



4%

Ежегодно потребность рынка в пектине растет на 4%.



10-12%

Масложировые предприятия России намерены наращивать производство сырья для кондитеров ежегодно на 10-12%.



4,5%

Доля импортной продукции на российском рынке мучных кондитерских изделий в 2013 году – 4,5%, отечественной – 95,5%.

издается с сентября 2004 г.

www.sfera.fm

№4 (56) 2014

хлебопечение/

кондитерская сфера

А булочка всегда сверху!

Что самое главное в фаст-фуде?

6



16



50



74



76



Компания Армаган:

производство и поставка линий для изготовления тонкого бездрожжевого хлеба.(армянского лаваша, питы).





Иновации
в хлебопечении
с 1995 года.



ООО «ГК Армаган»
Центральный офис: г. Санкт-Петербург, ул. Цветочная, д.6,
тел.: +7 (921) 962-2524, www.lavash-line.ru

Modern Bakery Moscow

22–24 апреля 2015 г.

ЦВК «Экспоцентр» Москва
21-я международная специализированная
выставка для хлебопекарного
и кондитерского рынка

MODERN
BAKERY
MOSCOW



O/W/P

Ведущая выставка для России и СНГ
www.modernbakery-moscow.ru



messe frankfurt



ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ЖИРОВ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Официальный дистрибьютор - ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»,

тел./факс: +7 47234 44959

www.efko.ru

содержание

	отрасль	20
Сладости, которые можно покупать		26
	в полях	Смотрите на ситуацию глазами клиента! 16



Традиционно люди, ограниченные во времени, заходят в рестораны или кафе быстрого питания и заказывают себе в качестве ланча или перекуса бургер, сэндвич, хот-дог или ролл. Эти продукты могут быть разными по цене, качеству и подаче. Но всех их объединяет одно – мучной компонент, а следовательно, производителям данных видов продукции не обойтись без помощи хлебопеков.

6

тема номера	А булочка всегда сверху! Что самое главное в фаст-фуде?	6	производство /оборудование	Компактная линия отливки шоколада	32
инфографика	Рынок мучных и кондитерских изделий	14		Увеличение объемов продаж при использовании пакетов Do-y-style	34
в полях	Смотрите на ситуацию глазами клиента!	16		Быстрая окупаемость инвестиций в снековом сегменте	36
отрасль /события и факты	RosUpack подтвердила статус главной выставки упаковочной индустрии в России и Восточной Европе	20		Решения Bizerba: фасовка и рецептирование	38
	Новости	22		Тенденции рынка хлебопекарного и кондитерского оборудования	40
	Качественный инвентарь – путь к успеху хлебозавода!	25		«Хлебопекарный лед» от компании MAJA	44
/крупным планом	Сладости, которые можно покупать	26	круглый стол	Новинки с выставки «Современное хлебопечение-2014»	46
производство /сырье	Многообразие клюквы США	28	/события и факты	Актуальные технологии и передовое оборудование	50
/оборудование	Системный подход к гигиене	30			



ЭФФЕКТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧЕНЬЯ

Система отсадки, экструзии и струнной резки V60

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

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

БОЛЬШЕ ИДЕЙ · БОЛЬШЕ ПРЕИМУЩЕСТВ · БОЛЬШЕ ГИБКОСТИ

www.haas.com



MEINCKE

содержание

производство	28
Всемирно признанный дуэт	72
круглый стол	<i>Interpack 2014 в лицах</i> 78



В этом году в рамках объединенного немецкого стенда, организованного на Modern Bakery Moscow в восьмой раз, была представлена 41 компания. Впервые на выставке работал объединенный павильон США.

50

производство <i>/ингредиенты</i>	Variolac 850 от Arla Foods Ingredietns	54	производство <i>/советы технолога</i>	ГК «ЭФКО» помогает партнерам реализовывать потенциал	66
	Жировые продукты: актуальные тренды	56		Всемирно признанный дуэт	72
	Автоматизация, качество, индивидуальный подход	58		Изделия из дрожжевого теста с пищевой добавкой «Сибирские отруби с клюквой»	74
<i>/крупным планом</i>	Как лаваш стал пшеничным роллом	62	собственник	Из бизнесмена получится прекрасный политик!	76
производство <i>/гигиена</i>	Аренда спецодежды – удобный способ соблюдать санитарно- гигиенические требования	64	круглый стол	Interpack 2014 в лицах	78

хлебопечение/ кондитерская сфера

№4 (56) 2014

Информационно-аналитический журнал для специалистов кондитерской и хлебопекарной индустрии

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Свидетельство о Регистрации СМИ № ФС77-46400 от 31 августа 2011г.

Адрес редакции: Россия, 199034, Санкт-Петербург, Большой проспект В. О., д. 18, лит. А, БЦ «Андреевский Двор», оф. 356, тел./факс: +7 (812) 70-236-70, www.sfera.fm

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Заместитель Генерального директора по административным вопросам:

Лариса Цороева
l.tsoraeva@sfera.fm

Директор по продажам и маркетингу:

Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm

Арт-директор:

Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:

Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm

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

Дизайн инфографики:
Нина Слюсарева
Александра Иванова

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

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

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

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.

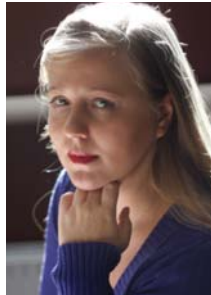
Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

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

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 19.09.14. Тираж: 5000 экз.





Для того чтобы удержаться на рынке, необходимо не только производить продукцию высокого качества, но и идти в ногу со временем, причем во всех смыслах.

Очень важно следить за новинками рынка оборудования, которые позволят сделать производство продукции максимально эффективным: снизить количество ручного труда и энергозатраты, увеличить выработку за определенную единицу времени, создать качественную упаковку с минимальным расходом материалов. Поэтому значительную часть этого номера журнала мы посвятили инновациям, которые предлагают поставщики технологий и оборудования производителям хлебопекарных и кондитерских изделий.

И конечно, необходимо постоянно следить за рыночными тенденциями. Например, такой сегмент, как фастфуд, оказывается, может стать для хлебопексов высокорентабельным направлением бизнеса. Однако, изготавливая хлебобулочные изделия для сетей общественного питания, необходимо помнить, что в данном сегменте тоже есть свои особенности. Какие – расскажем в главной теме этого номера.

Редактор журнала
«Кондитерская сфера/хлебопечение»
Елена Максимова



Тема номера

А БУЛОЧКА ВСЕГДА С ВЕРХУ!

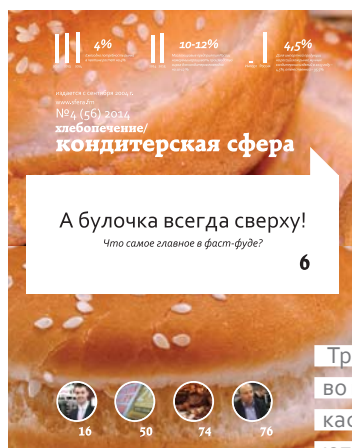
Что самое главное в фаст-фуде?



Автор:
Елена Максимова

Лаваш и пита, по словам ряда производителей данных изделий, могут в выпеченном виде храниться до 30 дней – значительно дольше стандартной хлебобулочной продукции.

Многие крупные ритейлеры имеют собственные хлебопекарные мощности и самостоятельно изготавливают хлебобулочные изделия для продуктов фастфуда, поэтому не всегда готовы сотрудничать с производителями таких товаров.



Традиционно люди, ограниченные во времени, заходят в рестораны или кафе быстрого питания и заказывают себе в качестве ланча или перекуса бургер, сэндвич, хот-дог или ролл. Эти продукты могут быть разными по цене, качеству и подаче. Но всех их объединяет одно – мучной компонент, а следовательно, производителям данных видов продукции не обойтись без помощи хлебопеков.

Спрос на продукты для быстрого перекуса в России сегодня достаточно высок. По данным специалистов сети Subway, несмотря на то, что посещаемость многих ресторанов снизилась на 20-30% и более, рынок фаст-фуда в нашей стране продолжает стремительно развиваться. Традиционно люди, ограниченные во времени, заходят в рестораны или кафе быстрого питания и заказывают себе в качестве ланча или перекуса бургер, сэндвич, хот-дог или ролл. Эти продукты могут быть разными по цене, качеству и подаче. Но всех их объединяет одно – мучной компонент, а следовательно, производителям данных видов продукции не обойтись без помощи хлебопеков.

Предложения и спрос

Мучные изделия, предназначенные для продуктов фастфуда, могут

выпускаться как готовыми к потреблению, так и в виде замороженных полуфабрикатов.

В зависимости от технологий производства и упаковки готовые к употреблению булочки для гамбургеров могут храниться от двух до пяти суток. Лаваш и пита в готовом виде имеют более долгий срок хранения – некоторые производители данных изделий говорят, что эти хлеба при соблюдении определенных технологий изготовления и упаковки могут храниться в холодильнике без потери качества до 30 дней. Замороженные хлебобулочные изделия для продуктов фастфуда хранятся до полугода. Отметим, что замороженные полуфабрикаты относятся к категории товаров с высокой добавленной стоимостью, а значит, их реализация будет более рентабельна по сравнению со свежими изделиями.

Каналы сбыта изготовители выбирают в зависимости от того, какая используется технология и какой объем производства. В любом случае для достижения максимальной рентабельности необходима полная загрузка мощностей.

Изготовители свежей выпечки для продуктов фастфуда, как правило, реализуют свои изделия через небольшие предприятия общественного питания, которым не нужны крупные поставки. Некоторые из производителей поставляют данную категорию товаров и в магазины – как небольшие шаговой доступности, так и сетевые. Однако многие крупные ритейлеры имеют собственные хлебопекарные мощности и самостоятельно изготавливают хлебобулочные изделия для продуктов фастфуда, поэтому не всегда нуждаются в таких поставщиках.

По словам специалистов, булочки для гамбургеров и хот-догов у конечного потребителя тоже пользуются спросом, хотя и не ажиотажным.

Готовые к употреблению булочки для продуктов фастфуда, в частности, выпускают компании «Ржевка хлеб» (Санкт-Петербург), в ассортимент которой входят изделия для гамбургеров и хот-догов, и «Хлебозавод №28» (Москва), поставляющий в предприятия сектора HoReCa продукцию для приготовления французских хот-догов с отверстием для сосисок и сэндвичей, причем для последних компания предлагает как традиционную чиабатту, так и слоеные булочки.

Производители замороженных полуфабрикатов для заморских бургеробродов, как правило, заключают контракты на поставки с крупными сетевыми кафе и ресторанами. Безусловно, большие объемы поставок предполагают уступки по

Разрезая свежую булочку, работник фастфуда может ее легко повредить, в отличие от автомата, установленного на производстве специально для этих целей. В данном случае исключение человеческого фактора – огромный плюс.



Восточное блюдо в лаваше стало так популярно, что крупные сетевые предприятия фастфуда стали делать его на свой лад.

цене, однако для ряда производителей хлебобулочных изделий более важны такие преимущества, как полная загрузка мощностей и наличие долгосрочных контрактов.

Лидеры рынка фастфуда, такие как McDonald's, KFC, Subway и др., как правило, работают с крупными поставщиками замороженных мучных изделий, способными обеспечить доставку продукции на федеральном уровне, или организовывают собственное производство данной продукции.

Производителями замороженных хлебобулочных изделий для продуктов фастфуда в России являются компании Lantmannen Unibake (Москва), «Черемушки» (Москва), «Юнипек Пекарня» (Москва), «Своя пекарня» (Нижегород).

Ассортимент основ для заморских бутербродов данных предприятий достаточно широк. Это не только традиционные пшеничные изделия для гамбургеров, хот-догов и сэндвичей, но также мультислойные основы для сэндвичей или гамбургеров, изделия из кукурузной муки или ржаной «Подеревенски» и т. д.

Технологии

Для того чтобы изготовить мучные изделия для продуктов фастфуда, необходимо принимать во внимание некоторые технологические нюансы. Если говорить о самой рецептуре и начальных стадиях технологического процесса, то тут для специалистов все достаточно просто. Как правило, все остается таким же, как при производстве свежих или замороженных (в зависимости от выбранной технологии) изделий. К слову, если говорить о замороженных изделиях, то, по словам специалистов, предприятия фастфуда предпочитают получать продукцию максимальной степени готовности, чтобы не тратить время на расстойку. И это вполне логично: потребитель хочет получить свой бутерброд как можно быстрее – зачем заставлять его ждать?

После того как продукт готов, он традиционно направляется на нарезку и упаковку. Некоторые изготовители мучных изделий для фастфуда, в частности, свежевыпеченных, не производят нарезку, а сразу упаковывают булочки и в нераз-

резанном виде поставляют в рестораны или магазины.

Однако более высоким спросом пользуются изделия в нарезке: в этом случае повару, делающему бутерброд, не нужно тратить время на то, чтобы разрезать изделие вручную. К тому же, разрезая свежую булочку, работник фастфуда может ее легко повредить, в отличие от автомата, установленного на производстве специально для этих целей. В данном случае исключение человеческого фактора – огромный плюс.

Такие разные – и не только булки!

Ассортимент мясо-мучных продуктов для перекуса постоянно расширяется. К традиционным хот-догом, гамбургерам и сэндвичам каждый год добавляется что-то новое.

Первым конкурентом заморских бутербродов на нашем рынке стала шаверма. Она сразу полюбилась многим нашим соотечественникам не только своей сытностью и дешевизной, но и тем, что в ней меньше мучной составляющей, чем в привычных на то время российскому рынку гамбургерах, хот-догом и сэндвичах. Восточное блюдо в лаваше стало так популярно, что крупные сетевые предприятия фастфуда стали делать его на свой лад, вводя в ассортимент цезарь-роллы и чикен-твистеры.

Следуя моде на здоровое питание, точки фастфуда стали предлагать посетителям гамбургеры с ржаным хлебом, однако широким спросом они не пользовались – видимо, вкус все же не тот.

Сегодня наши потребители очень много путешествуют, причем не только по Европе и близлежащим



... идеальные конфеты



SOLLICH



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

SOLLFORMAT®

Самая гибкая система для пралиновых сортов конфет.
Надёжно · качественно · экономически выгодно

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



курортам, но и по более далеким странам. Благодаря таким путешествиям, они знакомятся с мировыми кухнями, в том числе, с мексиканской. Поэтому предприятия фастфуда в последние годы пополнили свой ассортимент тако – изделием, состоящим из кукурузной или пшеничной тортильи, наполненной мясной начинкой с овощами и соусом.

В несетевых же ресторанах в качестве основы для сложных бутербродов порой служат мини-багеты, различные зерновые булочки, порционная чиабатта и прочие премиальные виды хлебов в зависимости от пристрастий и фантазии шеф-повара или владельца.

Перспективы

Не так давно в СМИ говорилось о том, что в связи с ответными санкциями могут закрыться все рестораны McDonald's в России. В соответствующие ведомства поступали жалобы на то, что в некоторых филиалах всемирной сети быстрого питания нашли опасные бактерии в салатах и молочных коктейлях. Было составлено несколько протоколов об административном нарушении. По словам **главного санитарного врача России Анны Поповой**, во всех российских филиалах McDonald's есть основания для того, чтобы начать судебные разбирательства против ресторана. Ее предшественник Геннадий Онищенко, а также комитет Государственной Думы по охране здоровья тоже выступали за закрытие данного предприятия фастфуда на территории нашей страны. Значит ли это, что основные поставщики замороженных хлебобулочных изделий останутся без крупного канала сбыта?

Об этом говорить еще рано, ведь официально о закрытии McDonald's

Предприятия фастфуда в последние годы пополнили свой ассортимент мексиканским тако – изделием, состоящим из кукурузной или пшеничной тортильи, наполненной мясной начинкой с овощами и соусом.

У хлебопеков, желающих расширить свой ассортимент за счет предприятий фастфуда, отличные перспективы – в плане выбора партнеров, потребительской аудитории, ассортимента и технологий.

Комментарий эксперта

Наталья Сметанина,

менеджер по категориям и исследованию рынка
ООО «Лантманнен Юнибэйк»:

Ассортимент

«Лантманнен Юнибэйк Россия» – производитель и эксклюзивный дистрибьютор замороженных хлебобулочных изделий, датской выпечки и круассанов на территории России и стран СНГ.

В 2006 году было запущено производство замороженных хлебобулочных изделий компании в городе Егорьевск (Московская область). Здесь выпекаются багеты для французских хот-догов, булочки для хот-догов, гамбургеров и сэндвичей. Весь ассортимент производимой компанией продукции можно отнести к фастфуду. Изделия разработаны таким образом, чтобы с ними было как можно проще работать предприятиям быстрого питания. Булочки полностью выпекаются, а затем проходят стадию шоковой заморозки. Перед употреблением их необходимо разморозить при комнатной температуре и, по желанию, подогреть на контактном гриле для образования корочки.

Сырье

Мука – один из самых главных составляющих компонентов при производстве булочек в шоковой заморозке, в том числе для фастфуда. Содержание клейковины – залог успеха или, наоборот, провала готового изделия.

Мы сотрудничаем с мукомольными заводами, где для нас подготавливают муку на основе специально разработанных помольных партий зерна. При производстве такой муки учитываются наши требования – как к качеству самого сырья, так и к безопасности готовых изделий.

География поставок

Мы сотрудничаем практически со всеми известными сетевыми игроками, работающими на рынке фастфуда. Благодаря разви-

той сети дистрибуции наш продукт можно приобрести везде – от Москвы до Владивостока.

Нюансы производства

С изготовлением мучных изделий для фастфуда справится не каждое хлебопекарное предприятие. Дело в том, что классический хлебозавод предназначен для производства свежих хлебобулочных изделий, а не замороженных. Для изготовления последних нужны не только особые технологии производства, но также определенные условия транспортировки и хранения.

Секреты успеха

Правильное оборудование для выпуска замороженных хлебобулочных изделий, в том числе для фастфуда, упрощает работу всего завода. Оно также влияет на выпуск изделий, производительность и эффективность. Чем новее и современнее линии, тем меньше будет количество внеплановых остановок и поломок.

Для того чтобы добиться стабильно высокого качества, необходимо работать и с поставщиками сырья. Компания «Лантманнен Юнибэйк» разработала спецификации, на основании которых ведется их тщательный отбор. Если потенциальный партнер не соответствует данным спецификациям, работа с ним не ведется или прекращается.

Нужно также помнить, что «кадры решают все». Именно компетентность сотрудников компании влияет на качество готового изделия и имидж предприятия. «Лантманнен Юнибэйк» ценит своих специалистов, не только предоставляя полный соцпакет, но и вкладывая в их профессиональный рост и развитие посредством организации различных тренингов, семинаров и мастер-классов.



ТОНЧАЙШИЙ ИНЖИНИРИНГ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТОВ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ ВКУС.

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

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



HEBENSTREIT

ENGINEERED WAFERS



В несетевых же ресторанах в качестве основы для сложных бутербродов порой служат мини-багеты, различные зерновые булочки, порционная чиабатта и прочие премиальные виды хлебов в зависимости от пристрастий и фантазии шеф-повара или владельца.

Некоторые хлебопекарные предприятия не останавливаются на изготовлении мучного компонента для продуктов фастфуда и начинают производить готовые свежие или замороженные сэндвичи или гамбургеры в потребительской упаковке.

в России объявлено еще не было. К тому же, как недавно сообщила вице-премьер правительства РФ **Ольга Голодец**, руководство сети фастфуда после выявления нарушений предложило дополнительно проверить свои предприятия, желая тем самым доказать их соответствие санитарным требованиям. И если все проверки пройдут успешно, то закрывать McDonald's в нашей стране не будет оснований.

Если все же представить худший для поставщиков хлебобулочной продукции сценарий, то и в этом случае паниковать не стоит. Скорее всего, освободившуюся нишу займут крупные российские предприниматели, которым тоже нужны будут поставщики, пусть и несколько других по рецептуре мучных изделий.

В любом случае очевидно, что у хлебопеков, желающих расширить свой ассортимент за счет предприятий фастфуда, отличные перспективы – в плане выбора партнеров, потребительской аудитории, ассортимента и технологий.

Напомним, что некоторые предприятия фастфуда, находящиеся на

территории России, закупали хлебобулочные изделия для своих бутербродов у зарубежных компаний, как правило, из Европы и США – напрямую или через дистрибьютера. Однако если, в связи со сложившейся политической ситуацией, данные каналы поставки будут закрыты, у российских хлебопеков появится отличная возможность занять освободившуюся нишу.

К слову, некоторые хлебопекарные предприятия не останавливаются на изготовлении мучного компонента для продуктов фастфуда и начинают производить готовые свежие или замороженные сэндвичи или гамбургеры в потребительской упаковке – как свежие, так и замороженные – и поставляют их в предприятия сектора HoReCa или розничной торговли. Некоторые крупные производители реализуют продукты фастфуда в собственных кафе-пекарнях.

Что касается спроса, то можно предположить, что продукты фастфуда всегда будут пользоваться популярностью у людей, желающих быстро и недорого перекусить, а их в России немало. **КС**

Комментарий эксперта

Наталья Крестьянова,
руководитель службы логистики
компании «Своя пекарня»:

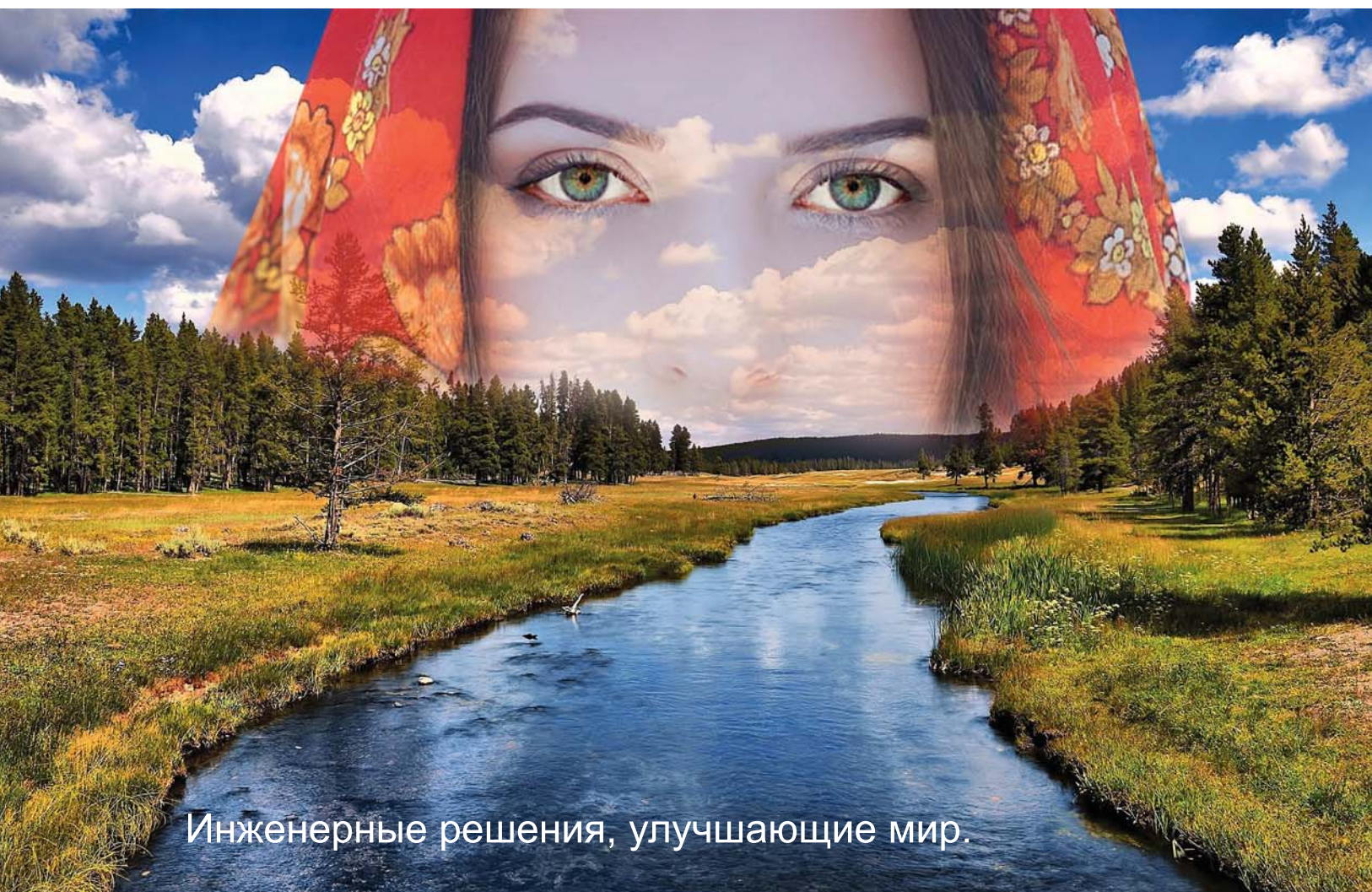
90% нашего ассортимента составляют хлебобулочные изделия для предприятий фастфуда. Выпускаемую продукцию мы реализуем в различные точки быстрого питания – как в те, которые принадлежат нашим клиентам, так и в собственные.

Производство замороженных хлебобулочных изделий для фастфуда – достаточно рентабельный бизнес, особенно при наличии собственной сети кафе.

В наш ассортимент входят как стандартные изделия – различные виды булочек для гамбургеров, сэндвичей и хот-догов, так и хлеба для здорового питания, например, солодовый сэндвич-багет.

Мы с трепетом относимся к качеству изготавливаемой продукции, поэтому используем только качественное сырье, проверенные технологии и надежное оборудование.

Сейчас на российском рынке фастфуда наиболее известны солидные транснациональные компании, которые работают с крупными поставщиками хлебобулочных изделий, имеющими производственные мощности на территории России. И если сбудутся ожидания экспертов, утверждающих, что в связи с политической ситуацией лидеры рынка фастфуда, такие как McDonald's, должны будут прекратить деятельность на территории России, можно предположить, что конкуренция между поставщиками хлебобулочных изделий для предприятий быстрого питания в нашей стране увеличится. И удержать позиции на рынке смогут производители, которые выстроили грамотную маркетинговую стратегию.



Инженерные решения, улучшающие мир.



ООО «ГЕА РЕФРИЖЕРЕЙШН РУС»

105094, г. Москва, ул. Семеновский вал, 6а, тел. (495) 787-20-11, факс (495) 787-20-12

www.gearef.ru • www.geaenergy.ru • www.gea.com

Рынок мучных и кондитерских изделий

4,5 %

Импортная продукция

95,5 %

Отечественная продукция

Доля импортной и отечественной продукции на российском рынке мучных кондитерских изделий в 2013 году

ПЕРСПЕКТИВЫ

В среднесрочной перспективе присутствие зарубежных товаров на отечественном рынке заметно не изменится. В случае обострения ситуации с Украиной, доля импорта может снизиться до 2-2,5%, но это не окажет сильного влияния на конъюнктуру рынка в целом. При благоприятном сценарии доля импорта останется неизменной, а к 2016 году прибавит десятые доли процентных пунктов. Также нужно отметить, что не только готовые импортные кондитерские изделия влияют на рынок, но и их сырьевые составляющие. Так, одна из ожидаемых положительных тенденций вступления России в ВТО – расширение доступа к ингредиентным составляющим.



