

хлебопечение /

# кондитерская сфера

# 1 (58)

# 2015

# 26

В рамках Modern Bakery Moscow ведущие компании демонстрируют новейшие разработки в области производства хлебобулочных и кондитерских изделий, включая ингредиенты и сырье, пищевые технологии и оборудование, упаковку, сбыт и продажи.

Ежегодно экспозиция выставки расширяется за счет новых направлений, которые помогают развитию отечественного хлебопечения в условиях действующего рынка.

# 6

## Сладость – в радость!



# 28

Theegarten-Pactec оснастила CWM2 сенсорным экраном, обеспечивающим простое управление, диагностику неисправностей и сбор данных. Функции типа «нет продукта – нет упаковки», автоматическая смена упаковочного материала и дистанционная диагностика реализованы наряду с автоматической сортировкой изделий, упакованных дважды в момент смены материала.

# 46

## Упаковка 400-летних анисовых леденцов с космической точностью

# 52

## Особенности продвижения в социальных медиа

# ожай ОВЫХ ТОНН орым нной ОССИИ



2013 2014

Импорт белого сахара в Россию в январе – ноябре 2014 года вырос в 3,7 раза – до 261 тыс. тонн против января – ноября 2013 года.



Российские поставщики вскоре смогут покрыть 5% потребности нашего рынка в иностранных ингредиентах.



## ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ЖИРОВ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

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

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



# www.TOPSALE.TODAY

мясная

молочная

хлебная

кондитерская

птицепром

рыбная сфера

-10%

-30%

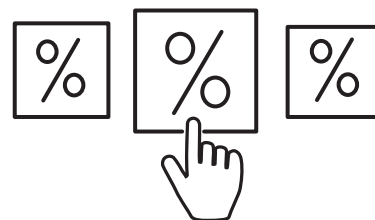
-50%

-70%

распродажи. скидки. акции.



1. Выбери купон с акцией, получи спецпредложение



2. Свяжись с продавцом, получи подробную информацию



3. Заключи выгодную сделку



Урожай  
зерновых  
в 103 млн тонн  
оказался вторым  
в современной  
истории России

На Турцию  
приходится  
более 90%  
российского  
экспорта  
отрубей



Импорт белого сахара в Россию в январе – ноябре 2014 года вырос в 3,7 раза – до 261 тыс. тонн против января – ноября 2013 года.



Российские поставщики вскоре смогут покрыть 5% потребности нашего рынка в иностранных ингредиентах.

# содержание

	<b>отрасль</b>	16
Потребителя нужно удивлять!		32
<b>тенденции</b>	<b>Нюрнбергский пряник</b>	
	<b>покоряет Россию</b>	16



Казалось бы, обладая определенными навыками и технологическими знаниями, разработать новую рецептуру совсем несложно. Однако вывести новинку на рынок – мало. Нужно, чтобы она стала продаваться.

# 6

<b>тема номера</b>	Сладость – в радость! Конкуренция с правой палочкой	6	<b>отрасль</b> <i>/события и факты</i>	Больше чем хлебопечение	26
<b>отрасль</b> <i>/тенденции</i>	Нюрнбергский пряник покоряет Россию	16		Новости	28
	Кондитерские изделия с пробиотиками	18	<i>/хорека</i>	Потребителя нужно удивлять!	32
<i>/исследование</i>	Хлебопекарные тренды–2015. Прогноз	20	<i>/инфографика</i>	Рынок муки. Итоги 2014 и перспективы 2015 годов	34
<b>industry</b> <i>/research</i>	Bakery Trends Forecast 2015	20	<b>производство</b> <i>/ингредиенты</i>	Хлебные закваски	36
<b>отрасль</b> <i>/события и факты</i>	Американская клюква в мировых десертах	22			

рынок

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

Посетите нас

УПАКОВКА  
pro sweets

Кёльн  
Германия  
1-4 февраля  
2015  
Стенд С-069  
Зал 10.1

Москва  
27-30 января 2015  
Стенд 22C02  
Зал 2.2

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

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

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



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

Предлагаем Вашему вниманию основные преимущества нашего оборудования:

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

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



<b>производство</b>	36
Хлебные закваски	36
<b>оборудование</b>	<b>Искусство разбивать яйца</b> 50



Настоящие анисовые леденцы из Флавињи поэтапно производятся нанесением сахарного слоя, часто с добавлением различных эфирных масел, на зернышко аниса. Для того, чтобы «вырастить» во вращающихся медных емкостях одну партию леденцов драже весом 1 грамм, требуется 15 дней. Грубое обращение может отколоть внешний слой, нарушая его гармоничную гладкость.

# 46

<b>производство</b> <i>/оборудование</i>	Опыт разработки слоеных изделий с внесением ржаной и гречневой муки	38	<b>производство</b> <i>/оборудование</i>	Упаковка 400-летних анисовых леденцов с космической точностью	46
	СНОСОТЕСН представит свое оборудование на Prosweets	42		Искусство разбивать яйца	50
	Эффективное программное обеспечение для производства кондитерской выпечки	44	<b>консалтинг</b> <i>/маркетинг</i>	Особенности продвижения в социальных медиа	52

## хлебопечение/ кондитерская сфера

№1 (58) 2015

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 2011 г.

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 Цораева  
l.tsoraeva@sfera.fm

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

Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenova@sfera.fm  
Надежда Антипова  
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева  
n.barantseva@sfera.fm

Анастасия Кочеткова  
a.kochetkova@sfera.fm

Выпускающий редактор:  
Елена Максимова  
konditer@sfera.fm


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

Корректор:  
Галина Матвеева  
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 , публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Подписано в печать: 13.01.15.

Отпечатано в типографии 000 «Типографский комплекс «Девиз» 199178, Санкт-Петербург, В.О., 17 линия, д.60, лит. А, помещение 4Н

Тираж: 5000 экз. Заказ №ТД-108.





## Кто победит в борьбе за потребителя?

На российском рынке кондитерских изделий конкуренция очень высока, а значит, потребителю есть из чего выбирать.

Полки отделов со сладостями пестрят разнообразными яркими упаковками, на рынке постоянно появляются новые продукты, необычные вкусы, на рекламу кондитерских брендов тратятся большие средства – каждый борется за потребителя как может.

Однако не стоит забывать, что в первую очередь покупатели ценят качество продукта, и если за красивой упаковкой будет скрываться изделие, не соответствующее ожиданиям потребителя, то, приобретя его один раз, больше он этот продукт не купит, еще и проведет антирекламную кампанию в своем ближайшем окружении.

Поэтому в борьбе за потребителя побеждали и будут побеждать добросовестные производители. А с идеями для расширения ассортимента им поможем мы вместе с нашими экспертами, которые расскажут о новинках и основных трендах рынка, и поделимся уникальными рецептурами.

Редактор журнала  
«Кондитерская сфера / хлебопечение»  
Елена Максимова

Тема номера

# СЛАДОСТЬ – В РАДОСТЬ!

*Конкуренция с правой палочкой*



Автор:  
Елена Максимова



Иллюстрация: Тимофеев Артём



Исследователи Euromonitor International отмечают, что за последние пять лет рост российского рынка упакованных кондитерских изделий составил 17% в натуральном выражении.

Среднедушевое потребление шоколада в нашей стране составило свыше 5 кг на душу населения в год.



Согласно подсчетам экспертов, мировой рынок сладостей оценивается в 150 млрд долл. в год. И 20-я часть этого объема приходится на Россию. Таким образом, любовь наших соотечественников к кондитерским изделиям очевидна.

Для производителей не секрет, что кондитерская отрасль – одна из наиболее насыщенных и высококонкурентных. Следовательно, чтобы быть интересным потребителю, изготовителю сладкой продукции приходится постоянно развиваться: расширять ассортимент, искать новые вкусы. Казалось бы, обладая определенными навыками и технологическими знаниями, разработать новую рецептуру совсем несложно. Однако вывести новинку на рынок – мало. Нужно, чтобы она стала продаваться. Для этого необходимо соответствовать требованиям потребителей, а порой и предвосхищать их.

На какие же основные тренды стоит ориентироваться, создавая новые вкусы и продукты? А главное – возможно ли в такой насыщенной разнообразными изделиями отрасли, как кондитерская, придумать что-то новое? Попробуем разобраться.

### Обзор рынка

Согласно подсчетам экспертов, мировой рынок сладостей оценивается в 150 млрд долл. в год. И 20-я часть этого объема приходится на Россию. Таким образом, любовь наших соотечественников к кондитерским изделиям очевидна.

По оценкам компании Euromonitor International, кондитерский рынок России с 2010 по 2014 год показал положительную динамику, продемонстрировав прирост в натуральном выражении на 17%. При этом в России самыми популярными сладостями, по результатам исследований, являются шоколад и шоколадные изделия. Среднедушевое потребление шоколада в нашей стране составило свыше 5 кг на душу населения в год. Аналитики отмечают, что хотя за последние пять лет в целом потребление шоколада выросло, наблюдается некоторое снижение ежегодных темпов роста в натуральном выражении. Это связано как с экономическими факторами (растущая средняя цена продукта, вызванная ростом цен на сырье, рациональность и осторожность потребителей), так и с постепенным насыщением рынка. Наиболее динамичными категориями рынка шоколадных изделий, по результатам исследований Euromonitor International, остаются продукты, ориентированные на детей, в первую очередь это шоколад с игрушками, например шоколадные яйца. Кроме того, как реакция на ускоряющийся темп жизни и растущую популярность переку-

са на ходу, продолжают набирать популярность шоколадные батончики, интерес к которым постоянно подогревается активной маркетинговой политикой лидирующих игроков рынка.

На втором месте по предпочтениям в России находится печенье. За счет преобладания на столе россиян такого дорогого продукта, как шоколад, среднедушевые траты на кондитерские изделия в нашей стране значительно выше, чем, например, в соседней Белоруссии, потребители которой предпочитают печенье и сахаристые изделия.

Исследователи Euromonitor International отмечают, что за последние пять лет рост российского рынка упакованных кондитерских изделий составил 17% в натуральном выражении. При этом рынок сахаристых изделий в России сократился на 1% за счет карамельных конфет: на фоне растущего ассортимента других сладостей, включая шоколад и печенье, а также за счет увеличивавшихся в 2010–2014 годах доходов населения наблюдался отток потребителей в более интересные и менее консервативные категории.

Стремление к здоровому образу жизни, считают аналитики Euromonitor International, является одной из преобладающих тенденций на рынке упакованных продуктов питания в России, и поскольку сахаристые конфеты не воспринимаются потребителями как здоровая еда, россияне ищут более полезные и диетические альтернативы привычному лакомству.

В то же время почти на треть увеличились в период с 2010 по 2014 год продажи упакованного печенья. Высокая активность международных и локальных производителей, представляющих разнообразные новинки вкусов и форм на рынке, а также большой ассортимент предлагаемых продуктов меняют позиционирование данной категории: печенье воспринимается не только как сладость к чаю или кофе, но так

Пожалуй, самым ярким новатором на российском рынке шоколада можно считать компанию Mondelez International, производителя шоколада под торговой маркой Alpen Gold. В линейке данного бренда постоянно появляются новинки: изделия с различными начинками и порой очень неожиданными наполнителями.



Alpen Gold MaxFill: в одной плитке молочного шоколада изготовитель смешал воздушный рис, ягоды и фундук / кукурузные хлопья, малину и фундук.

же, как подходящий продукт для перекуса или полноценный завтрак. При этом наблюдается растущий интерес потребителей именно к упакованному печенью, а также постепенный отказ от развесных продуктов в категории.

Из результатов исследования можно сделать вывод, что в ближайшие годы на российском кондитерском рынке будут пользоваться спросом продукты из шоколада, некоторые категории печенья, а также изделия, которые можно использовать для здорового перекуса.

### Шоколад на разный лад

Очевидно, что изделия из шоколада в ближайшее время не выйдут из моды. Именно поэтому кондитеры каждый год выводят на российский шоколадный рынок разнообразные новинки, и некоторые из них очень нравятся российским потребителям.

Пожалуй, самым ярким новатором на российском рынке шоколада можно считать компанию Mondelez International, производителя шоколада под торговой маркой Alpen Gold. В линейке данного бренда постоянно появляются новинки: изделия с различ-

ными начинками и порой очень неожиданными наполнителями. Так, в 2013 году производитель вывел на рынок шоколад Alpen Gold MaxFill. Девиз продукта – «Попробуй все сразу». И действительно, в одной плитке молочного шоколада изготовитель смешал воздушный рис, ягоды и фундук / кукурузные хлопья, малину и фундук (продукт представлен в двух вкусовых вариантах). Фишкой изделия стал не только его необычный вкус, но и непривычная форма: дольки, на которые разбита упакованная плитка, разного размера и разной формы. Потребители приняли и полюбили данный продукт, поэтому в 2014 году Mondelez International выставил на суд наших соотечественников еще более оригинальное лакомство – Alpen Gold MaxFun. В этой линейке два вкуса: «взрывная карамель, мармелад, печенье» и «карамель, разноцветное драже, арахис». Как и в случае с MaxFill, деления внутри плитки разной формы и размера, а вот размер самой шоколадки вдвое больше стандартного: плитка MaxFun весит 160 г.



Alpen Gold MaxFun: в этой линейке два вкуса: «взрывная карамель, мармелад, печенье» и «карамель, разноцветное драже, арахис».

Кстати, использование различных начинок и наполнителей при производстве шоколада позволяет не только увеличить ассортимент, но и несколько снизить себестоимость продукции, что при сегодняшнем росте цен на какао-бобы – основное сырье для изготовления шоколада – и падающей покупательской способности является крайне актуальным.

Если Mondelez International предлагает российским потребителям под брендом Alpen Gold продукцию массового сегмента, доступную по цене, то некоторые производители идут другим путем. Они напоминают покупателю, что шоколад – это некая роскошь, и подчеркивают изысканность продукта дорогой упаковкой и добавлением дорогих ингредиентов: миндаля, марципана, меда и т. д. Так, отечественная компания «Озерский сувенир» в декабре прошлого года выпустила в свет очередную оригинальную новинку – молочный шоколад с миндалем и молочный шоколад с апельсином в упаковке «стик» весом 60 г. Удобный размер, нестандартный формат шоколада в кубиках, необычная упаковка в форме вертикального пенала, оригинальный вкус сочного апельсина и миндаля в сочетании с молочным шоколадом сделали данный продукт, вышедший на рынок в преддверии нового года, отличным дополнением к праздничному подарку друзьям и знакомым.

Кстати, компания «Озерский сувенир» в прошлом году пополнила ряды своих шоколадных новинок не только премиальными изделиями для взрослых, но и продукцией для детей, выпустив под брендом O'Zera молочный шоколад с малиной и молочный шоколад со злаками. Характерная особенность данного лакомства – необычный внешний вид: продукт имеет форму кубика. Внутри упаковки маленькие потреби-

Посетите нас



**UPAK  
ITALIA**

Москва  
27.01. - 30.01.2015

Павильон 2.2  
Стенд 22C02



Кёльн  
Германия

01.02. - 04.02.2015

Павильон 10.1  
Стенд B020 / C029

# WE LOVE

... идеальную выпечку



## SOLLICH



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

**SOLLCOCAP®/SOLLCOFILL®**

Самая гибкая система для наполнения бисквитов и сэндвичей.  
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



Интерес к новинкам чаще всего проявляет молодежь. А чтобы привлечь данную целевую аудиторию, и вкусы предлагаемых продуктов должны быть молодежными и модными.



Компания «Озерский сувенир» выпустила в свет оригинальную новинку – молочный шоколад с миндалем и молочный шоколад с апельсином в упаковке «стик» весом 60 г в форме вертикального пенала



Для детей под брендом O'Zera выпускается молочный шоколад с малиной и молочный шоколад со злаками. Характерная особенность данного лакомства – необычный внешний вид: вместо традиционной плитки продукт имеет форму кубика

тели найдут не только вкусное лакомство, но и наклейки..

Немецкая компания Ritter Sport в конце декабря прошлого года заявила о выходе на рынок нового продукта – шоколада с медом, солью и миндалем. По заверению изготовителя, новинка, облаченная в хрустящий молочный шоколад, изготовлена из какао-бобов Западной Африки, Папуа – Новой Гвинеи и Мадагаскара, наполнена цельным обжаренным калифорнийским миндалем, сладким медом и покрыта легким налетом соли.

