2,2
Массовая доля крахмала (не допускается), %	0	0	0	0	0	0	0	0	1,7	0
Дегустационная оценка в баллах	172	166	166	161	159	157	154	148	146	145
Соответствие ГОСТу	не соответствует по соли	соответствует	соответствует	соответствует	не соответствует по соли, органолептике	не соответствует по органолептике	соответствует	не соответствует по соли, органолептике	не соответствует по соли, обнаружен крахмал, соевый изолят	не соответствует по соли, органолептике

МАСТЕРСКИЙ ВКЛАД В ПРЕВОСХОДНЫЙ ПРОДУКТ



SCHALLER®
PREMIUM

СЕКРЕТ ХРУСТЯЩИХ КУРИНЫХ КРЫЛЫШЕК

Аппетитные снеки, приготовленные из куриных крылышек и ножек, никого не оставят равнодушными. Горячее сочное куриное мясо, лёгкая хрустящая панировка и манящий аромат – неотъемлемые элементы фаст-фуда. Для получения идеального результата при производстве снеков из куриных крылышек и ножек в панировке необходимо придерживаться определённой технологии и использовать оптимально подобранные ингредиенты. В ассортименте SCHALLER PREMIUM есть подходящие решения для всех этапов производства куриных крылышек и ножек в панировке: рассольная система, придаст, баттер и сухая панировка. Всё, для того чтобы Ваш продукт пришелся по вкусу покупателям!

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*

803 УЧАСТНИКА, 36 СТРАН, 18 780 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

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

www.agroprod mash-expo.ru



АГРО ПРОД МАШ

6—10
октября 2014

«АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2014»

6-я международная выставка-салон
«Комплектующие, агрегаты
и материалы для пищепрома»



ПЕРВЫЙ
В ИННОВАЦИЯХ

Реклама

* Лучшая выставка России 2011–2012 гг. по тематике «Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты» во всех номинациях. Рейтинг составлен ТПП РФ и РСВЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами

Организатор:



При содействии:
Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом:
Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

Генеральный
информационный
партнер:

ПРОДИНДУСТРИЯ

Информационный
партнер:



Официальный
интернет-
партнер:



12+



XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА

www.peterfood.ru

Санкт-Петербург



11-13
НОЯБРЯ 2014

peterfood



ЗАКУПЩИКИ

50 СЕТЕЙ



НА ВАШЕМ СТЕНДЕ

Организатор



Конгрессно-Выставочная Компания «Империя»

Тел./факс: (812) 327 49 18 (многоканальный)

E-mail: imperia@imperiaforum.ru

www.peterfood.ru

Пневматическая аппаратура

Камоцци

РМ-01014

Воздух движет миром

Предлагаем комплексные решения
по автоматизации технологических
процессов и производств



Быть лучшими

ПРОИЗВОДСТВО ПНЕВМОЦИЛИНДРОВ
В ТЕЧЕНИЕ 1 ДНЯ

ДОСТАВКА ВО ВСЕ РЕГИОНЫ РФ

НА СКЛАДЕ БОЛЕЕ 10 000 ПОЗИЦИЙ

ОТТОЧЕННАЯ ЛОГИСТИКА

Москва (495) 735 49 61
Владивосток (4232) 20 89 33
Воронеж (473) 200 88 11
Екатеринбург (343) 353 58 31
Иркутск (3952) 50 03 96

Казань (843) 299 60 60
Краснодар (861) 239 70 41
Красноярск (391) 236 58 21
Набережные Челны (8552) 20 34 60
Нижний Новгород (831) 220 55 41

Новокузнецк (3843) 77 76 36
Новосибирск (383) 221 69 54
Обнинск (48439) 2 92 52
Омск (3812) 71 94 94
Ростов-на-Дону (863) 299 01 63

Рязань (4912) 42 71 50
Самара (846) 276 68 92
Санкт-Петербург (812) 326 29 11
Уфа (347) 246 40 76
Челябинск (351) 265 87 64
Ярославль (4852) 73 28 11

www.camozzi.ru