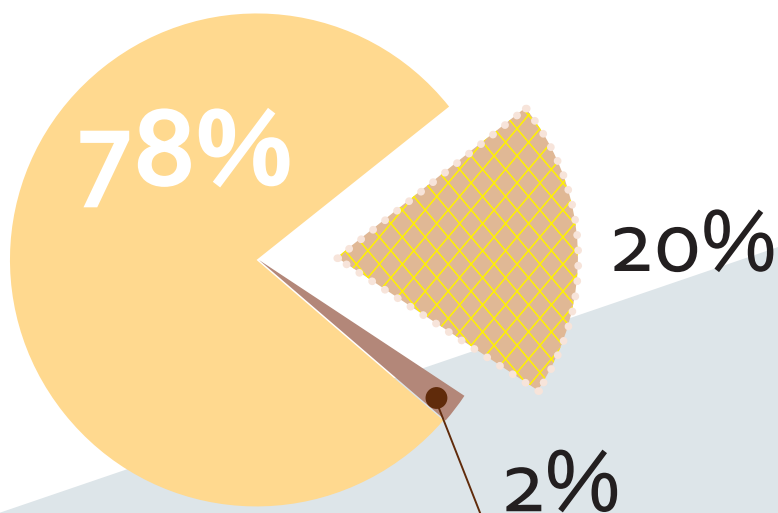
сладкое сухое
печенье



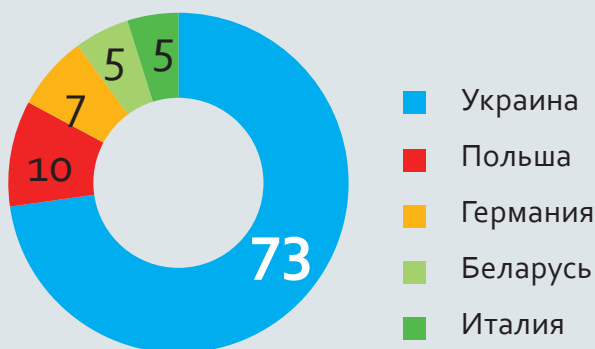
вафли
и вафельные
облатки



имбирное
печенье

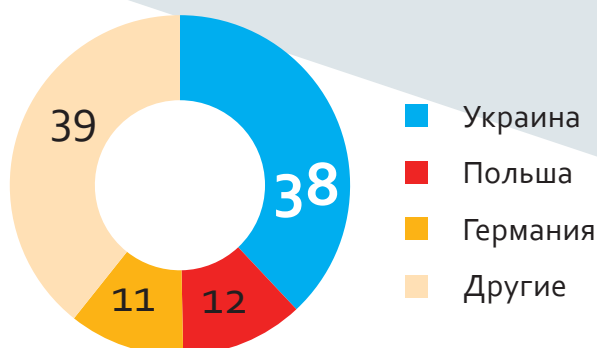


Наибольшую долю в структуре российского импорта мучных кондитерских изделий в натуральном выражении в 2013 году занимало сладкое сухое печенье – 78%. Пятая часть пришлась на вафли и вафельные облатки, и лишь 2% – на имбирное печенье и аналогичные изделия.



Крупнейшие страны-поставщики мучных кондитерских изделий на российский рынок в 2013 г., %

Объем поставок мучных кондитерских изделий на российский рынок из Украины в 2013 году составил порядка 39 тыс. тонн, что на 5,5% ниже, чем в 2012 году. В пятерку крупнейших стран-поставщиков, помимо Украины, в 2013 году вошли Польша (5,4 тыс. тонн), Германия (3,8 тыс. тонн), Беларусь (2,8 тыс. тонн) и Италия (2,6 тыс. тонн).



Структура импорта кондитерских изделий в стоимостном выражении в 2013 г., %

В стоимостном выражении структуры импорта кондитерских изделий в 2013 году лидером также являлась Украина, но ее доля составила только 38%. В свою очередь, доли Польши и Германии несколько больше – 11,7% и 11% соответственно, что говорит о более высокой стоимости импортируемой продукции из этих стран.



В ПОЛЯХ

Человек, для которого приготовление хлеба – хобби, кардинально отличается от того, кто относится к данному занятию как к работе.

Гость:

Адель Мухаметшин,
руководитель отдела продаж
оборудования для хлебопекарной
промышленности ЗАО «Антагро»

Беседовала:

Елена Максимова

Адель Мухаметшин: Смотрите на ситуацию глазами клиента!



— **Как вы начинали свою карьеру?**

— Когда я учился в университете, меня перестала устраивать бесперспективная подработка из серии курьерской доставки в неучебное время. Решил попробовать что-то связанное с моей будущей профессией и совершенно случайно с первой попытки попал сразу в точку. Устроился на тот момент в небольшую молодую компанию из сектора HoReCa, в которой уважительно относились к моей учебе и давали возможность пробовать себя во всех сферах деятельности фирмы. Через некоторое время руководитель той компании спросил, что мне

больше всего нравится делать, кем я хочу стать. Я ответил, что хочу быть менеджером проектов, на что мой собеседник ответил, что менеджер проектов в этой компании один, и это он. Но, к моему большому везению он лично занялся моим обучением и введением в карьеру.

В итоге, работая в той компании, я заключил свою первую крупную сделку, сумма которой близилась к миллиарду рублей. Это был очень серьезный проект, и я полностью за него отвечал: проектировал, составлял спецификацию, искал и заказывал оборудование у различных поставщиков, не только у тех, ко-

го представляла на тот момент компания. Проектные работы длились порядка полутора лет, каждый день вносились какие-то изменения – улучшения или ухудшения, удорожание или удешевление. В итоге сделка состоялась, клиент остался доволен.

— **Каковы, на ваш взгляд, главные качества хорошего продавца? Всеми из них вы обладали «от природы» или чему-то пришлось учиться? Как вы этому учились?**

— Основное для любого продавца – это любовь к тому, что он продает. Имен-

Мне повезло: с самого начала я занимался премиальным оборудованием, которое хотят все.

На одной из специализированных отраслевых выставок с огромным удовольствием лично занимался выпечкой, демонстрируя посетителям наше оборудование в действии.



досье

ФИО:

Адель Альбертович
Мухаметшин

Должность, компания:

руководитель отдела продаж
оборудования для хлебопекарной
промышленности, ЗАО «Антагро»

Место рождения:

Россия, Казань

Дата рождения:

08.09.1989 г.

Работает в продажах:

4 года

Места, где побывал в командировках:

Гамбург, Франкфурт,
Страсбург, Париж, множество городов
Швейцарии, Милан,
города на западе России

Семейное положение:

не женат

но это, как мне кажется, дает возможность «вкусно» донести до потенциального клиента все превосходство товара. Лично я восхищаюсь технологиями и продукцией, которую предлагаю людям, это превращает мою работу в удовольствие.

Также я считаю, что хороший продажник должен смотреть на ситуацию глазами потенциального клиента, человека, который планирует потратить деньги. Это дает возможность вести разговор на одном языке, а следовательно, ненавязчиво заставлять клиента не только слушать, но и, что гораздо важнее, слышать.

Зачастую «продажники» ставят перед собой цель продать и получить процент с контракта, но забывают о чистоте сделки. Возможно, сегодня, предоставив покупателю всю информацию честно, ты не совершишь сделку, но завтра он придет к вам за чем-нибудь другим. Порядочность для специалиста по продажам крайне важна.

Наконец, для продавца важно быть четким, оперативным и пунктуальным. Всеми этими качествами я, может быть, и обладал до начала карьеры, но только работа и постоянное деловое общение

воспитывает и оттачивает их до того вида, который бы уже влиял на общение с клиентами. Поэтому тут мне, конечно, всегда приходилось и приходится учиться. Какие-то моменты сами собой развиваются, а где-то нужно подглядывать за тем, как ведут себя успешные старшие товарищи.

– Вы продаете машины для изготовления хлеба. А сами любите хлебобучные изделия?

– Наверное, да.

– Дегустируете конечный продукт?

– Дегустирую. Но гораздо больше мне нравится выпекать самому. Недавно на одной из специализированных отраслевых выставок с огромным удовольствием лично занимался выпечкой, демонстрируя посетителям наше оборудование в действии.

– Чем, на ваш взгляд, отличается французский хлебопек от российского? Психологически они одинаково относятся к процессу выпекания хлеба?

– Все от людей зависит. Кто-то к процессу выпекания хлеба относится как

Хороший продажник должен смотреть на ситуацию глазами потенциального клиента.

Основное для любого продавца – это любовь к тому, что он продает.



к работе, а кто-то – как к хобби. Как в России, так и во Франции. И конечно же, человек, для которого приготовление хлеба – хобби, кардинально отличается от того, кто относится к данному занятию как к работе.

– Для продавца очень важно умение убеждать. У вас это качество врожденное или приобретенное? Расскажите, как оно помогает вам в жизни?

– Скорее приобретенное. Убеждение – это, по сути, предоставление необходимого количества аргументов в пользу предлагаемого. Тут проблем никогда не было. Все считают деньги, поэтому цифры – лучший аргумент в нашу пользу.

– Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола? Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?

– Я считаю, что флирт вообще в принципе – неотъемлемая часть нашей жизни, и работа – не исключение.

– А ваша работа – это хобби или тяжелый труд?

– Ни то, ни другое. Мне повезло: с самого начала я занимался преми-

альным оборудованием, которое хотят все. Другое дело, что не все могут его себе позволить, но это высококачественные машины, в которые я влюблен сам. Я в восторге от используемых в них технологий, а главное – от людей, которые разрабатывают и воплощают в жизнь эти технологии с помощью своих инженерных знаний. Я сам инженер по образованию, инженер-механик машин и аппаратов пищевых производств, и поэтому для меня заниматься продажами качественного пищевого оборудования – огромное удовольствие.

– Вам больше нравится работать в офисе или «в полях»?

– Мне нравится разное. В компании, где я сейчас работаю, есть возможность собрать сливки со всего – и с офисной жизни, и с работы «в полях»: встретиться с клиентом на его заводе, посетить различные выставки. Наверное, самое страшное для меня – это однообразная, рутинная работа.

– Какой фильм вы бы порекомендовали посмотреть специалистам по продажам?

– «В погоне за счастьем».

– А книги? Есть ли такая, которую считаете энциклопедией продаж?

– В последнее время литература, которой я увлекаюсь, далека от профессиональной. Из профессиональной я совершенно точно читаю журналы, а книги больше связаны с хобби. Сейчас осваиваю специальность пилота, учусь летать. Поэтому у меня основная литература связана с метеорологией, навигацией и т. д.

– Какие у вас еще хобби?

– Три раза в неделю уже на протяжении семи лет я играю в хоккей как любитель. Являюсь правым нападающим. Ни в какие лиги мы не заявляемся, но однажды посчастливилось поучаствовать в самом создании Московской студенческой хоккейной лиги и даже занять на ее первых соревнованиях четвертое место. Кроме того, я яхтсмен, катаюсь под парусом. А еще занимаюсь моделированием деревянных кораблей – это точные копии старинных и не только старинных судов, сделанные из дерева по реальным чертежам. На данный момент у меня сконструировано три готовых модели максимальной детализации. К сожалению, на данной работе у меня нет возможности работать руками,

У меня есть возможность собрать сливки со всего – и с офисной жизни, и с работы «в полях»: встретиться с клиентом на его заводе, посетить различные выставки.

Лично я восхищаюсь технологиями и продукцией, которую предлагаю людям, это превращает мою работу в удовольствие.

День «в поле»



— *Хобби дополняют мою жизнь. Совсем не отключаясь от работы, невозможно расслабиться.*

что я очень люблю, поэтому хобби дополняет мою жизнь.

– Все это несколько далеко от выпечки хлеба...

– Совсем далеко, но, может быть, это и правильно, ведь совсем не отключаясь от работы, невозможно расслабиться.

– А удавалось где-нибудь в необычных местах познакомиться с потенциальным клиентом?

– В самолете зачастую знакомился.

– То есть, вы коммуникабельны всегда?

– Да, я открыт для общения в любой обстановке. Люблю беседовать с интересными людьми.

– А были ли у вас быстрые продажи – приехал, увидел, подписал?

– Были. Я упоминал, что начинал свою карьеру в секторе хорека, и однажды в офис позвонили, я совершенно случайно ответил, хотя звонил не мой телефон. Приятный молодой человек сказал, что ему необходимо кое-какое оборудование. Я около часа консультировал его по телефону, и затем он уже приехал обсуж-

дать условия покупки, поставки, после чего сразу взял у меня пять машин. Новых. Кстати, тогда этот предприниматель запустил сеть своих точек по продаже кофе to go под названием Coffee and the City.

– Вы как специалист по продажам наверняка много путешествуете. Какой город называли бы любимым?

– Свою родину – город Казань. Частенько туда езжу – иногда даже практически каждые выходные. У меня там родители. Летом провожу там все отпуска.

– Различается ли ваш подход на переговорах к vip-партнерам и «рядовым» клиентам? Вы делите ваших клиентов на простых или важных?

– Нет. Подход не меняется, и никаких делений не происходит. Считаю это оскорбительным.

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

– Был период говорил часто и много, но сейчас мне ближе позиция иностранных коллег, которые считают, что нужно забывать про работу в свободное от нее время.

В деловую поездку я обязательно беру с собой необходимый запас брошюр, сувениров и презентов от нашей компании, деловой костюм и планшетный компьютер для работы вне офиса.

Находясь в пути, я в первую очень радуюсь, что моя работа позволяет мне быть в движении, а не сидеть в офисе. Я с удовольствием отключаюсь абсолютно от всех дел и провожу время с самим собой, что отлично упорядочивает мысли.

Собираясь на переговоры, я заранее готовлю каждому возможному присутствующему комплект информационной документации и сувениров, составляю мысленно или письменно план подачи устной информации и список интересующих меня вопросов, привожу себя в порядок. Иногда немного нервничаю – для приличия, как перед выступлением.

Если я опаздываю на встречу... Я достаточно пунктуальный и с подобными проблемами не сталкиваюсь, но бывали случаи. Один раз пришлось за полтора часа позвонить и предупредить о возможном опоздании. Ну а так, если я еду без запаса по времени, то всегда немного нервничаю, не зависимо от того, по работе эта встреча или просто с друзьями.

Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу – терпеливо жду. Отношусь к этому очень спокойно, так как понимаю, что у людей с таким уровнем ответственности и бесконечным потоком дел могут быть накладки.

Специфика заключения контрактов в моей области работы состоит в том, что все-таки это контракты не на один пылесос или утюг. Оборудование, которое мы поставляем, достаточно дорогостоящее, и, как правило, во многом определяет дальнейшую стратегию и концепцию развития предприятия, поэтому время принятия решения заказчиком исчисляется не минутами, а месяцами. И когда заказчик начинает делиться совместно проработанным новым проектом с участием нашего оборудования, защищать его на встречах перед своими коллегами, становится ясно, что теперь дело только за нами – мы должны дать лучшее предложение по цене.

После подписания договора незамедлительно приступаю к работе. Времени в данном случае много не бывает, а все непредвиденные ситуации предусмотреть невозможно. КС

19 100 посетителей

24 506 кв. метров

RosUpack подтвердила статус главной выставки упаковочной индустрии в России и Восточной Европе

Источник:
материалы организаторов
Фото: www.rosupack.com



Важным профессиональным событием стала Международная научно-практическая конференция «Упаковочный рынок России. Вызовы и возможности».

С 17 по 20 июня в Москве в МВЦ «Крокус Экспо» состоялась 19-я Международная выставка упаковочной индустрии RosUpack – крупнейшее отраслевое событие России, стран СНГ и Восточной Европы.

Участники и организаторы на высоте

Организатором мероприятия выступила Международная выставочная компания MVK в составе Группы компаний ГТЕ, лидера российского рынка выставочных услуг.

В церемонии открытия выставки приняли участие заместитель начальника Управления развития инфраструктуры розничной торговли и услуг Департамента торговли и услуг города Москвы Ольга Зубкова, заместитель начальника управления торговли Министерства потребительского рынка и услуг Московской области Марина Еремина, президент Национальной конфедерации упаковщиков (НКПак) Владимир Чуйков, генеральный директор НКПак Александр Бойко, президент Ассоциации производителей упаковочного и перерабатывающего оборудования «ПАКМАШ» Александр Пузиков, советник министра, руководитель Экономического отдела Посольства Респу-

блики Польша в РФ господин Кшиштоф Кордаш и другие официальные лица.

В приветственном слове гостям и участникам **директор по маркетингу и коммуникациям подразделения Mondi Europe & International Альберт Клиникхаммер** отметил, что выставка RosUpack является очень важной торгово-экономической площадкой, широко известной как в России, так и в странах Восточной Европы. По его словам, она дает возможность специалистам обсудить перспективы развития упаковочной промышленности и ознакомиться с современными технологиями производства упаковочных материалов для товаров народного потребления и др. Он также подчеркнул, что ассортимент продукции на стендах участников наглядно демонстрирует высокий уровень выставки.

В этом году экспонентами RosUpack стали 714 компаний из 38 стран мира. Более 60 компаний принимали участие впервые. С экспозицией выставки ознакомились 19,1 тыс. специалистов из 79 регионов России и 48 стран мира. Посетители получили уникальную возможность выбрать упаковочное и фасовочное оборудование, современную готовую упаковку и сырье для ее производства, машины для групповой и транспортной упаковки, си-

стемы складирования и внутрискладской логистики и многое другое.

Площадь выставки составила 24 506 кв. метров. Все дни ее работы на открытой экспозиции регулярно проводились демо-шоу, наглядно демонстрировавшие возможности складской техники.

Деловая программа как важная составляющая

Экспозицию RosUpack 2014 дополнили научно-практические конференции и семинары, презентации и круглые столы. Все мероприятия традиционно разработаны и проведены в тесном сотрудничестве с профильными союзами и ассоциациями.

Важным профессиональным событием стала Международная научно-практическая конференция «Упаковочный рынок России. Вызовы и возможности», организованная Национальной конфедерацией упаковщиков при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ и ряда отраслевых союзов.

Представители Минэкономразвития России, Минпромторга России, отраслевых союзов и ассоциаций, ведущих производителей упаковочных материалов, изделий и оборудования обсудили особенности применения современных по-

лимерных материалов в упаковке, использование цифровых технологий в отрасли, технологии защиты от контрафакта и другие вопросы. В работе конференции приняли участие более 120 специалистов из различных отраслей промышленности.

Впервые в рамках выставки RosUpack состоялась конференция «Решения для автоматизации упаковочных процессов», на которой своим опытом поделились представители таких успешных предприятий, как «Итон», «Мерпаса», «Клинкманн

Событие:

19-я Международная выставка упаковочной индустрии

Дата:
17–20 июня 2014 года

Место проведения:
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Организатор:
компания MVK в составе
Группы компаний ITE

Участники:
714 компаний из 38 стран мира

Посетители:
19 100 человек из 79 регионов
России и 48 стран мира

Площадь выставки:
24 506 кв. метров

СПб», «Б+Р промышленная автоматизация», «Сименс» и др.

Для специалистов в сфере логистики и управления складом компания «ММГ-Холдинг» провела конференцию «Эффективное управление современным складом», участники которой обсудили актуальные вопросы проектирования и модернизации современного склада, применения электронных технологий на складе.

«Россия – наш стратегический партнер» – под таким девизом состоялась конференция компании Tosaf Plastic, посвященная инновационным разработкам в области специальных добавок для пластиковых материалов.

На выставке RosUpack 2014 были подведены итоги ежегодного конкурса производства и дизайна упаковки PART Awards (Packaging, Art, Research, Technology), на который было принято 70 образцов. В состав жюри вошли независимые специалисты в области производства упаковки, оценивавшие конкурсные образцы по ряду критериев: экономичность, маркетинг, экологичность, дизайн, полиграфическое исполнение и др.

С 16 по 19 июня 2015 года Международная выставка упаковочной индустрии RosUpack вновь пройдет в Москве, в МВЦ «Крокус Экспо». **КС**

ПОЛНЫЙ
КОНТРОЛЬ

SOFTWARE



Bizerba Interactive



Программные продукты Bizerba

Создают условия для оперативного контроля процессов и обеспечивают принятие правильных решений.

www.bizerba.com



Узнайте больше
Многообразие решений
и различные варианты
конфигураций

BIZERBA
closer to your business



Калининградские кадеты покорили Москву

«Это потрясающее событие останется в нашей памяти на всю жизнь!» – именно такими словами охарактеризовали Международный военно-музыкальный фестиваль «Спасская башня детям» воспитанники Калининградской школы-интерната «Андрея Первозванного кадетский морской корпус». Грандиозное мероприятие, прошедшее в Москве в рамках легендарной «Спасской башни» с 30 августа по 7 сентября, объединило более 500 участников из пяти регионов России. Благодаря поддержке корпорации «СОЮЗ» свои таланты на Красной площади продемонстрировали и ребята из самого западного региона страны.

«Выступать в самом сердце России, особенно в присутствии поклонников духовой музыки, – очень волнительное и ответственное событие: мы представляли не только наш оркестр, школу, но и всю Калининградскую область. Такое, конечно, никогда не забудется! Искреннее спасибо корпорации «СОЮЗ» за осуществление самых заветных желаний», – поделился эмоциями воспитанник школы-интерната Александр Морозовский.

Юные калининградцы произвели настоящий фурор среди гостей праздника: все номера, исполненные кадетским корпусом, сопровождалась бурными овациями и словами восхищения. Высокий уровень исполнительского мастерства коллектива не остался незамеченным и профессиональными музыкантами.

«Сегодня с уверенностью можно сказать, что воспитанники калининградского кадетского корпуса покорили Москву. У ребят большое будущее: пройдет немного времени, и сегодняшние участники фестиваля «Спасская башня детям» выйдут на Красную площадь в составе взрослых оркестров», – отметил музыкальный руководитель фестиваля, дирижер Президентского оркестра РФ Евгений Никитин.

В рамках фестиваля начинающие артисты обменялись опытом с другими участниками музыкального праздника, получили ценные советы и узнали некоторые секреты мастерства у своих взрослых коллег – именитых музыкантов военных оркестров из разных стран мира.

«Спасская башня детям» – уникальный проект, поскольку он, с одной стороны, популяризирует духовую музыку и формирует определенную культурную среду общества. А с другой, воспитывает у молодежи чувство искреннего патриотизма и гордость за славные страницы истории России и ее защитников. Для нас это не разовая акция – это безусловный стратегический приоритет в социальной политике корпорации «СОЮЗ», – сказал ее президент Сергей Васильев.

Благодаря активному сотрудничеству правительства Калининградской области, Гильдии поставщиков Московского Кремля и корпорации «СОЮЗ» в рамках реализации региональных и федеральных программ по патриотическому воспитанию молодежи юные калининградцы не только своими глазами увидели потрясающее военно-музыкальное дей-

ство, но и приняли в нем активное участие.

Стоит отметить, что эта поездка – один из этапов многолетнего социально-ориентированного проекта, в рамках которого Президентский оркестр РФ помогает коллективу юных музыкантов школы-интерната «Андрея Первозванного кадетский морской корпус» осваивать секреты исполнительского мастерства.

«Спасская башня детям» – новое направление ежегодного военно-музыкального фестиваля «Спасская башня». Детское отделение взяло старт в 2013 году, а Международный военно-музыкальный фестиваль «Спасская башня» проводится уже с 2007 года. За это время грандиозное «сражение» музыкальных коллективов стало одним из самых популярных и посещаемых в мире смотров военного музыкального и артистического мастерства. За все время существования фестиваля в нем приняли участие более 100 оркестров из 40 стран.

Теперь эстафету приняло подрастающее поколение, готовое своим мастерством и талантом защищать честь своей страны на самых значимых музыкальных площадках. **Р**

www.soyuzcorp.com

«Коммунарка» расширяет ассортимент

Как сообщила заместитель генерального директора по производству Татьяна Сайганова, компания «Коммунарка» 12 сентября запустила линию по изготовлению шоколада с крупными добавками и начинками.

На линии стоимостью 4,3 млн евро будут производить более 15 новых наименований шоколада. «Мы будем выпускать шоколад с такими добавками, как сублимированная черника, апельсиновая цедра, а также молочный шоколад с фундуком, с фундуком и изюмом, с соевым арахисом. Новинки поступят в продажу в ближайшее время», – рассказала Татьяна Сайганова.



Производительность линии при полной загрузке составляет 1 тонну продукции в час и до 15 тонн в сутки. Благодаря ее работе объемы производства шоколада на предприятии увеличатся до 23 тыс. тонн в год.



Татьяна Сайганова отметила, что в 2015 году «Коммунарка» ставит перед собой задачу увеличить производство продукции практически в два раза. Недавно на предприятии запустили новую вафельную линию, в конце сентября на фабрику поступит оборудование для новой могучей линии. Ее производительность составит 1,5 тонны в час. На линии будут производить суфле, тоффи, нугу и желе. «Кроме того, мы обратились в Мингорисполком с просьбой выделить нам площадку вне территории «Коммунарки», за городом, где мы хотели бы организовать производственно-складской комплекс. На его территории планируем разместить цех по первичной переработке какао-бобов, а также логистический центр и, возможно, фирменный магазин, где будем торговать оптом», – сказала заместитель генерального директора по производству.

Она подчеркнула, что все подразделения предприятия прилагают максимум усилий для

наращивания экспортных поставок. «На это сейчас работают все службы компании: технологи занимаются вкусами, дизайнеры – разработкой упаковок, активно работает отдел маркетинга и рекламы», – отметила Татьяна Сайганова. Объем экспорта предприятия планируется довести с нынешних 20% до 30% и больше.

СООА «Коммунарка» выпускает более 200 наименований продукции, ежегодно добавляя в свой ассортимент 15-20 новинок.

candynet.ru



Новгородская кондитерская фабрика намерена увеличить выпуск продукции

На прошлой неделе газета «Известия» опубликовала материал, посвященный кондитерскому рынку страны. В частности, речь шла об импортозамещении кондитерской продукции в связи с санкциями. Выяснилось, что сегодня кондитерские мощности используются российскими производителями на 60-65%.

Российские кондитеры могут спокойно заменить импортную продукцию. К примеру, новгородская кондитерская фабрика «Каскад» намерена увеличить производство.

«У нас есть планы по увеличению производства. Связано это больше не с санкциями, а с расширением сети магазинов, куда мы поставляем свою продукцию. Наш ассортимент не пересекается с другими кондитерскими компаниями, но определенную долю рынка в связи с санкциями мы сможем занять. Правда начинать выпуск кондитерских изделий таких же, на которые был введен запрет, мы не будем, сейчас работаем над созданием новых продуктов», – рассказал интернет-изданию заместитель генерального директора новгородской кондитерской фабрики «Каскад» Дмитрий Петров.

Он также сообщил, что рынок сбыта у них весьма солидный. С торговыми сетями «Дикси» и «Пятерочка» компания работает на федеральном уровне и поставляет продукцию во все магазины. С «Магнитом» налаживать сотрудничество пока не получилось.

Известия

Стоимость сахара-сырца снизилась до уровня 2010 года



Мировой рынок сахара продолжает находиться в нисходящем тренде. С начала текущего года цены снизились более чем на 12%. По мнению экспертов, основная причина снижения цен – мировой профицит сахара, который стимулируется благоприятными прогнозами по производству в Бразилии и Индии. Стоимость же сахара-сырца снизилась до уровня 2010 года.

По данным бразильской Ассоциации Unica, в крупнейшем по производству сахара регионе Center South с января по август произведено 20,9 млн тонн, что на 4,4% выше, чем в прошлом году. По данным Международной организации по сахару, объем мирового профицита оценивается на уровне 1,3 млн тонн.

Октябрьский контракт на Нью-Йоркской товарно-сырьевой бирже ICE 11 сентября, потеряв 16 пунктов, закрылся на уровне 14,36 цент/фунт, что соответствует уровню мая 2010 года.

Союзроссахар



Известный бренд Оreo представил этой осенью печенье со вкусом тыквы

Оранжевый крем со вкусом тыквы стал прослойкой между ванильным бисквитным печеньем. Многие представители зарубежных СМИ, попробовавшие новинку, сходятся во мнении, что «аромат печенья гораздо сильнее, чем его вкус».

Печенье в меру сладкое и имеет лишь слегка выраженный вкус тыквы. Сообщается, что печенье Oreo Pumpkin Spice будет в продаже во всех магазинах США в течение 6-8 недель или до тех пор, пока не закончатся запасы.

упakovano.ru

BIZERBA

Интеграция Bizerba на новом уровне

Немецкая компания Bizerba, открывшая в прошлом году собственное дочернее предприятие в России, совместно с компанией AXELOT осуществила интеграцию весовой, этикетировочной техники Bizerba с решениями на базе 1С.

При помощи специальной стандартной компоненты имеется возможность осуществлять взаимодействие в режиме online между приборами Bizerba и учетными системами как высшего, так и низшего уровня. Теперь любые программные продукты 1С (системы ERP, MES, WMS, TMS) могут автоматически получать данные о весе, количестве и т. д.

Эти данные позволят вести максимально точный учет товародвижения, остатков товарно-материальных ценностей, что позволит проводить постоянный мониторинг процессов приемки сырья, отгрузки готовой продукции,

а также автоматизировать формирование внутренней отчетности и составление отгрузочных документов.

Для программиста предприятия теперь достаточно ознакомиться с документацией 1С, где на русском языке описаны стандартные методы взаимодействия с компонентой. **Р**

«Бицербя Рус»
107113 РФ г. Москва

ул. 3-я Рыбинская,
д. 18, стр. 22

БЦ «Буревестник»
тел.: +7 (499) 270-09-62
e-mail: russia@bizerba.com
www.bizerba.com

Гибридная печь J4 для сушки и жарки экструдированных продуктов

Компания J4, занимающаяся проектированием и производством ленточных туннельных печей, выпустила инновационную гибридную печь.

Установка является альтернативой узким кондитерским печам. Машина имеет модульное построение и свойственные для оборудования J4 надежную конструкцию, эргономичный и современный дизайн.