### Модные вкусы традиционных лакомств

Потребление мучных кондитерских изделий, как уже отмечалось, в нашей стране достаточно высокое. Их приобретают и в качестве десерта к чаю, и для быстрого перекуса. И зачастую российскому потребителю хочется себя не только побаловать, но и удивить, попробовав что-то новое.

Интерес к новинкам чаще всего проявляет молодежь. А чтобы привлечь данную целевую аудиторию, и вкусы

предлагаемых продуктов должны быть молодежными и модными. Некоторые специалисты рынка считают, что молодым людям могут быть интересны кондитерские изделия со вкусами колы и модных клубных коктейлей, таких как мохито и космополитен.

Поставщики ингредиентов уже активно предлагают производителям кондитерских изделий наполнители и жировые начинки со вкусами колы и различных клубных коктейлей.

Стоит отметить, что, согласно исследованию компании Synovate Comcon, проводимому осенью прошлого года, именно кола является любимым лимонадом у российских потребителей безалкогольных напитков – этот вкус предпочитают более 30% опрошенных. Поэтому логично предположить, что и сладости со вкусом колы нашим соотечественникам придутся по душе.

Жировые начинки с необычными вкусами могут понравиться изготовителям вафель. Сегодня на прилавках магазинов можно встретить широкий ассортимент данных продуктов. Как правило, это изделия со сливоч-

ным, шоколадным, кофейным, ореховым или цитрусовым вкусами. Только представьте, в какой восторг придут наши соотечественники, увидев рядом с традиционными вафлями новинки со вкусом колы, зеленого чая, мохито или космополитена! А если они еще будут дополнены яркой эмоциональной упаковкой, то их обязательно попробуют!

Подобные наполнители – отличное решение и для изготовителей конфет. Из шоколада, карамели или мармелада можно отлить форму бутылочки и наполнить ее модной начинкой.

Сравнительно недавно на нашем рынке появились марשמеллоу – аналог пастилы. Поначалу данный продукт не пользовался особым спросом, однако привнесенная с запада нашими передовыми бариста традиция добавлять этот мини-зефир в кофе открыла потребителям данное лакомство по-новому. Продажи марשמеллоу в нашей стране выросли, и производство этого продукта стало выгодным.

Специалисты кондитерского рынка предлагают российским изготовителям сладкой продукции в свой ассортимент включать марשמеллоу с начинкой – фруктовой или сливочной. Такой продукт, по мнению экспертов, будет пользоваться большей популярностью, чем традиционные марשמеллоу, так как за счет начинки он будет напоминать более привычные для российского потребителя конфеты или зефир, а соответственно, сможет служить не только добавкой к кофе, но дополнением к чаепитию.

Говоря о модной продукции, нельзя не отметить появление на нашем рынке карамели с добавлением перца чили. Данные изделия, при правильной разработке рецептуры, имеют очень интересный вкус, а при условии использования в их составе только натуральных ингредиентов и естественных подсластителей вместо сахара могут позици-

# Hard Candy

Посетите нас



Москва  
27.01. – 30.01.2015  
Павильон 02  
Стенд 22C02

Кёльн  
Германия  
01.02. – 04.02.2015  
Павильон 10.1  
Стенд B020 / C029

with Ecograv®  
**≥ 50%**  
Energy saving

PROCESS  
ORIENTATED

HYGIENIC  
DESIGN

CIP  
INTEGRATED



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

**CHOCOTECH**

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

Известно, что такие пряности, как перец, снижают аппетит, поэтому карамель с фруктовым вкусом и добавлением чили может понравиться людям, следящим за своим весом.



Немецкая компания Ritter Sport в конце декабря прошлого года заявила о выходе на рынок нового продукта – шоколада с медом, солью и миндалем. По заверению изготовителя, новинка, облаченная в хрустящий молочный шоколад, изготовлена из какао-бобов Западной Африки, Папуа – Новой Гвинеи и Мадагаскара

онируются как полезное лакомство. К тому же известно, что такие пряности, как перец, снижают аппетит, поэтому карамель с фруктовым вкусом и добавлением чили может понравиться людям, следящим за своим весом.

### Вкусная польза

Конечно же, один из важнейших трендов продовольственного рынка в целом и рынка кондитерских изделий в частности – натуральность и польза. Именно поэтому на прилавках наших магазинов появляются все продукты с «чистой» этикеткой, цельным зерном, натуральными соками, пищевыми волокнами, витаминными комплексами. В крупных супер- и гипермаркетах все чаще можно видеть специальные отделы с продуктами, позиционируемыми как «здоровые».

Особо передовые производители кондитерских изделий добавляют в свою продукцию ингредиенты, которые только начинают завоевывать популярность на российском рынке, например семена чиа. Однако не у всех такие эксперименты пользуются успе-

хом. Дело в том, что внешне семена чиа очень похожи на мак, однако стоят они в несколько раз дороже. И потребители, думая, что в выпечку добавлен мак, а не чиа, считают цену на изделия завышенной и не покупают их. Это говорит лишь об одном: прежде чем создавать какой-либо продукт с добавлением современных дорогостоящих ингредиентов, необходимо изучить потребительские предпочтения.

Однако некоторым производителям кондитерских изделий удается создать оригинальные и полезные продукты, которые завоевывают любовь потребителя.

Для того чтобы сделать свою продукцию полезной, изготовители выпускают продукцию, содержащую максимум полезных ингредиентов и минимум сахара. Так, компания «К.И.О.» осенью прошлого года представила на суд своих покупателей новинку в линейке «Здрава» – крекер «Французский Прованс» с семенами льна и кунжута. Группа компаний «ГУД-ФУД» в конце прошлого года предложила российскому рынку хрустящие хлебцы торговой марки SANTE, произведенные в соответствии с технологией низкого уровня влажности. Это легкий пшеничный продукт, один хлебец содержит всего 18 ккал в отличие от обычного кусочка хлеба, калорийность которого – 65 ккал. Кроме того, продукт не содержит жира, консервантов и сахара. Хрустящие хлебцы доступны в четырех вкусах: оливковые, томатные, цельнозерновые и традиционные.

Другие производители добавляют в свою продукцию функциональные ингредиенты. Например, кондитерская фабрика «Алтай» в прошлом году выпустила печенье под торговой маркой «Синичка», в котором, по заверению производителя, использовались исключительно полезные продукты региона – алтайские мед и облепиха. Печенье, по словам изготовителя, со-

держит минимальное количество килокалорий и при этом способствует укреплению иммунитета. В начале текущего года предприятие выводит на рынок еще один полезный продукт – батончик «Хит» с облепихой и медом. В состав новинки вошли только натуральные компоненты, среди которых, помимо упомянутых ингредиентов, – зерновая смесь из алтайских злаков: овсяных хлопьев, кукурузной крупы, пшеничных зародышей. Технология приготовления исключает содержание консервантов. В производстве изделия не используют сахар.

Еще один производитель Алтая – компания «Алтайский букет» – представил в конце прошлого года рынку полезную жевательную резинку «Живица алтайская». Ассортиментный ряд представлен шестью наименованиями, в числе которых изделия с облепихой, шиповником, прополисом, ягодами годжи. В отличие от других жевательных резинок в состав продукта входит два природных компонента – живица и пчелиный прополис, которые, по словам производителя, использовали наши предки для поддержания здоровья зубов. Новый продукт также отличается от популярных аналогов тем, что не содержит искусственных компонентов, консервантов и сахара.

К слову, тренд на здоровое питание связан в том числе с желанием потребителей снизить количество потребляемого сахара в рационе. Именно поэтому на рынке появляется все больше несладких мучных изделий с гастрономическими ингредиентами: луком, паприкой, укропом, грибами, сыром, беконом. В основном данный тренд характерен для сегмента печенья. Изделия с гастрономическими вкусами отлично подходят для перекуса, поэтому, как правило, расфасовываются в удобную упаковку, которую можно носить с собой.

# ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ\*

# ПРОД ЭКСПО

9–13  
февраля 2015

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



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



## Вместе к успеху!

При поддержке Министерства сельского хозяйства РФ

\* Согласно Общероссийскому рейтингу выставочных мероприятий 2012–2013 гг.  
Подробнее о рейтинге – на сайте [www.exporating.ru](http://www.exporating.ru)

Организатор

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА



18+

Реклама



Шоколад «Минус 100 калорий»: в составе изделий – растительные добавки, которые, утверждает производитель, регулируют обмен веществ, сжигают жиры и очищают организм

Изготовители же сахаристой кондитерской продукции – мармелада, конфет и т. д. – идут другим путем: заменяют в составе своих изделий сахар на его низкоуглеводные аналоги – фруктозу, стевию, изомальт.

Кроме того, производители сахаристых кондитерских изделий все чаще предлагают рынку продукты, содержащие функциональные полезные ингредиенты, в числе которых – зеленый чай, пробиотики, мед, экстракты натуральных фруктов и ягод.

Широкий ассортимент кондитерских изделий пониженной калорийности в линейке «Сладости для стройности» представлен российским производителем премиальной десертной продукцией компании «Конфаэль». Изготовитель предлагает потребителям, следящим за фигурой, конфеты, изготовленные на основе отваров трав, и шоколад «Минус 100 калорий». В составе изделий – растительные добавки, которые, утверждает производитель, регулируют обмен веществ, сжигают жиры и очищают организм. Любителям полезных лакомств пред-

лагается фруктовый мармелад с такими ингредиентами, как жасмин, имбирь, листья брусники, клюква, эхинацея, солодка, а также шоколад с зеленым чаем, льном, отрубями, волокнами моркови и яблока.

В рамках заботы о здоровье потребителя «Конфаэль» предлагает и другие полезные сладости с нестандартными вкусовыми сочетаниями. В их числе – конфеты линейки «Молодость» на основе отваров трав и горький шоколад с добавлением натуральных растительных ингредиентов, способствующих, по заверению изготовителя, омоложению организма. Сладости содержат семена льна, ростки пророщенной пшеницы, родиолу розовую, цикорий, душицу, боярышник.

### Отходы – в доходы

Чтобы создать оригинальный продукт, не всегда нужно покупать необычные ингредиенты и разрабатывать технологически сложные рецептуры. Иногда достаточно добавить к стандартному изделию небольшой штришок – и оно сразу обратит на себя внимание потребителей.

Не так давно, выбирая в одном из гипермаркетов зефир, обратила внимание, что среди стандартных изделий – сливочных, бело-розовых и в шоколаде – лежит необычный зефир в обсыпке из вафельной крошки. И именно она положила в свою корзину.

Нужно отдать должное производителю зефира. Предприятие, изготавливающее широкий спектр продукции, в том числе вафельные изделия или печенье, легко может найти в своем арсенале вафельную или песочную крошку и с ее помощью создать оригинальный продукт, обращающий на себя внимание на полке.

### Выводы

Ориентируясь на современные тренды и потребительские предпочтения,

Ориентируясь на современные тренды и потребительские предпочтения, производители кондитерских изделий постоянно предлагают рынку новые продукты с необычными вкусами, необычной формы, в оригинальной упаковке.

производители кондитерских изделий постоянно предлагают рынку новые продукты с необычными вкусами, необычной формы, в оригинальной упаковке.

Однако стоит понимать, что вывод на рынок новых продуктов всегда сопряжен с определенным риском: потребителю изделие может не понравиться или цена на него, по мнению покупателя, может оказаться слишком высокой и оно не будет продаваться. Поэтому прежде чем начинать серийный выпуск продукта, желательно, чтобы его попробовали не только сотрудники компании. Для подобных дегустаций хорошо подходят различные отраслевые выставки. Причем желательно, чтобы участники дегустации не просто оценили изделие по пяти- или десятибалльной шкале, но и оставили свои комментарии по поводу его вкусовых и органолептических свойств.

Выводя на рынок продукты, содержащие натуральные и дорогие ингредиенты, не стоит полагаться на осведомленность потребителя. Есть смысл с помощью маркировки на упаковке и рекламных материалов рассказывать потенциальному покупателю о пользе компонентов, содержащихся в продукте, чтобы была оправдана стоимость изделия. Многие изготовители продуктов питания сегодня, выводя на рынок новинки, демонстрируют процесс их производства в видеороликах, которые выкладывают в социальные сети. Такие медиаматериалы могут повысить доверие потребителя не только к новому продукту, но и к компании в целом.

Важно понимать: чем больше информации о том или ином изделии будет у покупателя, тем больше шансов, что он выберет и включит в регулярный рацион этот продукт. При условии, конечно, что качество его будет на высоком уровне! **КС**



Фраза «отличный производитель» –  
лишь предположение.  
Когда же вы произносите ее,  
то претворяете ее в реальность



HEBENSTREIT – синоним выдающихся разработок. Мы показали наши возможности в бесчисленных проектах по всему миру. Ключевым фактором нашего успеха является богатый опыт ноу-хау, основанный на интенсивном глубоком анализе требований наших клиентов. Таким образом, бренд HEBENSTREIT не только олицетворяет высококачественное оборудование для выдавливания вафель и закусок, но и видит себя в качестве вашего надежного партнера. Мы стараемся разрабатывать наилучшие из возможных решений как в техническом, так и в экономическом плане – в тесном сотрудничестве с вами. Мы измеряем успех нашего бизнеса вашим удовлетворением нашими продуктами и услугами, тем самым создавая наилучшую основу для значимых профессиональных рекомендаций. В результате мы снова и снова доказываем тот факт, что HEBENSTREIT – отличный производитель.



**HEBENSTREIT**

ENGINEERED WAFERS AND SNACKS

Подготовила:



Елена Максимова

# Нюрнбергский пряник покоряет Россию

*Многие праздники, особенно уходящие корнями в далекое прошлое, ассоциируются не только с определенными традициями отмечаия, но и с какой-либо выпечкой. Так, Масленицу в России невозможно представить без блинов, Пасху – без кулича, день рождения – без торта со свечками. Примечательно, что, попадая в другое государство, праздничная выпечка одной страны перестает быть праздничной, а становится просто лакомством, которое потребители готовы приобретать и без повода. При условии, конечно, что продукт оценен ими по достоинству.*

**Т**ак случилось с традиционным нюрнбергским пряником, который завоевывает все большую популярность у российских потребителей.

## Энергетик для поста

Нюрнбергский пряник, или лебкухен, в Германии изначально выпекался к Рождеству, а позже его стали изготавливать и к Пасхе. «Основой изделия – марципан, поэтому пряник употребляют люди, придерживающиеся поста, накануне двух главных христианских праздников в качестве энергетика», – рассказывает **Вальтер Ланг, владелец компании LWF Lang GmbH (Германия)**.

В Германии нюрнбергский пряник – сезонная выпечка, которая поступает в продажу перед Рождеством и в конце февраля перед Пасхой. В этой стране изделие изготавливается как крупными предприятиями, так и небольшими компаниями. Спрос на лебкухен в Германии в канун праздников велик. «В общей сложности в сезон толь-

ко для внутреннего потребления изготавливается до 3 млн штук пряников в день», – отмечает Вальтер Ланг.

## Нюрнбергский пряник в России

Европейские потребители немецкое лакомство знают и любят уже давно. А вот в России о таком продукте, как лебкухен, узнали недавно – на рынке СНГ он появился только в 2013 году. Однако изделие полюбилось нашим соотечественникам достаточно быстро: в прошлом году немецкие производители нюрнбергского пряника продали на российском рынке 40 млн штук лебкухенов. А в 2014 году уже три российские кондитерские компании стали изготавливать данный продукт.

Нюрнбергский пряник относится к премиум-сегменту, ведь для его выпечки используется молотый миндаль, а для глазировки – натуральный шоколад. Каждое изделие, как правило, имеет индивидуальную упаковку.



**Вальтер Ланг,**  
владелец компании LWF  
Lang GmbH (Германия):

*«Основой изделия – марципан, поэтому пряник употребляют люди, придерживающиеся поста, накануне двух главных христианских праздников в качестве энергетика».*

## Технологии

«В мире существует только один производитель оборудования для изготовления лебкухенов, однако не все компании, выпекающие данное изделие, используют автоматические установки – некоторые изготавливают его вручную, либо на «непрофильном» оборудовании», – рассказывает **генеральный директор компании «Сладомир» Владимир Колеватов**.