Оптимальная передача тепла продукту обеспечена разными способами обогрева. Такие печи называют гибридными, и они находят основное применение в кондитерском производстве, где производят различные виды печенья из легкого теста, бисквитов и т. д. Далее везде там, где нужна для производства данного изделия выпечка в сочетании с подсушкой или же только высушивание.

Первая секция имеет прямую обогрев, а вторая – конвекционный, направленный поток горячего воздуха. Печь может работать на высо-

ких температурах, что очень важно для спекания экструдированных продуктов. Также печь обладает высокой производительностью.

Данная установка позволяет получать продукты, насыщенные вкусом и полезные для потребителя, так как технология, применяемая в печах, позволяет сохранить все вещества в самом изделии. Печь отвечает всем современным требованиям заказчиков. **Р**

www.agroid.ru
196084 г. Санкт-Петербург,
ул. Смоленская, д. 9
Тел. +7 (812) 309-53-32

www.j4.eu
503 02 Predmerice ned Labem
Prumyslova 96
Czech Republic
+420 495 581 137

FOODesign выводит на международный рынок серию печей и фритюрниц

Ведущий производитель оборудования по обработке пищевых продуктов, входящий в состав TNA, компания FOODesign представила на международном рынке серию автоматизированных печей и фритюрниц, работающих с горячим маслом, Batch-pro®12.



Широко используемое в США оборудование инновационной серии Batch-pro®12 позволяет эффективно обжаривать чипсы из овощей: картофеля, моркови, колоказии, свеклы и пастернака. Фритюрницы компании FOODesign, вместимость которых составляет от 90 до 295 килограммов в час, оснащены системой прямой огненной обжарки.

Чтобы увеличить объемы производства и сохранить стабильность качества выпускаемой продукции, установки для обжарки Batch-pro®12 оснащены системами поддержания заданной температуры и быстрого восстановления тепла.

Уделяя большое внимание сокращению отходов производства,

специалисты компании FOODesign снабдили печи Batch-pro®12 инновационной системой непрерывной фильтрации масла. Во время приготовления картофельные ломтики впитывают до 30% масла, а оставшиеся 70% фильтруются и смешиваются со свежим маслом.

Помимо высокой производительности при обработке выпускаемой продукции, механические детали системы имеют легкий доступ к обслуживанию и замене, что гарантирует бесперебойное производство и длительный срок службы. Благодаря конструкции, рассчитанной на интенсивный режим работы, оборудование серии Batch-pro®12 компании FOODesign может выдерживать десятилетия усиленной эксплуатации.

«Спустя 20 лет с момента представления инновационных решений нашим клиентам в США мы решили вывести на международный рынок нашу революционную серию печей и фритюрниц Batch-pro®12. Мы стремимся обеспечивать высочайшие уровни эксплуатационных характеристик и технической компетентности для наших заказчиков. По сути, серия Batch-pro®12 – оптимальное решение для любого предприятия, желающего повысить производительность и при этом придерживаться высочайших стандартов качества и безопасности продуктов питания», – заявил **руководитель отдела продаж компа-**

нии FOODesign Нил Андерсон, комментируя выход на рынок новой системы печей и фритюрниц Batch-pro®12.

К установкам серии Batch-pro®12 компания FOODesign предлагает полный ассортимент дополнительного оборудования: паровые колпаки, маслофильтры, устройства для нарезки картофеля и загрузки ломтиков, оборудование для нанесения и распределения специй и многое другое. **P**

FOODesign Ltd., PO Box 2449,
Wilsonville, Oregon 97070, USA

Тел.: +1 503-685-5030

E-mail: neil.anderson@foodesign.com
www.foodesign.com

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ АГРАРНАЯ ДЕРЖАВА

Государственно-частное партнерство

27-28 ноября
МОСКВА

ДИАЛОГ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

По вопросам регистрации и сотрудничества:
+7 (495) 797 9056 / at@b2bevent.ru



Компания:

ЗАО «Техлен»

194044, Санкт-Петербург,
Евпаторийский пер., д. 7 литер А
Тел./факс: +7 (812) 244-05-30, 244-05-31,
E-mail: info@tehlen.ru
www.tehlen.ru



Автор:

Владимир Жуковец,

руководитель отдела
продаж и маркетинга
ЗАО «Техлен»

Качественный инвентарь – путь к успеху хлебозавода!

Известное российское производственное предприятие ЗАО «Техлен» на протяжении более 10 лет помогает хлебозаводам России добиваться успеха, поставляя качественный и разнообразный инвентарь для хлебопечения.

Основной ассортимент выпускаемой продукции обусловлен широким применением в хлебопечении печных тележек, листов и форм. Неизменно высокое качество продукции, весьма приемлемые цены и разумные сроки поставки позволяют сохранять крепкие отношения с заказчиками и остаются главной причиной привлечения новых клиентов.

В этом году на базе нашего предприятия введен в эксплуатацию цех по нанесению на противни и формы антипригарных покрытий. Благодаря применению таких покрытий отпадает необходимость смазки форм и противней, что, помимо высокого экономического эффекта, еще и улучшает качество выпечки из-за отсутствия пригорания хлебобулочных изделий, а также увеличивает срок службы инвентаря, так как отпадает необходимость его очистки. Возможно нанесение повторного покрытия (так называемое перепокрывание) на уже имеющийся инвентарь с антипригарным покрытием.

Основные наши ценности в отношениях с покупателями и в коллективе – высокие моральные стандарты. Работая в тесном контакте с хлебопеками, мы формируем репутацию честного и надежного партнера на долгие годы. Визиты на хлебозаводы, общение с заказчиками на отраслевых выставках позволяют нам лучше понимать потребности хлебопечков, что ведет к появлению новых эффективных технических решений, т. е. к улучшению нашей продукции.

Формирование партнерских отношений, стремление к постоянному развитию, активная работа с ассортиментом, качеством и ценой продукции – залог успешного применения нашего инвентаря на хлебозаводах и пекарнях по всей России. ■

Встретимся на выставке!

Агропродмаш-2014
Москва 6-10 октября
3-й павильон, стенд 3Е15

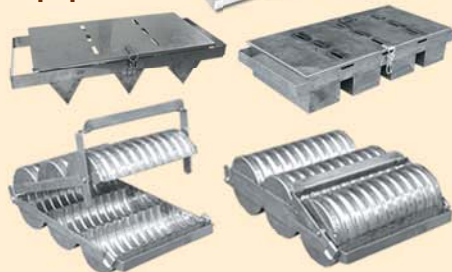
ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
ТЕХЛЕН

Листы волнистые и плоские перфорированные:



- любые размеры
- различное число желобов
- усиление каркаса

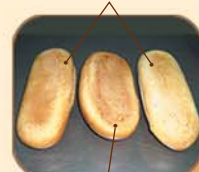
Тостовые формы



Формы «лодочки» перфорированные



Выпечка в «лодочках»



Выпечка на листе



Тележки печные и транспортировочные

Санкт-Петербург
Евпаторийский пер., д.7 лит. А
(812) 244-05-30, 244-05-31
info@tehlen.ru, www.tehlen.ru

ДОВЕРИЕ НАДЕЖНОСТЬ ЧЕСТНОСТЬ

Подготовили: **Александра Именохоева,**
Алексей Сараев

Сладости, которые можно покупать

В конце августа в Санкт-Петербурге в рамках Международной выставки «Агрорусь» состоялось подведение итогов общественного конкурса по качеству продовольственных товаров «Можно покупать!», который третий год подряд проводит Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль».

В конкурсе приняли участие изготовители продовольственных товаров, чья продукция представлена в розничной торговой сети города на Неве. Цель смотра – выявить на полке магазинов товары, информация на упаковке которых полностью совпадает с заявленным составом и которые можно покупать без всякого риска.

С каждым годом количество участников конкурса «Можно покупать!» растет. Если в 2012 году в нем приняли участие 9 компаний, то в 2013 – уже 13, а в этом году заявки подали 18 организаций. Причем в конкурсе соревнуются как крупные, хорошо известные продовольственные компании, так и те, кто только недавно вышел на потребительский рынок.

Конкурс состоял из двух этапов: лабораторные исследования образцов по физико-химическим показателям и оценка их маркировки, а также дегустационная оценка ведущими экспертами по качеству Санкт-Петербурга.

Несмотря на то, что конкурс проводит общественная организация потребителей, оценку качества товаров участников проводили специалисты, представляющие авторитетные государственные экспертные учреждения региона: ФБУ «Тест-С.-Петербург», СПб ГБУ «Центр контро-



Всеволод Вишневецкий,
председатель
наблюдательного совета
конкурса и руководитель
«Общественного
контроля»:

«Сегодня, когда наш рынок переполнен фальсифицированной продукцией, добросовестным предпринимателям становится все сложнее заработать доверие потребителей, знак качества «Можно покупать!» помогает им в этом».

ля качества товаров (продукции), работ и услуг», Управление Роспотребнадзора по Ленинградской области, ФГБУ «Ленинградская межобластная ветеринарная лаборатория», ГУ «Санкт-Петербургская городская ветеринарная лаборатория», Всероссийский научно-исследовательский институт жиров Российской академии сельскохозяйственных наук, ОАО «Гипрорыбфлот», Северо-Западный государственный медицинский университет им. И.И. Мечникова, Институт холода и биотехнологий НИУ ИТМО.

Заявки на участие в конкурсе «Можно покупать!» в этом году подали изготовители из пяти регионов России – из Санкт-Петербурга, Москвы, Велико-го Новгорода, Ленинградской и Тверской областей. Всего было выдвинуто 30 образцов продовольственных товаров в семи номинациях: «Молочная продукция», «Мясная продукция», «Рыбная продукция», «Консервы», «Замороженные полуфабрикаты», «Соления» и «Кондитерская продукция».

Победителями в номинации «Кондитерская продукция» стали пирожное «Буше» (сливочное) от компании «Карат Плюс» и пирог с вишней от сети кафе-пекарен «Пироговый дворик».

По условиям конкурса победители теперь могут наносить на упаковку знак «Можно покупать!», причем на бесплатной основе. Однако, согласно Положению о конкурсе, право использовать знак предоставляется только в том случае, если изготовитель готов гарантировать «Общественному контролю» качество товара-лауреата в течение всего календарного года. При этом общественная организация оставляет за собой право без предупреждения проводить проверку качества товара, маркированного знаком «Можно покупать!». Если в ходе контроля будут выявлены нарушения по качеству, продукция будет отозвана из торговой сети.

После подведения итогов конкурса и награждения участников мы пообщались с **председателем наблюдательного совета конкурса и руководителем «Общественного контроля» Всеволодом Вишневецким.**

– Что в целом можно сказать о качестве продукции, представленной на конкурсе?

– Оценку давали независимые эксперты, и в целом их отзывы были положительными. Однако это лишь небольшой процент того, что продается на прилавках Санкт-Петербурга.

фото: Алексей Сараев



– С тех пор, как вы начали проводить конкурс, заметили ли вы какие-то изменения в плане качества?

– С каждым годом к нашему конкурсу проявляют интерес все больше производителей продуктов питания, а значит, все большее число производителей уверены в качестве своих товаров.

– Как влияет на продажи маркировка «Можно покупать!», которую наносят на свои товары победители конкурса?

– На мой взгляд, сегодня, когда наш рынок переполнен фальсифицированной продукцией, добросовестным предпринимателям становится все сложнее заработать доверие потребителей. Знак качества «Можно покупать!» помогает им в этом.

– Была ли представлена на конкурсе инновационная продукция?

– Консерванты используются, в частности, производителями кондитерских изделий, однако это разрешенные консерванты, без которых невозможно создать качественную продукцию с достаточным сроком хранения.

Лауреаты: от первого лица



Татьяна Васильева,
руководитель отдела маркетинга
сети кафе-пекарен «Пироговый дворик»

– Татьяна, какое внимание вы уделяете качеству продуктов? На каких этапах происходит его контроль?

– Мы очень рады, что стали победителями конкурса, получили признание экспертов и знак качества «Можно покупать!». Качество – наш приоритет, и мы не собираемся снижать планку. Контроль у нас происходит на каждом этапе – начиная от выбора ингредиентов и заканчивая подачей продукта клиентам.

– Могут ли сегодняшние политические обстоятельства, связанные с ограничением ввоза зарубежного сырья для производства продуктов питания, каким-то негативным образом повлиять на качество продукции, выпускаемой нашими производителями?

– Гостям наших кафе не стоит беспокоиться, у нас перебоев с поставками качественного сырья не будет.



Елена Кривда,
руководитель отдела маркетинга
и рекламы компании «Карат плюс»

– Елена, почему вы выбрали для участия в конкурсе именно пирожное «Буше» (сливочное)?

– Пирожные буше – классическое лакомство, которое очень любят потребители нашего города. Мы решили, что в случае победы сможем знаком качества «Можно покупать!» привлечь дополнительное внимание покупателей к своему продукту.

В качестве своих изделий мы уверены. На предприятии внедрены системы менеджмента качества ISO и HACCP, у нас есть специальная служба, которая контролирует весь процесс приготовления тортов и пирожных. Кроме того, мы сами делаем контрольные закупки нашей продукции в магазинах и отдаем на лабораторные исследования, чтобы быть уверенными в соблюдении условий хранения.

– Могут ли сегодняшние политические обстоятельства, связанные с ограничением ввоза зарубежного сырья для производства продуктов питания, каким-то негативным образом повлиять на качество продукции, выпускаемой нашими производителями?

– Пока рано делать какие-то прогнозы. На данный момент перебоев с сырьем нет. Но при любом повороте событий мы не собираемся снижать качество наших изделий. В России много предприятий, которые готовы поставлять производителям кондитерской продукции качественное сырье и ингредиенты. **КС**



Информация предоставлена Комитетом
по продвижению клюквы США
www.us-klukva.ru

Многообразие клюквы США

Россияне считают клюкву своей национальной ягодой. Это обусловлено местным фольклором и традиционной кухней. Но немногие знают, что США занимаются культивацией клюквы (*Vaccinium macrocarpon*), и, благодаря современным технологиям выращивания, американским фермерам за короткий срок удалось завоевать первые позиции по экспорту клюквы по всему миру.

Американская клюква на российском рынке

По данным Комитета по продвижению клюквы США, в 2012 году в Россию было импортировано 3274 тонны клюквы из Америки. А в 2013 американские фермеры уже участвовали в Международной выставке продуктов питания и напитков в Москве – World Food 2013. Российские импортеры могли познакомиться с особенностями сортов клюквы *Vaccinium oxococcus* и *Vaccinium macrocarpon*, спецификой их выращивания, потребления и хранения. «Россия на седьмом месте в списке государств-импортеров американской клюквы. Но объемы поста-

вок растут с каждым годом. Если в сезоне 2009/2010 экспорт сушеной и замороженной клюквы, ягодных соков и пюре достиг лишь 106 тонн, а в 2010/2011 – 2528 тонн, то в 2011/2012 он составил уже 3010 тонн», – прокомментировал ситуацию **председатель Комитета по продвижению клюквы США Скотт Соарес**.

В начале этого года компания Synovate comcon провела исследование, посвященное отношению российских потребителей к американской клюкве. Выяснилось, что 54% опрошенных доверяют данному продукту, 68% считают, что клюква США полезна для здоровья, и 76% опрошенных сказали, что им понравился продукт. Динамика интереса потребителей к американской клюкве тоже растет – о бренде за год узнали 30% потенциальных покупателей.

Как показало маркетинговое исследование, наибольшей популярностью в России пользуются сушеная (17%) и замороженная клюква (18%). Россияне предпочитают пить клюквенный сок или морс, американцы же готовят из этой ягоды соусы и десерты, добавляют ее в салаты. Интересно то, что кулинарным хи-

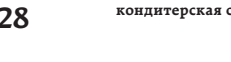
том старой Руси была квашеная капуста с клюквой – теперь гастрономические потребности явно изменились.

Клюква США в кондитерских изделиях

Американская клюква незаменима в хлебопекарной промышленности. Сушеные ягоды, разрезанные пополам, технологи рекомендуют добавлять в ржаную и ржано-пшеничную муку в конце замеса. Необходимо соблюдать пропорции соотношения клюквы к массе теста, в зависимости от сорта хлебобулочной продукции. Если это сдоба, то рекомендуется использовать до 20% клюквы, если ржаной хлеб – не более 5-7% к массе муки.

Печенье, кексы, рулеты и маффины приобретают неповторимый вкус при замене привычного изюма на клюкву. Кстати, это гораздо полезнее для людей, которые следят за собственным весом. Гликемический индекс клюквы гораздо ниже, чем у изюма. Технологи рекомендуют добавлять в кондитерские изделия до 30% сушеной клюквы, а торты и рулеты украшать замороженной ягодой. **В**

Таблица 1: Продукты на основе клюквы США

Продукт	Описание	Упаковка	Правильное хранение/ срок хранения	Комментарии	Применение
	Свежие цельные ягоды	Пакетик 340 г или ящик 18,14 кг	0–1 °C / 3 месяца	Сезон с октября по январь	Выпечка, соусы
	Цельные замороженные ягоды	Ящик 18,14 кг	–18±9 °C / 18 месяцев	Доступны круглый год	Выпечка, соусы, приправы, молочные продукты
	Нарезанные замороженные ягоды (кусочки толщиной 10 мм)	Ящик 9,07 кг	–18±9 °C / 18 месяцев	Доступны круглый год (индивидуальная быстрая заморозка)	Выпечка, соусы, приправы, молочные продукты
	Клюквенный сок (7,5 °Брикса)	Емкость 166 л	–18±9 °C / 12 месяцев	—	Напитки, красители
	Клюквенный концентрат (50 °Брикса)	Канистра 19 л или емкость 190 л	–18±9 °C / 24 месяца	Сильно окрашенный, чистый клюквенный концентрат	Напитки, красители, приправы, молочные продукты, сладости
	Клюквенное пюре (5,4 или 6,1 °Брикса)	Канистра 15 л или емкость 190 л	–18±9 °C / 18 месяцев	Хорошо окрашенное, высокое содержание пектина	Соусы, напитки, выпечка
	Сушеные ягоды с добавлением сахара	Ящик 11,3 кг	12 месяцев при 18 °C; 18 месяцев при 7 °C; хранить в сухом прохладном месте	Не содержит искусственных красителей, ароматизаторов и консервантов; прекрасно сохраняет цвет	Выпечка, каши, «походные смеси», снежи, молочные продукты, сладости
	Сушеные ягоды с добавлением сахара и натуральных ароматизаторов	Ящик 11,3 кг	12 месяцев при 18 °C; 18 месяцев при 7 °C; хранить в сухом прохладном месте	Плотная, но нежная текстура; разнообразные ароматы: малина, вишня, клубника, черника, апельсин, персик	Выпечка, каши, «походные смеси», снежи, молочные продукты, сладости
	Клюквенный концентрат сухого распыления	Емкость 45,3 кг	2 года в сухом месте при комнатной температуре	Растворимый; 90% сухого остатка	БАДы, сладости, напитки, чай, красители



Del'ar cream

26%

КРЕМ НА РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЛАХ

1 л

26%

Крем на растительных маслах

ВКУСНОЕ РЕШЕНИЕ для производителей тортов и пирожных

- Нежный чистый ванильно-сливочный вкус – лучший среди аналогов на отечественном рынке по результатам оценки независимых экспертов.
- Высокая взбиваемость: объем взбитого крема может достигать 350–450%.
- Легкая воздушная и пластичная структура.
- Стабильность в продукте: не растрескивается, не оседает, не створаживается, выдерживает цикл заморозки и дефростации.
- Оптимальное соотношение цены и качества.
- Универсальность: может использоваться как сам по себе, так и в сочетании с жировыми начинками на безводной основе, вареной сгущенкой, фруктово-ягодными наполнителями и глазуриями.

упаковка

1 л 10 л

Нежный чистый ванильно-сливочный вкус



Декор Начинка Прослойка

ГК «СОЮЗНАБ» | +7 (495) 937 87 31 | WWW.SSNAB.RU | MAIL@SSNAB.RU
 143405, Россия. МО, г. Красногорск, Ильинский туп., 6. Тел: +7 (495) 937 87 37 (многоканальный)
 Контакты филиалов на сайте www.ssnab.ru в разделе «Контакты»

3x
совершеннее



- Высшей марки
- Более практичная
- Более полифункциональная



JAC

Тестоформовочная машина

WWW.JAC-MACHINES.COM

UNiC





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

Информация предоставлена специалистами
отдела маркетинга «Шаллер»

NORBERT SCHALLER GESMBH
Donau-City-Strasse 11, 1220 Wien, Austria
Tel.: +43-1-368 65 05
Fax: +43-1-368 66 36
E-mail: office@schalleraustria.com
www.schalleraustria.com

Системный подход к гигиене



Как известно, одна из важнейших составляющих успеха предприятия пищевой промышленности – высокий уровень гигиены как производства, так и персонала, ведь без обеспечения стабильного качества и длительных сроков хранения продуктов невозможна успешная деятельность компании.

Все чаще в прессе появляются статьи о том, как отсутствие гигиены при производстве продуктов питания уничтожает предприятие, доведя его до полного закрытия. Скандальные истории в пищевой промышленности быстро становятся известны широкой общественности. Последствия «пищевых скандалов» всегда плачевны: восстановить испорченный имидж производителя крайне сложно. Именно поэтому так важно с самого начала обеспечить и поддерживать на предприятии максимально высокий уровень гигиены. Эксперты компании SCHALLER® в течение многих лет оказывают своим заказчикам техническую и консал-

тинговую поддержку в вопросах планирования мер по обеспечению должного уровня гигиены, включая обучение специалистов клиента.

Гигиена любого пищевого предприятия складывается из гигиены производства, продукта и персонала. Только при слаженном взаимодействии всех трех составляющих можно говорить о высоком гигиеническом стандарте производимых продуктов.

Базисом для эффективной деятельности предприятия пищевой промышленности и главной предпосылкой для конкурентоспособности производимых продуктов является гигиена производства. Для постоянного поддержа-

ния чистоты на предприятии составляются планы очистки и дезинфекции всех производственных помещений, рабочих инструментов и оборудования. Они должны неукоснительно соблюдаться сотрудниками предприятия во избежание загрязнений и скопления бактерий.

Гигиена персонала, помимо личной гигиены каждого сотрудника, включающей регулярное и тщательное мытье рук, предусматривает стерильную обработку ран на коже и чистую рабочую одежду, годную для работы в цехах, производящих продукты питания.

Сегодня разработаны инновационные установки, способные гарантировать заказчику высокую гигиеническую безопасность производимых продуктов. К ним относятся современные санпропускники, отличающиеся высокой эргономичностью и автоматически обеспечивающие соблюдение стандартов личной гигиены. Команда экспертов направления SCHALLER Solutions, имеющая многолетний опыт в области оборудования для гигиены персонала, знает и эффективно применяет на практике все новые тренды в этой сфере.

В течение десятилетий компания SCHALLER накапливала знания и опыт в области гигиены предприятий, связанных не только с оборудованием, но и соответствующими цепочками рабочих процессов. С годами спектр услуг SCHALLER Solutions существенно расширился, благодаря постоянно растущим потребностям заказчиков в необычных и уникальных решениях. Поэтому теперь SCHALLER предлагает своим клиентам широкую линейку оборудования и принадлежностей для гигиены производства и персонала.

Еще одно обязательное условие для достижения оптимальных результатов в области гигиены предприятия – грамотная концепция обеспечения гигиены для каждого конкретного случая, от правильной организации и управления потоком сотрудников и посетителей предприятия до эффективных тренингов. Поэтому очень часто эксперты SCHALLER Solutions разрабатывают индивидуальные решения исходя из потребностей, пожеланий и технических условий определенного предприятия. Такой подход, подкрепленный оборудованием ведущих производителей и серьезной сервисной поддержкой SCHALLER, позволяет выполнять пожелания заказчиков на самом высоком профессиональном уровне. **Р**

Solutions

Масштабное мышление и индивидуальный подход



 **SCHALLER**

Ваш партнер для эффективных решений

Специалисты направления SCHALLER® Solutions в сотрудничестве с компаниями-партнерами разработают для Вас инновационные высокотехнологичные решения для кондитерской промышленности. По последнему слову техники и с учетом индивидуальных потребностей.

От планирования до ввода в эксплуатацию мы окажем Вам поддержку и предоставим решения, услуги и консультации высочайшего качества.

Наша команда обладает знаниями, ноу-хау и многолетним опытом реализации проектов в сфере производства кондитерских и хлебопекарных изделий.

Убедитесь сами!

NORBERT SCHALLER GESMBH
Адрес Тауер, Донау-Сити-Штрассе 11
1120 Вена, Австрия
suesswaren@schalleraustria.com, www.schalleraustria.com



Excellence in Food
Совершенство в каждом продукте



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

Компактная линия отливки шоколада

Новая компактная линия отливки шоколада Chocomaster™ Compact – идеальное решение для производства от 500 до 2500 килограммов в час. Разработанная на основе проверенной технологии своего «старшего брата» Chocomaster™ ценная линия отливки Chocomaster™ Compact обеспечивает идеальный баланс между габаритами, производительностью и инвестициями.

Поскольку в шоколадном бизнесе отмечаются тенденции к повышению разнообразия и гибкости, компания Бюлер нашла правильный ответ для тех производителей шоколада, которым нужно изготавливать небольшие или средние партии продуктов. Вместо того чтобы эксплуатировать высокопроизводительные линии с меньшей загрузкой, теперь клиенты Бюлер могут пользоваться рядом компактных решений. Новейшее дополнение к компактному оборудованию – линия ChocoMaster™ Compact, которая была представлена в этом году на выставке

Interpack в Дюссельдорфе. Эта установка продолжает традиции линии со съемными формами ChocoStar™ Compact, представленной в 2011 году и уже доказавшей свою эффективность на мировых шоколадных фабриках – от Японии до Южной Америки.

Инновационный гигиенический проект

Полностью соответствуя стандартам качества Бюлер, линия ChocoMaster™ Compact позволяет выпускать такие изделия, как плитки с добавлением различных ингредиентов и без них, батон-

чики, конфеты OneShot, а также воздушный шоколад.

Первой целью создания линии было удовлетворение потребности в оборудовании средней мощности. Другими задачами были сокращение занимаемой площади, дальнейшее повышение энергоэффективности и соответствие новейшим стандартам в области продовольственной безопасности. Особое внимание было уделено гигиеническим стандартам. Так, легкий доступ ко всем зонам внутри и снаружи линии облегчает ее очистку.

Каждый этап процесса полностью обозрим – от зоны смены форм до отливочной машины PowerShot™ с системой быстрой замены блока отливки. Все конструктивные и защитные элементы изготавливаются из нержавеющей стали. Именно такое стремление к совершенству в области машиностроения с исключительными стандартами техобслуживания характерны любому оборудованию компании Бюлер – как высокопроизводительного, так и компактного. **Р**



Благодаря малогабаритной и модульной конструкции линия ChocoMaster™ Compact позволяет обеспечить полную производственную загрузку оборудования при производстве небольших партий

SIGEP

sigep.it

UFI
Approved
Event

Вдохновляет ваш бизнес

36-й Международный
салон непромышленного
Gelato,
кондитерских
изделий и
выпечки

17-21
января 2015 г.
Римини

gambarini-muti.com



2015 **JUNIORES**
CAMPIONATO
MONDIALE
PASTICCERIA
PASTRY WORLD CUP

Pastry Events Partners



Da sempre a fianco del pasticciere.



Superarsi ogni giorno.



Для получения информации и заказа бесплатных карточек VIP CARD обращаться: ExpoPromo Group Ltd. - Ms Tetiana Ambrozevich - Bozhenko 86 I KSt., 2nd floor, Kyiv - 04070, Ukraine - Тел. 0038 044 2000392 - Факс 0038 044 2000391 - tatiana.ambrozevych@expopromoter.com - www.expopromoter.com

реклама



Sigep
RIMINI

Проводится одновременно с:

AB tech expo
ИСКУССТВО И
ТЕХНОЛОГИИ ХЛЕБОПЕЧЕНИЯ

Организатор:



RiminiFiera
business space

VELTEKO

Компания: **Velteko**
Телефоны в Москве:
+7 (495) 799 93 78,
+7 (499) 251 49 97
www.velteko.ru

Увеличение объемов продаж при использовании пакетов Doy-style

Согласно исследованию, проведенному журналом PackagingWorld, 35% потребителей выбирают продукцию, основываясь исключительно на ее упаковке. Кроме того, в 70% случаев люди принимают решение о покупке, непосредственно находясь в магазине. Поэтому очевидно, что стильная, запоминающаяся и привлекательная упаковка поможет увеличить объемы продаж.

Традиционная упаковка – не лучший выбор

Значительное количество товаров на магазинных полках упаковано в обычные пакеты, многие из которых остаются незамеченными. Допустим, вы продаете кофе, и вам нужно упаковать его в пакеты по 100 граммов. В этом случае у вас есть выбор среди множества видов пакетов. Один из них – пакет-подушка. Такую упаковку обычно кладут на магазинные полки, из-за чего проходящим мимо покупателям сложно на них заметить графические элементы и ваш маркетинговый посыл, поэтому заинтересованности почти не возникает. Более того, открывать такую упаковку неудобно.

Другой привычный вариант – вертикально стоящий пакет со складывающимся дном. Он стоит на полке, графические элементы и маркетинговое послание обращены к покупателю. Но опять-таки, как открывать такую упаковку, не всегда понятно.

Так существует ли упаковка, которая имела бы увеличенную площадь для печати графических элементов и маркетингового обращения, оптимизированное визуальное представление для покупателя и более высокую практич-



Чешская компания Velteko – первопроходец в создании пакетов типа Doy-style на вертикальной упаковочной машине.

ность? Решение возможно с помощью современной и эффективной упаковки типа Doy-style.

Пакет типа Doy-style, который также известен как «дой-пак», появился на рынке в восьмидесятых. Он создается из рулона пленки на упаковочных машинах. Данная упаковка имеет следующие преимущества: удобное и понятное открыва-

ние и закрывание, продукт может в нем храниться, огромная площадь для печати графических элементов и вашего маркетингового обращения на лицевой стороне (в два раза больше площади для печати, чем на вертикально стоящих пакетах со складывающимся дном).

Технологии компании Velteko для создания пакетов типа Doy-style

Чешская компания Velteko – первопроходец в создании пакетов типа Doy-style на вертикальной упаковочной машине. Velteko производит высокотехнологичные упаковочные машины и эффективно разрабатывает многофункциональные, высокопроизводительные и надежные решения в области упаковки для клиентской базы по всему миру. На международной выставке Interpack в 2005 году компания представила свою первую вертикальную упаковочную машину по созданию пакетов типа Doy-style, и с того времени технология постоянно дорабатывалась и совершенствовалась. Сегодня компания предлагает три серии HSV вертикальной упаковочной машины для создания пакетов типа Doy-style, и каждая из них способна создать 16 вариаций упаковки данного вида на высокой скорости.

Универсальность Velteko

Основное преимущество вертикальных машин Velteko серии HSV в их универсальности. Наряду с пакетами типа Doy-style, данные установки могут создавать пакеты «подушка», вертикально стоящие пакеты со складывающимся дном и, например, популярные пакеты с обработанными запаянными краями. В целом, серия машин HSV может создавать до 55 различных видов пакетов. Машины Velteko серии HSV легко и экономически выгодно приспособятся к вашим изменяющимся потребностям относительно упаковки. Но при такой универсальности площадь основания упаковки небольшая, поэтому сведена к минимуму площадь, используемая для упаковки.

Выигрышная комбинация для увеличения объемов продаж

Упаковка вашей продукции в пакеты типа Doy-style, созданные с помощью универсальных упаковочных машин компании Velteko, снаряжает вас необходимой составляющей для достижения успеха на современном рынке с жесточайшей конкуренцией. Выигрышная комбинация, которая оправдывает себя посредством увеличения объемов продаж. **■**

VERTICAL

packaging machine experts

*Основной упор сделан
исключительно
на улучшение и
усовершенствование
процесса вертикальной
упаковки.*

*Машины компании «Velteko»
считаются наиболее
универсальными в области
промышленности.*



00000000



Компания: **Ishida Europe, Россия и СНГ**
129164, Россия, Москва,
Ракетный бульвар, д. 16
Тел.: +7 (499) 272-05-36
Факс: +7 (499) 272-05-37
E-mail: info@ishidaeuropa.ru
www.ishidaeuropa.ru

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



Быстрая окупаемость инвестиций в снековом сегменте

Ishida Europe разработала экономичную серию оборудования First Range для фасовки снековой продукции. Эта линия включает в себя мультиголовочный весовой дозатор и вертикальный упаковщик в пакеты для производственных линий со средней скоростью работы.



Система First Range – экономически выгодное решение для производителей снеков. Она обеспечивает быструю окупаемость оборудования и сокращение инвестиционных затрат благодаря гарантированно стабильному весу порций и безупречной целостности запаечного шва.

Ishida First Range состоит из экономичного 10-головочного или 14-головочного весового дозатора CСW серии SE и вертикального упаковщика в пакеты Astro-S-103 с прерывистой технологией сварки.

Вторая опция включает в себя 14-головочный весовой дозатор эконом-класса серии SE и упаковщик Atlas-113, действующий по принципу поточной технологии запайки пакетов.

Вертикальный упаковщик Atlas идеально подходит для работы с пакетами типа «подушка», обрабатывая их со скоростью до 90 единиц в минуту. В то же время, оборудование Astro обычно используется для производственных



Экономичная линия Ishida укомплектована 10-головочным или 14-головочным дозатором серии SE.



Упаковщик Astro может работать с пакетами типа «подушка», «гассет» и «плоское дно».



Программное обеспечение доступно на русском языке.

Линия на основе упаковщика Astro работает на скорости до 70 пакетов в минуту, а на основе Atlas - до 90 пакетов.

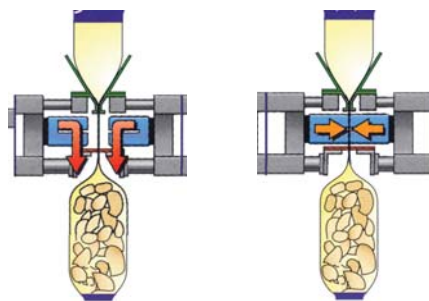
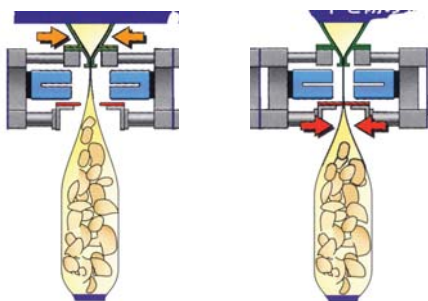
скоростей, не превышающих 70 пакетов в минут.

Упаковщик Astro успешно справляется не только с пакетами типа «подушка», но также с пакетами типа «гассет» и «плоское дно».

Обе модели вертикальных упаковщиков в пакеты Atlas и Astro оснащены серводвигателем и программным обеспечением на русском языке, контролирующим время запайки, температуру и давление ножей, что позволяет успешно использовать их для многих типов пленок, в числе которых стандартные, металлизированные и подлежащие вторичной переработке.

Специальные протяжные пластины очищают область сварного шва от крошек, обеспечивая герметичность упаковки, а протяжные ремни с помощью серводвигателя гарантируют точную и стабильную длину пакета для максимально эффективного расхода пленки и оптимального внешнего вида упаковки.

Интуитивно понятный операторский интерфейс включает в себя цветной сенсорный экран, программное обеспечение доступно на русском языке. Это позволяет быстро и удобно перенастраиваться на разные типы пакетов и пленок, сокращая время простоя оборудования. **Р**



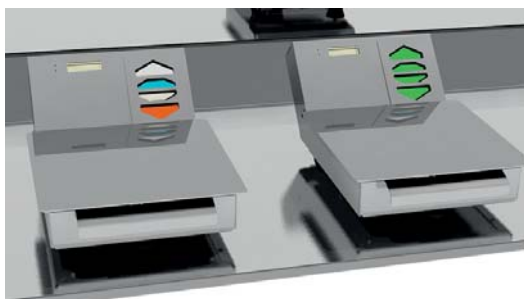
Пример работы упаковщика Astro с прерывистой технологией запайки.

BIZERBA
closer to your business

Компания: **ООО «Бицерба Рус»**
107113 РФ г. Москва, ул. 3-я Рыбинская,
д. 18, стр. 22, БЦ «Буревестник»
Тел.: +7 (499) 270-09-62
E-mail: russia@bizerba.com
www.bizerba.ru

Автор: **Игорь Кочанов,**
генеральный директор
ООО «Bizerba Rus»

Решения Bizerba: фасовка и рецептирование



1. Весы PotrionControl – весы фасовщика

2. _formulation.BRAIN: пример рабочего места оператора



Повышение эффективности производства для любого руководителя – ежедневная работа. Снижающаяся доходность и обострение конкурентной борьбы заставляют производителей искать внутренние ресурсы для уменьшения себестоимости выпускаемой продукции. Меры по снижению затрат можно найти в каждом аспекте деятельности предприятия. Они могут лежать на поверхности или быть глубоко спрятаны в нюансах технологии. Некоторые меры очень просты с точки зрения реализации: инвестируй в энергосберегающие лампочки и плати меньше за электроэнергию. А некоторые связаны с перестройкой целых производственных линий, если в этом есть экономический смысл.

Принципы достижения высокой эффективности производственных процессов стоят во главе угла всех решений немецкой компании Bizerba – при-

знанного лидера в области взвешивания, этикетирования и контроля производственных процессов. Каждый прибор Bizerba, установленный в определенном месте производственной линии, может давать неоценимую информацию о качестве процесса.

В этой статье мы расскажем о двух решениях Bizerba, серьезно облегчающих работу операторов и обеспечивающих информационную прозрачность таких производственных процессов, как рецептирование компонентов и фасовка готовой продукции. Обычно эти операции выполняются вручную, но согласитесь, роль человеческого фактора всегда лучше сводить к минимуму.

Правильная рецептура – залог качества конечного продукта. При ручном формировании рецептуры могут возникнуть ошибки – как случайные, связанные со взвешиванием отдельных компонентов, так и намеренная подмена сырья. Кроме

того, затруднен контроль запасов сырья на складе. Роль человеческого фактора настолько велика, а важность операции настолько высока, что возникает серьезный риск – изделие по своим качествам может в итоге не соответствовать заявленным характеристикам. Ошибка же обнаружится лишь после того, как изделие будет произведено, что может вызвать потери предприятия, связанные с изъятием целой партии продукции из продажи.

Bizerba предлагает комплексы, состоящие из терминала с сенсорным экраном и подключенными к нему весами. Весовых участков может быть от одного до трех – в зависимости от того, какие ингредиенты и с какой точностью необходимо взвешивать. Система может также оснащаться принтером для распечатки результата взвешивания и сканером для быстрого выбора ингредиента.

Терминал представляет собой промышленный компьютер, на котором установ-

лена операционная система и программное обеспечение Bizerba _formulation.BRAIN. Оператору достаточно выбрать на экране нужную рецептуру, а программа подскажет, какой ингредиент и в какой последовательности необходимо добавить. Графический интерфейс позволяет легко контролировать процесс взвешивания. Все данные о произведенных операциях фиксируются. Таким образом, всегда есть возможность проверить правильность выполнения задания и получить фактический расход сырья в заданный период времени.

Программа позволяет работать в двух режимах. Первый – сбор рецептуры целиком, когда необходимые ингредиенты взвешиваются поочередно, согласно указаниям на экране. Второй – покомпонентный сбор рецептуры. Такой режим работы подходит, если стоит задача формирования сразу большого количества порций одной рецептуры.

И в том, и в другом случае система не дает человеку возможности уклониться от прохождения предписанных шагов. Пока не будет взвешено нужное количество нужного ингредиента, дальнейшие шаги будут заблокированы. Для минимизации ошибок при выборе правильного ингредиента рекомендуется маркировать тару штрих-кодом. Тогда система будет следить еще и за тем, чтобы не было подмен.

Весы-компьютер с большим сенсорным дисплеем позволяют сделать процесс максимально удобным для оператора. Так, на экране можно выводить подсказки, – например, о мерах предосторожности, которые необходимо учитывать при работе с тем или иным ингредиентом, помещать фото, сообщать о необходимых действиях (перемешать, встряхнуть, закрыть и т. д.).

Доступ к работе с системой возможен только при вводе пароля – таким обра-



1. _formulation.BRAIN: экран оператора с указаниями об особенностях продукта
2. _formulation.BRAIN: экран оператора – вес ингредиента в пределах погрешностей

зом, всегда становится известно, какой сотрудник, в какое время и что сделал. У руководства появляется возможность отслеживать сформированные рецептуры в виде отчетов, автоматически формируемых и рассылаемых уполномоченным сотрудникам.

Программно-аппаратный комплекс для рецептирования от Bizerba работает более чем на 300 предприятиях Европы, а теперь первые комплексы установлены и на российских производствах.

Система _portioncontrol.BRAIN от Bizerba – также симбиоз оборудования (весов) и программного обеспечения. Она позволяет оптимизировать трудоемкий процесс ручной фасовки. Часто на производстве стоит задача отгрузки конечной продукции, например, конфет, пряников, в упаковке фиксированного веса. Оператор должен при помощи весов подгонять вес под заданный с определенной погрешностью. При этом результат отдается на откуп самому оператору и сильно зависит от его добросовестности, сноровки и опыта.

Суть решения заключается в централизации управления отдельными весами с центрального компьютера, на котором устанавливается программа _portioncontrol.BRAIN. Именно из одной центральной точки начальником участка определяются параметры порции. Таким образом, оператор может даже не знать о целевом весе и заданных величинах погрешностей. Параметром правильности работы служит световая индикация на весах: красный – недовес, желтый – перевес, зеленый – норма.

Преимущества системы очевидны. Оператору больше нет необходимости сверяться с цифрами на дисплее весов. Значительно снижается время на взвешивание одной порции. Каждое взвешивание фиксируется в системе. На мониторе компьютера у начальника участка всегда есть возможность увидеть процесс взвешивания на каждой станции в режиме online. По итогам смены всегда есть возможность получить отчет о работе каждого оператора: как о количестве сделанных отвесов, так и об их качестве. А если при взвешивании были недовесы или перевесы, то система их фиксирует. В итоге появляется база для анализа эффективности работы каждого фасовщика и процесса фасовки в целом.

В системе могут одновременно работать до 32 весов, причем для каждого централизованно могут быть заданы свои целевые показатели: вес порции, вес тары и допустимые границы отклонений.

Описанные системы значительно облегчают труд оператора, снижают зависимость от конкретного оператора до минимума и в конечном итоге делают производство более эффективным. Инвестиции в подобные решения несравнимы с рисками и потерями, которые имеют производители сейчас.

Консультанты Bizerba готовы проанализировать существующие процессы подготовки рецептур и фасовки на вашем предприятии и предложить подходящее решение. Обе системы будут показаны на стенде компании Bizerba на выставке «Агропродмаш-2014» (павильон Форум, стенд FB020). **Р**

СПРАВКА

Немецкое предприятие Bizerba представляет своим клиентам из различных отраслей промышленности и торговли уникальный пакет решений, основанных на центральном понятии «вес». Наши продукты и решения охватывают такие операции, как взвешивание, контроль, коммиссионирование, этикетировка, переработка и нарезка.

С 1866 года Bizerba задает тенденции в технологическом развитии в области взвешивания и на сегодняшний день присутствует в 140 странах мира.

Наши клиенты – глобальные промышленные концерны, международные и региональные предприятия торговли, локальные производители пищевой продукции.

Штаб-квартира концерна находится в Балингене на юге Германии, а производственные предприятия расположены в Германии, Швейцарии, Италии, Китае и США, на которых трудятся более 3 тыс. человек.

В 2013 году Bizerba организовала собственную дочернюю структуру в России – ООО «Бизерба Рус».

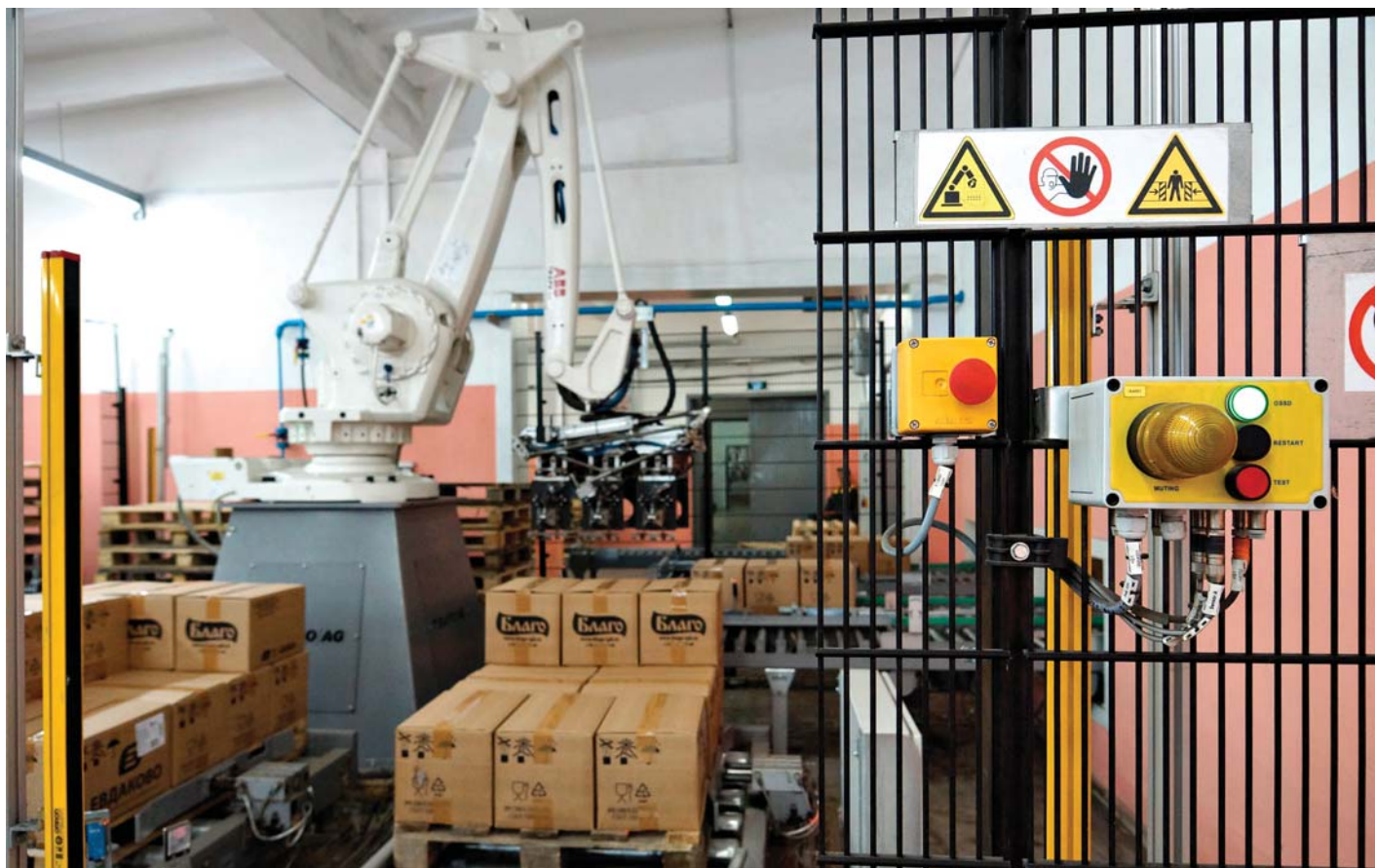
Автор:



Елена Максимова

Тенденции рынка хлебопекарного и кондитерского оборудования

Мировая отрасль оборудования для пищевой промышленности постоянно развивается. Казалось бы, сегодня технологии достигли своего предела: благодаря современным машинам появилась возможность полностью исключать ручной труд, причем даже на стадиях контроля качества – как сырья, так и готовой продукции. Тем не менее, эксперты уверены, производителям пищевого оборудования, в том числе для кондитерской и хлебопекарной промышленности, есть над чем работать.



Благодаря современным машинам появилась возможность полностью исключать ручной труд, причем даже на стадиях контроля качества – как сырья, так и готовой продукции.

Фотосъемка проводилась на Евдаковском масложировом комбинате (Воронежская обл.) / Фото: Татьяна Путинцева, ИД «Сфера»

Рассмотрим подробнее тенденции, которыми руководствуются поставщики машин для изготовления продуктов питания при разработках инноваций и усовершенствовании существующих предложений.

Повышение санитарных требований

Требования к гигиене и санитарии на пищевых производствах постоянно растут. Причем изготовителей продуктов питания контролируют не только проверяющие органы. Тем, кто хочет продавать свои товары в сетях, устраивают аудиты представители ритейла. Именно поэтому производители пищевой продукции сегодня крайне требовательны к санитарным и гигиеническим характеристикам приобретаемого оборудования.

«Одна из главных тенденций рынка сегодня – повышение санитарных требований, и мы учли это, создавая одну из наших тестомесильных установок. Она обладает уникальной трубчатой рамой, которая открывает полный обзор на содержимое внутри машины. Все детали внутри машины имеют округлую форму и расположены под углом, чтобы нашим клиентам было легко поддерживать чистоту внутри тестомесильной установки», – рассказывает **заместитель руководителя по продажам Peerless food equipment Ричард Тэйлор**.

Энергосбережение

Если цены на сырье колеблются в зависимости от сезона и экономической ситуации, то цены на услуги естественных монополий – воду, электроэнергию и т. д. – постоянно растут. Соответственно, увеличиваются и расходы предприятий по данным статьям, которые закладываются в стоимость конечной продукции.

В то же время для того чтобы быть успешными на рынке, компаниям необходимо предлагать продукцию, конкурентоспособную как по качеству, так и по цене. И при этом получать прибыль. Вот почему сегодня широким спросом на рынке пользуются энергосберегающие технологии.

В странах ЕС проблеме энергоэффективности придан статус государственной важности. Решение задачи борьбы за энергоэффективность обеспечивается и регулируется нормами, директивами и регламентами. В контексте этих документов энергоэффективность способствует достижению трех целей энергетической политики ЕС. А именно – повышению энергобезопасности и энергонезависимости стран от внешних источников и воздействий, снижению негативного воздействия на экологию от использования энергоресурсов и повышению конкурентоспособности всех видов промышленности и сельскохозяйственного производства.

В нашей стране меры по повышению энергоэффективности намечены в рамках программы «Энергетическая стратегия России на период до 2020 года». В ее основе снижение удельных затрат на производство и использование энергоресурсов за счет оптимизации их потребления, применения энергосберегающих технологий и оборудования, сокращения всех видов энергопотерь.

Ведущие производители оборудования, понимая спрос на энергосберегающие установки, предлагают сегодня изготовителям кондитерских и хлебобулочных изделий ряд реше-

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?

АГРОПРОДМАШ
Москва / Россия

6 – 10 октября 2014 г.

ЦВК «Экспоцентр», пав. 2.1, стенд 21B30



Производители оборудования максимально стараются упростить для специалистов интерфейс программного обеспечения автоматических линий. В ряде случаев страны-поставщики создают интерфейс на языке пользователя.

Фотосъемка проводилась на Евдаковском масложировом комбинате (Воронежская обл.) / Фото: Татьяна Путинцева, ИД «Сфера»

ний по данному направлению. В их числе печи, долго сохраняющие тепло после отключения от электросети, благодаря продуманной циркуляции воздуха.

Стремление к упрощению

Это еще одна тенденция современного рынка оборудования. Люди предпочитают выбирать установки с удобным интерфейсом программного управления, с понятным механизмом работы, которые легко монтировать и демонтировать.

Именно поэтому производители оборудования максимально стараются упростить для специалистов интерфейс программного обеспечения автоматических линий. В ряде случаев страны-поставщики создают интерфейс на языке пользователя.

Что касается установки линий, то в тех случаях, когда она не настолько проста, чтобы клиент мог осуществить ее самостоятельно, поставщик

отправляет на предприятие своих специалистов по монтажу.

Качество и безопасность продукции

Как известно, продукт считается качественным, если его вкусовые и органолептические свойства отвечают ожиданиям потребителя.

К сожалению, иногда уверенный в качестве своего продукта производитель может ошибаться, ведь порой уже в цехе может произойти подмена сырья – как случайная, так и намеренная. В итоге ожидания потребителя обмануты, а репутация изготовителя испорчена.

Производители оборудования знают, как решить эту проблему. Вместо традиционных замеров на определенных стадиях производства продукта, которые традиционно проводятся технологом, они предлагают системы автоматического контроля качества.

«Сейчас фокус сместился с простого производства как такового на производство качественного продукта. И, чтобы соответствовать этой тенденции, мы разработали новую технологию контроля качества теста. Она заключается в том, что на пекарном производстве на одной из линий задаются определенные параметры, по определенному рецепту изготавливается тесто, а затем с помощью нашей технологии оценивается качество продукта и запускается его так называемая установочная партия или серия. Эта партия становится эталоном, в соответствии с которым функционирует все производство. Таким образом обеспечивается постоянный уровень качества», – рассказывает Ричард Тэйлор.

Однако если производство качественной продукции – это лишь оправдание ожиданий потребителя, которое до поры до времени остается на совести производителя, то без-

опасность продовольственных товаров – понятие куда более серьезное.

Продукты питания не должны содержать испорченных ингредиентов, которые могут привести к различным отравлениям, и посторонних включений, из-за которых покупатель может повредить зубы или пищевод.

«Главная тенденция, которая определит развитие рынка оборудования, – это безопасность продуктов питания. И здесь очень важен правильный подход. Вы не просто делите продукцию на проверенную и непроверенную. Вы говорите о том, уверены Вы в этом продукте или нет, – отмечает **вице-президент компании Mekitec Ltd Ларс Охланд**. – Особенно насущным является вопрос безопасности упакованных продуктов. В наши дни требуются высочайшие технологии, чтобы проверить качество товаров на полках магазинов уже после того, как они были запакованы. Чтобы получить все необходимые сертификаты, приходится соответствовать все более жестким требованиям и нормативам».

Сегодня ключевые поставщики оборудования предлагают рынку



Ларс Охланд,
вице-президент компании Mekitec Ltd.:

«Главная тенденция, которая определит развитие рынка оборудования, – это безопасность продуктов питания. И здесь очень важен правильный подход. Вы не просто делите продукцию на проверенную и непроверенную. Вы говорите о том, уверены Вы в этом продукте или нет».

множество установок, способных проверять упакованные партии продукции и посторонние включения: дерево, стекло, металл. Наиболее точными среди них считаются рентгеновские установки. По словам производителей, излучение их слишком мало, чтобы повредить потребителю или работнику цеха, однако его достаточно, чтобы безо-

шибочно определить упаковку, товар в которой содержит посторонние включения.

Очевидно, что рынок оборудования для кондитерской и хлебопекарной промышленности постоянно развивается. И во многом на его развитие влияют требования самих производителей продуктов питания. **КС**

Bertrand

puma

Тестомесильная машина



Холодильное оборудование



CFI Pavallier

Ротационная печь



Подовая электрическая печь



Модулируемая комбинированная печь



Тестоделитель Divitrad



Ферментационная машина Fermentolevain

Оборудование для пекарен

+33 475 575 500

contact@pavallier.com

<http://www.pavallier.com/russe/index.html>



Компания: **MAJA**
MAJA-Maschinenfabrik
Herrmann Schill GmbH & Co. KG
77694 Kehl-Goldscheuer
Phone: +49 7854 184-0
E-Mail: maja@maja.de
www.maja.de

«Хлебопекарный лед» от компании MAJA



При добавлении льда в заготовку проникает кислород. Это позволяет продлить процедуру замеса и сделать ее более интенсивной.

Температура теста – один из наиболее важных параметров, необходимых для хорошего качества продуктов в процессе хлебопечения. Тесто нужно охлаждать, особенно летом, при высоких температурах в цехе. Лед в хлопьях от компании MAJA – идеальное решение для хлебопекарных установок.

Тонкие хлопья льда способствуют лучшему плавлению и смешиванию для максимального выхода жара из теста благодаря равномерному распределению частиц температурой -7°C по тесту. Таким образом происходит равномерное охлаждение всей порции теста, а не только наружной поверхности. Тонкие хлопья льда практически не дают сопротивления, соответственно, лопасти тестомесов не ломаются.

Для эффективного охлаждения достаточно лишь небольшого количества льда. При замене от 10 до 40% необхо-

димой жидкости на ледяные хлопья от MAJA тесто становится более вязким, медленнее поднимается и обладает более яркими вкусовыми качествами. При добавлении льда в заготовку проникает кислород. Это позволяет продлить процедуру замеса и сделать ее более интенсивной. В результате тесто получается более пышным, мякиш конечного продукта – более однородным.

Другое преимущество хлопьев льда от MAJA – легкость использования и дозирования. В ассортименте продукции MAJA также существуют решения для

удобной транспортировки льда и обеспечения идеальных условий хранения, а также автоматической дозировки порций льда определенного веса.