При этом ряд российских компаний, изготавливающих нюрнберг-



В Германии нюрнбергский пряник – сезонная выпечка, которая поступает в продажу перед Рождеством и в конце февраля перед Пасхой. В этой стране изделие изготавливается как крупными предприятиями, так и небольшими компаниями. Спрос на лебкухен в Германии в канун праздников велик



**Владимир Колеватов,**  
генеральный директор  
компании «Сладомир»:

*«Когда российские кондитерские компании смонтировали на своих производствах машину для производства лебкухенов, они стали на ней изготавливать не только данное изделие, но и другие сладости: различные виды печенья и даже зефир».*

ский пряник, используют специально разработанные для его производства установки.

«Примечательно, что когда российские кондитерские компании смонтировали на своих производствах машину для производства лебкухенов, они стали на ней изготавливать не только данное изделие, но и другие сладости: различные виды печенья и даже зефир», – отмечает Владимир Колеватов.

### Перспективы

Как уже отмечалось, до недавнего времени нюрнбергские пряники в основном завозились из Германии. Сегодня, когда ряд товаров в связи с санкциями запрещено завозить из-за рубежа, у наших производителей появилась возможность занять освободившуюся нишу.

Другой вопрос – будет ли спрос на премиальные кондитерские изделия, тем более на те, которые в России еще

толком не успели распробовать? Наверное, все же будет, ведь нюрнбергский пряник – это не просто мучное лакомство. Это выпечка с высоким содержанием миндаля, а миндаль у наших потребителей ассоциируется с продуктами здорового питания, а значит, изделия, содержащие в своем составе данный орех, более полезны, чем традиционные мучные сладости, и за них стоит платить больше. Главное, чтобы их качество оставалось на высоком уровне. **КС**

Подготовила: **Светлана Карельская**

# Кондитерские изделия с пробиотиками

*Российские потребители уже привыкли к продуктам питания, содержащим функциональные ингредиенты, и неплохо осведомлены о тех или иных добавках, благотворно влияющих на организм.*



*На российском рынке существует ряд кондитерских и выпечечных изделий с пробиотиками. Большинство таких продуктов являются импортными, однако российские производители уже начинают осваивать данную нишу*

**К** числу функциональных ингредиентов относятся пробиотики. Наши соотечественники знают, что данные добавки хороши для пищеварения, однако в сознании россиян они все же ассоциируются с молочной продукцией. При этом в европейских странах и в США пробиотики уже активно используются и в кондитерской промышленности – для изготовления шоколада, мармелада и других сладостей.

## Что такое пробиотики

Пробиотики – класс микроорганизмов, которые положительно влияют на микрофлору организма и иммунную систему. При этом каждый про-

биотик имеет разное действие и разную ценность.

Пробиотики делятся на две группы – жидкие и сухие. Сухие пробиотики представляют собой высушенные микроорганизмы, которые могут находиться в порошке, капсулах или таблетках. После употребления сухого пробиотика необходимо от 1 до 4 часов для выхода бактерий из анабиоза, после чего препарат начинает действовать. Жидкие пробиотики – это первоначальная, не подвергшаяся обработке форма микроорганизмов.

Данный вид пробиотиков состоит из:

- бактерий или других микроорганизмов, находящихся в физиологи-

чески активном состоянии, и при попадании в организм действуют немедленно;

- специальной питательной среды;
- дополнительно введенных ингредиентов, усиливающих эффективность препарата (водорастворимые витамины, микро- и макроэлементы, аминокислоты и т. д.);
- метаболитов – продуктов жизнедеятельности микроорганизмов.

## Требования к пробиотикам

Пробиотические культуры считаются эффективными, если они соответствуют ряду требований.

В первую очередь они должны обладать способностью подавлять микроорганизмы, которые являются причиной дисбаланса в желудке и кишечном тракте. Кроме того, пробиотики не должны разрушаться в желудке и кишечнике. Данные микроорганизмы также должны обладать способностью прикрепляться к стенкам кишечного эпителия, чтобы там колонизироваться.

### СПРАВКА

Польза пробиотиков:

- нормализуют пищеварение;
- укрепляют иммунитет;
- способствуют лучшему усвоению полезных веществ, поступающих с пищей;
- помогают в борьбе с инфекциями;
- способствуют уменьшению частоты и тяжести аллергических проявлений;
- помогают печени обезвреживать образующиеся в организме токсины.

### Особенности применения пробиотиков при производстве кондитерских изделий

Прежде всего отметим, что законодательством Российской Федерации регламентировано только внесение пробиотиков в молочные продукты – в документах прописано минимальное количество вносимого вещества, при котором товар может считаться обогащенным пробиотиками. В остальных случаях, в том числе при изготовлении кондитерских изделий, для того чтобы маркировать продукт как «содержащий пробиотик», достаточно просто внести данное вещество в рецептуру – в любом количестве. Безусловно, при этом стоит указать, какие именно пробиотики добавлены в изделие.

Кондитерская продукция в силу своей потребительской привлекательности пользуется традиционно высоким спросом населения, особенно у детей и подростков, поэтому ее можно рассматривать как возможный носитель дополнительных вводимых в рецептуры функциональных нутриентов. Однако

стоит понимать, что если продукт, куда вносится пробиотик, подвергается обработке высоких температур (от +60 °C и выше), то он частично утрачивает свои полезные свойства. Именно поэтому при

*При изготовлении кондитерских изделий, для того чтобы маркировать продукт как «содержащий пробиотик», достаточно просто внести данное вещество в рецептуру – в любом количестве. Безусловно, при этом стоит указать, какие именно пробиотики добавлены в изделие.*

внесении в рецептуру кондитерских изделий пробиотиков стоит добавлять эти ингредиенты в компоненты, которые подвергаются минимальной термической обработке. Например, при производстве вафель жировая начинка не обрабатывается термически, поэтому целе-

сообразно вносить пробиотики именно в нее. Таким образом исключается негативное воздействие высокой температуры при выпечке на компоненты начинки, и пробиотики максимально сохраняют свою жизнеспособность.

Сегодня поставщики ингредиентов предлагают пробиотики, которые можно добавлять в шоколадные глазури, кремы для тортов, топинги, обсыпку, начинки. Данные культуры, обогащая продукт, не влияют на его вкусовые качества, сроки годности и условия хранения.

На российском рынке существует ряд кондитерских и выпечных изделий с пробиотиками. Большинство таких продуктов являются импортными, однако российские производители уже начинают осваивать данную нишу. В частности, компания «Артлайф» (Томск) предлагает потребителям молочные конфеты «Пробиомилк» со сливочным вкусом, обогащенные пробиотиками и пребиотиками. По заверению изготовителя, регулярное употребление лакомства позволит решить проблему дисбактериоза, нормализовать пищеварение, укрепить иммунитет и снизить проявление аллергических реакций. **КС**



- Рационализируйте технологический процесс тестообработки
- Привнесите подлинный натуральный аромат в ваш хлеб!
- Сразите вашего клиента!






Ферментатор для жидких заквасок

**Tradilevain**

Делитель-формовщик

**Tradiform**

**WWW.JAC-MACHINES.COM**



2013-100-02-RU

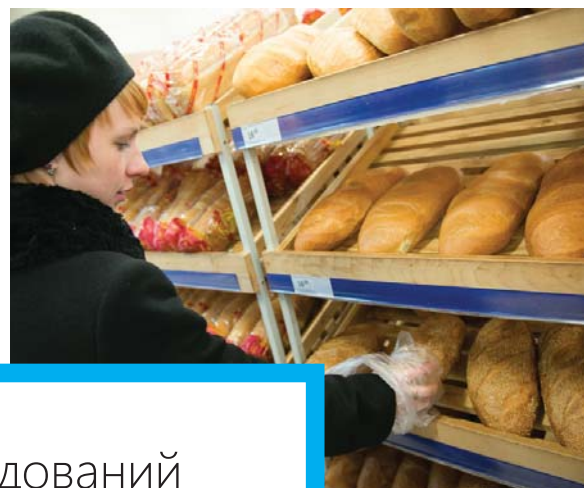


Фото: www.ridias.ru

Согласно одному из исследований IDDBA, группа покупателей поколения 2000-х сосредоточена на приобретении полезных хлебобулочных изделий.

## Хлебопекарные тренды – 2015.

### Прогноз

**З**доровый образ жизни, потакание своим слабостям и порционный размер – основные векторы потребительских приобретений хлебопекарных изделий в будущем. Такие данные получили в своем исследовании «Что ждет в 2015 году» специалисты Международной ассоциации производителей хлебопекарной, бакалейной и молочной продукции (IDDBA).

Можно выделить несколько тезисов, о которых важно знать производителям мучной продукции.

- Выбирая выпечку в магазине, покупатели обращают внимание на ее презентацию, свежесть и вкус.
- Возможность сделать себе поблажку с пользой для здоровья, приобрести порционный продукт – главные пожелания потребителей к продавцам мучных изделий.
- Продукты меньшего размера являются более частой причиной посещения потребителями хлебобулочных отделов и пекарен, чем крупные

## Bakery Trends Forecast 2015

**H**ealth, indulgence, and portion size are top drivers of consumer purchases at in-store bakeries, as evidenced by findings in What's in Store 2015, the 29th edition of the annual food industry and consumer trends publication of the International Dairy-Deli-Bakery Association™ (IDDBA).

Among the highlights of the Bakery chapter:

- Consumers look at product presentation, freshness, taste, and selection when shopping the in-store bakery.
- Indulgence, health benefits, and single-serve options are top trends in today's in-store bakeries.
- Smaller-sized products are driving more frequent and diverse trips to in-store bakeries than larger, special occasion products.

Информация предоставлена: IDDBA (Международная ассоциация производителей хлебопекарной, бакалейной и молочной продукции)

Source: IDDBA (International Dairy-Deli-Bakery Association)

*The demand for gluten-free products is spurring the use of ingredients such as rice flours, corn flour and meal, ancient grains, and tubers and pulses.*

мучные изделия, которые, как правило, приобретаются по особым случаям.

- Семейный размер и возраст – решающие факторы, влияющие на продажи хлебобулочных изделий в магазине.
- Потребители предпочитают хлебобулочные изделия с высоким содержанием клетчатки и цельного зерна, при этом избегают повышенного содержания сахара, в том числе сиропов, транс- и гидрогенизированных жиров.
- Спрос на безглютеновые продукты делает популярным использование хлебопеками таких ингредиентов, как рисовая мука, мука крупного помола, цельное зерно, клубнеплоды и бобовые.
- Новые необычные вкусовые сочетания продолжают завоевывать своего потребителя, однако на рынке мучных изделий наблюдается и ровно противоположная традиция – все большим спросом пользуются продукты традиционные, изготовленные вручную.

**Линн Бротсман, заместитель менеджера по работе с клиентами Nielsen Perishables Group**, рассказала, что желание потребителей получать полезные для здоровья мучные изделия является причиной расширения производителями ассортимента функциональных продуктов: «Мы видим, что изготовители мучных изделий все чаще вводят в свой ассортимент продукты с питательными и полезными ингредиентами, такими, например, как семена чиа. Особенно популярно использование таких функциональных компонентов в продуктах, предназначенных для завтрака. Безглютеновые хлеба, роллы и маффины тоже пользуются спросом у потребителей».

Основную потребительскую аудиторию можно разделить на две большие группы: послевоенное поколение (родились в 1940–1970-х годах. – *Примеч. ред.*) и поколение 2000-х (родились в конце 1970-х – середине 1990-х годов. – *Примеч. ред.*). Согласно одному из исследований IDDBA, именно последняя группа покупателей сосредоточена на приобретении полезных продуктов, в том числе хлебобулочных изделий.

«Для представителей поколения 2000-х на 50% более типично, чем для покупателей послевоенного поколения, обращать внимание на влияние на полезные свойства потребляемых ими продуктов. Именно дети нулевых, как правило, приобретают безлактозные и безглютеновые продукты, мучные изделия, изготовленные вручную, продукты для здорового перекуса», – считает **Эрик Ричард, координатор по образованию IDDBA**.

«Исследование IDDBA также показывает, что 39% людей, относящихся к поколению 2000-х, покупают себе мучные изделия в магазинах, которые им нравятся, а не в тех супермаркетах, где они приобретают большую часть продуктов», – добавляет эксперт. «Поэтому изготовители мучных изделий могут повысить к своим точкам продаж спрос со стороны данной аудитории, если будут предлагать не только готовую выпечку, но и продукты, подходящие для обеденного перекуса», – заключает Э. Ричард. **kb**

One group that's especially drawn to healthier food options in the bakery department are Millennials, according to one of IDDBA'S researches.

- Consumers are seeking bakery products made with high fiber and fresh and whole grains, while avoiding high fructose corn syrup, trans fats, and hydrogenated fats.
- The demand for gluten-free products is spurring the use of ingredients such as rice flours, corn flour and meal, ancient grains, and tubers and pulses.
- New waves of hybrid products continue to hit the scene, as well as new twists on nostalgic, traditional sweets.

**Lynn Brotzman, associate client manager, Nielsen Perishables Group**, told IDDBA that consumer-perceived health benefits are driving variety in bakery products. "We're seeing greater use of 'super-foods' in bakery products, such as pomegranate and chia seeds, especially in breakfast bakery," she said. "Gluten-free breads, rolls, and muffins are also generating interest."

One group that's especially drawn to healthier food options in the bakery department are Millennials, according to one of IDDBA's researches.

"As Millennials are 50% more likely than Boomers to place an importance on digestion-related health claims such as gluten- or lactose-free, in-store bakeries should focus on the cues of whole grains, gluten-free products, authenticity, and freshly-baked items and healthy snacks that deliver an image of greater relevance for the Millennial shopper," according to **Eric Richard, education coordinator, IDDBA**.

"IDDBA research also shows that 39% of Millennials purchase their baked goods at preferred stores and not their primary store, where they buy most of their food and grocery items," he added. "Bakeries can become more relevant in the eyes of Millennials by offering a mix of artisan breads and lunches". **kb**

*Спрос на безглютеновые продукты делает популярным использование хлебопеками таких ингредиентов, как рисовая мука, мука крупного помола, цельное зерно, клубнеплоды и бобовые.*

Автор:



Елена Максимова

# Американская клюква в мировых десертах



*Все мы знаем, что клюква – кладезь витаминов. Морсы из этой ягоды в России традиционно пьют при простуде, варенье из клюквы добавляют в чай для укрепления иммунитета. А вот добавлять данную ягоду в сушеном виде в различные кондитерские изделия и десерты в нашей стране начали сравнительно недавно. И причина вовсе не в том, что производи-*

*тели боялись испортить свои изделия кисловатым вкусом, а в том, что традиционная для нас европейская клюква при термообработке теряет всю свою сочность. Поэтому появление на российском рынке крупноплодной сушеной клюквы позволило многим кондитерам существенно расширить свой ассортимент и облагородить выпечку и десерты кисло-сладким вкусом.*

Своими вариантами кондитерских лакомств с добавлением крупноплодной сушеной клюквы поделился шеф-повар Владимир Ефимов в рамках мастер-класса «Клюква США. Новый ингредиент в десертах», который прошел 11 января в Санкт-Петербурге.

Гости мероприятия приняли участие в приготовлении трех кондитерских блюд – шоколадного брауни с клюквенным мороженым, тирамису с клюквенным кули и карамели с морской солью, розмарином и клюквенным сорбетом.

Каждому участнику мастер-класса шеф-повар нашел занятие: кто-то взбивал крем для тирамису, кто-то измельчал клюкву, кто-то замешивал тесто для брауни, кто-то занимался запеканием карамели. И благодаря слаженной работе три технологически сложных кондитерских блюда были готовы и сервированы всего за три часа.

А в завершение мастер-класса, конечно же, была дегустация приготовленных блюд. Гости по достоинству оценили необычные пикантные нотки, которые придала клюква традиционным десертам.

Так чем же американская клюква отличается от европейской и почему она стала пользоваться популярностью на российском рынке? Об этом нам рассказала **специалист по маркетингу Комитета по продвижению клюквы США Анастасия Семенова.**



Досье

Событие:  
мастер-класс  
«Клюква США.

Новый ингредиент в десертах»

Дата проведения:  
11.01.2015 года

Ведущий:

Владимир Ефимов,  
шеф-повар студии «Шеф-повар»

Организатор:

Комитет по продвижению  
клюквы США



Гости мероприятия приняли участие в приготовлении трех кондитерских блюд – шоколадного брауни с клюквенным мороженым, тирамису с клюквенным кули и карамели с морской солью, розмарином и клюквенным сорбетом

### – Как давно американская клюква существует на мировом рынке?

– Вообще в США клюква пользуется большой популярностью. Еще индейцы применяли эту ягоду как краситель и консервант. С 1820 года ее стали выращивать на продажу в северных штатах Америки.