В число преимуществ охлаждения с помощью льда от компании MAJA входит не только идеальное качество льда. Используемый в оборудовании для производства льда особый механизм очистки HY-GEN обеспечивает идеальные санитарные условия в процессе изготовления хлопьев, используемых в качестве жидкого ингредиента при производстве выпечки. Ведь недостатки в области гигиены не только негативно сказываются на качестве продукции, но и могут быть опасными для выживания производителя в высоко конкурентной среде в случае заражения конечного продукта. Поэтому установки для хлопьев льда производства MAJA легко чистятся благодаря наличию съемных пластиковых сосудов для воды, лежащих в основе механизма очистки HY-GEN. **P**

ХЛОПЬЯ ЛЬДА



Хлебопекарный лед от МАЈА помогает сохранить тесто прохладным!

Тесто, в особенности из пшеничной муки, нуждается в интенсивном замесе, что ведет к повышению его температуры. Без необходимой степени охлаждения ваша выпечка может потерять в качестве.

Решение очевидно: хлебопекарный лед от МАЈА для оптимального охлаждения теста!

- Легкий и свободный для беспроблемного дозирования
- Быстро растворяется в тесте
- Не нарушает процесс формирования теста
- Идеальная температура теста для высококачественной выпечки
- Привлекательный объем

Высокие стандарты очистки благодаря механизму HY-GEN от МАЈА!



MAJA-Maschinenfabrik
Herrmann Schill GmbH & Co. KG
77694 Kehl-Goldscheuer
Phone: +49 7854 184-0 • E-Mail: maja@maja.de

www.maja.de

MAJA®

Событие: **«Современное
хлебопечение-2014»**

Подготовила:



Елена Максимова

Новинки с выставки «Современное хлебопечение-2014»

В рамках выставки «Современное хлебопечение 2014» было представлено множество инновационных продуктов и технологий, которые призваны упростить современным производителям хлебобулочных и кондитерских изделий процесс изготовления качественной продукции. Более подробно о том, какие решения с большой долей вероятности будут пользоваться спросом среди специалистов хлебопекарной и кондитерской отраслей, рассказали сами экспоненты.



*Джейсон
Боуман,*
специалист компании
Bundy Baking solutions



*Ефимов
Сергей,*
генеральный директор
компании Sveba Dahlen Rus



*Радослав
Линнер,*
специалист
компании Kornfeil



*Александр
Дейко,*
специалист компании
«Лейпурин Тукку»



*Ксения
Владимирова,*
специалист компании
Salva Industrial



*Марина
Макараджи,*
генеральный директор
компании «Карья»



*Лихан
Ватансевер,*
специалист по экспортным
продажам Polen Food



*Юрки
Копонен,*
директор по продажам
компании Fazer Mill & Mixes

1. Оборудование

◇
*Джейсон
Боуман:*

На выставке мы представили все виды оборудования. Но посетителям особенно интересны наши формы для выпекания. Они покрываются долговечным материалом, благодаря чему у них очень большой срок эксплуатации.

◇
*Радослав
Линнер:*

На выставку мы привезли наши печи разных размеров и конфигураций. Ноу-хау данного оборудования – термомасляный обогрев и автоматическое открывание и закрывание двери.

С Россией уже 10-15 лет. Русский рынок очень важен для нас, продажи в Россию составляют около 30% от общего объема импорта. Мы легко находим общий язык с российскими хлебопекарными компаниями, ведь чехи, как и русские, любят хлеб. Мы едим его на завтрак и в обед. Кстати,

в Чехии, как и в России, есть свои национальные уникальные мучные изделия. К ним можно отнести рогаики. Это выпечка весом около 45 граммов из дрожжевого теста на основе пшеничной муки.

◇
*Сергей
Ефимов:*

Из принципиально новых продуктов на выставке мы представили малобюджетные разделочные линии, автоматизирующие деление, округление и закатывание теста. Линии созданы для использования на крупных и средних производствах.

◇
*Александр
Дейко:*

Мы представили в этом году хлебопекарное оборудование. Пробовали разные пути развития, в частности, турецкие компании предлагали нам продавать их технику, но мы пока отказываемся. Опыт работы с турецки-

ми производителями у нас уже был, и, к сожалению, он оказался неудачным. Мы решили продавать хлебопекарные линии только проверенных производителей.

В спектр наших предложений входит оборудование для смешивания и дозирования компонентов, которое изготавливают наши финские партнеры.

Также на выставке представлены тестоформовочные установки нашего собственного изготовления для производства ржаных хлебов – формовых или подовых.

В спектре наших предложений есть очень интересная установка для выпечки небольших мучных изделий – булочек как с начинками, так и без. Данная линия может быть дооснащена установками для выпуска и более крупных изделий – формовых или подовых хлебов. Такая универсальность достигается благодаря конструкции расстойного шкафа. В нем плоские люльки, которые могут посыпаться мукой или молотыми сухарями.

Еще одна наша ассортиментная позиция – кулеры. Они могут быть как с выводом на улицу, так и спиральные, предназначенные для эксплуатации в закрытом помещении – их можно расположить в любом месте



Rademaker

**Специалист по
пищеперерабатывающему
оборудованию**

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

Позвоните: +7 964 765 52 25 специалисту по пищеперерабатывающему оборудованию и промышленным пекарным системам. Или посетите нас по адресу: www.rademaker.ru



info@rademaker.ru

www.rademaker.ru

хлебозавода, поддерживая постоянную температуру и влажность. Наконец, в спектр предложений «Лейпурин Тукку» входит оборудование для упаковки, нарезки и укладки, а также клининговые системы.

Оборудование мы изготавливаем под выбранную клиентом печь, исходя из ее особенностей и параметров, поставками же самих печей не занимаемся.

◇
Ксения
Владимирова:

На данной экспозиции представлены наши основные печи: традиционная, модульная, конвекционная, а также камера контролирования ферментации для ротационной печи.

Наибольшим спросом на выставке пользовалась наша конвекционная печь, а также модульная, благодаря своему инновационному исполнению. Ее особенность в том, что керамические входы защиты под листовую сталь, в которую внедрены три группы тэнов. В результате получается точечный нагрев. Это наша запатентованная система, и данная печь является лидером на рынке.

2. Ингредиенты

◇
Марина
Макараджи:

Наша фирма на рынке более 14 лет, мы производим хлебопекарные улучшители. Изначально себя позиционировали как производители ингредиентов для хлебопекарной отрасли. Семь лет назад мы стали сотрудничать с компанией Polen Food – поставщиком сырья для кондитерской отрасли. В их ассортимент входит сахарная паста, гели для покрытия кондитерских изделий, начинки, кремы, мучные смеси, стабилизаторы для

СПРАВКА

Потребности российских кондитерских и хлебопекарных предприятий в оборудовании в основном покрывают европейские поставщики. Традиционно самыми надежными считаются машины немецких производителей, однако в последние годы на наших хлебопекарных и кондитерских предприятиях стали появляться линии чешского и польского производства, которые получают очень положительные отзывы от пользователей. Что касается ингредиентов для изготовления кондитерской и хлебопекарной продукции, то здесь география достаточно широка. Наши предприятия охотно сотрудничают как с компаниями, уже признанными во многих странах, так и с предприятиями, только завоевывающими популярность на внешних рынках.

кремов, придающие дополнительный вкус и аромат. Все перечисленные товары пользуются сегодня спросом на рынке.

◇
Лихан
Ватансевер:

Компания «Карья» и Polen Food работают как одна команда. Дело в том, что оба эти предприятия постоянно работают по расширению ассортимента. Мы понимаем, что рынок не стоит на месте, появляются новые рецептуры, а вместе с ними и новые нужды у производителей. «Карья», например, разрабатывает улучшители для специфических хлебов.

Компания Polen Food, в свою очередь, следуя желанию производителей изготавливать качественный продукт в максимально короткие сроки, предлагает рынку ингредиенты, кото-

рые позволяют сократить время изготовления кондитерских изделий с часа до 15 минут.

Polen Food уже поставляет продукцию в некоторые города России, эта страна – один из ключевых наших рынков сбыта. А география наших поставок охватывает 55 стран мира.

На мой взгляд, кондитерская и хлебопекарная отрасли России будут развиваться в сторону изменения спроса. Конечно, здесь есть свои пекарские традиции, однако потребители постоянно ищут что-то новое, в том числе – в части декораций тортов и пирожных. В частности, все большей популярностью у россиян пользуются сладости, покрытые шоколадом или пудрой, многоуровневые продукты, такие нестандартные комбинации, как, например, тирамису с клубникой.

◇
Юрки
Копонен:

Наша компания предлагает муку, улучшители, блэнды и клетчатку для производителей хлебобулочной продукции. Именно эти товары мы представили на данной выставке.

Среди наших российских клиентов – крупные хлебозаводы, изготавливающие качественную, полезную продукцию. Мы не используем в своем производстве никаких искусственных компонентов – только натуральное сырье

Среди инноваций, представленных у нас на стенде, – уникальная ржаная клетчатка «Фацер». Данный продукт позволяет одновременно сделать конечное изделие полезным и добиться необычной текстуры мякиша.

Также в спектр наших уникальных решений входят продукты на основе овса и овсяной муки.

На мой взгляд, в России и дальше активно будет развиваться сегмент замороженных хлебов. Данная категория продуктов тоже входит в ассортиментный спектр компании «Фацер». **КС**



КАК СОЗДАТЬ ГАРМОНИЮ?

— [ДОБАВЬТЕ МИНДАЛЬ!] —

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

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

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

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


Совет Производителей
Миндаля штата Калифорния

MODERN BAKERY
MOSCOW 2014
(20-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
ХЛЕБОПЕКАРНОЙ И КОНДИТЕРСКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ)

23–26 апреля 2014 г.

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»
МОСКВА
OWP OST-WEST-PARTNER GmbH, ULMENSTRASSE 52f,
90443 NÜRNBERG, ГЕРМАНИЯ
ТЕЛ. +49(0)911 50711 107 | ФАКС +49 (0)911 50711 207
e-mail: a.stark@owp-international.com
сайт: www.modernbakery-moscow.com



Актуальные технологии и передовое оборудование

Подготовила: **Елена Максимова**

Фото: **modernbakery-moscow.com**



По сравнению с прошлым годом
количество посетителей
Modern Bakery Moscow
увеличилось более чем на 5%.

С 23 по 26 апреля в выставке Modern Bakery Moscow – 2014 приняли участие 212 экспонентов из 22 стран. На стендах продемонстрировали свою продукцию почти все лидеры отрасли, среди которых 98 российских и 114 международных компаний. Воодушевляет и количество дебютантов – 45 компаний участвовали в выставке впервые.

Объединенные стенды

В этом году в рамках объединенного немецкого стенда, организованного на Modern Bakery Moscow в восьмой раз, была представлена 41 компания. Впервые на выставке работал объединенный павильон США, который посетители восприняли позитивно.

Мероприятия

Разнообразная деловая программа выставки получила положительный отклик у посетителей. Новое мероприятие этого года – Пленарное заседание, на котором ведущие российские

и международные представители ассоциаций и политики рассказали о перспективах развития и задачах хлебопекарной и кондитерской промышленности. Также впервые были проведены семинары «Пекарня XX века – Развитие концепта и бизнеса» и «Производство вафельных изделий для мороженого».

Стратегические спонсоры выставки «Diosna» и «Miwe» провели специализированные семинары на такие темы, как «Концепты проектирования хлебопекарного предприятия – MIWE smart engineering» и «Промышленные решения для классического приготовления и ведения теста».

Компания «Саф – Нева»/«Lesaffre» организовала семинар на тему «Отечественное хлебопечение – новый формат. Перспективные решения для бизнеса: от сырья до продаж». Его участники также обсудили такие важные темы, как управление цепочками поставок, маркетинг, логистика и уве-



личение срока хранения готовой продукции.

Семинар о технологиях глубокой заморозки состоялся в четвертый раз в сотрудничестве с Хармутом Граном (GfB) и вновь получил много положительных отзывов от посетителей. Докладчики из таких компаний, как «Heinen Freezing», «JBT Foodtech», «Koma», «Lillnord», «Miwe», «Revent», «Wachtel», «WIESHEU» и «WP» проинформировали о последних технологиях данного перспективного сегмента отрасли.

Еще одним важным и ярким событием юбилейной выставки стал первый «Конкурс кондитерского искусства», который состоялся при поддержке мастер-кондитера и владельца компании Sweet ART Роберта Оппенедера, президента Ассоциации кулинаров России Виктора Беляева и шеф-кондитера, заместителя генерального директора «Школы шоколада» Елены Сучковой. Спонсором конкурса выступила компания «Шоколатье».

В течение трех дней работы выставки участники конкурса соревновались в четырех различных категориях: «Лучшее изделие из сахара», «Лучшее изделие из шоколада», «Лучший молодой кондитер», «Декорация тортов» и «Лучший кондитер», «Декорация тортов».

Посетители также были впечатлены мастер-классами от ведущего в Швейцарии центра повышения квалификации по хлебопекарному и кондитерскому мастерству «Richemont». Пекари ежедневно демонстрировали искусство выпечки типичного в Швейцарии кукурузного, гречневого хлеба и плетенки.

Экспонаты крупным планом

В ходе Modern Bakery 2014 поставщики технологий и услуг для хлебопекарной отрасли представили множество

актуальных решений, которые вызвали интерес у производителей хлебоулочной и кондитерской продукции.

В частности, большой популярностью пользовалось энергосберегающее оборудование. В основном оно демонстрировалось на стендах иностранных компаний, представители которых отметили, что снижение затрат на электроэнергию позволяет предприятиям существенно экономить. Ввиду того что стоимость на электроэнергию постоянно растет, по всему миру, в том числе в России, позво-

Новое мероприятие этого года – Пленарное заседание, на котором ведущие российские и международные представители ассоциаций и политики рассказали о перспективах развития и задачах хлебопекарной и кондитерской промышленности. Также впервые были проведены семинары «Пекарня XX века – Развитие концепта и бизнеса» и «Производство вафельных изделий для мороженого».

ляющие снизить себестоимость производства решения весьма актуальны.

Одно из таких решений – печи, которые не нагреваются снаружи, но долго сохраняют тепло внутри. Соответственно, при каждом новом цикле выпечки им требуется минимальное время для нагрева до нужной температуры.

Уменьшение энергопотребления может быть достигнуто и за счет использования в печах вместо традиционных поддонов, которые долго нагреваются, бумаги для выпечки. Такие материалы тоже были представлены на одном из стендов. По словам экспонентов, так как бумага для выпечки содержит

в своем составе силикон, она выдерживает высокие температуры, до 220°C, и может быть использована многократно – для более чем 10 циклов выпечки.

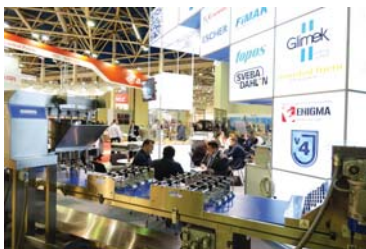
Стоит отметить также сегмент замороженной выпечки. Производители оборудования, по большей части зарубежные, на своих стендах представляли различные решения для изготовления данной категории изделий. По словам специалистов компании «Антагро», продемонстрировавшей на вы-

ставке широкий спектр оборудования от иностранных производителей, большим спросом пользовались решения для упаковки замороженной выпечки, а также системы для полной автоматизации процесса приготовления замороженной хлебоулочной и кондитерской продукции. Высокой популярностью пользовались решения для организации пекарни при супермаркете. Основная проблема специалистов, работающих в данном сегменте рынка, – нехватка площадей. Отсюда ограниченная производительность и скудный ассортимент.

В рамках Modern Bakery Moscow 2014 компания Debag предло-

212 экспонентов из 22 стран

45 компаний
участвовали
в выставке впервые



В рамках Modern Bakery Moscow 2014 компания Debag предложила свой концепт, позволяющий организовать на небольшой площади супермаркета полноценную пекарню.

жила свой концепт, позволяющий организовать на небольшой площади супермаркета полноценную пекарню. Комбинированная печь модульной конструкции позволяет выпекать одновременно несколько видов изделий, а расстоечная камера с функцией прерывания – отличное решение для производителей, которые хотят с самого утра предлагать своим клиентам свежую выпечку. Механизм работы расстоечной камеры заслуживает отдельного внимания. Сформованная с вечера продукция закладывается в камеру, оператором устанавливается время начала расстойки, и к приходу работника продукт уже готов к выпеканию. Остается только загрузить его в печь. Кстати, печи, предлагаемые компанией для выпечки в супермаркете, помимо уже упомянутой модульной конструкции, имеют еще несколько важных, по мнению разработчиков, опций. В их числе отложенный старт и автоматическое открывание дверей. Последняя функция позволяет пекарю, стоящему за прилавком, не прерывать обслуживание клиента сразу после окончания выпечного цикла. Как только печь заканчивает работу, ее двери автоматически открываются, и она без помощи оператора переходит в режим остывания.

Специалисты фирмы Debag продумали и такой аспект, как вытяжка. В супермаркетах, особенно расположенных в жилых домах, установка полноценной вытяжки занимает много времени и довольно дорого обходится, а иногда и вовсе бывает невозможна. Вместо вытяжки разработчики концепта для пекарни в супермаркете предлагают

оснастить печи вытяжными козырьками – системой, попадая в которую, пар остужается и выводится в виде воды в канализацию.

Факты и цифры

Большинство участников выставки осталось довольно качеством и количеством посетителей на Modern Bakery Moscow 2014, заключенными договоренностями о дальнейшем сотрудничестве, подписанными договорами и новыми клиентами.

Более 15 тыс. посетителей из 43 стран в течение четырех дней работы выставки смогли узнать о последних тенденциях в развитии отрасли. По сравнению с прошлым годом количество посетителей увеличилось более чем на 5%. Большинство зарегистрированных гостей – владельцы бизнеса, руководители и менеджеры высшего звена.

27% всех посетителей – из сферы промышленного хлебопечения, 20% – из сферы кондитерского производства и сладостей, 15% – производители хлебопекарного оборудования. Также были представители таких направлений, как ингредиенты, мини-пекарни, оптовая и розничная торговля, NoReCa, упаковка и мороженое.

Посетители высоко оценили разнообразие представленной продукции и информации. Кроме того, стоит отметить, что для 87% гостей выставка имеет очень большое значение. Подавляющее большинство участников рынка, побывавших на Modern Bakery Moscow 2014, уже с нетерпением ждут следующую выставку, которая состоится с 22 по 24 апреля 2015 года. **КС**



ВАША ОБЛАСТЬ

ПРИМЕНЕНИЯ?



Стальные ленты и гигиеничные технологии для пищевых продуктов, фармацевтических и косметических изделий, а также упаковки



Начиная с процессов охлаждения, формовки и транспортировки и заканчивая прессованием, текстурированием и грануляцией, стальные ленты Sandvik в основе высокотехнологичных производств во всем мире.

Благодаря своей прочности, выносливости, гигиеничности и превосходным тепловым свойствам стальные ленты предлагают исключительную универсальность.

Что может дать Вашему бизнесу использование стальных лент Sandvik?

Ленты для печей туннельного типа • Установка лент
• Системы формовки • Конвейеры • Ленты для процесса охлаждения • Ленты для двухленточных прессов • Системы заморозки • Глобальный сервис • Технологии соответствующие стандартам GMP • Перфорированные ленты • Система очистки "QuickCleaner" • Грануляция • Бесшовные ленты • Ленты с зеркально полированной поверхностью • Текстурированные ленты

Ждем Вас на выставке:



Агропродмаш-2014
на нашем стенде ЗС50
в 3-ем павильоне



PROPAK CAPE 2014
21-23 октября
Кейптаун, ЮАР
Зал 1, Стенд E56



Представительство в СНГ, ул. Полковая, д. 1 • email: sps.cis@sandvik.com
тел: +7(495)689-83-86 • сайт: www.processsystems.sandvik.com/ru

www.sandvik.com/steelbelts

transfoodservice
bringing pleasure to food

Компания: **ООО «ТФС»**
127087, Москва, ул. Баркляя,
д. 6, стр. 5, офис 423
+7 (495) 775-65-00 в Москве,
+7 (383) 363-06-56 в Новосибирске
E-mail: info@transfoodservice.com
www.transfoodservice.com

Variolac 850 от Arla Foods Ingredients

*Улучшение вкуса и текстуры
продукта при снижении затрат*

Производителей продуктов питания часто волнует вопрос о том, как можно снизить затраты, сохранив при этом качество продукта и его свойства. Выход один – использовать качественные альтернативные ингредиенты. Примером такого ингредиента может служить сывороточный пермеат Variolac 850, производимый в Аргентине компанией Arla Foods Ingredients и представленный на российском рынке в 2014 году. Variolac 850 имеет три неоспоримых преимущества для производителей продуктов питания.

Функциональность

Сывороточный пермеат от компании Arla представляет собой сыпучий порошок, который быстро растворяется в воде. Он обладает высокой гидрофильностью и может использоваться в производстве широкого спектра таких про-

дуктов питания, как пирожные и печенье, хлебобулочные и кондитерские изделия, начинки и глазури. Данная добавка способствует реакции Майяра и карамелизации во время тепловой обработки, что придает конечному продукту более поджаренную корочку подрумяненного цвета с нотками жженого сахара.

Вкус

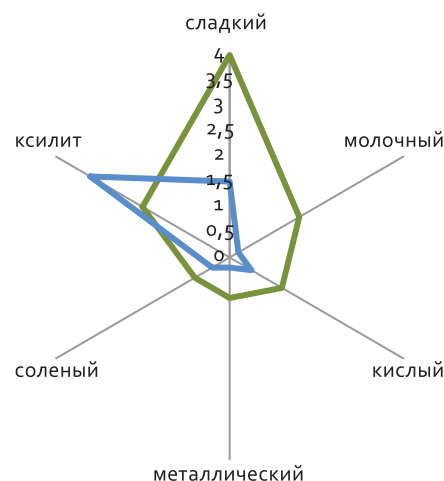
Сывороточный пермеат отличается высоким уровнем содержания лактозы – не менее 83%. Именно этим объясняется его мягкий притягательный запах. Приятный молочный аромат позволяет использовать Variolac 850 в производстве шоколада и конфет, типа ирисок и карамели и других видов кондитерских изделий. Отсутствие типичного соленого минерального привкуса, присущего пермеатам, позволяет применять продукт в увеличенной дозировке.

Экономия

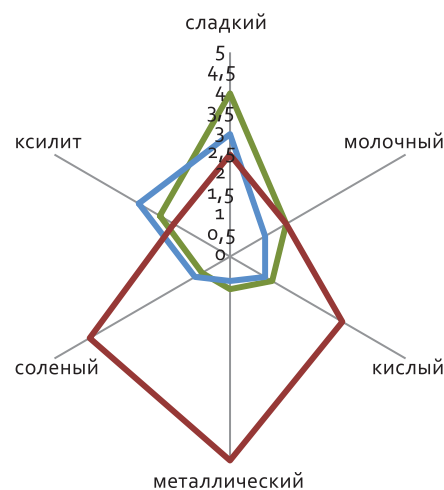
Сывороточный пермеат от компании Arla может легко заменить более дорогие ингредиенты, такие как чистая лактоза и сухая молочная сыворотка.

Variolac 850 превосходит по своему вкусу другие ингредиенты, являющиеся объемными агентами. Это экономически эффективный молочный заменитель для лактозы, сладкой сухой сыворотки, а также для деминерализованной сухой сыворотки в хлебопекарной промышленности.

Замена может потребовать пропорции, отличной от 1:1, в меньшую сторону. Количество других сладких ингредиентов может также потребовать корректировки, так как сывороточный пермеат немного слаще. ■



— Лактоза
— Пермеат



— Пермеат
— Сухая сыворотка
— Дем.сыворотка

СПРАВКА

Arla Foods Ingredients Group P/S – ведущий мировой поставщик продукции и функциональных ингредиентов на основе молока для предприятий молочной промышленности. Компания находится в постоянном поиске новых путей предоставления своим клиентам лучших продуктов и инструментов для решения встающих перед ними задач. Являясь частью одной из ведущих компаний молочной промышленности в Европе Arla Foods, Arla Food Ingredients Group P/S располагает производственными мощностями в Дании, Аргентине, Норвегии и Германии. В компании трудятся около 600 сотрудников по всему миру.

Сравнение пермеата с лактозой	Сравнение пермеата со сладкой сухой сывороткой и деминерализованной сухой сывороткой
Сывороточный пермеат дает стойкий молочный аромат в сравнении с лактозой. При органолептическом сравнении один к одному Variolac 850 имеет более сладкий вкусовой профиль за счет эффекта усиления вкуса от содержащихся в нем минералов.	В органолептическом тесте сравнения один к одному вкусовой профиль Variolac 850 от компании Arla отличается от сладкой сухой сыворотки. Он менее соленый и кислый и более сладкий. Сходное сравнение с деминерализованной сухой сывороткой показывает лишь незначительные вкусовые отличия.

transfoodservice

bringing pleasure to food



Сывороточный пермеат Variolac 850 от Arla Foods Ingredients

В кондитерской и хлебобулочной промышленности Variolac 850 используется в качестве экономически эффективного заменителя для лактозы, сухой молочной сыворотки и деминерализованной сухой сыворотки.

Высокий уровень содержания лактозы, не менее 83%, придает продукту мягкий притягательный молочный аромат и позволяет использовать Variolac 850 в производстве таких кондитерских изделий, как шоколада и конфет типа ирисок и карамели. Способствует реакции Майяра и карамелизации во время тепловой обработки, что придает конечному продукту более поджаренную корочку подрумяненного цвета с нотками жженого сахара.

Сывороточный пермеат от компании Arla Foods Ingredients представляет собой сыпучий порошок, быстрорастворимый в воде.

Использование Variolac 850 не требует изменения технологического процесса.

Гость:



Сергей Маринчук,
специалист компании
Louis Dreyfus Commodities

Беседовала:



**Елена
Максимова**

Подготовил:



**Иван
Замозжный**

Жировые продукты: актуальные тренды

Все кондитерские и хлебобулочные изделия, за редким исключением, изготавливаются с применением жировых продуктов. Поставщики ингредиентов предлагают кондитерам различные виды жиров, с различными свойствами и функциональностью, а специалисты кондитерской и хлебопекарной отрасли выбирают подходящий.

Так как производители продуктов питания хотят максимально снизить затраты, в том числе, на сырье, крупные поставщики ингредиентов постоянно выводят на рынок новые жиры, позволяющие удовлетворить это желание, но при этом не потерять в качестве изделий. О том, какие новые жировые продукты появились на рынке в последнее время, рассказывает **Сергей Маринчук, специалист компании Louis Dreyfus Commodities.**

– Сергей, расскажите о сегодняшних мировых тенденциях рынка жиров.

– Если говорить о молочных жирах, то после почти двухгодичного непрерывного роста цен на внешних рынках и увеличения спроса сейчас небольшое затишье. С января рынок слегка успокоился, спрос несколько спал. Серьезно на глобальные рынки влияет потребление молочных продуктов и жиров в Китае.

– А как Россия вписывается в общемировые тенденции?

– Россия сужает себе круг поставщиков. Россельхознадзор постоянно повышает требования к предста-



Сергей Маринчук,
специалист компании
Louis Dreyfus Commodities:

«Любой заменитель – как на растительном, так и на животном сырье – предполагает удешевление конечного продукта и позволяет производителю сэкономить».

вителям рынка, которым разрешен импорт в Российскую Федерацию – даже закрывают рынок для целых стран, а не отдельных предприятий. Возможности для зарубежных компаний по части поставок молочных жиров в виде сливочного масла и обезвоженного молочного жира уменьшаются. Соответственно, производители, которые открыты для экспорта на российский рынок, повышают цены, причем не только из-за коммерческой выгоды. Страны, которым разрешен ввоз сырья в Россию, должны соблюдать определенные регламенты и поставлять продукцию высокого качества. Кроме того, на удорожание товаров влияют таможенные сборы и прочие расходы. В итоге на российский рынок продукт поступает по несколько завышенной цене.

– А какие новые жировые продукты появились в последнее время на рынке?

– Не так давно одна австралийская компания вывела на рынок альтернативу молочным жирам, изготовленную не из растительного сырья, а из настоя говяжьего жира. По составу, вкусовым качествам и технологиче-

ским свойствам он практически идентичен натуральным молочным жирам. Правда, его жирно-кислотный баланс немного отличается от молочных продуктов.

– Применение сырья животного происхождения в заменителях молочного жира имеет какие-либо преимущества перед использованием растительного сырья?