А вот изготавливать сушеную клюкву для увеличения ее сроков хранения и поставок на экспорт стали сравнительно недавно – в начале двухтысячных годов. Сейчас США переживают бум потребления клюквы. Клюкву потребляют с кашами и мюсли, добавляют в разнообразные салаты, используют при приготовлении гарниров. Ягоду в сушеном виде очень легко хранить, срок ее годности – 2 года при соблюдении условий хранения в сухом прохладном месте при температуре, не превышающей 18 °С, что сходно с условиями хранения изюма.

### – Чем принципиально отличается американская клюква от известной нам ягоды?

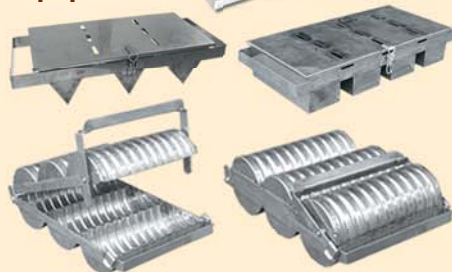
– Американская клюква и клюква, произрастающая в Европе, – это, по сути, разные растения. Научное название первой – *Vaccinium macrocarpon*, ее также называют клюквой крупноплодной. Латинское название европейской ягоды – *Vaccinium oxococcus*, она меньше по размеру и часто бывает покрыта

### Листы волнистые и плоские перфорированные:

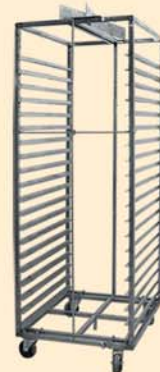


- любые размеры
- различное число желобов
- усиление каркаса

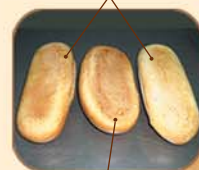
### Тостовые формы



### 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



**Анастасия Семенова,**  
специалист по маркетингу  
Комитета по продвижению  
клюквы США:

*«Сейчас США переживают бум потребления клюквы. Клюкву потребляют с кашами и мюсли, добавляют в разнообразные салаты, используют при приготовлении гарниров. Ягоду в сушеном виде очень легко хранить, срок ее годности – 2 года при соблюдении условий хранения в сухом прохладном месте при температуре, не превышающей 18 °С, что сходно с условиями хранения изюма».*



пятнышками. Из европейской клюквы, которая растет на болотах, хорошо получают соки и морсы, но в сушеном виде она теряет всю свою сочность.

Крупноплодная же ягода не такая сочная, поэтому она отлично подходит для засушивания и, соответственно, использования в производстве продуктов питания, в том числе в кондитерских изделиях.

**– Американская клюква не попала под действие санкций?**

– Замороженная и свежая клюква, клюквенное желе и клюквенный порошок попали под запрет. А вот сушеные ягоды не попали, поэтому, даже несмотря на санкции, их и сейчас можно ввозить в Россию.

**– А сильно ли выросли цены на клюкву США в связи с ростом доллара?**

– Цены на эту клюкву изменились незначительно, выросли они всего на 10%, так как в Россию она была завезена в крупном объеме после сбора урожая осенью.

**– А сейчас российские кондитеры используют сушеную американскую клюкву?**

*Каждому участнику мастер-класса шеф-повар нашёл занятие: кто-то взбивал крем для тирамису, кто-то измельчал клюкву, кто-то замешивал тесто для брауни, кто-то занимался запеканием карамели. И благодаря слаженной работе три технологически сложных кондитерских блюда были готовы и сервированы всего за три часа*

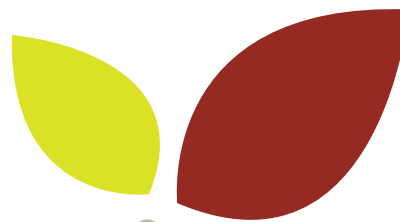
Используют. Сушеную клюкву добавляют в печенье, шоколад, драже, пряники и многие другие кондитерские изделия.

**– Вы продвигаете клюкву США только на российском рынке?**

– Не только. Комитет по продвижению клюквы США уже давно работает в Европе, Мексике, на данный момент программа также распространя-

ется на Китай, Корею и Индию. Однако в России продвигать данную ягоду гораздо проще, так как в нашей стране ее знают и любят. А вот для многих стран клюква – совершенно новый продукт. Однако, несмотря на это, мировые производители приобретают сушеную клюкву и добавляют ее в различные продукты питания. Все это доказывает, что у данного продукта хорошие перспективы. **КС**

24-я Международная выставка  
продуктов питания и напитков



# worldfood

## MOSCOW

14 – 17 сентября 2015

Россия • Москва • ЦВК «Экспоцентр»



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



В 2015 году во второй раз будет проведен конкурс кондитерского искусства по трем номинациям: «Лучшее изделие из сахара», «Лучшее изделие из шоколада», «Лучший молодой кондитер: декорация тортов».

В рамках Modern Bakery Moscow ведущие компании демонстрируют новейшие разработки в области производства хлебобулочных и кондитерских изделий, включая ингредиенты и сырье, пищевые технологии и оборудование, упаковку, сбыт и продажи. Ежегодно экспозиция выставки расширяется за счет новых направлений, которые помогают развитию отечественного хлебопечения в условиях действующего рынка.

На выставке лидеры отрасли поделятся своим уникальным опытом ведения бизнеса в условиях высокой конкуренции.

Помимо длинного списка экспонентов различного профиля деятельности, выставку сопровождает обширная деловая программа, включающая мастер-классы, семинары и конкурсы, организованные при поддержке ведущих компаний по производству шоколада, пищевых жиров и масел.

В 2015 году во второй раз будет проведен конкурс кондитерского искусства по трем номинациям: «Лучшее изделие из сахара», «Лучшее изделие из шоколада», «Лучший молодой кондитер: декорация тортов». По традиции во время выставки состоятся мероприятия, организованные многолетними партнерами Modern Bakery, в числе которых конференция Международной промышленной академии,

# Больше чем хлебопечение

С 22 по 24 апреля 2015 года в ЦВК «Экспоцентр» в Москве пройдет 21-я выставка Modern Bakery Moscow – важнейшая информационная и коммуникационная платформа для российских предприятий хлебопекарной и кондитерской отраслей.



**Modern Bakery Moscow 2015**  
Ведущая международная специализированная выставка для хлебопекарного и кондитерского рынка России и стран ближнего зарубежья

22–24 апреля 2015 г.

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»  
МОСКВА  
Павильон №2  
[www.modernbakery-moscow.com](http://www.modernbakery-moscow.com)

а также семинар Союза мороженщиков России.

Современный рынок хлебопекарных и кондитерских изделий требует постоянной модернизации производства и регулярного обучения специалистов, и поэтому организаторы в 2015 году продолжат набор кондитеров и пекарей на обучение в рамках Школы технологов, проводимой при содействии Союза производителей пищевых ингредиентов и Московского государственного университета пищевых производств. В рамках школы свои доклады прочитают лучшие профессора МГУПП, представители НИИ

питания РАМН, специалисты в области законодательства и современных сертификационных норм. По окончании данного курса участникам будет выдан диплом о прохождении курса, а также сертификат МГУПП.

Обучающие семинары в рамках выставки также будут проводить специалисты ведущего в Швейцарии Центра повышения квалификации по хлебопекарному и кондитерскому мастерству Richemont. Во время ежедневных эксклюзивных мастер-классов и семинаров профессиональные европейские пекари поделятся своим опытом и новыми технологиями. ■

# 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](http://www.modernbakery-moscow.ru)

 messe frankfurt

## Theegarten-Pactec на ярмарке ProSweets

На выставке ProSweets 2015 (павильон 10.1, стенд G020) компания Theegarten-Pactec представит оборудование для предприятий кондитерской промышленности.



В числе экспонатов – оптимизированная машина для упаковки изделий из шоколада CWM2, первая модификация которой была продемонстрирована в 2014 году. Обновленная установка значительно проще и удобнее в эксплуатации и обслуживании.

Модульная концепция новой модификации упаковочной машины CWM2 позволяет быстрее переключаться между разными типами завертки и форматами. При этом воспроизводимость настроек достаточно высока.

Упаковочная машина поддерживает множество типов завертки. На выставочном стенде CWM2 упаковывает шоколадные пралине в обертку типа «конверт». Подача изделий в выставочный экспонат производится при помощи конвейера с ручной загрузкой. К другим видам завертки, поддерживаемым CWM2, относятся двойной перекрут, саше, односторонний перекрут, в зажим и обтяжка. Таким образом, CWM2 обеспечивает высокую гибкость при упаковке изделий из шоколада при производительности до 500 рабочих циклов в минуту.

CWM2 работает с любыми типами промышленной пленки. Непрерывная подача упаковочного материала позволяет использовать для внутренней и наружной обертки отрезки упаковки разной длины.

Theegarten-Pactec оснастила CWM2 сенсорным экраном, обеспечивающим простое управление, диагностику неисправностей и сбор данных. Функции типа «нет продукта –

нет упаковки», автоматическая смена упаковочного материала и дистанционная диагностика реализованы наряду с автоматической сортировкой изделий, упакованных дважды в момент смены упаковочного материала.

Theegarten-Pactec покажет и еще одну новинку – горизонтальную машину для упаковки леденцов на палочке в рукавную пленку FPL5, которая может упаковывать до 700 леденцов в минуту. Это соответствует скорости пленки до 140 м в минуту.

Будучи упаковочной машиной непрерывного действия, FPL5 отличается щадящей обработкой изделий. Благодаря технически выверенной процедуре запечатывания изготовитель получает превосходную выглядящую герметичную упаковку. FPL5 поддерживает как холодное, так и горячее запечатывание. Температуру запечатывания мож-

но точно настроить. Давление каждого из продольных сварочных роликов регулируется индивидуально пневматическим способом. Еще одной характерной особенностью является безвибрационная и высокоточная посадка и поддержка сварочных валков механизма поперечной сварки в литом патроне. Нижний и верхний валки соединены шестернями без зазоров.

FPL5 построена на модульной платформе. При этом модульные второстепенные узлы позволяют гибко адаптировать машину под специфические требования заказчика. Такая концепция обеспечивает простоту модернизации.

Как и все машины типа флоупак производства Theegarten-Pactec, FPL5 можно оснастить модулем для генерирования цепочек продукции.

«Для нас ProSweets является важной международной коммуникационной платформой. Интернационализм ярмарки позволяет нам встретить старых клиентов и найти новых со всего мира», – подчеркивает **Маркус Руслер, коммерческий директор Theegarten-Pactec.**

Специалисты компании считают, что участие в таком грандиозном событии будет способствовать отличному началу 2015-го финансового года. ■

*THEEGARTEN-PACTEC  
GmbH & Co. KG*

*Тел.: +49 351 2573 0*

*Факс: +49 351 2573 329*

*E-mail: pactec@theegarten-pactec.de*

*www.theegarten-pactec.com*



## Гонконгская инвесткомпания приобрела 40% «Шоколадницы»

Инвестиционная компания «Гон-Конг Асмеро Капитал» приобрела 40% акций сети кафе «Шоколадница». Сумма сделки не разглашается.



В дальнейшем активы российской компании будут консолидированы в единую холдинговую компанию. Сейчас в сеть входит более 500 заведений, работающих под брендами «Шоколадница» и «Кофе Хауз», а также рестораны японской кухни «Ваби саби» и «Азия кафе». Вместе с ними в холдинг войдет и сеть израильских кондитерских «Макс Бреннер», два кафе которой работают в Москве.



«Сделка с Asmero Capital обеспечивает нам сильное финансовое партнерство, которое, к тому же, придерживается тех же взглядов относительно развития сектора, что и мы», – прокомментировал ситуацию **основатель «Шоколадницы» Александр Колобов.**

Во вновь образованный совет группы войдут **инвестиционный директор Asmero Capital Денис Русинович и управляющий партнер фонда Симан Поваренкин.** «Мы видим большой потенциал в этом секторе. После тщательного анализа всех представленных в отрасли игроков мы поняли, что Александр – гурู общепита. Вместе мы построим компанию, которая не только станет лидером на российском рынке, но и сможет конкурировать на международном уровне», – добавил Поваренкин.

В ближайшее время руководство сосредоточится на улучшении синергии между заведениями «Шоколадница» и «Кофе Хауз». Также среди основных задач значится обеспечение роста сети – как за счет органического развития, так и путем дальнейших слияний и поглощений.

*Foodmarkets.ru*



### В Новгородской области сильнее всего подорожал сахар и кондитерские изделия

В 2014 году в Новгородской области из продовольствия больше всего подорожал сахар. Как сообщили в Новгородстате, он стал дороже на 32%.

Чай, кофе, консервы фруктово-ягодные, молоко и молочная продукция, шоколад и кондитерские изделия, мороженое в регионе подорожали на 10–11%. Хлеб и хлебобулочные изделия, яйца, маргарин – на 4%. Вместе с тем на 2% уменьшилась цена на варенье, джем, повидло, мед.

ИА Regnum

### В Курске открылся первый фирменный магазин «КОНТИ»

Руководители «КОНТИ-РУС» 27 декабря 2014 года открыли в Курске первый в России фирменный магазин розничной продажи кондитерских изделий. Расположен он на пересечении улиц Радищева и Золотой.



– Курск – наш домашний рынок. Наши курские кондитерские фабрики (их у нас две в городе) много лет радуют курян вкусной кондитерской продукцией, и мы решили дать курянам возможность насладиться полным ассортиментом продукции компании «КОНТИ» в нашем фирменном магазине – самой свежей продукцией, в самом широком ассортименте по доступным ценам и в хорошем месте,

в красивом городе Курске. Если хотите, то это такой подарок жителям города, – рассказал **генеральный директор компании «КОНТИ» Андрей Родионов.**

Кстати, теперь с уверенностью можно говорить, что конфеты производства «КОНТИ-РУС» для Курска станут определенным брендом и визитной карточкой.

– Мы будем делать конфеты с курскими пейзажами, с курскими достопримечательностями, это целый проект, мы очень серьезно к этому относимся, – поясняет **генеральный директор ЗАО «КОНТИ-РУС» Дмитрий Кашин.**



После того как торжественно перерезали красную ленточку, к прилавкам тут же выстроились очереди – посетители желали незамедлительно приобрести свежие и доступные по цене кондитерские изделия.

candy.net.ru

### Россия поставит в Египет еще 120 тыс. тонн пшеницы до введения пошлины

До введения с 1 февраля экспортной пошлины на пшеницу Россия поставит в Египет еще 120 тыс. тонн зерна. Как сообщил **зампредседателя управления по снабжению и закупкам Арабской Республики Мамдех Абдель Фаттах**, закупка этого объема будет осуществлена в течение 10 дней с 21 января, то есть еще до введения 15%-ной таможенной пошлины.

По его словам, в течение января Египет должен получить из РФ в общей сложности 180 тыс. тонн пшеницы, и поставщики обяжутся выполнить условия заключенных контрактов.

Россия является третьим крупнейшим поставщиком зерна в Египет: она обеспечила за последние полгода 26,3% импорта это-

го товара в республику (765 тыс. тонн зерна). Франция лидирует по экспорту пшеницы в АРЕ: 36% египетского импорта (1 млн тонн) за этот же период времени; следом идет Румыния – 26,8% (780 тыс. тонн). Всего за шесть месяцев Каир закупил за рубежом 2,9 млн тонн зерна.

Ранее Каир в связи с введенными в России ограничениями на экспорт зерна заявил, что эти решения ничем Египту не грозят, поскольку в стране есть стратегический запас, которого хватит до середины апреля 2015 года. Кроме того, к этому сроку ожидаются и поставки местных фермеров в размере порядка 3,6 млн тонн.

Правительство РФ с 1 февраля вводит экспортную пошлину на пшеницу в размере 15% таможенной стоимости плюс 7,5 евро, но не менее 35 евро за 1 тонну.

АгроФакт

### Корейская компания Orion инвестирует средства в расширение завода под Тверью

Корпорация Orion инвестирует средства в расширения мощностей своего завода под Тверью. Об этом на пресс-конференции сообщил **губернатор Тверской области Андрей Шевелев.**



«В ходе рабочей поездки с руководством корейской компании Orion достигнута договоренность о реализации второй очереди действующего в Твери производства ООО «Орион пищевпром», – сообщил он.