– Любой заменитель – как на растительном, так и на животном сырье – предполагает удешевление конечного продукта и позволяет производителю сэкономить. Однако если сравнивать заменитель молочного жира из сырья животного происхождения с традиционными спредами, которые имеют в своем составе растительные компоненты, то в первом случае при изготовлении конечного продукта будут использоваться только животные жиры. И, соответственно, такой заменитель молочного жира можно будет применять для производства таких изделий, как, например, пломбир, в котором по регламенту нельзя использовать растительное сырье, благодаря чему удешевляется себестоимость продукции.

– Пользуется ли такой заменитель спросом на рынке?

– Хотя это относительно новый продукт, на него уже достаточно неплохой спрос. Однако сегодня основная покупательская аудитория данного жира – производители молочной продукции. Они добавляют его в сгущенку, в мороженое.

– А какие кондитерские изделия на его основе можно изготавливать?

– Его можно использовать для производства любых продуктов, в рецептуру которых входит сливочное масло. Однако по цене данный жир в два раза дешевле.

Страны, которым разрешен ввоз сырья в Россию, должны соблюдать определенные регламенты и поставлять продукцию высокого качества, а следовательно, недешевую. Таможенные сборы и прочие расходы еще больше повышают стоимость ввозимых товаров. В итоге на российский рынок продукт поступает по несколько завышенной цене.

– Почему же тогда этот продукт еще не произвел фурор на рынке?

– Во-первых, очень многих людей отталкивает словосочетание «говяжий жир». Есть еще момент: в Беларуси какое-то время назад были предприняты попытки производить похожий продукт, но впечатления он на специалистов не произвел. Австралийский жир отличается от белорусского по многим параметрам и, возможно, он будет более успешен.

– Масложировая отрасль в России достаточно хорошо развита. Как Вам кажется, новый заменитель молочного жира способен составить конкуренцию российской масложировой продукции?

– На данный момент аналогов такому жиру нет нигде в мире, он уникален, поэтому, думаю, он сможет составить конкуренцию продукции других производителей, в том числе, российских. **КС**

«Победа» открывает производство в Латвии

Одно из крупнейших в России предприятий по производству шоколада «Победа» в мае будущего года планирует открыть фабрику в Вентспилсе, сообщил **мэр Вентспилса Айвар Лембергс**.



Вентспилский свободный порт сдал в аренду российскому предприятию производственные помещения, а самому инвестору удалось привлечь финансирование в размере 2,5 млн евро из структурных фондов ЕС в качестве поддержки для проекта с высокой добавленной стоимостью.

«Это четвертый крупнейший производитель шоколада в России, и теперь он создает здесь новый, современный завод. Они искали возможности начать производство в странах Балтии, и мы смогли предоставить им помещения», – рассказал мэр.

Инвестор планирует вложить в фабрику 4,75 млн евро. На предприятии будет производиться 1,08 тыс. тонн шоколада в год.

candynet.ru

Проект пектинового завода в Сочи

Краснодарский край на инвестфоруме «Сочи-2014» в олимпийской столице предложил инвесторам проект, не имеющий аналогов в стране. Открыть завод по производству пектина, который сейчас в основном ввозится из-за границы, власти планируют на территории хутора Прикубанский, в восьми километрах от Славянска-на-Кубани.



По экспертной оценке, годовая мощность завода составит 300 тонн пектина. Инвестиции в создание предприятия, которое разместится на полутора гектарах, превысят 314 млн рублей.

Как рассказал **начальник отдела инвестиций и взаимодействия с малым бизнесом администрации Славянского района Дмитрий Кузнецов**, в числе преимуществ предложения – хорошая сырьевая база для получения про-

дукта (яблочные выжимки и свекольный жом). Предполагается, что потенциальными потребителями продукции завода станут предприятия кондитерской промышленности и компании, производящие соки, нектары и йогурты.

По словам специалистов, у него не будет конкурентов, так как в России пектин практически не производится, хотя он очень востребован в кондитерской промышленности и производстве различных напитков.

Сегодня годовая потребность российских предприятий в пектине в объеме 2,5 тыс. тонн удовлетворяется за счет импорта. Мировое производство сосредоточено в Европе, а также ЮАР, КНР и Иране. За рубежом его производство ежегодно увеличивается на 4%.

candynet.ru

Меморандум поставщиков и ритейлеров

Российские торговцы, поставщики и производители продовольственных товаров подписали меморандум, обязавшись не допустить необоснованного роста розничных и отпускных цен на продукты питания в условиях санкций и эмбарго.



Документ подписали представители Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ), в которую входят крупнейшие ритейлеры – «Магнит», X5 Retail Group, «Ашан», «Дикси» и Metro, такие отраслевые ассоциации, как «Русспродсоюз», «Русбренд», «Союзмолоко», «Рыбный союз», а также основные производители и поставщики продовольствия. Они пообещали не допустить искусственного дефицита, стараться обеспечивать постоянное качество сырья и продуктов, наращивать инвестиции в отечественное производство, а там, где это необходимо, увеличивать поставки из-за границы. Торговые сети также обязались облегчить доступ на полки магазинов продукции предприятий, обеспечивающих высокое качество и доступную цену.

Все стороны считают, что административные меры не могут оказать реального эффекта. В меморандуме говорится, что непродуманные решения могут привести только к «криминализации рынка и уходу бизнеса в тень», поэтому рынок решил предпринять совместные действия для сохранения стабильной ситуации.

ИТАР-ТАСС



Фото: Татьяна Путицева, ИД «Сфера»

Автоматизация, качество, индивидуальный подход



Компания: **ОАО «Евдаковский масложировой комбинат»**
396510, Воронежская обл., пгт Каменка, ул. Мира, д. 30
Тел.: +7 (812) 332-37-60
www.blago-spb.ru

О том, что от выбора жира во многом зависит качество и срок хранения хлебобулочных и кондитерских изделий, знает любой технолог. Именно поэтому для того чтобы изготавливать качественную продукцию, необходимо работать с поставщиком качественных жиров. Одним из таких поставщиков можно смело назвать Евдаковский масложировой комбинат. К слову, предприятию в этом году исполнилось 80 лет, и в начале осени в Воронежской области состоялось торжественное открытие комбината после масштабной модернизации.

Напомним, первый этап реконструкции предусматривал строительство нового восьмизэтажного цеха переработки масел (ЦПРМ), который был введен в эксплуатацию в конце 2011 года. ЦПРМ включает линии рафинации, дезодорации, гидрогенизации, отбелики, фракционирования и т. д. Сюда поступают сырые растительные масла, а выходит готовый дезодорированный продукт, используемый для приготовления маргаринов и жиров. Второй этап реконструкции предприятия был завершен к юбилею предприятия. Он предусматривал реконструкцию маргаринового цеха – в частности, установку четырех новых линий по производству жиров и маргаринов, что позволит увеличить объем готовой продукции в три раза. Капитальному ремонту подверглось и само здание маргаринового цеха.

На церемонии открытия комбината выступил **губернатор Воронежской области Алексей Гордеев**, который поздравил всех



Наталья Абросимова,
главный технолог Евдаковского
масложирового комбината:

«Новая автоматическая линия, установленная в маргариновом цехе, не только позволяет добиться высокой производительности, но и полностью исключает ручной труд. Весь процесс – от приготовления эмульсии до отправки готовой продукции на склад – происходит автоматически».



Капитальному ремонту подверглось здание маргаринового цеха. В нем осуществили установку четырех новых линий по производству жиров и маргаринов, что позволит увеличить объем готовой продукции в три раза.

сотрудников предприятия и выразил свое восхищение масштабностью проекта. Мощности ЦПРМ позволяют производить 15 тыс. тонн полуфабрикатов в месяц, а маргариновый цех, который уже сегодня выпускает 400 тонн продукции в сутки, как для предприятий пищевой промышленности, так и для частных потребителей, при полной загруженности мощностей сможет изготавливать в месяц 18 тыс. тонн товара.

Председатель Совета директоров ОАО «ЕМЖК» Аркадий Фосман в своем выступлении на мероприятии перед журналистами отметил, что команда комбината не собирается останавливаться на достигнутом: предприятие будет развиваться в соответствии с требованиями рынка. Аркадий Фосман также подчеркнул, что клиенты ЕМЖК могут не бояться никаких экспортных ограничений: вне зависимости от политической и экономи-

ческой ситуации они будут бесперебойно получать качественную продукцию.

После торжественной части для партнеров и клиентов комбината была проведена экскурсия по цеху переработки растительных масел и маргариновому цеху. **Главный технолог Евдаковского масложирового комбината Наталья Абросимова** в ходе экскурсии отметила, что новая автоматическая линия, установленная в маргариновом цехе, не только позволяет добиться высокой производительности, но и полностью исключает ручной труд. Весь процесс – от приготовления эмульсии до отправки готовой продукции на склад – происходит автоматически.

«Наша продукция пользуется спросом не только в России, но и в странах СНГ», – подчеркивает она.

В качестве продукции ЕМЖК можно не сомневаться. На предприятии есть отдел, который проверяет ее микробиологические показатели. А запечатанные коробки с готовыми маргаринами проходят через металлодетектор, который проверяет продукт на наличие инородных тел.

Ассортимент маргаринов и жиров, выпускаемых комбинатом, достаточно широк. «Мы делаем серийно-штучный товар. Наш отдел разработок, исходя из



Цех переработки масел (ЦПРМ) был введен в эксплуатацию в конце 2011 года. Он включает линии рафинации, дезодорации, гидрогенизации, отбели, фракционирования и т. д.

нужд конкретного клиента, вырабатывает подходящие для него рецептуры», – рассказывает Наталья Абросимова.

Стоит отметить, что комбинат заслуженно носит статус передового российского предприятия уже не первый год. Так, в 2007 году на ЕМЖК была установлена автоматизированная линия по производству пластов маргарина для слоеного теста, которая на тот момент была самой современной в российском масложировом производстве. Линия и сегодня позволяет изготавливать необходимое количество продукции, среди потребителей которой один из крупнейших российских изготовителей слоеных изделий ГК «Талосто».

«Фасовка маргарина пластинами удобна для производства слоеных изделий: пласт маргарина укладывается на пласт теста, затем тесто заворачивается, затем опять складывается. Таким способом достигается воздушная структура готовых изделий, которые состоят из большого количества, вплоть до 168 слоев, – отмечает Наталья Амбросимова. – Ведь чтобы качество слойки получилось хорошим, маргарин должен работать вместе с тестом: так же тянуться и раскатываться, не продавливать тесто и не растекаться».

Все гости мероприятия по достоинству оценили качество продукции и масштабы производства и отметили, что видят в ЕМЖК надежного партнера. ■

Комментарии



Татьяна Савенкова,
директор по науке НИИ кондитерской
промышленности Россельхозакадемии,
д. т. н., проф., вице-президент СППИ:

– Продукцию ЕМЖК я оценивала во время работы в комиссии конкурса «Ингредиент года» в рамках выставки «Ингредиенты-2014». Предоставленный предприятием товар достоин награды, которые вручены президентом СППИ Алексеем Нечевым.

Посещение комбината показало, что в реконструкцию вложено много средств и сил. Видно, что руководство компании спрогнозировало перспективы развития по завершению модернизации. Приятно, что купаж современных технологий опирается на 80-летние традиции компании. Хочется надеяться, что предприятие будет и впредь развиваться и выпускать масложировую продукцию для кондитеров с требуемыми показателями качества, в частности, с высоким индукционным периодом, для обеспечения производства конкурентоспособных кондитерских изделий продолжительного срока годности.

В целом, очевидно, что у комбината хорошее будущее. Мы же со своей стороны готовы оказывать компании содействие в решении научных вопросов.



Юрий Морозов,
исполнительный директор
Масложирового союза России:

– Очень приятно, что за последние три-четыре года доля Евдаковского масложирового комбината на рынке стала ощутимой: с 2013 на 2014 год объем производимой предприятием продукции увеличился примерно в два раза. Если комбинат и дальше такими темпами будет наращивать объемы, то сможет загрузить все свои производственные мощности, которые организованы по последнему слову техники.

Я бы назвал ЕМЖК одним из самых современных заводов. Комбинат является членом Масложирового союза России, их работа у нас на виду, и могу сказать, что команда, которая работает здесь, серьезное внимание уделяет вопросам технического регулирования и стандартизации.

Хочется верить, что ЕМЖК сможет занять серьезную долю на рынке масложировой продукции: предполагаю, что при полной загрузке мощностей, комбинат сможет обеспечивать примерно 17-18% потребностей рынка в маргариновой продукции.

ИНТЕРВЬЮ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Новые тенденции хлебопечения в России — отказ от добавок с Е-кодом!



На вопросы пресс-службы отвечает
Ломакин Александр Алексеевич,
отраслевой технолог хлебопекарного направления ГК «СОЮЗСНАБ».

«Хлеб» всему голова — гласит известная русская пословица. И она в полной мере отражает отношение людей к этому продукту. Хлеб — для россиян является одним из основных продуктов питания. Количественные показатели потребления хлебобулочных изделий на душу населения в России — одни из самых высоких, по сравнению со странами Европы и Америки. Поэтому, не смотря на то, что отечественные хлебопекарные предприятия работают в стандартных рыночных условиях, многие вопросы, касающиеся цены и качества хлеба, решаются на государственном уровне. Одним из последних важных для производителей законодательных актов стал новый Технический Регламент Таможенного Союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Он предписывает указывать состав любой пищевой добавки в любой дозировке на этикетке готовой продукции. О последствиях данного предписания и актуальных тенденциях развития хлебопекарной отрасли мы побеседовали с Ломакиным Александром Алексеевичем — отраслевым технологом ГК «СОЮЗСНАБ» хлебопекарного направления.

Александр, какие сюрпризы при изучении этикетки хлебобулочных изделий ждут потребителей в связи с вступлением в силу нового Технического Регламента Таможенного Союза ТР ТС 022/2011?

А.А.: Неприятным сюрпризом для потребителей может стать наличие на этикетке кодов «Е». В современной хлебопекарной промышленности при производстве массовых сортов хлеба и хлебобулочных изделий применяются различные добавки (улучшители, эмульгаторы, консерванты и пр.), в составе которых содержатся компоненты с Е-кодом. К такой маркировке, как известно, у отечественных потребителей сложилось негативное отношение.

Что же делать современным производителям? Возвращаться к старинным рецептам производства хлеба? Можно ли сегодня обойтись без хлебопекарных добавок вообще?

Н.Л.: Очевидно, нет. И причин тому несколько: нестабильное качество муки, особенности современного хлебопекарного оборудования, повышенные требования к качеству готовой продукции и постоянно расширяющийся ассортимент хлебобулочных изделий. Но отказаться от добавок с кодом «Е» все же можно. Современный уровень исследований позволяет выявить целый ряд продуктов, которые могут заменять химические ингредиенты, маркируемые Е-кодом. Эмульгаторы могут быть заменены на специализированные ферменты, которые создают эмульгирующие компоненты уже в тесте, обе-

спечивая нужный эффект. Крахмалы химической модификации могут быть заменены на крахмалы и муку физической модификации, которые не маркируются Е-кодом и т.п. Специалисты ГК «СОЮЗСНАБ» ведут активную работу по поиску таких компонентов и уже разработали линейку улучшителей без Е-кода. Один из наиболее перспективных на данный момент — Улучшитель DENFAI 10.01 (ЭкоПшеничный).

Расскажите об этом улучшителе подробнее.

А.А.: Улучшитель DENFAI 10.01 (ЭкоПшеничный) содержит в своем составе только муку и ферменты. Он не выносится на этикетку готового продукта. При этом функционал улучшителя довольно широкий. Улучшитель DENFAI 10.01 (ЭкоПшеничный) увеличивает: удельный объемный выход хлеба, пористость и эластичность мякиша, срок сохранения свежести изделий. При этом уменьшается крошливость, улучшается цвет мякиша, который становится более равномерным и золотистым. Кроме того, улучшитель имеет удобную дозировку для использования непосредственно на участке замеса теста.

Какова область применения улучшителя?

А.А.: Улучшитель DENFAI 10.01 (ЭкоПшеничный) может применяться в производстве всех массовых сортов пшеничного хлеба, выпекаемого по ГОСТ, а также для производства широкого ассортимента хлебобулочных изделий.

Влияет ли использование улучшителя на себестоимость готовых хлебобулочных изделий?

А.А.: Практически не влияет. Одним из преимуществ улучшителя является экономичная цена и высокая эффективность при небольшой дозировке (0,1–0,5% к массе муки). Таким образом, его применение не ведет к повышению себестоимости готовых хлебобулочных изделий. Улучшитель DENFAI 10.01 (ЭкоПшеничный) уже прошел производственные испытания и внедрен на ряде предприятий отрасли.

Вы планируете расширять линейку улучшителей без Е-кода?

А.А.: Да, сейчас линейка «Эко» — это 5 улучшителей для хлебобулочных изделий из пшеничной, ржаной и ржано-пшеничной муки. Все они проходят производственные испытания на предприятиях отрасли, по результатам которых возможна разработка новых продуктов. Наша конечная цель — обеспечить современных производителей хлебопекарной отрасли эффективным инструментом повышения качества и рентабельности выпускаемой продукции с учетом предпочтений отечественных потребителей.

Пресс-служба ГК «СОЮЗСНАБ»



Эффективные
решения
задач
производства

Готовое решение для внедрения на Вашем предприятии.
Свяжитесь с менеджером «СОЮЗСНАБ».

Батон нарезной

Повышаем качество хлеба
без ингредиентов с Е-кодом!



ИННОВАЦИЯ

Улучшитель без ингредиентов
с Е-кодами в составе!



СРОК ХРАНЕНИЯ

Не менее 5-ти суток



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА

- Батон с увеличенным объемным выходом.
- Цвет корки равномерный, золотистый.
- Мякиш эластичный, с развитой пористостью.



СЕБЕСТОИМОСТЬ

Средняя сырьевая себестоимость
1 батона выходом 0,33 кг — 4,70 руб.
(рассчитана при цене на муку
пшеничную высшего сорта 15,00 руб.)

Рецептура эффективного решения
доступна на сайте info.ssnab.ru

СОЮЗСНАБИНФО

для зарегистрированных клиентов

ГК «СОЮЗСНАБ»

+7(495) 937 8772

www.ssnab.ru

e-mail: mail@ssnab.ru

Гость:



Гагик Саркисян,
генеральный директор ГК «Армаган»

Беседовала:



Елена Максимова

Как лаваш стал пшеничным роллом

Сегодня все больше людей во всем мире отказывается от традиционных хлебов, особенно пшеничных, из-за содержания в них значительного количества углеводов и калорий. И уже производители традиционного фастфуда – гамбургеров и сэндвичей – вводят в свой ассортимент такие изделия, как бурито, кебаб, тако и другие виды мясных или рыбных пшеничных роллов. Это неудивительно: полностью отказаться от сытных перекусов на ходу для некоторых людей в силу интенсивного ритма жизни очень сложно, однако уменьшить в них содержание «быстрых» углеводов за счет использования тонких хлебов вместо стандартной булочки – вполне возможно.

Одной из первых на российском рынке изготавливать тонкие национальные хлеба стала компания «Армаган». Она же – первый в нашей стране производитель оборудования для изготовления тонких хлебобулочных изделий и изобретатель пшеничного ролла. Об истории компании и тенденциях в сегментах национальных хлебов и фастфуда расскажет **главный конструктор-технолог компании Гагик Саркисян.**

– Гагик, расскажите, с чего вы начинали?

– Наша компания производит оборудование для изготовления хлебобулочных изделий и конечную мучную продукцию с 1995 года. Изначально мы были сосредоточены на сегменте бараночных изделий. В 2009 году в компанию обратился заказчик, которого интересовала автоматизация процесса производства лаваша. И мы стали разрабатывать автоматическую



Гагик Саркисян,
генеральный директор
ГК «Армаган»:

«Мы очень щепетильны в вопросе качества продукции. Для изготовления хлебов, в том числе и пшеничных роллов, мы не используем никаких консервантов и дрожжей – только воду, соль и муку. Причем вода, которая добавляется в тесто, проходит несколько этапов фильтрации».

линию для изготовления данной выпечки. И хотя через четыре месяца наши заказчики отказались от этого проекта, мы довели работу над автоматической линией до конца, так как к тому моменту сделано было уже очень многое.

Пока мы доделывали проект по автоматизации производства тонкого хлеба, наши заказчики, на сегодняшний день возглавляющие компанию ROLL LINE, обратились в Киев в компанию

ДОСЬЕ

Компания: ГК «Армаган»

Город: Санкт-Петербург

Год основания: 1995

Направления деятельности: выпуск тонких национальных хлебов и оборудования для их производства

Директор: Гагик Саркисян



«УКРТЕХНОФУДЗ», надеясь быстрее добиться результата. Но предложение киевских специалистов было им не по карману. Когда мы полностью воплотили проект автоматической линии для производства лаваша в жизнь, то предложили нашим бывшим заказчикам вложиться в бизнес по производству пшеничного ролла – инновационного продукта, созданного нами. Хочу отметить, что оригинальное название изделия «Пшеничный ролл» было придумано директором отдела продаж нашей фирмы Арменом Мкртчяном, а форма и упаковка (продукт длиной 120 см и шириной 32 см, во всю длину упакованный в целлофан и свернутый в рулон) были придуманы конструкторами и технологами ГК «Армаган». До нас такого изделия никто не выпускал.

– А сейчас вас пытаются копировать?

– Да, есть ряд компаний, использующих и копирующих нашу технологию и оборудование, а также название «Пшеничный ролл». Хотя мы получили патент на технологию, название и оборудование для изготовления данного продукта.

Все дело в том, что мы очень щепетильны в вопросе качества продукции. Для изготовления хлебов, в том числе и пшеничных роллов, мы не используем никаких консервантов и дрожжей – только воду, соль и муку. Причем вода, которая добавляется в тесто, проходит несколько этапов фильтрации. И безусловно, мы следим за санитарными условиями на производстве. Наши работники не прикасаются руками к тесту и к конечному продукту – процесс замеса, выпечки и упаковки полностью автоматизирован. При этом наш ролл режется прямо в целлофане, что позволяет работникам фастфуда тоже не прикасаться к хлебу руками, остав-

Оригинальное название изделия «Пшеничный ролл» было придумано директором отдела продаж нашей фирмы Арменом Мкртчяном, а форма и упаковка – конструкторами и технологами ГК «Армаган». До нас такого изделия никто не выпускал.

ляя продукт для конечного потребителя полностью безопасным. Неиспользованный же лаваш может оставаться в упаковке в холодильнике. Все это позволяет нашим клиентам долго хранить продукт и экономно его использовать. Мы производим ежедневно более 3 тонн готовой продукции, остальные производители аналогичного оборудования (в том числе и «Ролл лайн») никогда не занимались выпечкой хлеба. Мы постоянно совершенствуем и модифицируем наше оборудование, так как тестируем его на себе. Конкуренты не знают всех этих тонкостей, поэтому качество их хлеба зачастую страдает, их заказчики остаются недовольны. С нами же все клиенты работают охотно.

– Как долго может храниться ваша продукция?

– В холодильнике – около месяца, при комнатной температуре – минимум пять дней.

– Сколько сейчас у вас клиентов среди предприятий фастфуда?

– В целом около 30.

– Есть ли в числе ваших клиентов известные брендовые компании?

– Да, мы тесно сотрудничаем с компанией «Каравай», одной из крупнейших

производителей хлебобулочных изделий в России. Наш продукт продается под их брендом.

– Пшеничный ролл – далеко не единственная позиция в вашем ассортименте. Какие еще хлеба вы производите?

– Мы постоянно расширяем ассортимент, ориентируясь на потребности рынка. В данный момент мы выпускаем различные виды тонких хлебов, в их числе тортилья, пита и несколько видов лавашей овальной и круглой формы. Мы разработали их специально для некоторых видов роллов с начинками.

– С крупными международными компаниями, такими как «Макдональдс», по поставкам роллов работать пытались?

– Нет. Дело в том, что мы производим свежий хлеб, а технология крупных ресторанов быстрого питания предполагает работу с замороженными хлебобулочными полуфабрикатами. Мы принципиально не изготавливаем такую продукцию, так как для того, чтобы она обладала необходимыми потребительскими качествами, в нее нужно добавлять консерванты. «Армаган» работает только на натуральном высококачественном сырье. ■

Аренда спецодежды – удобный способ соблюдать санитарно-гигиенические требования



От того, как будет организован весь процесс переработки, начиная от технологий и заканчивая подготовкой персонала, будет зависеть качество конечного продукта.

Человек, как известно, – переносчик большого количества микроорганизмов. Современные предприятия, работающие в пищевой отрасли, стараются минимизировать контакт персонала с продуктом, чему способствует автоматизация производства. Однако в любом случае стоит уделять внимание соблюдению санитарно-гигиенических норм, ведь производственный цех несет в себе риск взаимного заражения – как персонала, так и продукта через контакт с работниками. Немалую роль в вопросе гигиены играет качество и состояние санитарной одежды, частота ее замены и качество стирки.

Организация закупки и обслуживания спецодежды для сотрудников – дорогостоящий и трудозатратный процесс: он не входит в число профильных для предприятия и отвлекает от основного вида деятельности. Поэтому западные страны уже

более 50 лет пользуются услугой аренды спецодежды для персонала.

«Услуга аренды спецодежды подразумевает, что униформа находится на балансе организации, предоставляющей данный сервис. Эта же компания берет на себя всю ответственность за обслуживание спецодежды сотрудников предприятия: стирку, дозаккупку, ремонт, доставку, сбор и утилизацию старых комплектов, – поясняет **Николай Кокорев, генеральный директор компании «Рентекс»**, имеющей семилетний опыт работы по данному направлению. – Цикл работы включает организацию сбора и выдачи спецодежды, в том числе сменных комплектов, вывоз использованной одежды, обслуживание, контроль качества и ремонт, а также доставку чистых комплектов на предприятие. Благодаря этому достигается существенная оптимизация затрат предприятия. Все комплекты отшиваются индивидуально под каждого сотрудника».

«На одном предприятии может быть несколько зон риска, в каждой из которых предъявляются свои требования к форме, качеству одежды и частоте ее замены. На

пример, в зоне, где с гигиенической точки зрения низкий уровень риска, от спецодежды требуются невысокие защитные функции, а ее смена может происходить раз в неделю. Это касается персонала, который обращается с трудно портящимися продуктами и добавками, защищенными упаковкой или подвергающимися в дальнейшем обработке. В зоне же, где сотрудники контактируют с неупакованными продуктами, требования к защитным свойствам спецодежды становятся выше и замена происходит чаще, – рассказывает **Ольга Машкова, директор по маркетингу и PR компании Blesk InCare**, специализирующейся в области сервиса и аренды спецодежды. – В любом случае, спецодежду необходимо не просто стирать – она должна проходить дезинфекцию».

Таким образом, к числу преимуществ аренды спецодежды относятся: кредитная система расчетов, заказ и получение спецодежды, не выходя из офиса, отсутствие затрат на закупку, пошив, доставку и хранение, сокращение затрат на содержание собственной прачечной, постоянная стоимость услуг, благодаря которой расходы легко спрогнозировать и заложить в бюджет заранее, высокий уровень качества стирки и дезинфекции санитарной одежды, упрощенный документооборот. У предприятия высвобождаются площади под целевое использование.

Вся одежда, предоставляемая арендной компанией, 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, соответствия его возможности с теми требованиями, которые ваше предприятие предъявляет к аренде и обслуживанию спецодежды. **Р**

11–13
НОЯБРЯ 2014
EXPOFORUM

XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ
ВЫСТАВКА

peterfood



ЗАКУПЩИКИ 50 СЕТЕЙ НА ВАШЕМ СТЕНДЕ

Участвуя в выставке , Вы:

- Проведете дегустацию всей линейки собственных брендов для закупщиков 40 региональных и федеральных сетей.
- Узнаете конкретные требования к ассортименту в Вашей категории из «первых рук».
- Договоритесь о поставках с закупщиками на «своей территории».
- Обеспечите гарантированное посещение Вашего стенда закупщиками сетей Северо-Запада. Они придут к Вам на стенд в назначенное время в сопровождении координаторов выставки, в соответствии с Вашими пожеланиями экспонента и профилем ассортимента.



Событие:

семинар

**«Современные аспекты
производства кондитерских
изделий»**

Дата:

4–6 июня 2014 года

Место проведения:

г. Сочи

Организатор:

Группа компаний «ЭФКО»

Участники:

160 человек –
представители 42 компаний
из России, Беларуси, Украины,
Казахстана и Азербайджана.

ГК «ЭФКО» помогает партнерам реализовывать потенциал



Газибег Магомедов,
д.т.н., проф., заведующий кафедрой
технологии хлебопекарного,
кондитерского, макаронного
и зерноперерабатывающего
производства ВГУИТ:

«Свекла – стратегическое сырье,
которое можно и нужно правильно
перерабатывать, обогащая кон-
дитерские изделия и одновремен-
но удешевляя их стоимость. Для
сохранения всех полезных компо-
нентов обрабатывать свеклу пред-
лагается в мягких режимах».

С 4 по 6 июня в Сочи прошел уникальный семинар для кондитеров «Современные аспекты производства кондитерских изделий». Организатором мероприятия выступил крупнейший вертикально-интегрированный холдинг на российском рынке масложировой продукции – ГК «ЭФКО».

В течение многих лет ГК «ЭФКО» уверенно занимает позицию ведущего российского производителя жиров специального назначения и маргаринов. Продукция используется в качестве ингредиентов для производства продуктов питания. При этом компания не просто продает высококачественные специализированные жиры, а предлагает своим партнерам уникальные решения и инновационные возможности для работы, которые помогают им реализовывать свой бизнес-потенциал, ре-

шать задачи любой сложности и становиться лидерами в своих сегментах.

Особое внимание ГК «ЭФКО» уделяет общению с партнерами и развитию их знаний через проведение семинаров и конференций с участием лучших экспертов отрасли и ведущих специалистов и технологов компании. Именно такой семинар на тему «Современные аспекты производства кондитерских изделий» для представителей кондитерской отрасли провела компания «ЭФКО» с 4 по 6 июня в бизнес-центре Pullman Sochi Centre.



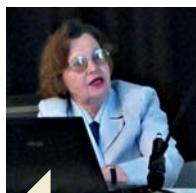
Участниками встречи стали 160 человек – представители 42 компаний из России, Беларуси, Украины, Казахстана и Азербайджана. Семинар объединил специалистов масложировой и кондитерской отраслей для эффективного взаимодействия.

Среди кондитеров были такие предприятия, как «Конфил», «Уральские кондитеры», «Донской кондитер», «Невский кондитер», «Белга», «Витьба», «Аврора», концерн «Бабаевский», «Пермская кондитерская фабрика», «Сочинский хлебокомбинат», фабрики «Победа» и «Белогорье». В числе производителей ингредиентов, кроме организаторов мероприятия – компании «ЭФКО», такие компании, как DuPont, «Палсгаард», «Макком РУС», «Баттер Грейнс», «Джорджиа» и «Кима Лимитед».

Его участниками также стали эксперты крупнейших отраслевых научно-исследовательских институтов и профильных союзов – Центра профилактической медицины, НИИ питания РАМН, Ассоциации производителей и потребителей масложировой продукции и Воронежского государственного университета инженерных технологий (ВГУИТ).

Деловая программа состояла из трех секций: «Функциональные продукты в питании человека», «Маркетинг на службе продаж и возможности позиционирования» и «Современные ингредиенты в кондитерских изделиях – инновационные технологии».

«Я думаю, что компания «ЭФКО» выбрала очень правильный подход в разговоре с кондитерами, организовав подобный семинар. Жировые продукты для кондитерской отрасли – это ее ко-



Наталья Перова,
д.м.н., проф. ФГБУ ГНИЦ
профилактической медицины:

«В отличие от жиров растительного происхождения, которые не содержат холестерина и опасных для здоровья человека трансжиров, в животных жирах присутствуют компоненты, способствующие повышению содержания в крови так называемого «плохого» холестерина, развитию атеросклероза и сердечно-сосудистых заболеваний. Поэтому путь замены жира животного происхождения растительным оправдан и необходим».

нек. И специалисты компании знают, как рационально включать жировые продукты в кондитерские изделия», – отметила **д.м.н., проф. ФГБУ ГНИЦ профилактической медицины Наталья Перова.**

В своем докладе «Метаболизм жиров в организме человека. Предупреждение сердечно-сосудистых заболеваний» Наталья Перова затронула очень актуальную для отрасли тему – использование животных и растительных жиров в составе кондитерских изделий с точки зрения усвояемости их организмом.

«Получены данные о том, что в суточном рационе питания допускается содержание жира до 35% калорийности, но все зависит от состава и сбалансированности жиров, – уверяет эксперт. –

Из них около 25% должно быть ненасыщенных (жидких и полутвердых) растительных масел. Насыщенные (твердые) жиры, большая часть которых является животными жирами, должны занимать в здоровом питании 7-10%, то есть разрешается их потребление в умеренных количествах».

Тем не менее, как отмечает Наталья Перова, нужно помнить, что в отличие от жиров растительного происхождения, которые не содержат холестерина и опасных для здоровья человека трансжиров, в животных жирах присутствуют компоненты, способствующие повышению содержания в крови так называемого «плохого» холестерина, развитию атеросклероза и сердечно-сосудистых заболеваний. Поэтому путь замены жира животного происхождения растительным оправдан и необходим.

Другая важная тема, которая была затронута на семинаре, касалась трансизомеров жирных кислот при производстве специализированных жиров. В связи с этим участники говорили о выборе оптимального сырья для их производства. Обсуждались возможности и способы создания сбалансированных по основным структурным элементам – углеводам, белкам и жирам (в соотношении 4:1:1,2) – кондитерских изделий для здорового питания, обогащенных функциональными макро- и микронутриентами. Важное направление современных инновационных разработок связано с введением в их рецептурные составы функциональных пищевых ингредиентов.

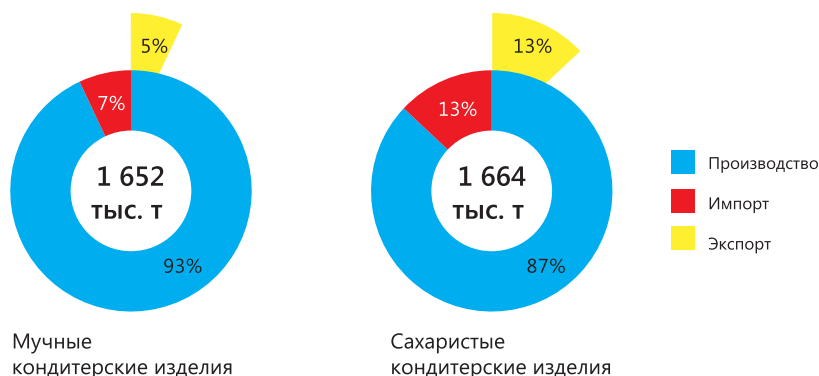
О том, как создать сбалансированные кондитерские изделия здорового

Баланс кондитерского рынка РФ, тыс. т

	Производство				Импорт				Экспорт			
	2011	2012	2013	При- рост 2013 к 2012	2011	2012	2013	При- рост 2013 к 2012	2011	2012	2013	При- рост 2013 к 2012
Мучные КИ*	1 564	1 585	1 648	4%	96	113	128	13%	92	102	124	22%
Сахаристые КИ	1 539	1 517	1 665	10%	254	259	247	-5%	184	213	248	16%
Всего	3 103	3 102	3 313	7%	350	372	375	1%	276	316	372	18%

* кондитерские изделия

Баланс ресурсов, 2013 год



Источник: Росстат, БД ФТС (с учетом данных по взаимной торговле стран ТС)

питания с функциональными свойствами, рассказал **д.т.н., проф., заведующий кафедрой технологии хлебопечкарного, кондитерского, макаронного и зерноперерабатывающего производств ВГУИТ Газибег Магомедов.**

«Для решения этой важнейшей задачи необходима рациональная и комплексная переработка сырья при мягких режимах – 60-80°C – с максимальным сохранением исходной пищевой ценности и создание на его основе кондитерских изделий здорового питания путем использования инновационных технических и технологических приемов», – отметил он.

Как поясняет Газибег Магомедов, если добавить к этому соответствующее сырье, можно создать сбалансированные продукты по углеводам (75-80% – полисахариды, 15-20% – моно- и дисахара, 5% – пищевые волокна), белкам с максимальной биологической ценностью (45% – растительные, 55% – животные), жирам (45% – растительные, 55% – животные, при рациональном соотношении ПНЖК, МНЖК и НЖК).

По словам эксперта, в качестве натуральных обогатителей по витаминам, макро- и микроэлементам, пищевым волокнам, органическим кислотам

могут выступать фрукты и овощи при их комплексной переработке в пасты с массовой долей сухих веществ 40-60%. Уникальный продукт – сахарная свекла. Из нее можно получить пасту, которая добавляется в качестве овощного компонента вместо, например, яблочного пюре. В свекле много пищевых волокон, витаминов, микроэлементов.

«Единственный момент – в свекловичной пасте в два раза меньше органических кислот, чем в яблочной. Но, на мой взгляд, свекла – стратегическое сырье, которое можно и нужно правильно перерабатывать, обогащая кондитерские изделия и одновременно удешевляя их стоимость. Для сохранения всех полезных компонентов обрабатывать свеклу предлагается в мягких режимах», – обратил внимание эксперт.

Особый интерес слушателей вызвали вопросы, касающиеся Технического регулирования и интеграционных процессов в рамках Таможенного союза и ВТО, а также соблюдения требований технических регламентов, в том числе относительно применения пищевых добавок и ароматизаторов при производстве продуктов питания, критериев и норм безопасности масложировой продукции.

Мнение

Любовь Сикиржицкая,
ведущий менеджер
компании «Белга-Пром»,
Республика Беларусь:

«С компанией «ЭФКО» мы работаем с момента запуска ее производства. Мы видели, как стремительно развивается предприятие, расширяется ассортимент, растут объемы производства, как работают и повышают свою квалификацию специалисты компании.

За достаточно короткий период времени «ЭФКО» заняла лидирующую позицию в качестве ведущего российского производителя жиров специального назначения. И нам приятно, что при запросе интересующей информации, мы всегда получаем квалифицированную помощь ее специалистов. При общении также повышаем свой уровень знаний и профессионализм.

Мы давно были наслышаны о проводимых компанией семинарах, насыщенных полезной информацией, и в этом году, получив приглашение, решили принять участие в мероприятии, тем более, что программа интересная, познавательная и актуальная.

Целью участия стало получение новых знаний, непосредственное личное общение со специалистами компании, знакомство с высококвалифицированными экспертами отрасли, многочисленными гостями из различных стран и регионов страны.

Все доклады, прозвучавшие в рамках семинара, вкупе с наглядными презентациями, несут в себе огромную практическую ценность. Некоторые лекции, посвященные новым разработкам компании «ЭФКО», были удачно подкреплены дегустацией.

Приятно, что по окончании семинара участники получили весь лекционный материал в электронном виде.

При организации и проведении деловых мероприятий такого масштаба ГК «ЭФКО» берет на себя большую часть расходов по проживанию участников, организации интереснейшего досуга, тем самым, работая на перспективу.

Отдельно хочется отметить высокий уровень проведения семинара, за которым чувствуется четкая, отлаженная работа всех членов команды «ЭФКО».

Мы получили ценные знания, которые будут применены для повышения эффективности нашего производства».

За два насыщенных лекционных дня участники семинара смогли не только изучить все ключевые вопросы и тенденции, касающиеся кондитерской и масложировой отраслей, но и получить личные консультации у экспертов, поучаствовать в дегустации конфет и вафельных изделий, подготовленных технологами компании «ЭФКО».

«Мы получили много полезной информации. Например, узнали, что у «ЭФКО» скоро появится новая рецептура на жиры – планируем начать внедрять их в свое производство. Обменялись контактами с ведущими технологами компании, чтобы в ходе этого процесса оперативно решать возникающие вопросы, – делится планами и впечатлениями **Светлана Бодрякова, начальник производства ГК «Уральские кондитеры»**. – Хочется попробовать новый жир с обозначенными на семинаре качествами на наших конфетах, а возможно, и выпустить новинку. Рынок не стоит на месте, нужно постоянно что-то придумывать. Очень заинтересовали конфеты типа фадж, которые мы пробовали на дегустации».

«Когда проходила дегустация конфет, мы многие идеи взяли себе на заметку, – призналась **Елена Груздева, директор по качеству и технологии компании «Ганеша и К»**. – Думаю, что, когда вернемся к себе на производство, все еще раз творчески переосмыслим».

Помимо деловой части, гостей ждала и насыщенная культурная программа, включившая в себя прием на берегу Черного моря, морскую прогулку, поездку в Дагомыс на чайные плантации. Особенно запоминающимся моментом стала экскурсия «Сочи Олимпийский». Посещению олимпийских объектов был отведен практически весь третий день семинара. Впечатления и эмоции от этой прогулки участники увезут с собой в разные города и страны, как и уникальные знания, которые они смогли получить на семинаре «ЭФКО».

«В ходе живого общения с докладчиками – учеными, специалистами «ЭФКО», производителями сырья и оборудования для кондитерской отрасли, а также непосредственно с коллегами, выпускающими кондитерские изделия – проще найти ответы на актуальные вопросы и принять правильное решение, – подчеркивает **Наталья Чашина, главный технолог компании «Томер»**. – Также от всей души хочется поблагодарить организаторов и отметить теплую и дружескую атмосферу семинара!».



Марина Звягинцева,
заместитель директора масложирового
дивизиона (МЖД) по кондитерской
отрасли компании «ЭФКО»:

«Согласно техрегламенту Таможенного союза с 1 января 2015 года содержание трансизомеров жирных кислот не должно превышать 20% от содержания жира специального назначения в продукте, а с 1 января 2018 года – не должно быть выше 2%».

Об основных направлениях в производстве специализированных жиров, инновационных разработках, а также возможностях создания сбалансированных кондитерских изделий для здорового питания мы поговорили с **заместителем директора масложирового дивизиона (МЖД) по кондитерской отрасли компании «ЭФКО» Мариной Звягинцевой**.

– Назовите основные тенденции в кондитерской отрасли России. Каким образом они отражаются на рынке пищевых ингредиентов? Какие продукты предлагает компания «ЭФКО» для удовлетворения потребностей кондитеров?

– В последние годы внимание отечественных потребителей акцентируется на безопасности пищевой продукции, что накладывает определенные обязательства на производителей продуктов питания, и, как следствие, на принятие новых нормативно-технических документов. Введенные в действие Технические регламенты Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию» устанавливают требования к безопасности продуктов питания, включая требования к упаковке и маркировке, а также к связанным с ней процессам производства, хранения, перевозки и реализации. Таким образом, тенденции в производстве кондитерских жиров и перспективы связаны, в первую очередь,

с ужесточением требований законодательных актов и приведением их к мировым нормам. Так, согласно техрегламенту Таможенного союза с 1 января 2015 года содержание трансизомеров жирных кислот не должно превышать 20% от содержания жира специального назначения в продукте, а с 1 января 2018 года – не должно быть выше 2%.

К показателям безопасности специализированных жиров относят содержание насыщенных жирных кислот и трансизомеров жирных кислот (ТЖК), содержание токсичных элементов (в первую очередь, никеля в гидрогенизированных жирах), показатели окислительной порчи (кислотное, перекисное и анизидиновое числа).

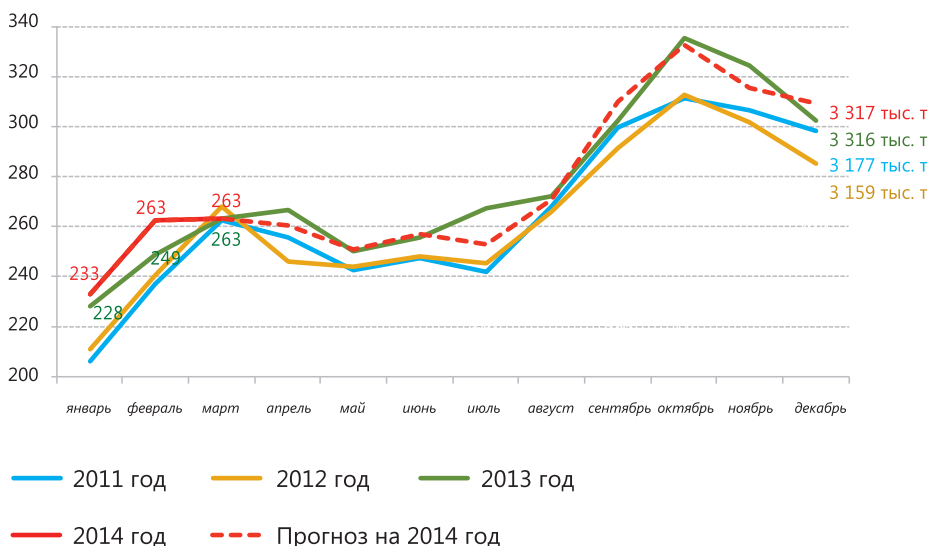
Опасность потребления трансизомеров жирных кислот подтверждена многочисленными медицинскими исследованиями. Еще в 2003 году Дания, первая из европейских стран, ввела ограничения на содержание в маслах и жирах промышленных трансизомеров не более 2%.

У Группы компаний «ЭФКО» есть разработки, благодаря которым кондитерские предприятия при желании уже сегодня смогут перейти на нормы 2018 года. В частности, у нас есть группы жиров специального назначения с пониженным содержанием трансизомеров (не более 1%): это нетемперируемые жиры нелауринового типа группы «Эконат», производимые с 2005 года, и жиры смешанного типа группы «Экомикс», производимые с 2009 года. Изначально, ввиду более высокой стоимости жиров данных групп, их потребителями были крупные транснациональные компании, где жестко действуют ограничения по содержанию трансизомеров, но с каждым годом спрос на них увеличивается и среди отечественных производителей кондитерских изделий. Жиры данных групп предназначены для широкого спектра кондитерских изделий: от полужидких и мягких пастообразных начинок до твердых конфетных масс типа «пralине».

В 2014 году на рынок выведены три кондитерских жира нелауринового типа для вафельных начинок группы «Эконфе» с содержанием трансизомеров жирных кислот не более 20%, которые успешно прошли промышленную апробацию.

Основной способ получения жиров с высоким содержанием трансизомеров жирных кислот – частичная гидрогенизация жидких растительных

Баланс кондитерского рынка РФ, тыс. т



Прирост потребления кондитерских изделий в 2013 году по отношению к 2012 году составил 5%.

Источник: Росстат, БД ФТС (с учетом данных по взаимной торговле стран ТС), оценка компании «ЭФКО»

Структура потребления КИ РФ, 2011-2013 гг.

Потребление, кг/чел/год			
	2011	2012	2013
Мучные КИ	11,0	11,2	11,5
Сахаристые КИ	11,3	10,9	11,6



масел (в отечественном производстве наиболее распространено подсолнечное масло). Применяемые способы сокращения ТЖК в специализированных жирах – фракционирование и переэтерификация – невозможны без использования твердых и полутвердых тропических масел и их фракций: пальмового, пальмоядрового. Поэтому получение жиров с минимальным количеством трансизомеров влечет за собой изменения не только в технологии производства, требующей существенного переоснащения и модернизации, но и в составе жиров – в сторону увеличения доли тропического сырья. Сокращение доли ТЖК компенсируется увеличением содержания насыщенных жирных кислот, в противном случае получить достаточно твердый жир с заданными технологическими свойствами практически невозможно.

Основная задача при разработке специализированных жиров с пониженным содержанием трансизомеров – минимизация отклонений в их технологических характеристиках в сравнении с жирами с высоким содержанием трансизомеров.

В ближайшие годы важным направлением разработок компании «ЭФКО»

будет дальнейшее сокращение содержания ТЖК в специализированных жирах, предназначенных для производства всех групп кондитерских изделий, обладающих заданными технологическими свойствами, устойчивостью при хранении и безопасностью.

– Какое место занимает кондитерская отрасль в структуре здорового питания? Могут ли кондитерские продукты быть не только вкусными, но и полезными?

– С одной стороны, сами по себе традиционные кондитерские изделия сложно назвать продуктами здорового питания, так как они содержат в своем составе сахар, углеводы и т. д. С другой, по утверждению медиков, в таких продуктах, как, например, шоколад, имеются биологически активные вещества, которые очень положительно действуют на организм, – на настроение, устойчивость к стрессу. Поэтому шоколад показан для употребления, но немного – 2-3 маленьких «квадратика» в день.

Ученые и производители ингредиентов давно задумываются над тем, что кондитерские изделия – это хоро-

шая основа для создания функциональных сладостей, обогащенных функциональными макро- и микронутриентами, способных кроме вкусового удовольствия приносить пользу организму. В качестве натуральных обогащений по витаминам, макро- и микроэлементам, пищевым волокнам, органическим кислотам могут выступать фрукты и овощи при их комплексной переработке в пасты. Сегодня такие изделия наиболее востребованы на рынке продуктов, но их производство имеет ряд специфических особенностей, как с точки зрения техники, так и технологии. А главное – необходимо правильно подобрать сырье, которое позволило бы создать продукты с привычными органолептическими, структурно-механическими и физико-химическими свойствами.

Кроме того, совместно с учеными мы ищем возможности и пути создания кондитерских изделий для здорового питания, сбалансированных по основным структурным элементам – углеводам, белкам и жирам.

Так что можно смело утверждать: кондитерская отрасль занимает совершенно особое место в структуре здорового питания современного человека. **КС**

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

ПРОД ЭКСПО

9–13
февраля 2015

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



www.prod-expo.ru



Вместе к успеху!

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ

* Согласно Общероссийскому рейтингу
выставочных мероприятий 2012–2013 гг.
Подробнее о рейтинге – на сайте www.exporating.ru



Организатор

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



18+

Реклама



Дуэт миндаля и шоколада давно прочно занимает одну из ведущих позиций на кондитерском рынке. Из всех новых продуктов с миндалем, выпущенных мировыми производителями в 2013 году, 33% составили те, в которых он сочетается с шоколадом.

Автор: **Юлия Сизова**,
специалист компании РК-Маркетинг

Всемирно признанный дуэт

Интерес изготовителей к шоколадным изделиям с миндалем вполне оправдан. По оценкам экспертов, 65% потребителей по всему миру готовы заплатить больше за продукт, содержащий миндаль, а 70% утверждают, что они скорее купят шоколад с миндалем, чем обычный шоколад.

Россия занимает второе место в мире по частоте употребления шоколада с орехами. Наши граждане потребляют больше молочного шоколада с орехами, чем жители любой другой страны, а 74% российских потребителей отдают свое предпочте-

ние шоколаду с миндалем перед шоколадом без добавок.

Россияне говорят, что употребление шоколада с миндалем доставляет им наибольшее удовольствие. 95% опрошенных любят его за отличный вкус, 90% – за сочетание удовольствия и пользы, а 88% респондентов отмечают, что шоколад с миндалем дает им ощущение праздника.

Универсальный ингредиент

Миндаль – один из самых «удобных» для производителей ингредиентов. Он доступен в 15 различных

формах: натуральный, бланшированный, нарезанный ломтиками, кубиками, рубленый, паста, масло или миндальное молочко. Используя разные формы, а также варьируя способы и время обжаривания, производители могут добиться необходимой насыщенности вкуса и аромата ореха, а также нужной текстуры готового продукта – от хрустящей до нежно-сливочной.

Описание текстуры на упаковке – один из самых заметных трендов на рынке новинок с миндалем. По сравнению с 2013 годом количество новых миндальных продуктов с указанием хрустящей текстуры увеличилось на 24%, а с нежно-сливочной – на 23%.

Сочетание хрустящего миндаля и шоколада рождает превосходный вкус и уникальную текстуру. Потребители по всему миру утверждают, что из всех орехов именно миндаль

придает шоколаду наибольшую хрусткость.

Производители используют понятие «хрустящий миндаль» как наименование отдельного вкусового сочетания.

И вкусно, и полезно!

Покупатели всего мира назвали миндаль идеальной парой для шоколада – это сочетание позволяет создавать новые, особенные кондитерские изделия. В России миндаль стал вторым по популярности ингредиентом для шоколада после фундука. Шоколад с миндалем воспринимается для нас как премиальный продукт и подходящий в качестве подарка. Российские потребители, описывая свой идеальный шоколад, особенно высоко оценили такие его свойства, как натуральность (96%) и богатое содержание питательных веществ (95%).

В связи с растущим спросом на здоровые продукты дуэт «миндаль и шоколад» продолжает завоевывать все больше поклонников. 77% потребителей, опрошенных во всем мире, считают, что добавление миндаля обогащает шоколад полезными веществами.

В миндале содержится большое количество белков, клетчатки, кальция, витамина Е, рибофлавина и ниацина. Кроме того, этот орех – один из самых низкокалорийных.

Наиболее полезным для здоровья признано сочетание темного шоколада с миндалем: натуральные антиоксиданты миндаля и какао действуют в таком продукте синергетически.

Интерес и спрос на миндально-шоколадные новинки среди потребителей разных стран мира высок и продолжает расти. Этот дуэт – сочетание натуральных ингредиентов, которое отвечает самым разным требованиям: изысканный вкус и текстура, польза для здоровья и большое разнообразие использования. Потребители воспринимают миндаль как особенный продукт для угощения семьи и друзей, достойный высокой цены и современный. Премиальный имидж миндаля позволяет ему быть частью лучших сладостей в мире. **КС**

Иллюстрации: Тимофей Яржомбек



Удовольствие от вкуса

Причины, по которым российские потребители выбирают шоколад с миндалем



Сочетание удовольствия и пользы



Ощущение праздника

Авторы:



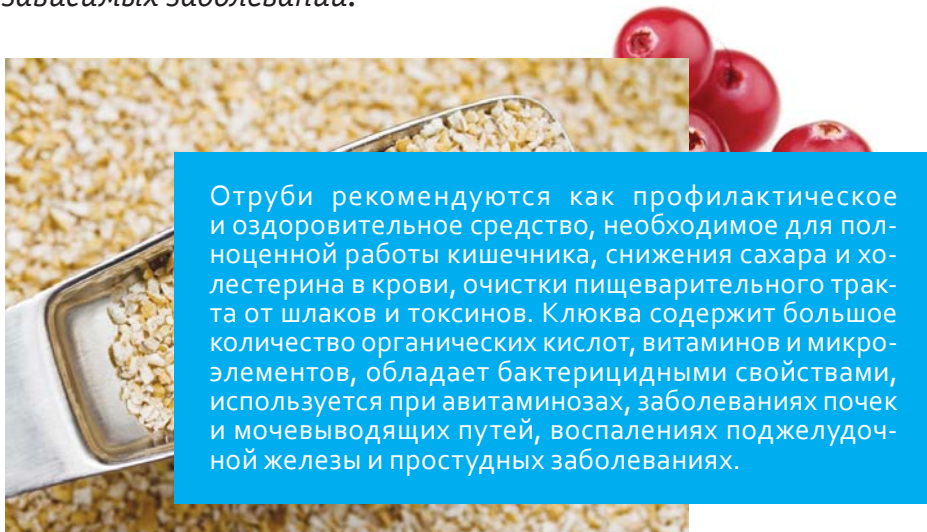
Елена Каржавина,
зав. лабораторией кафедры технологий питания,
Уральский государственный экономический
университет



Лариса Лаврова,
к. т. н., доцент кафедры технологий питания,
Уральский государственный экономический
университет

Изделия из дрожжевого теста с пищевой добавкой «Сибирские отруби с клюквой»

Важнейшей проблемой сегодня является обогащение продуктов питания биологически активными компонентами, способными улучшить многие физиологические процессы в организме человека, повысив защитные силы, и адекватно отвечать на неблагоприятные воздействия окружающей среды, снизив риск развития алиментарно-зависимых заболеваний.



Отруби рекомендуются как профилактическое и оздоровительное средство, необходимое для полноценной работы кишечника, снижения сахара и холестерина в крови, очистки пищеварительного тракта от шлаков и токсинов. Клюква содержит большое количество органических кислот, витаминов и микроэлементов, обладает бактерицидными свойствами, используется при авитаминозах, заболеваниях почек и мочевыводящих путей, воспалениях поджелудочной железы и простудных заболеваниях.

Один из способов решения данной проблемы – вовлечение в хозяйственный оборот экологически безопасных сырьевых ресурсов растительного происхождения, использование которых при производстве продуктов питания позволит обогатить их жизненно важными нутриентами до уровня, соответствующе-

го физиологическим потребностям организма.

Изделия из дрожжевого теста популярны среди всех групп населения России. Изучение химического состава мучных кулинарных изделий (пирожки, пончики, ватрушки и т. д.) показывает низкое содержание в них витаминов, минералов

и пищевых волокон. Состав дрожжевого теста можно значительно улучшить при использовании пищевых добавок, содержащих недостающие биологически активные вещества. Такой добавкой могут стать пшеничные отруби с клюквой (ТУ 9295-002-81828577-03 «Сибирские отруби с клюквой»).

Отруби рекомендуются как профилактическое и оздоровительное средство, необходимое для полноценной работы кишечника, снижения сахара и холестерина в крови, очистки пищеварительного тракта от шлаков и токсинов. Клюква содержит большое количество органических кислот, витаминов и микроэлементов, обладает бактерицидными свойствами, используется при авитаминозах, заболеваниях почек и мочевыводящих путей, воспалениях поджелудочной железы и простудных заболеваниях.