Возможный объем инвестиций не раскрывается. Напомним, что 15 декабря делегация Тверской области побывала в компании Orion.

Orion – одна из крупнейших мировых компаний по производству кондитерских изделий, в портфеле которой около 100 брендов в таких категориях, как бисквиты, карамель, жвачки, чипсы. Однако безоговороч-



CSB-System

## Отраслевое IT-решение для управления Вашим предприятием



### Успех – вопрос системы

## Быстрее Надежнее Эффективнее

Ведущие предприятия хлебопекарной и кондитерской отраслей во всем мире успешно сотрудничают с CSB-System. Повысьте конкурентоспособность Вашего предприятия с нашим IT-решением!

#### Преимущества:

- оптимально настроенные процессы
- учет всех требований отрасли
- быстрая окупаемость инвестиций благодаря короткому сроку внедрения

#### CSB-System в России:

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

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

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



ным лидером является ChocoPie. В России у компании два завода в Твери и Новосибирске.

ООО «Орион пищевпром» (Тверь) владеет заводом по производству кондитерской продукции в Твери. Предприятие открылось в 2006 году. Сегодня на заводе работают более 200 человек. По данным Tver-portal.ru, ООО «Орион пищевпром», по итогам работы в 2013 году, нарастило продажи на 20%, до 941 млн руб., с 784 млн руб. годом ранее. Валовая прибыль «Орион пищевпром» в 2013 году выросла более чем на 24%, до 158 млн руб., чистая прибыль – более чем в 5 раз, до 37 млн руб.

Упаковано.ru



### В 2013 году российский импорт шоколада снизился на 7%

По данным маркетингового исследования российского рынка шоколада и шоколадных изделий, проведенного компанией GLOBAL REACH CONSULTING (GRC), спад объемов импорта шоколадной продукции в Россию по итогам 2013 года составил около 7%.



Согласно данным Федеральной таможенной службы, около половины всей поставляемой в Россию шоколадной продукции составляют шоколадные конфеты (не включая конфеты, содержащие алкоголь). Доля данного вида продукции в стоимостном выражении несколько меньше – 43%. Около 10% импорта занимают поставки шоколада в плитках и брикетах с начинкой.

Стоит отметить, что в российском импорте шоколадной

продукции в 2013 году преобладали изделия, произведенные в Украине (50%). Далее с большим отставанием следует Германия и Беларусь.

В тройку крупнейших производителей импортируемой в Россию шоколадной продукции входят ПАО «Кондитерская фабрика «А.В.К.», АО «ПО «Конти» и АО Roshen. По данным за 2013 год, объем компании ПАО «КФ «А.В.К.» составил 24% от общего объема импорта.



GRC

### В 2014 году сеть «Магнит» увеличила выручку на 31,6%

Выручка крупнейшего российского розничного продавца – краснодарского «Магнита» – выросла на 31,6% за 2014 год, до 762,7 млрд руб., отчиталась компания. Это близко к нижней границе прогноза, который давал в прошлом году генеральный директор и основной акционер «Магнита» Сергей Галицкий: он ожидал роста продаж компании на 31–33%.



В конце октября он подчеркивал, что потребление продовольственных продуктов в России не замедляется: «Потребление по количеству калорий не снижается, иначе население начнет худеть».

Декабрьские продажи «Магнита» на фоне ускорения инфляции поднялись до 37,3% и составили 87,36 млрд руб. Основной формат компании – небольшие магазины у дома, они нарастили продажи на 33% – до 62,68 млрд руб. Более быстрыми темпами увеличивалась выручка формата «Магнит Семейный» (компактные гипермаркеты) и магазинов бытовой химии и косметики (дрогери «Магнит Косметик») – на 145 и 86% соответственно за декабрь.

Сопоставимая выручка сети в октябре – декабре 2014 года

ускорила рост до 17,28%, главным образом за счет роста среднего чека более чем на 12% при росте трафика на 4%. За весь прошедший год выручка сопоставимых магазинов (6699 магазинов, проработавших не менее 12 месяцев к 1 декабря 2014 года) поднялась на 14,47%.

За весь год сеть «Магнит» выросла на 1618 магазинов и к началу года достигла почти 10 тыс. точек: 8344 магазина у дома, 1080 дрогери, 190 гипермаркетов и 97 магазинов «Магнит Семейный». Число покупателей за 2014 год в «Магните» выросло на 19,4% – до 2,9 млрд.

Candy.net.ru

### Ритейлеры сообщили о росте цен на импортные товары до 45%

Импортные товары в России подорожали на 7–45%, констатируют представители розничных сетей. Цены на импортные товары и на российские товары, производимые с использованием импортного сырья, выросли из-за резкого падения российской валюты. Среди лидеров роста – сахар и алкоголь.



Так, согласно данным начальника управления по связям с общественностью X5 Retail Group, управляющей магазинами «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель», Владимира Русанова, цены на алкоголь выросли на 45%, на сахар – на 30–40%, не так резко подорожали кофе (10–12%) и фрукты (7–15%). В беседе с РИА «Новости» он пояснил, что пока сеть провела переоценку не всех товаров, на ряд продуктов цены будут повышены в ближайшие дни.

В то же время В. Русанов отметил, что на ряд товаров цены не изменились – речь идет о гречке, хлебе, курице, замороженной рыбе, сметане, соли и вареной колбасе, а некоторые товары подешевели. Он рассказал, что в магазинах «Перекресток» с 29 декабря по 12 января картофель подешевел на 7,6%, морковь – на 9,8, репчатый лук – на 3,1, сливочное масло – на 4,5, творог – на 15,5%.



Руководитель по корпоративным и внешним коммуникациям Metro Cash & Carry Оксана Токарева заявила агентству, что

компания ведет переговоры с поставщиками, однако новые партии товара поступают в магазины уже по другим ценам. Она отметила, что цены подняли и российские поставщики, так как их товары дорожают за счет возрастания стоимости импортируемого сырья и упаковочных материалов. В сети «Дикси» также зафиксировали рост цен, в первую очередь подорожали фрукты и овощи.



Росстат 2 января подтвердил данные по инфляции в России: в прошедшем году ее уровень достиг 11,4%. При этом продовольственная инфляция составила 15,4%. Сильнее всего в 2014 году продукты питания дорожали в декабре – на 3,3% при среднем росте цен в 2,6%. Согласно данным Росстата, цены на сахар за 2014 год выросли на 40%, крупы подорожали на 34,6%, овощи и фрукты – на 22%. Мясо и птица выросли в цене на 20,1%, рыба – на 19%. Цены на молоко и молочную продукцию с начала года выросли на 14,4%.

РИА «Новости»

### Игривый образ Deuvo

Американские дизайнеры Беатрис Менис и Мара Родригез разработали новый дизайн упаковки для производителя пралиновых конфет Deuvo. В задачу дизайнеров входило омолодить бренд, придание ему более игривого образа.



Deuvo – это семейный бизнес по производству пралиновых конфет с натуральными ингредиентами премиального качества. Дизайнеры подвергли бренд полному редизайну – от логотипа до упаковки. «Мы хотели создать новый образ, более игривый и молодой, нацеленный на аудиторию 20–35-летних покупателей. Для этого мы использовали яркие цвета, разные шрифты и игривые паттерны», – рассказали дизайнеры.

Unipack



## В центре внимания – инновационные решения

Как правило, для создания желирующей структуры кондитерских изделий используются различные виды гелеобразователей, в числе которых – желатин, агар, пектин и т. д. Специалисты компании Norevo GmbH предлагают свое решение – текстураторы торговой марки Quick Chew.

Данный продукт, не содержащий желатин, предназначен для жевательных конфет. В его состав входят только растительные ингредиенты, поэтому он и подходит для рецептов халальных, вегетарианских, веганских и кошерных жевательных конфет.

Текстуратор легко приготовить и применить без предварительной подготовки, что ускоряет время и совершенствует процесс производства. Специалисты Norevo GmbH предоставляют клиентам техническую поддержку для индивидуальной разработки рецептов.

Ассортимент торговой марки Quick Chew включает в себя текстураторы для стандартных изделий, а также продукцию для оригинальных рецептов клиентов.

Quick Shine, Quick Sol, Quick Gloss Plus – быстро сохнущие лаки с высокой степенью блеска, предназначенные для продуктов в шоколаде и масле. Они обеспечивают однородное защитное покрытие, благодаря которому сохраняется стабильность состава продукта во время хранения и пребывания на прилавке. Все жидкие продукты компании Norevo готовы к использованию и легки

в применении. Эффект яркого блеска в сочетании с доступными ценами обеспечивает экономичность, сокращение времени производства при оптимальной степени блеска.

Еще одна разработка специалистов Norevo – экстракт лакрицы. В зависимости от рецептуры изделий, в состав которых он вводится, и выбранного агрегатного состояния данный ингредиент обеспечивает разнообразные нюансы вкуса – от мягкого, сладкого, острого, сладко-горького до резкого, жгучего и соленого – для рецептов блюд на основе этого натурального пищевого ингредиента. Компания предлагает две функциональные разновидности экстракта лакрицы – лакричный порошок с пониженным образованием пыли и лакричную пасту с пониженным содержанием сахара, которые существенно облегчают процессы производства и позволяют применять лакрицу при сокращении использования сахара. **Р**

NOREVO GmbH  
Voelckers Str.: 14–20, 22765,  
г. Гамбург, Германия  
Тел.: +49 40 537979-124  
E-mail: a.benech@norevo.de  
www.norevo.de

## Разрешено объединение Orkla и NP Foods

Совет по конкуренции (СК) разрешил объединение норвежской компании Orkla и концерна NP Foods, в который входят предприятия Laima, Gutta, Staburadze, Staburadzes konditoreja, Margiris, Detente и несколько дочерних компаний.

СК постановил, что сделка не повлияет на конкуренцию в сегментах рынка, в которых работают эти предприятия: производство соков, шоколада, кондитерских изделий и др.



В результате объединения прирост рыночной доли участников сделки будет небольшим, а препятствий для вхождения на этот рынок новых конкурентов не существует.

Orkla является ведущим поставщиком продуктов питания

в странах Скандинавии и Балтии, а также занимается другими видами бизнеса. Ее оборот в 2013 году составил 33 млрд норвежских крон (4,13 млрд евро).



Как отмечается на сайте Orkla, объединение с NP Foods удвоит объемы продаж норвежской группы на рынке Балтии. Сумму сделки компания не называет.

Orkla уже представлена в Балтийском регионе, где группе принадлежит латвийское предприятие по переработке овощей Spilva и производитель чипсов Latfood, эстонская шоколадная фабрика Kalev и пищевое предприятие Poltsamaa Felix, а также литовская компания Suslavičius-Feli.

Оборот NP Foods в 2013 году составил 64,32 млн евро по сравнению с 58,77 млн в 2012 году. Прибыль компании в прошлом году составила 1,107 млн евро по сравнению с 304 тыс. евро в предыдущем году.

Владельцем NP Food является зарегистрированная на Мальте компания Nordic Food Partners Limited, 51% капитала которой принадлежит AO Nordic Partners.

Telegraf.lv



## Устойчивость и функциональность

Новый QuickOil – средство для полировки и предотвращения слипания кондитерских изделий без добавления пальмового масла на основе натуральных устойчивых компонентов. QuickOil используется для изготовления вязких кондитерских изделий, желе, мармелада и лакричных изделий с жирной оболочкой, придает готовой продукции наружный блеск, защищает покрытия и улучшает конечный эффект.

QuickGloss plus – жидкий ингредиент без добавления спирта, универсально подходящий как для склеивания, так и для полировки продукции. QuickGloss plus придает изделиям равномерный блеск и продлевает срок качества драже на основе шоколада и составных ингредиентов.

norevo  
Confectionery Performers  
www.norevo.de · contact@norevo.de



Гость:



**Владимир Ефимов,**  
шеф-повар кулинарной  
студии «Шеф-повар»

Беседовала:



**Елена  
Максимова**



**Владимир Ефимов,**  
шеф-повар кулинарной студии «Шеф-повар»:

*«Часто бывает, что созданный продукт очень хорош, но появляется не вовремя: либо опережая время, либо, наоборот, слишком поздно. Для кондитера очень важно следить за рыночными тенденциями и постоянно работать над собой. По-настоящему успешный десерт – это не просто хороший продукт. Это блюдо, производящее фурор как в плане вкуса, так и в плане подачи».*

## Потребителя нужно удивлять!

*Такого мнения придерживается шеф-повар Владимир Ефимов, который поделился с нами своим видением современных кондитерских тенденций сегмента хорека.*

**– Владимир, чего, на ваш взгляд, хочет сегодня потребитель от кондитеров, работающих в сегменте хорека?**

– Потребители хотят видеть новые и интересные подачи полюбившихся им традиционных десертов.

**– Часто ли меняются вкусы российских потребителей? Какие факторы влияют на эти изменения?**

– Я бы сказал, что моду на те или иные десерты задают сами кондитеры. У мастера, которому удастся создать новый шедевр, заимствуют идею и рецептуру его коллеги, и если продукт достоин внимания, то и у потребителей он будет востребован.

**– Создание новых вкусов – всегда риск. Как часто он является неоправданным?**

– В среднем из десяти приготавливаемых кондитером десертов только два попадают в меню.

**– А от чего зависит успех того или иного десерта?**

– Безусловно, во многом от профессионализма. Но еще и от того, как тонко мастер чувствует своевременность выхода «в свет» того или иного десерта. Часто бывает, что созданный продукт очень хорош, но появляется не вовремя: либо опережая время, либо, наоборот, слишком поздно.

Для кондитера очень важно следить за рыночными тенденциями и постоянно работать над собой.

По-настоящему успешный десерт – это не просто хороший продукт. Это блюдо, производящее фурор как в плане вкуса, так и в плане подачи.

**– А у вас есть авторские десерты?**

– У меня есть несколько авторских десертов. Пока их попробовало не так много гостей, но тем, кто пробовал, блюда по-



**Владимир Ефимов,**  
шеф-повар кулинарной  
студии «Шеф-повар»:

*«Да, я – новатор. Но при этом порой за основу беру классические сочетания и рецепты, создавая на их основе нечто необычное. Работаю над созданием оригинальных форм, придумываю необычные подачи».*

нравилась, поэтому вскоре, возможно, о них узнает большее число потребителей.

**– Есть ли у вас любимые десерты?**

– Мне очень нравится брауни. Это простой итальянский десерт, который традиционно едят руками. Иногда не уйдут с рынка изделия и десерты на основе сливочных сыров, которые актуальны и пользуются спросом в любое время года.

**– Какие кондитерские блюда больше всего любите готовить?**

– Мне нравится делать что-то новое. Например, могу взять из Интернета брошюру с рецептом изысканного десерта и сутками трудиться над его во-

площением. Конечно, я при этом не буду повторять точь-в-точь предложенный десерт, привнесу собственные штрихи.

**– То есть вы скорее новатор, чем приверженец классики?**

– Да, новатор. Но при этом порой за основу беру классические сочетания и рецепты, создавая на их основе нечто необычное. Работаю над созданием оригинальных форм, придумываю необычные подачи.

**– Расскажите о наиболее запомнившейся вам оригинальной подаче десерта.**

– Например, перед Новым годом мы готовили десерт, который подавали

в виде разбитой елочной игрушки. «Корпус» игрушки был из шоколада, мы ее разбили прямо на столе, наполнили кремом и ягодами.

**– Сейчас в ресторанах и кафе очень часто гостям предлагают самостоятельно «собрать» салат, пасту, суши. С кондитерскими десертами такой подход может сработать?**

– Нет. Кондитерское мастерство отличается от кулинарии большей точностью. В нашем деле необходимо четкое соблюдение пропорций, нужно знать, какие продукты сочетаются друг с другом, а какие – нет.

**– Ощущаются ли сегодня проблемы с сырьем в связи с введенными санкциями?**

– Я бы не сказал, что они сильно ощущаются. С рынка пропало всего 10% продуктов, в числе которых – кондитерские сыры: филадельфия, маскарпоне, бри. Но я уверен, что к концу февраля ситуация нормализуется полностью: на рынок вновь вернется запрещенное сегодня к ввозу европейское сырье, либо появится его полноценные аналоги от поставщиков, которые не попали под санкции, в том числе российских.

**– То есть российские производители могут предложить не уступающие по качеству аналоги перечисленных вами сыров?**

– Эти сыры уже производятся нашими предприятиями. И к концу февраля, я уверен, они смогут покрыть 5% рынка.

**– Есть ли кондитеры, которых вы могли бы назвать своими кумирами?**

– Есть мастера, которых я очень уважаю и с которыми хотел бы поработать, но о них мало кто знает, так как это не медийные фигуры. А вот кондитеры, которые стали ведущими различных телешоу, как мне кажется, перестают совершенствовать свои профессиональные навыки. Сосредоточиться можно только на чем-то одном: или на развитии профессиональных умений, или на завоевании популярности.

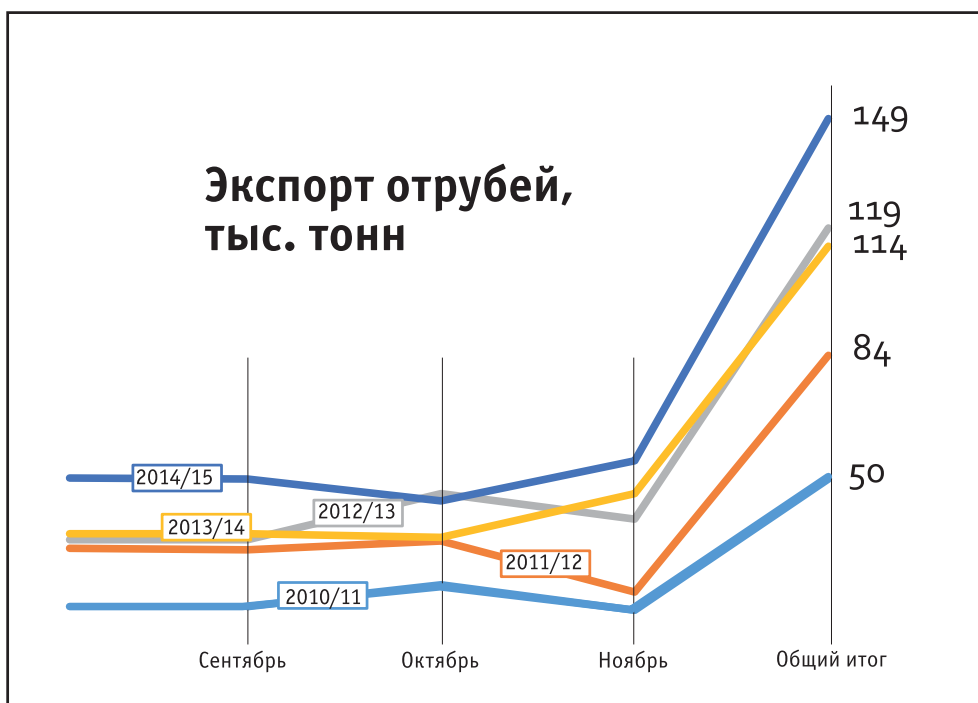
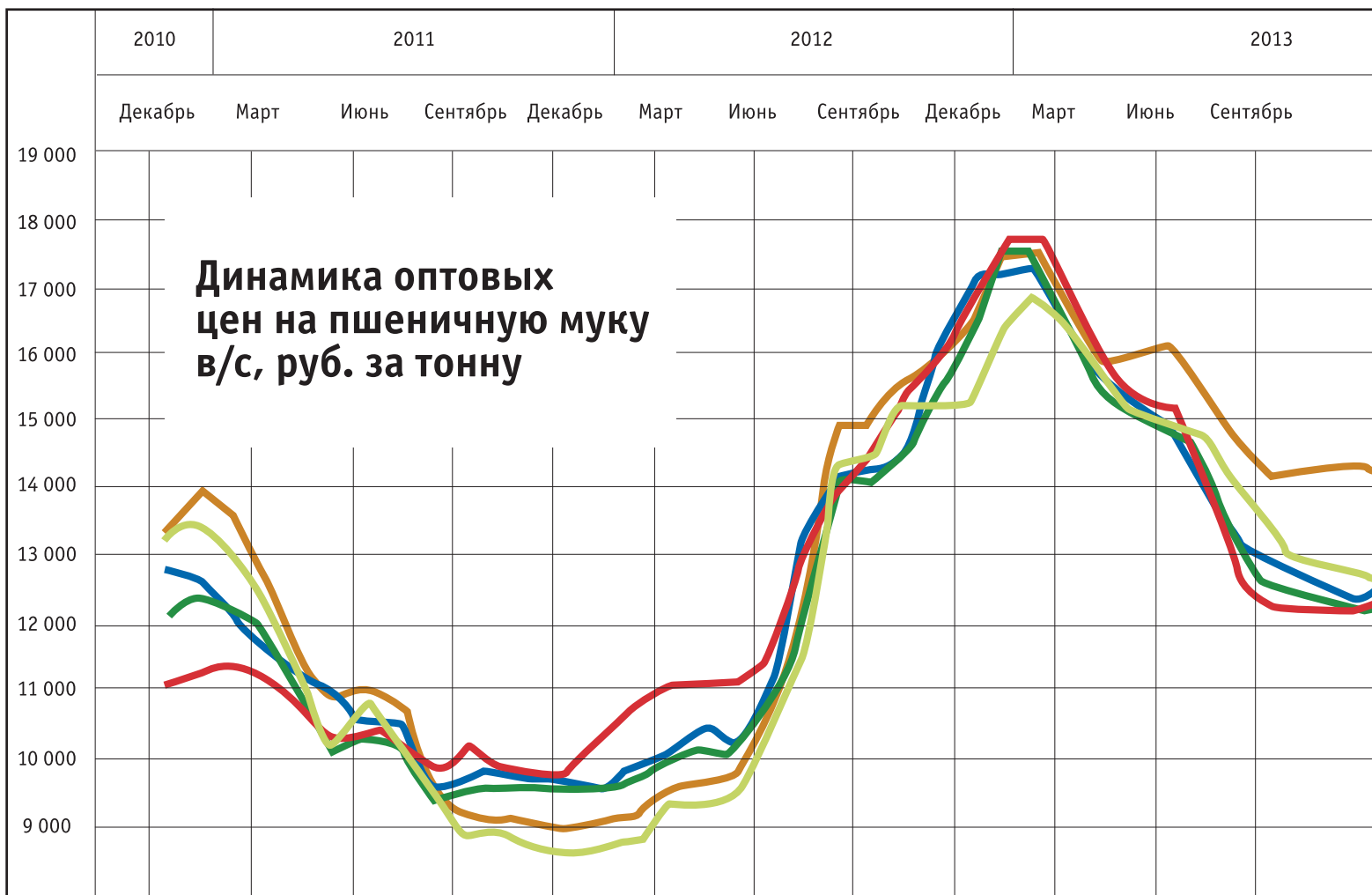
**– То есть если вам предложат вести телепередачу – откажетесь?**

– На данном этапе – откажусь.

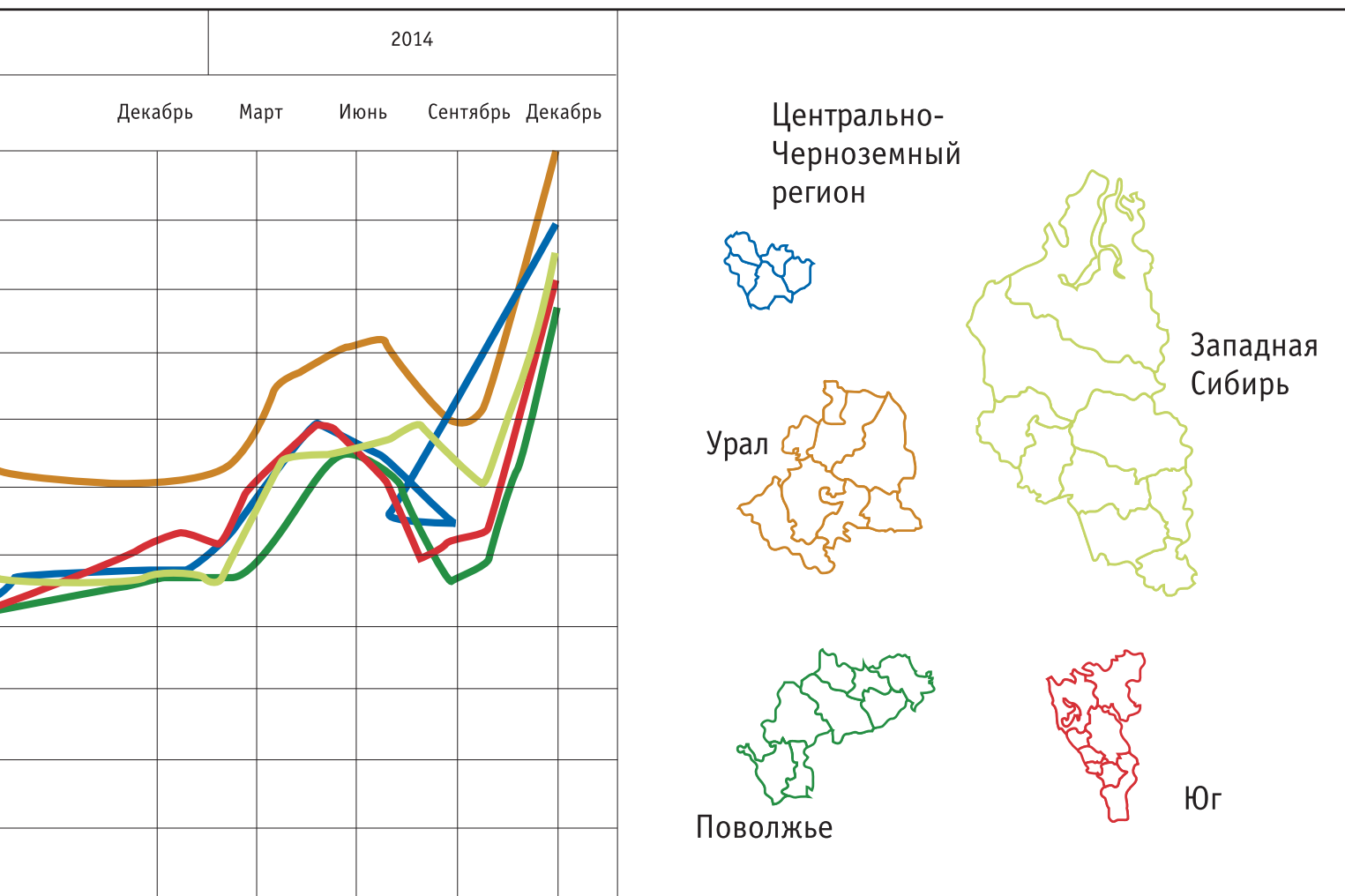
**– Что бы вы пожелали своим коллегам по цеху в наступившем году?**

– Постоянно развиваться. **КС**

# Рынок муки. Итоги 2014 и перспективы 2015 годов



Со второй половины календарного года, то есть с начала сельскохозяйственного сезона 2014/15 российские аграрные рынки находятся под воздействием мощных и крайне противоречивых факторов, с неочевидной их равнодействующей. В стране выращен весьма достойный урожай основных растениеводческих культур – зерновых, масличных, сахарной свеклы, овощей, фруктов и др. Урожай зерновых в 103 млн тонн (без



Крыма) вообще оказался вторым в современной истории России. Цены на муку обычно сильно коррелируют с ценами на пшеницу, причем в последние годы временной промежуток между ними сократился. В текущем сезоне рост цен на пшеницу с начала осени обусловил повышение цен на муку. Поддержку ценам оказал высокий спрос: производители хлебобулочных и мучных кондитерских изделий на растущем рынке начали раньше обыч-

ного формировать запасы муки на период новогодних и рождественских каникул. В результате уже в конце ноября в ряде субъектов РФ были превышены предыдущие ценовые рекорды января-февраля 2013 года. Во второй половине сезона ценовая динамика мукомольного рынка будет зависеть от того, как регулирование экспорта повлияет на стоимость зерна. Ограничение роста цен на пшеницу на фоне высокого курса

доллара может обусловить рост конкурентоспособности российской пшеничной муки на рынках государств – традиционных покупателей. Перспективным направлением становится вывоз за рубеж отрубей. Крупнейший покупатель – Турция, в последние годы на ее долю приходится более 90% российского экспорта отрубей. Новыми рынками сбыта стали Китай, Республика Корея и Панама.

Подготовила: **Светлана Карельская**



Исторически в быту ржаная закваска приготавливалась из остатков ржаного теста и являлась основным компонентом, определяющим подъем теста и использовавшимся со времен Древнего Египта вплоть до конца XIX века, когда биологами были открыты дрожжевые клетки. До этого времени закваска была единственным способом заставить хлеб подняться.

## Хлебные закваски

*Неповторимый вкус, аромат и текстуру ржаному хлебу придают закваски. И от выбора того или иного вида закваски будет зависеть вкусоароматические качества готового продукта.*

**Х**лебные закваски, как правило, получают путем молочнокислого брожения. Их используют для изготовления различных видов хлеба и хлебобулочных изделий. С применением закваски готовятся многие изделия из ржаной муки, так как обычные хлебопекарные дрожжи не способны при-

дать достаточно пористую структуру ржаному тесту.

Исторически в быту ржаная закваска приготавливалась из остатков ржаного теста и являлась основным компонентом, определяющим подъем теста и использовавшимся со времен Древнего Египта вплоть до конца XIX века,

когда биологами были открыты дрожжевые клетки. До этого времени закваска была единственным способом заставить хлеб подняться.

### Способы получения заквасок

Свежая закваска может быть приготовлена либо с использованием культур различных молочнокислых бактерий, либо естественной ферментацией ржаной муки в теплой воде с доступом воздуха (в котором всегда присутствует некоторое количество молочнокислых бактерий).

В заквасках взаимодействуют различные виды микроорганизмов. В процессе брожения заквасок параллельно протекают молочнокислые и спиртовое брожения. В процессе брожения закваски образуется множество ароматических веществ и их предшественников. Тип применяемой муки, «чистые культуры» микроорганизмов, консистенция теста, количество стадий приготовления и, прежде всего, температура закваски определяют кислотный состав и кислотность самой закваски, а также в конечном итоге вкус хлеба.

Аромат закваски меняется в процессе ее созревания, в готовом виде с ароматической точки зрения он представляет собой сложную комбинацию алкоголя с отчетливыми кислым и фруктовым запахами. Особенная кислота хлеба на закваске объясняется присутствием молочной и уксусной кислот, продуцируемых молочнокислыми бактериями.

Некоторые крупные хлебопекарные предприятия имеют при производстве лабораторию для изготовления заквасок, которые они используют для выпечки хлеба. Однако для многих пекарей управление процессом брожения заквасок является сложной проблемой, поэтому предпочитают закупать данные компоненты у различных поставщиков ингредиентов для хлебопечения.

Производство заквасок начинается с выбора сырья и соответствующих штаммов микроорганизмов. При этом необходим строгий контроль на всех стадиях приготовления.



Применение качественных заквасок позволяет не только придать хлебу особый вкус и аромат, но и способствует увеличению срока хранения хлеба, повышению устойчивости к картофельной болезни и плесневению

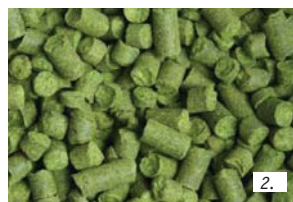
### Разновидности

В России чаще всего используется хлебная закваска, изготовленная на основе ржаной муки. Однако существуют и другие способы ее получения: из пива, ячменного солода, хмеля, картофеля.

**Закваски на основе солодового экстракта придают готовому изделию кисловатый вкус, затемняют мякиш хлеба.**

Хлеб, приготовленный на заквасках из хмеля, обладает пониженной кислотностью и повышенными лечебно-профилактическими свойствами, ведь хмель относится к травам, укрепляющим нервы, обладает противовоспалительными, противоспазматическими, противосудорожными, обезболивающими свойствами, улучшает аппетит.

Последние годы во всем мире огромное внимание уделяется обогащению хлебулочных изделий различными полезными веществами. Закваски же относятся к натуральным обогатителям хлеба. Особенно полезными для пищеварения являются концентраты бифидобактерий и пропионовокислых бактерий.