Для изучения органолептических показателей качества дрожжевого теста были проведены экспериментальные исследования с добавлением в него 1% (образец 1), 3% (образец 2), 5% (образец 3) и 7% (образец 4) композитной смеси взамен муки. Контрольным образцом стало дрожжевое тесто, приготовленное безопарным способом (Сборник технических нормативов. Рецептура № 685 «Сборник рецептов блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания»).

В результате было установлено, что при внесении добавки изменял-

ся цвет теста от светло-кремового (контрольный образец) до светло-коричневого (образец 4), запах – от характерного дрожжевого до ярко выраженного зернового. Консистенция заметно ухудшалась при увеличении количества вносимой добавки взамен муки до 7% и более.

Проведенный анализ качества клейковины при внесении добавки «Сибирские отруби с клюквой» в дрожжевое тесто показал, что клейковина стала более крепкой – от 78 (контрольный образец) до 60 усл. ед. прибора (образец 4). Однако данные изменения относятся к I группе качества клейковины с характеристикой «хорошая».

Проведение пробных выпечек и оценка органолептических показателей качества готовых изделий из дрожжевого теста показало, что образцы 2 и 3 получили наивысшие баллы со стороны независимых экспертов в области общественного питания. Они были исследованы по физико-химическим показателям качества. Результаты представлены в Таблице 1.

Экспериментально установлено, что при внесении добавки в количествах 3 и 5 % к массе муки (образцы 2 и 3) наблюдалось увеличение массовой доли жира и сахаров. Это связано с химическим составом вносимой добавки, которая содержит больше жиров и сахара, чем мука. Небольшое увеличение сухих веществ в указанных образцах по сравнению с контрольным связано как с несколько меньшей влажностью пшеничных отрубей (10%), так и с их хорошей влагоудерживающей способностью по сравнению с мукой. Кислотность в экспериментальных образцах повышается за счет органических кислот клюквы, входящих в состав добавки.

Аналитически установлено, что новое изделие выгодно отличалось от контрольного образца по содержанию пищевых волокон, витаминов и минералов. В частности увеличено содержание кальция, натрия, калия, витаминов С и РР.

Проведенные исследования доказывают, что использование пищевой добавки «Сибирские отруби с клюквой» в производстве изделий из дрожжевого теста перспективно и актуально, так как ведет к улучшению потребительских характеристик продуктов, повышению их пищевой ценности, функциональной направленности и расширению ассортимента. **КС**

Таблица 1. Физико-химические показатели изделий из дрожжевого теста

Наименование показателя	Контрольный образец	Образец 2	Образец 3
массовая доля жира, %	1,5	1,6	1,8
массовая доля сухих веществ, %	36,0	37,8	38,2
массовая доля сахара, %	2,0	2,1	2,2
кислотность, %	2,5	2,7	2,8

Обновленный Hershey's

Великолепный шоколад с именем Hershey's, созданный Милтоном Херши, американцы впервые попробовали 120 лет назад и сразу влюбились в него.

Сегодня производитель всемирно известного молочного шоколада Hershey's Milk Chocolate и еще более 80 торговых марок сладостей представляет обновленный корпоративный бренд, которому придали современности и энергии на следующее столетие.



Ключевой элемент ребрендинга Hershey – новый, свежий логотип компании, подчеркивающий эволюционный путь фирмы от преимущественно американского производителя шоколада до глобальной кондитерской и снековой корпорации, отличающейся открытостью и прозрачностью. Новый брендинг будет оказывать влияние на все визуальные аспекты компании Hershey, начиная от дизайна сайтов и заканчивая интерьерами офисных помещений и внешним видом фирменных розничных магазинов.

Еще одно отличие нового корпоративного лого – дополнение присутствующей на всех шоколадных плитках знакомой всем надписи Hershey's образом самых известных и популярных конфет бренда Kisses, что наряду с цветами наиболее популярных торговых марок, таких как Reese's и Ice Breakers, усиливает узнаваемость бренда и точно определяет его визуальную систему идентичности.

candynet.ru

Mars выпускает на британский рынок три лимитированных серии Snickers

С октября этого года потребители Великобритании смогут выбрать из трех специальных серий шоколадного батончика Snickers.

На ограниченный период времени шоколадные батончики Snickers More Caramel, Snickers More Choc и Snickers More Nuts заменят традиционные шоколадки. Кампания будет сопровождаться



рекламой в средствах массовой информации, на которую было потрачено 3 млн фунтов стерлингов. Батончики можно будет приобрести в британских магазинах, пока в них есть запасы.

Шоколад Snickers More Nuts был представлен впервые в 2010 году в качестве ограниченной серии. В прошлом году бренд радовал поклонников батончиком Snickers More Caramel. Серия Snickers More Choc – совершенно новый продукт. «Мы впервые запускаем на рынок сразу три лимитированные серии. Мы знаем, что покупателей особенно привлекают новые продукты. Поэтому уверены, что каждый потребитель найдет свой любимый вариант Snickers среди предложенных», – рассказал директор розничных продаж Тони Лорман.

upakovano.ru



Небольшие багеты от канадской компании упакованы в дой-пак

Компания Dare Foods этой осенью выпускает на рынок США хлебцы Boulangerie Grissol Artisanal Baguettes в устойчивом пакете. Канадский производитель запускает новую продуктовую линейку премиум-класса.

Изготовители хотели отказаться от традиционного формата бэг-ин-бокс и сменить его на дой-пак, который был бы заметнее на прилавке. Кроме того, такая упаковка говорит о высоком качестве продукта.

Премиум-образ упаковки достигается благодаря использованию богатого черного фона и красивых фотографий изделия. Отзывы о продукте в Канаде оказались положительными как со стороны ритейлеров, так и со стороны покупателей.

upakovano.ru



собственник

Гость:

Войтек Корнфел,
владелец компании Kornfeil

Беседовала:

Елена Максимова



Войтек Корнфел:

Из бизнесмена получится прекрасный политик!

— **Войтек, как у вас возникла идея создать компанию?**

 Мы с братом – строительные инженеры и долгое время работали по профильной специальности в государственной компании. В начале 90-х годов в нашей стране начали активно появляться частные фирмы, мы тоже решили попробовать заняться бизнесом. Так как в Чехии активно строились маленькие пекарни, мы подумали, что было бы неплохо строить для них оборудование. Так, 22 года назад мы открыли маленькую компанию, в которой трудилось 20 человек. Те-

перь штат предприятия состоит из 138 работников. Каждый год он увеличивается на 8-10 сотрудников. За время работы у нас появились собственные технологические ноу-хау, которыми мы гордимся.

— **Когда вы поняли, что компания действительно достигла успеха на рынке?**

 Первые пять лет существования фирмы мы поставляли наши машины только в Чехию и Словакию. Потом начали экспортировать оборудование в Польшу. Такое расширение географии

продаж было знаком того, что мы преуспели. Затем наши машины стали покупать производители из Австрии, Украины, России. И сегодня мы 80% продукции продаем за рубеж.

— **Расскажите об особенностях ведения бизнеса в Чехии.**

 Чехия – это всего 10 млн жителей. Во всей стране около тысячи пекарен – малых, средних и крупных. Много оборудования на внутреннем рынке не продашь. Надо искать клиентов за рубежом. Для нас главные рынки сбыта – Польша, Белоруссия, Россия и страны бывшей Югославии. Также сегодня наше оборудование пользуется спросом в Греции и Турции. И с этого года у нас в каждой стране есть официальные представительства. В России, кстати, их 12.

— **Бизнес-решения принимаете интуитивно или вы рациональный человек?**

 Мы все делаем интуитивно: выбираем новые рынки сбыта, разрабатываем новые продукты, предполагаем специфику рынков.

Мы все делаем интуитивно: выбираем новые рынки сбыта, разрабатываем новые продукты, предполагаем специфику рынков.

Успешный предприниматель знает реалии жизни, понимает, как сложно зарабатывать деньги.



Чехия – это всего 10 млн жителей. Во всей стране около тысячи пекарен – малых, средних и крупных.

досье

Фамилия, имя:

Войтек Корнфайл,
владелец компании
Kornfeil

Образование:

строительный
инженер

Страна:

Чехия

Дата рождения:

22.11.1960

– Вы с братом похожи по бизнес-поведению?

Мы дополняем друг друга. Я занимаюсь производством, а брат заведует финансами в нашей компании. Я продаю в славянские страны, а он работает с Германией, Голландией и Австрией.

– Россия для вас ключевой рынок?

Да, в эту страну мы экспортируем 50% продукции от общего объема нашего экспорта. Конечно, политическая ситуация сейчас сложная, но, надеюсь, мы не потеряем своих клиентов.

– Опасаетесь закрытия рынков для иностранных поставщиков оборудования?

Дело не в этом. Производителей вашей страны финансируют не толь-

ко российские, но и европейские банки. И последние могут заморозить счета, соответственно, клиенты не смогут оплачивать заказы.

– Многие предприниматели, добившиеся успеха в бизнесе, идут в политику. Бизнес и политика для вас – вещи совместимые или взаимоисключающие?

Нужно заниматься чем-то одним, но хорошо. Не стоит лезть из одного в другое.

– А в принципе из бизнесмена получился бы хороший политик?

Да. Успешный предприниматель знает реалии жизни, понимает, как сложно зарабатывать деньги. Политик же, не испытавший на себе всех трудностей, с которыми сталкиваются люди, имеющие собственный бизнес, не понимает, что такое зарабатывать, считать налоги. Ему не понятны нужды простых людей. Кстати, в Чехии пост министра финансов занимает бывший бизнесмен, и он отлично справляется со своими обязанностями.

– Что в дальнейшем собираетесь делать со своим бизнесом?

У меня трое детей, и у моего брата тоже. Сейчас они уже взрослые и работают в компании: занимаются продажами, программированием, маркетингом. В будущем бизнес перейдет им.

– Чем занимаетесь помимо работы?

У меня есть виноградное поле, ведь Моравия, где я живу, – очень благоприятный регион для виноделия. Также у меня есть абрикосовый сад, собака. 30 лет я играл в музыкальной фолк-группе на цимбалах, мы ездили с концертами по всей Европе. Сейчас играю на них для себя. И конечно, очень люблю проводить время со своей семьей – детьми и внуками. **КС**



Interpack 2014 в лицах

В мае этого года в Германии прошла крупнейшая выставка упаковочного оборудования Interpack 2014. В смотре принимали участие компании более чем из 120 стран мира. Одним из крупнейших на выставке был раздел «Оборудование для кондитерской промышленности». Участники, представившие здесь свою продукцию, поделились впечатлениями о выставке и рассказали о собственных ноу-хау.



Тэрон Харбс,
управляющий
директор NETZSCH
Confectionery



Эд Возняк,
директор по продажам
Wolverine Proctor LTD



*Лин А.
Питт,*
директор DTG finn



Денис Мальцев,
глава представительства
в России Bradman
Lake Group



Ларс Охланд,
вице-президент
Mekitec Ltd



Ричард Тэйлор,
заместитель руководителя
по продажам Peerless
food equipment

1. О выставке



◇
Тэрон Харбс,
NETZSCH Confectionery:

– Мы считаем, что выставка Interpack, которая проводится в Дюссельдорфе раз в три года, – главная площадка для поставщиков оборудования и технологий для кондитерской отрасли. По этой причине мы выбрали данное мероприятие для презентации нескольких наших новых линий.



◇
Эд Возняк,
Wolverine Proctor LTD:

– В этом году особенно впечатлило географическое многообразие посетителей и количество представленных отраслей. Посетителями выставки в основном стали принимающие руководители и владельцы компаний. Все это еще раз подтвердило, что Interpack – одна из важнейших международных выставок.

Для нас мероприятие было возможностью не только продемонстрировать свою продукцию, но и познакомиться с тенденциями. Однако главной нашей целью было увеличение продаж и расширение рынков сбыта.



◇
Лин А. Питт,
DTG finn:

– Наша компания уже неоднократно принимала участие в выставке Interpack, но лично я присутствую здесь впервые. Меня впечатлило то, какую поддержку и помощь мы получили при установке нашего стенда от организаторов, и то, сколько посетителей из разных стран мира приехало сюда.

Наша компания работает с разными странами, нам особенно важно, что

СПРАВКА

NETZSCH Confectionery – предприятие, изготавливающее оборудование для производства кондитерской продукции: установки для переработки какао-сырья, приготовления кондитерских масс.

Wolverine Proctor LTD – компания, изготавливающая линии для производства снековой продукции: орехов, семечек, хлопьев, мюсли.

здесь мы встретили большое количество людей, уже знакомых с нашим оборудованием и даже покупавшим его. Это отличная площадка для установки и поддержания деловых контактов. В некоторые дни наш стенд посещали до 40 специалистов, и значительная часть из них стала для нас перспективными клиентами, сейчас мы с ними обсуждаем совместные проекты. Это невероятно результативное событие, оно дает возможность лично встретиться с людьми, общение с которыми обычно ограничивается телефонными переговорами или перепиской.



◇
Ларс Охланд,
Mekitec Ltd:

– В первую очередь, выставка впечатлила количеством посетителей и уровнем активности участников. Для нас это событие гигантского масштаба. С точки зрения посещаемости, эта выставка гораздо превосходит Interpack 2011. Она поражает также своей огромной площадью и количеством занимаемых залов. Впечатляет количество производителей, приехавших сюда со всего мира – от Америки до Азии.



◇
Денис Мальцев,
Bradman Lake Group:

– Больше всего порадовала организация выставки и уровень посетителей. К нашему стенду подходили перые лица компаний.

2. О новинках



◇
Тэрон Харбс,
NETZSCH Confectionery:

– Один из продуктов, с которым мы познакомили посетителей Interpack 2014 – модульная система MAMBO для производства кондитерских масс: кремовых начинок, смешанных масс, жировых и ореховых паст. Благодаря эргономичному дизайну и модульной конструкции закрытого типа, MAMBO позволяет производить частую смену продукта в короткий срок. При этом при каждой смене продукта происходит полностью автоматическая очистка оборудования, которая занимает гораздо меньше времени, чем на установках конкурентов.

Еще один продукт, который мы презентовали на этой выставке – новая линия для обработки шоколадных масс TANGO. Это компактная рельсовая линия, сочетающая в себе лучшее от двух технологий: лопастного измельчителя для крупных фаз от Dr.-Ing.Bauermeister – компании, которую мы приобрели в марте 2014 года, и измельчителя для тонкого помола типа LME от Netzsch.

Также хотим отметить новую установку для подготовки сырья Netzsch Pre-Cutter VN. Это очень гибкая линия для переработки различных типов крупнофракционных (50-100 мм) продуктов: орехов, вафель, пралине, плиток шоколада. Netzsch Pre-Cutter VN превратит перечисленные компоненты в пластичную, готовую к дальнейшей обработке массу.

Для производства шоколада мы предлагаем нашу систему RUMBA. Главные

ее компоненты – станция конширования (сухих или влажных компонентов) и установка для тонкого измельчения шоколада. Важно отметить, что конширование и тонкое измельчение могут проходить параллельно.

Для производства глазури, спредов, паст и начинок мы предлагаем систему SALSA – она тоже была представлена на нашем стенде. Данный концепт предполагает смешивание ингредиентов в перемешивающем баке с последующим перемещением массы насосом под давлением на стадию более тонкого помола.



♦ *Эд Возняк,*
Wolverine Proctor LTD:

– Во всех отраслях пользуются спросом энергосберегающее оборудование и технологии, позволяющие оптимизировать производственные затраты. Также популярны решения, способные уменьшить последствия производственной деятельности для экологии. И мы на Interpack 2014 представили ряд решений, отвечающих данным параметрам спроса.



♦ *Лин А. Питт,*
DTG finn:

– На выставку мы привезли глазировочные машины с расширенным набором функций и шоколад, произведенный с их помощью. На нашем стенде посетители смогли увидеть одну из последних моделей нашего оборудования компании DTG.



♦ *Ларс Охланд,*
Mekitec Ltd:

– В целом, вся наша концепция – уже новое явление, но, если гово-

СПРАВКА

DTG finn производит глазировочные и полировальные машины для шоколада разных размеров и мощности – от самых маленьких установок до крупных линий.

Mekitec Ltd. предлагает своим покупателям высочайший уровень безопасности продуктов питания по самой низкой на современном рынке цене. Компания поставляет предприятиям пищевой промышленности рентгеновские установки для определения посторонних включений в продукте.

рить о продукции, то самая последняя новинка, наверное, – рентгеновская установка с функцией весового контроля. Это абсолютно беспрецедентный случай – никогда еще эти две функции не объединялись в приборе, занимающем так мало места. Установка позволяет сократить затраты и сэкономить рабочее пространство. Она была разработана совместно с немецкими производителями оборудования для весового контроля, и мы очень гордимся ею.



♦ *Ричард Тэйлор,*
Peerless food equipment:

На этой выставке представлено наша усовершенствованная установка Peters Sandwiching, которая предназначена для изготовления печенья и основы для сэндвичей всех видов.

Если же говорить об инновациях, которые произошли в отрасли в целом, то произошло очень много изменений, касающихся упаковки. Очень долгое время упаковка была однотипной, и вся продукция, как правило, складывалась в длинные пачки. Сегодня же мы видим огромное разнообразие упаковочных материалов: появились так называемые семейные или экономичные упаковки, мини-упаковки, лотки, поддоны и такой новый вид упаковки, как «дорожная пачка». Как правило, она предназначена для детей, школьников и людей, которые просто хотят быстро пе-

рекусить на ходу. Очень маленькая, всего 25 мм, она позволяет съесть все содержимое за один раз.



♦ *Денис Мальцев,*
Bradman Lake Group:

– Одно из новейших решений для упаковочной индустрии, представленных нами на выставке, – система верхней роботизированной загрузки с двумя выходами. Данная система позволяет загружать продукты как на flowpack-машину для групповой упаковки, так и в дисплейные коробки или шоу-боксы одновременно. Это решение мы предлагаем уже около двух лет, но на стенде выставляем впервые, ведь прежде чем демонстрировать любую установку на выставке, необходимо опробовать ее в деле, у клиентов. Несколько подобных линий мы уже поставили на производствах, и наши клиенты довольны ими.

3. О перспективах



♦ *Тэрон Харбс,*
NETZSCH Confectionery:

– Мы заметили, что в некоторых регионах кондитерская индустрия развивается особенно быстро – в частности, в Латинской Америке, России,

Юго-Восточной Азии, Индии, Китае и Турции. Поэтому данные регионы – особенно перспективные рынки сбыта оборудования для изготовления различных кондитерских изделий. Если же говорить о линиях для переработки какао, то их потенциальный рынок сбыта – страны Западной Африки. Кроме упомянутых регионов, мы работаем с местными немецкими производителями и с другими европейскими странами.

Важно понимать, что кондитерская отрасль развивается в разных регионах по-разному. В Европе, например, набирают популярность органические продукты: сортовой шоколад, новые сортовые начиночные кремы и пасты, созданные по особым требованиям для органик-продукции, которые иногда требуют особых производственных линий.

Для таких регионов, как Индия, Китай, Юго-Восточная Азия, где рынок только начинает насыщаться и строятся крупные предприятия, необходимо бесперебойно работающее оборудование, способное изготовить большие объемы продукции. Поэтому, формируя свои предложения, мы ориентируемся на потребности клиента.



♦ *Эд Возняк,*
Wolverine Proctor LTD:

– Для нас кажется перспективным сотрудничество с Китаем, странами Юго-Восточной Азии, Индии и Бразилии. Однако мы также фокусируемся и на рынках Европы и Балтики, где растет спрос на натуральные продукты из-за изменения образа жизни в сторону более здорового.



♦ *Лин А. Питт,*
DTG finn:

– Многие эксперты советуют нам сконцентрироваться на конкретном

СПРАВКА

Bradman Lake Group – группа компаний, состоящая из трех предприятий. Была создана в 2005 году с целью предложить интегрированные комплексные решения своим клиентам из одних рук. Оборудование охватывает весь упаковочный процесс. Bradman Lake Group предлагает оборудование для первичной упаковки, для вторичной в шоу-боксы и для транспортной упаковки.

регионе, например, Восточной Европе, потому что там легко вести бизнес из Великобритании: хорошо налажена дистрибьюторская работа местных компаний. Стоимость производства оборудования в этом регионе действительно очень низкая, и с точки зрения изготовления нашей продукции, это очень выгодно.

Однако мне трудно выделить какой-то конкретный регион, поскольку у нас много проектов и в Южной Америке, и в США, и в Индии, и в Австралии, и даже в Исландии. Мы работаем по всему миру, в самых разных условиях – от Кейптауна в Африке до Исландии.



♦ *Ричард Тэйлор,*
Peerless food equipment:

– 55% от общего объема продаж нашей компании приходится на рынки Южной и Северной Америки, а 45% – на международный рынок.

Таким образом, мы ведем коммерческую деятельность по всему миру, и большая часть операций совершается в тихоокеанском регионе. Здесь же мы наблюдаем самый активный рост.

Второе по активности развития место занимает так называемый латиноамериканский рынок: Бразилия, Чили, Аргентина, Колумбия.

И на третьем месте по актуальности присутствия для нас находится Ближний Восток: Саудовская Аравия,

Катар, ОАЭ. Мы видим там широкие возможности по расширению географии своего бизнеса.



♦ *Ларс Охланд,*
Mekitec Ltd:

– Нам очень интересна Азия, и у нас сейчас много проектов там. Также мы видим хорошие перспективы работы со странами ближневосточного региона и Европы.

Если же вы посмотрите в целом на распределение рынков, то сегодня его можно охарактеризовать следующим образом: существуют традиционные рынки, такие как США, Германия, Корея и т. д., и есть развивающиеся рынки: Китай, Индия, Бразилия и, конечно, Россия. Это рынки, которые будут крайне активны в ближайшие несколько лет.



♦ *Денис Мальцев,*
Bradman Lake Group:

– Глобально наша компания уделяет особое внимание трем рынкам: России, Китаю и Индии. В отличие от других стран, где у нас работают дистрибьюторы и дилеры, в выше перечисленных регионах мы имеем офисы продаж, что позволяет лучше контролировать рынок, правильно строить продажи и всегда получать информацию из первых рук. **КС**

РОССИЙСКАЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА

ЗОЛОТАЯ ОСЕНЬ | GOLDEN AUTUMN

8 - 11 октября 2014



ФОРУМ
ДОСТИЖЕНИЯ
РЕГИОНЫ

МОСКВА, ВДНХ

ОРГАНИЗАТОРЫ:



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации

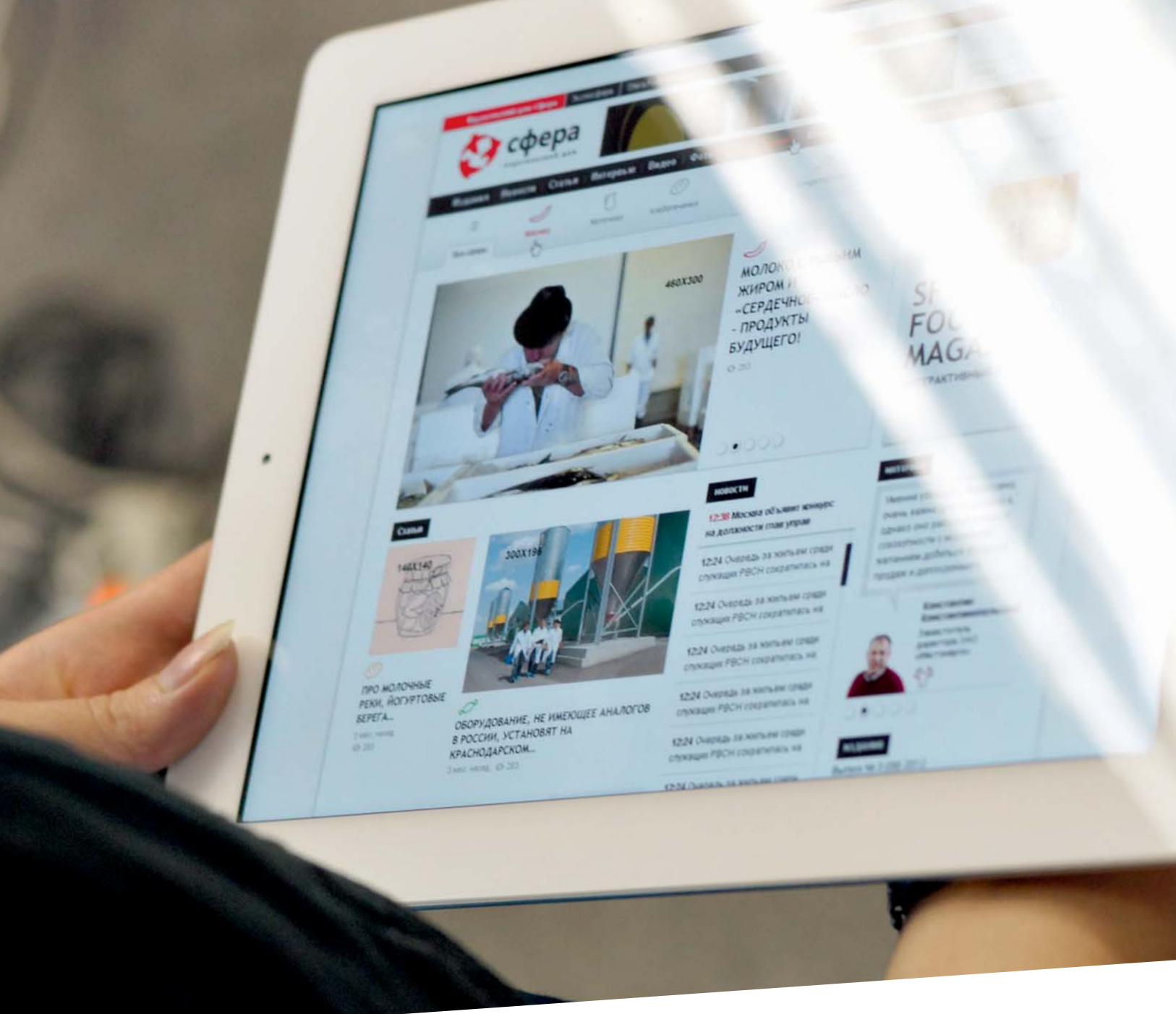


Правительство
Москвы



РОТЕКС
ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ

www.goldenautumn.ru



sfera.fm

food market news

РОССИЙСКИЙ МЕГАПРОЕКТ ВСЕХ ОТРАСЛЕЙ ПИЩЕПРОМА

800 ФИРМ ИЗ 36 СТРАН МИРА, 18 780 ПОСЕТИТЕЛЕЙ, 65 000 КВ. М

АГРО ПРОД МАШ

www.agroprod mash-expo.ru

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



**ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ
В САЛОНЕ
«КОНДИТЕРСКОЕ И ХЛЕБОПЕКАРНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ»**

ВРЕМЯ И МЕСТО ВСТРЕЧИ:

6–10 октября 2014
Павильон №3



Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

При содействии:

Министерства сельского хозяйства РФ

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

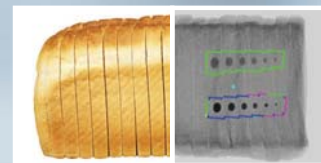


12+

Реклама



**ГОРДИТЕСЬ
РЕПУТАЦИЕЙ
ВАШЕГО
БРЕНДА!**



Посторонние включения в кондитерской и хлебобулочной продукции

Вы всё чаще задумываетесь о контроле качества вашей продукции?

Безопасность покупателей - это основа вашего бизнеса. Системы рентген-контролей Ishida позволяют избежать опасности нанесения вреда здоровью и защищают репутацию вашего бренда.

Что мы предлагаем:

- Улавливать **посторонние включения** в закрытой упаковке, такие как **металл, стекло, камни, кости, резину и пластик.**
- Распознавать недостающие части продукции и её повреждение.

Наше оборудование полностью безопасно и сертифицировано.

Подробнее о нашем оборудовании: ООО «Ишида Юроп, 129164, Россия, Москва, Ракетный бульвар, 16. Тел.: +7 499 272 05 36, info@ishidaeurope.ru, www.ishidaeurope.ru

АгроПродМаш 2014

Ждем Вас на выставке

Зал 8.2, стенд 82 В 40





Профессиональные
решения



Маргарин высокожирный SolPro

СТОЛОВЫЙ МОЛОЧНЫЙ TRANS FREE

Марка МТ, жирность 82%



специализированные жиры и маргарины

www.solpro.ru