1. Закваски на основе солодового экстракта придают готовому изделию кисловатый вкус, затемняют мякиш хлеба

2. Хлеб, приготовленный на заквасках из хмеля, обладает пониженной кислотностью и повышенными лечебно-профилактическими свойствами, ведь хмель относится к травам, укрепляющим нервы, обладает противовоспалительными, противоспазматическими, противосудорожными, обезболивающими свойствами, улучшает аппетит

**Закваски на основе пропионовокислых бактерий обладают высоким уровнем аминокислот, которыми стимулируется синтез витамина В<sub>12</sub>.**

Установлено, что пропионовокислые бактерии являются защитным барьером от микробиологической порчи, обладают ингибирующим действием на плесневые грибы, так как при брожении образуют пропионовую, уксусную и другие органические кислоты, антибиотик – пропионин, бактериоцины (антимикробные белки). Закваску такого типа рекомендуют применять при выработ-

ке изделий, в рецептуру которых входят пищевые волокна, например пшеничные отруби, которые, как правило, вводятся непосредственно в закваску с целью их ферментации.

Хлеб же на основе концентрата бифидобактерий защищен от микробиологической порчи и имеет сравнительно долгий срок хранения (до 6 дней), обогащен витаминами группы В и летучими жирными кислотами, которые нормализуют микрофлору желудочно-кишечного тракта. Образующиеся в хлебе молочная, уксусная кислоты способствуют усилению всасывания ионов кальция, железа, витамина D. Именно поэтому хлеб на такой закваске очень полезен для детей, а также взрослых с дефицитами данных микроэлементов.

### Выбор заквасок

Стоит помнить, что качество хлебулочных изделий обусловлено не только свойствами компонентов,

входящих в их состав, но и процессами, протекающими при хранении готовой продукции. Именно поэтому при выборе той или иной закваски стоит узнать у поставщика, обладают ли данные ингредиенты высокой антагонистической активностью по отношению к споровой микрофлоре.

Применение качественных заквасок позволяет не только придать хлебу особый вкус и аромат, но и способствует увеличению срока хранения хлеба, повышению устойчивости к картофельной болезни и плесневению. **КС**



Компания: «ЭФКО»  
Тел./факс: +7 (47234) 44959  
www.efko.ru

Автор: **Евгения Потекина,**  
менеджер по оказанию  
технологического сервиса компании «ЭФКО»

# Опыт разработки слоеных изделий с внесением ржаной и гречневой муки

*Изделия из слоеного теста пользуются повышенным спросом у потребителей. В связи с этим производители хлебобулочных и мучных кондитерских изделий стремятся расширить ассортимент слоеных изделий с целью увеличения объема их производства.*



*Использование ржаной и гречневой муки позволит обеспечить стабильное качество продукта, получить изделия с оригинальными вкусовыми достоинствами*

Для этого в первую очередь необходимо сырье, которое позволит обеспечить стабильное качество продукта, получить изделия с оригинальными вкусовыми достоинствами. Такого результата можно добиться, если использовать другие виды муки, например ржаную и гречневую.

Учитывая высокую биологическую ценность этих видов муки, обусловленную содержанием незаменимых аминокислот (лизина, треонина), ви-

таминов группы В, минеральных веществ, разработка подобных слоеных изделий является актуальной. Сравнительная химический состав различных видов муки, можно сказать, что внесение ржаной и гречневой муки увеличит содержание пищевых волокон, витаминов группы В, микро- и макроэлементов.

Целью разработки являлась максимально возможная замена пшеничной муки на ржаную и гречневую.

Во вкусовом профиле ржаного изделия должна быть особая кислая нотка, свойственная ржаному хлебу. Основная проблема создания такого изделия заключалась в том, что белки ржаной муки не образуют необходимый для слоеного теста клейковинный каркас, отличаются чрезмерной адгезией, вследствие наличия активной  $\alpha$ -амилазы.

Главной задачей при разработке слоеного изделия на основе гречневой муки являлся подбор ее оптимальной дозировки с учетом того, что она не содержит белков, образующих клейковину, и имеет более высокую, чем пшеничная мука, водопоглотительную способность. Такое изделие должно содержать в своей рецептуре максимально возможное количество гречневой муки, чтобы продукт получился с насыщенным ароматом и вкусом.

Важно было сохранить традиционную технологию производства, чтобы использовать рецептуру на предприятиях с уже имеющимся оборудованием.

Разработка проводилась на базе Центра прикладных исследований компании «ЭФКО» с использованием специализированных маргаринов для слоеного теста «Экослайс 1703-41» и «Экослайс 1103-41».

Маргарин для слоеного теста «Экослайс 1103-41» – универсальный маргарин для слоеного теста как в плане применения (дрожжевые и бездрож-

жевые), так и в плане сезонности (зима – лето).

Маргарин для слоеного теста «Экослайс 1703-41» произведен на основе переэтерифицированных жиров, является самым пластичным маргарином в ассортиментной линейке компании «ЭФКО», предназначен для приготовления дрожжевых и бездрожжевых, а также замороженных слоеных изделий. Обладает более мягкой и пластичной консистенцией, быстрее оттапливается в условиях цеха при производстве слоеных изделий (в сравнении с маргарином «Экослайс 1103-41»), что особенно актуально в зимнее время года.

Традиционно для приготовления слоеного теста используется мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта, содержащая не менее 28% массовой доли сырой клейковины.

В ходе работы установлено оптимальное соотношение муки: для ржаного изделия – 50% пшеничной / 50% ржаной, для гречневых изделий – 70% пшеничной / 30% гречневой. Такое соотношение положительно сказывается на качестве тестового пласта и готовых изделий.

При увеличении дозировки ржаной или гречневой муки тесто липнет к рукам, рабочим инструментам, что значительно снижает технологичность производства. Увеличение дозировки пшеничной муки имело положительные моменты: улучшалась эластичность теста, оно легче поддавалось раскатке, а в готовых изделиях увеличивались удельный объем и высота. Однако, несмотря на это, вкус и запах, свойственный используемому виду муки, в готовом продукте становился менее выраженным.

Определена оптимальная дозировка сахара для слоеных дрожжевых изделий: с внесением ржаной муки – 3% к массе муки, с внесением гречневой муки – 7% к массе муки. Бездрожжевые изделия вырабатываются без сахара. При уменьшении дозировки сахара значительно снижается скорость брожения сформованных изделий, ухудшаются вкусовые характеристики готового изделия. При увеличении дозировки сахара консистенция тестового пласта становилась излишне липкой, процесс слоения усложнялся в связи с налипанием теста на рабочие органы машины для слоения.

Рецептура дрожжевого слоеного изделия с внесением ржаной муки пред-

Таблица 1. Химический состав муки различных видов

Пищевое вещество	Мука гречневая	Мука пшеничная в/с	Мука ржаная
Белок	13,6	10,8	10,7
Жир	1,2	1,3	1,9
Углеводы	70,2	69,9	58,5
Моно- и дисахара	1,4	1	1,1
Пищевые волокна	2,8	3,5	13,3
РР	3,1	1,2	3,3
В <sub>1</sub>	0,1	0,17	0,42
В <sub>2</sub>	0,18	0,04	0,15
В <sub>6</sub>	0,5	0,17	0,35
В <sub>9</sub>	32	27,1	55
Е	0,3	1,5	2,2
Кальций	42	18	43
Магний	48	16	75
Фосфор	250	86	256
Калий	130	122	396
Железо	4	1,2	4,1
Гликемический индекс	50	85	65

Таблица 2. Физико-химические показатели маргаринов для слоеного теста

Показатель	«Экослайс 1103-41»	«Экослайс 1703-41»
Массовая доля жира, не менее, %	82	82
Температура плавления жира, выделенного из маргарина, °С	38–42	39–43
Массовая доля твердых триглицеридов	10 °С	55–65
	15 °С	50–56
	20 °С	40–45
	25 °С	29–34
	30 °С	20–25
	35 °С	13–17

усматривает введение солодового экстракта, который богат ценными веществами (магнием, фосфором, железом, медью, витаминами С, В<sub>1</sub> (тиамин), В<sub>2</sub> (рибофлавин), В<sub>3</sub> (пантотеновая кислота), В<sub>6</sub> (пиридоксин), РР (ниацин), Н (биотин)) и одновременно является многофункциональным улучшителем.

Определена оптимальная дозировка солодового экстракта – 2% к массе муки. Данная дозировка, установлен-

ная опытным путем, позволила значительно улучшить вкусовые характеристики готового изделия, придав ему выраженный аромат солода. Кроме того, изменился цвет как тестового полуфабриката, так и готового продукта – из характерного серого оттенка, которым обладает ржаная мука, он перешел в насыщенный коричневый. В процессе исследования была установлена оптимальная закладка маргарина на слоение, которая составила 18% к мас-

Таблица 3. Рецептуры слоеных изделий

Наименование компонента	Рецептура дрожжевого слоеного изделия с внесением гречневой муки, %	Рецептура бездрожжевого слоеного изделия с внесением гречневой муки, %	Рецептура дрожжевого слоеного изделия с внесением ржаной муки, %
Мука пшеничная в/с	32,33	33,44	24,32
Мука гречневая	14,26	14,75	–
Мука ржаная обдирная	–	–	24,32
Дрожжи сухие	0,99	–	0,87
Сахар-песок	3,33	–	1,46
Соль поваренная пищевая	0,59	0,66	0,63
Сорбитол	0,24	–	–
Сухая пшеничная клейковина	1,19	1,48	1,46
Солодовый экстракт	–	–	1,22
Жидкая многофазная закуска для ржаного, ржано-пшеничного хлеба	–	–	0,97
Вода	32,33	32,95	29,67
Маргарин специализированный «Экослайс 1703-41»	14,74	–	–
Маргарин специализированный «Экослайс 1103-41»	–	16,72	15,08

**Технология производства:**

1. Замес теста из всех рецептурных компонентов, кроме специализированного маргарина.
2. Отлежка теста:  $t = 4-8^{\circ}\text{C}$ , 30 минут.
3. Внесение маргарина в тесто, слоение полуфабриката по схеме:  
 $3 \times 4 \times 3$  – для дрожжевых слоеных изделий,  
 $4 \times 4 \times 4 \times 3$  – для бездрожжевых изделий.  
 Окончательная толщина тестового пласта перед формованием – 3–7 мм.
4. Нанесение проколов для бездрожжевого слоеного изделия.
5. Формование, отделка пласта.
6. Расстойка для дрожжевых изделий:  $t = 32-33^{\circ}\text{C}$ , влажность – 72–73%, 60 минут.
7. Выпечка:  $t = 190-200^{\circ}\text{C}$ , 13–16 минут.

се теста для дрожжевых изделий, 20% к массе теста для бездрожжевых изделий. Уменьшение закладки маргарина на слоение приводит к ухудшению реологических характеристик теста – теряется пластичность, снижается уровень подъема слоеных изделий. Увеличение закладки маргарина приводит к тому, что изделия становятся более жирными.

В результате подбора схемы слоения для дрожжевых изделий с внесением ржаной/гречневой муки установлено, что 18 слоев маргарина приводит к большой потере жира за счет его вытекания в процессе выпечки. Увеличение количества слоев до 48 ( $3 \times 4 \times 4$ ) приводит к получению очень тонких слоев теста, их разрыву в процессе выпечки и ухудшению качества готовых изделий.

Выявлено, что наилучшим качеством обладает дрожжевое изделие с внесением гречневой/ржаной муки со 126 слоями ( $3 \times 14 \times 3$ ), бездрожжевое слоеное изделие с внесением гречневой муки со 192 слоями ( $4 \times 4 \times 4 \times 3$ ).

Учитывая технологические особенности гречневой и ржаной муки, в рецептуру теста вводилась сухая пшеничная клейковина в количестве 3% к массе муки для придания тесту требуемых реологических свойств.

Для получения характерной кислинки, свойственной изделиям с внесением ржаной муки, в рецептуру добавлялась жидкая многофункциональная закуска. Определена оптимальная дозировка закуска – 2,5% к массе муки. Данная дозировка улучшает вкусовые качества продукта, придает изделиям характерный кислый вкус и запах.

Расстойка дрожжевых сформованных изделий осуществлялась при  $t = 32-33^{\circ}\text{C}$  и влажности 72–73% в течение 60 минут. Для отделки сформованных изделий можно использовать различные семена (подсолнечные, льняные, тмин) и орехи.

Готовая выпечка с внесением ржаной муки имеет темный цвет, схожий с цветом ржано-пшеничного хлеба, выраженный вкус, аромат соевого и ржаной муки. В качестве начинки для изделия можно использовать гастрономические наполнители сырного, творожного и овощного направления.

Дрожжевая выпечка с внесением гречневой муки имеет выраженный гречневый вкус и запах. Бездрожжевые слойки напоминают хрустящие палочки, имеют развитую слоистую структуру. Изделия обладают характерным коричневым цветом, свойственным гречневой муке. Продукты прекрасно сочетаются как со сладкими наполнителями, так и с гастрономическими – сырными и творожными.

Проведенная работа позволила подобрать оптимальные рецептуры слоеных изделий с внесением ржаной и гречневой муки. **■**



18-я Международная выставка  
**Пищевых ингредиентов**

# ingredients

**RUSSIA**



**17–19 марта 2015 года**

ВДНХ (ВВЦ), Павильон 75  
Москва, Россия



По вопросам участия  
обращайтесь:  
Тел.: +7 (495) 935 7350  
Факс: +7 (495) 935 7351  
ingredients@ite-expo.ru

При поддержке:



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

Одновременно



# CHOCOTECH представит свое оборудование на Prosweets

С 1 по 4 февраля в немецком городе Кёльне пройдет выставка Prosweets 2015, в рамках которой ведущие компании со всего мира продемонстрируют свое оборудование и технологии для производства кондитерских изделий. В числе участников салона – компания CHOCOTECH GmbH.

На стенде компании будет представлен широкий ассортимент оборудования, а также информация по всей производственной программе оборудования для производства конфет и переработки шоколада.

Расскажем подробнее, какие экспонаты будут выставляться и в чем их преимущества.

## Экономия энергии

Установка ECOGRAV® – включает в себя систему для взвешивания, буферную емкость и устройство для непрерывного растворения сахара или сахарозаменителей под давлением. Процесс растворения производится при исходном содержании в рецептурной смеси 90% сухих веществ. При этом для растворения в идеальном случае используется только вода из глюкозы.

По сравнению с традиционной технологией (75–80% сухих веществ в начале процесса) при варке масс для производства различных кондитерских изделий испа-



1.



2.

1. Линия CHOCOFORM® предназначена для изготовления изделий из шоколада различной формы  
2. ECOGRAV® – экономия энергии до 50% при приготовлении сахаропаточных сиропов

ряется гораздо меньше воды (или массы) готовятся вообще без испарения, например сахарная помада). Это позволяет экономить до 50% энергии в процессе варки.

Все связанные с новой технологией технические проблемы были решены в ходе испытаний в научно-исследовательской лаборатории компании. Данные испытания также опровергли опасения специалистов по поводу изменения свойств полученных растворов (цвет, степень инверсии и т. д.).

## Решения для производства изделий фармацевтического назначения

На стенде CHOCOTECH посетители выставки смогут также ознакомиться с информацией об ассортименте оборудования для изготовления твердой карамели и жевательных изделий с содержанием биологически активных добавок, витаминов, кальция и т. д.

## Желе

Система JELLYMASTER® идеальна для эффективного производства жележных масс на основе широкого ассортимента студнеобразователей: желатина, крах-


мала, пектина, гуммиарабика, агар-агара и каррагинана.

На стенде будут продемонстрированы системы взвешивания и дозировки ингредиентов в уваренную жележную массу: для могульных линий представлена гравиметрическая система для дозировки ингредиентов JELLYMIX™, позволяющая одновременно производить до восьми изделий различных по цвету и вкусу изделий. Эта система может применяться и для аэрированных масс.

## Формовка шоколада

Линия профессионального оборудования CHOCOFORM®, предназначенная для формования шоколадных изделий различной формы (плоской, круглой, яйцеобразной), будет представлена в своем новом дизайне.

Теперь можно за 30 минут легко менять форму изготавливаемых продуктов.

В составе линии находится новая система предварительного охлаждения, повышающая ее производительность на 50%. 

Оборудование компании CHOCOTECH будет представлено в зале 10.1 (стенд B020/C029)

### СПРАВКА

В ассортимент CHOCOTECH входят комплектные варочные линии для многих кондитерских масс: жележных, помадных, молочной карамели, ириса, твердой и жевательной карамели, фруктовых и других батончиков, грильяжа и т. д. Уникальной является линия FrozenShell® для изготовления тонкостенных шоколадных формочек, которая позволяет создавать совершенно новые шоколадные изделия.

# X Юбилейная Международная конференция «КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ XXI ВЕКА»

16 - 18 февраля 2015 г., Москва, Международная промышленная академия

## ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Ассоциация предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД»
- ФГБНУ НИИ кондитерской промышленности
- Международная промышленная академия

## В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Современное состояние и перспективы развития кондитерской промышленности в странах Таможенного союза и за рубежом
- Реформа технического регулирования стран Таможенного союза
- Нормативно-правовое регулирование внешней и взаимной торговли на единой таможенной территории Таможенного союза
- Техническая и технологическая модернизация отрасли
- Научное обеспечение производства кондитерских изделий в России. Научные принципы получения изделий с гарантированными составом, структурой и свойствами

## ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

- Министерства сельского хозяйства РФ
- ФГБНУ НИИ питания
- Союза производителей пищевых ингредиентов
- Национального фонда защиты потребителей

## В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Новые предложения от производителей технологического оборудования
- Сырье, пищевые добавки и другие ингредиенты: новые предложения от производителей, новые возможности
- Программа разработки национальных и международных стандартов на кондитерские изделия и методы их испытания
- Качество и безопасность кондитерских изделий: обеспечение и контроль
- Упаковка и маркировка кондитерских изделий
- Маркетинг в кондитерской промышленности
- Информационное и кадровое обеспечение отрасли

## МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИИ И СМОТРА:

г. Москва, 1-й Щипковский пер., д. 20 (метро: станция «Павелецкая» или «Серпуховская»)

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ СМОТР КАЧЕСТВА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ

15 - 18 февраля 2015 г.

### Организаторы:

- Ассоциация предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД»
- ФГБНУ НИИ кондитерской промышленности
- Международная промышленная академия

### Цель и задачи смотра:

- Оценка уровня качества кондитерских изделий, выпускаемых кондитерскими предприятиями Российской Федерации, стран Таможенного союза и дальнего зарубежья
- Анализ тенденций в развитии ассортимента, оценка новых разработок
- Разработка предложений по повышению конкурентно-способности кондитерских изделий
- Открытая демонстрация лучших кондитерских изделий, выпускаемых предприятиями Российской Федерации, стран Таможенного союза и дальнего зарубежья
- Реклама и поддержка кондитерской отрасли в СМИ

### Предприятия-победители

награждаются золотыми, серебряными и бронзовыми медалями, право владения которыми подтверждают дипломы I, II и III степени.

### НОМИНАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО СМОТРА КАЧЕСТВА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

#### Сахаристые кондитерские изделия:

- Конфеты глазированные
- Конфеты неглазированные
- Карамель леденцовая
- Карамель с начинками
- Шоколад
- Конфеты шоколадные типа «Ассорти»
- Пастиломармеладные изделия
- Драже

#### Мучные кондитерские изделия:

- Печенье сахарное
- Печенье затыжное
- Крекер
- Печенье сдобное
- Рулеты
- Пряники
- Вафли
- Кексы
- Восточные сладости

### СПРАВКИ И ЗАЯВКИ: Международная промышленная академия

Ильина Ольга Александровна, тел.: (495) 959-66-91, e-mail: [ilyina@grainfood.ru](mailto:ilyina@grainfood.ru)

Иунихина Вера Сергеевна, тел.: (495) 959-66-51, e-mail: [iunikhina@grainfood.ru](mailto:iunikhina@grainfood.ru)

Чибисова Елена Серафимовна, тел./факс: (495) 959-66-86, 959-66-52, e-mail: [chibisovaelena@grainfood.ru](mailto:chibisovaelena@grainfood.ru)

Масальцева Ольга Ивановна, тел./факс: (495) 959-71-01, e-mail: [masaltseva@grainfood.ru](mailto:masaltseva@grainfood.ru)

Александрова Ирина Львовна, тел./факс: (499) 235-40-68, e-mail: [aleksandrova@grainfood.ru](mailto:aleksandrova@grainfood.ru)

Деканат, тел./факс: (499) 235-95-79, e-mail: [dekanat@grainfood.ru](mailto:dekanat@grainfood.ru)

### ФГБНУ НИИ кондитерской промышленности

Савенкова Татьяна Валентиновна, тел./факс: (495) 963-65-00, e-mail: [confect@mail.ru](mailto:confect@mail.ru)



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

Автор: **Адам Стеч**,  
директор по продажам CSB-System AG  
направления «Хлебопекарная  
и кондитерская отрасли»

# Эффективное программное обеспечение для производства кондитерской выпечки



*Pfalzgraf Konditorei является одним из крупнейших производителей замороженных тортов и пирожных на рынке Германии*

*Основанное в 1964 году Cafe Brünz сегодня называется Pfalzgraf Konditorei и является одним из крупнейших производителей замороженных тортов и пирожных на рынке Германии. Около 250 сотрудников заняты на предприятии в городе Пфальцграфенвайлер, производящем ежедневно в двухсменном режиме работы более 30 тыс. единиц кондитерской продукции, сбыт которой организован через предприятия специализированной оптовой торговли. С начала расширения этого сегмента бизнеса выросли и предъявляемые к производству требования. Появилась необходимость адаптации информационных технологий к новым структурам.*

**В**ыбор программного обеспечения CSB-System **владелец предприятия Дирк Брюнц** сделал по совету партнеров по бизнесу. Сегодня, спустя более 20 лет, специализированное отраслевое IT-решение CSB-System управляет всем товарным хозяйством на предприятии. Большой объем данных, которые должны быть предо-

ставлены в распоряжение и в любой момент доступны каждому пользователю, делает неизбежным использование высокопроизводительного и эффективного программного обеспечения. «Кроме того, за годы работы мы узнали много нового о наших производственных процессах и в ходе реализации проекта по внедрению

CSB-System смогли учесть этот опыт в оптимизации процессов», – говорит Дирк Брюнц.

## Производство

Производственный план на следующую рабочую неделю готовится за семь дней вперед. Этого времени достаточно для закупки у поставщи-



Требуемое для производства сырье рассчитывается на основе сохраненных в системе рецептов и запланированных объемов производства



CSB-Rack непосредственно связаны с весами и позволяют сотрудникам выполнять все рабочие операции точно в соответствии с заданием

ков необходимого для производства сырья и материалов. Требуемые объемы сырья рассчитываются на основе имеющихся рецептов и запланированных объемов производства. Заказы сырья могут быть переданы поставщикам непосредственно в системе CSB-System. Эта информация доступна в системе и используется также сотрудниками на пункте приемки. Кроме объемов поставки и названия поставщика, здесь сверяются и регистрируются в системе также и другие важные данные, например срок хранения товаров или температура. Удобнее всего работать с товарами, которые уже имеют этикетку со штриховым кодом EAN-128. В этом случае продукт принимается посредством сканирования этикетки, что позволяет избежать более затратную по времени регистрацию информации с помощью клавиатуры.

туры. На товары, не имеющие этикетку со штриховым кодом, наклеивается созданная в системе CSB-System новая этикетка, которая служит для четкой маркировки сырья и облегчения работы с ним в последующих производственных процессах.

В соответствующий день на основе перечня требуемых ингредиентов необходимое сырье передается со склада сначала в подготовительные цеха, а затем непосредственно на четыре производственные линии. В соответствии с рабочим планом и сохраненными в системе рецептурами выполняется взвешивание отдельных сырьевых компонентов. В цехах, таких как бисквитный, сливочный и отделочный, установлены промышленные компьютеры CSB-Rack. Эти рабочие места непосредственно связаны с весовым оборудованием и позволяют сотрудникам выполнить все необходимые операции точно в соответствии с заданием. Все операции должны быть подтверждены выполняющим их сотрудником, в противном случае процесс останавливается. В завершение производственного процесса получается готовый к продаже продукт.

### Прослеживаемость

Благодаря информации на упаковке, штриховым кодам и номерам партий можно проследить все использованное в производстве сырье и вспомогательные материалы. Компании Pfalzgraf Konditorei надежная прослеживаемость важна: она не только гарантирует клиенту безопасность продукции, но и позволяет свести к минимуму собственные риски. Для надежной прослеживаемости продукции и своевременной ее доставки клиенту во всем процессе создания добавленной стоимости, начиная с приемки сырья и заканчивая комплектацией и доставкой заказов, для каждого артикула вся информация регистрируется непосредственно на месте ее возникновения.

Для этого используются различные модули в составе решения CSB-System. «Кроме того, мы имеем возможность обратиться к разработчикам CSB с нашими собственными идеями и предложениями, чтобы получить точно подходящее именно нашему предприятию решение», – добавляет **Андреас Циглер, директор по IT предприятия Pfalzgraf Konditorei.** ■

# Упаковка 400-летних анисовых леденцов с космической точностью

*Если все свое время и умение вы посвящаете производству традиционных кондитерских изделий, существует лишь несколько производственных процессов, где можно применить современные технологии. Упаковка – один из них. Именно здесь может быть задействован мультиголовочный весовой дозатор, обеспечивая современную скорость и точность работы.*



**Т**радиционные анисовые леденцы, которые впервые упоминаются в манускрипте 1591 года, на протяжении многих сотен лет производились в историческом французском городе Флавињи-сюр-Озрен. С 1923 года существует только одна компания-изготовитель «тех самых» анисовых леденцов из Флавињи, которую возглавлял господин Жан Труба. Он лично разработал конструкцию дозирующей машины, через которую вплоть до 2012 года и проходила большая часть продукции.

Настоящие анисовые леденцы из Флавињи поэтапно производятся нанесением сахарного слоя, часто с добавлением различных эфирных масел, на зернышко аниса. Для того, чтобы «вырастить» во вращающихся медных емкостях одну партию леденцов драже весом 1 грамм, требуется 15 дней. Грубое обращение может отколоть внешний слой, нарушая его гармоничную гладкость.

## Маленькому продукту – маленькая упаковка

Дочь Жана, Катрин Труба, решила представить на рынке леденец меньшего размера, получивший название Petits Anis, в новой 18-граммовой упаковке. Однако в процессе работы над созданием продукта она обнаружила, что старая дозирующая машина не способна справиться с поставленной задачей.

Желая познакомиться с существующим на рынке современным дозирующим оборудованием, она посетила

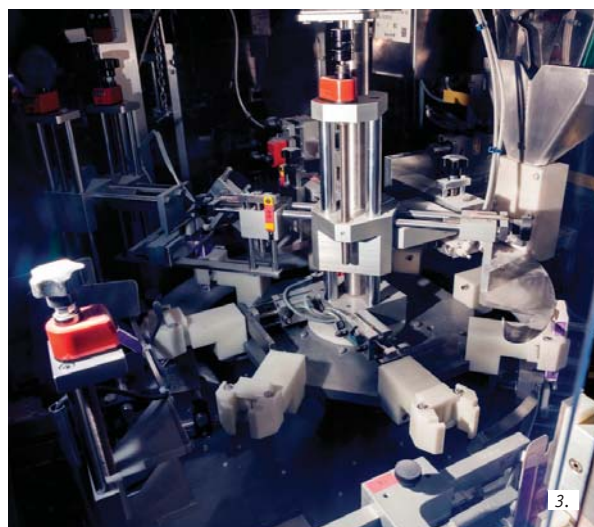
*Линейный весовой дозатор Ishida с его плавными скатами и специальной ударопоглощающей поверхностью обеспечивает 99,5% сохранности продукта при взвешивании и упаковке*



1.



2.



3.



4.



5.



6.

1–4. Новый линейный весовой дозатор Ishida с эффективностью работы 99% уже заслужил прозвище «Джедай»

5–6. Производство леденцов с анисовым зерном – старинная традиция, а процесс приготовления одной партии занимает 15 дней

стенды Ishida и двух других производителей мультиголовочных весовых дозаторов на выставке Salon de l'Emballage 2010. Вскоре после этого из сообщений в отраслевой прессе она узнала, что компания Ishida создала линейный мультиголовочный весовой дозатор специально для нужд кондитерского производства. После нескольких тестовых испытаний Petits Anis на оборудовании Ishida на продукте не было выявлено даже малейших сколов.

Поэтому фабрикой Anis de Flavigny был приобретен линейный мультиголовочный весовой дозатор Ishida CCW-R-106PL, установленный над машиной для расфасовки в 18-граммовые упаковки.

### Бережное обращение

Линейная конструкция нового весового дозатора гарантирует, что высота падения леденцов на ленту никогда не превышает 150 мм, предотвра-

щая сколы и трещины глянцевой поверхности леденцов. К другим мерам обеспечения целостности продукта относится вставка из специального материала.

При взвешивании твердых кондитерских изделий сферической формы, которые могут «подпрыгивать» на ленте, линейная конфигурация обеспечивает плавность потока, что гарантирует точность взвешивания продукта, имеющего тенденцию к «скрадыванию» массы.



Катрин Труба руководит компанией Anis de Flavigny с 1990 года. Она лично занималась поиском современной системы взвешивания/упаковки, что привело к покупке и установке линейного мультиголовочного весового дозатора Ishida



Производство Anis de Flavigny расположено в здании аббатства этого живописного древнего города. Флавины послужил естественной декорацией для многих кинофильмов, в том числе и для знаменитого «Шоколада», снятого в 2000 году

### Космическая эффективность

Шестиголовочный весовой дозатор функционирует с точностью 12-головочного, так как каждый накопительный бункер обслуживает два весовых. Весовой дозатор 106PL, чья эффективность составляет 99%, установлен на простой, но крайне надежной платформе, а наружный пыленепроницаемый корпус с уплотнением против сквозняков и наблюдательными окнами придает ему неповторимый, косми-

ческий внешний вид. Сотрудники фабрики Anis de Flavigny уже наградили его шутивным прозвищем «Джедай».

### Постоянное совершенствование

18-граммовые упаковки очень удобно носить с собой, и они стали так популярны, что компания Anise de Flavigny решила представить на рынке и леденцы стандартного размера в этом упаковочном формате.

Катрин Труба приняла от своего отца руководство компанией Anis de Flavigny в 1990 году. С тех пор она неуклонно совершенствует производственный процесс, маркетинговую политику и систему доставки товара, что привело к росту объемов выпуска продукции до 220 тонн в год и увеличению оборота до 3,9 млн евро. При этом уникальность продукта и верность традициям остались прежними. **□**

20-я Юбилейная международная выставка  
упаковочной индустрии

**16–19 июня 2015**

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



Оборудование



Готовая упаковка  
и этикетка



Групповая упаковка  
и складские системы



Сырье и материалы

Забронируйте стенд на сайте  
[www.rosupack.com](http://www.rosupack.com)



Тел.: +7 (495) 935 81 00  
E-mail: [rosupack@ite-expo.ru](mailto:rosupack@ite-expo.ru)



Самые современные образцы машин для разбивания яиц могут самостоятельно отделять белок от желтка, значительно экономя время

## Искусство разбивать яйца

Куриное яйцо долгое время являлось одним из основных ингредиентов, применяемых в кондитерской промышленности. Однако ввиду того, что с его обработкой связано множество чрезвычайно трудоемких производственных процессов, а также из-за дороговизны данного сырья, его стали заменять различными альтернативными, более дешевыми продуктами.

Подготовила:

**Светлана Карельская**

Тем не менее производители, борющиеся за чистоту этикетки и желающие изготавливать продукцию из натурального сырья, что очень ценят большинство потребителей, используют в своем производстве именно натуральные яйца.



Производительность оборудования для разбивания яиц зависит от типа выбранной установки и может составлять до 20 тыс. штук в час

Отдавая предпочтение натуральному яйцу, а не яичному порошку и другим заменителям, производители кондитерских изделий знают, что разбивание яиц вручную – процесс трудоемкий и требующий предельной аккуратности. Однако сегодня есть оборудование, способное осуществлять эту работу при минимальном участии человека.

### Преимущества автоматизации процесса

Современные установки для разбивания яиц предполагают участие в процессе человека только на этапе загрузки предварительно помытого яйца в приемник. Все остальные операции установка делает самостоятельно. К слову, при оснащении линии машиной для мойки яиц и транспортной лентой процесс может и вовсе происходить без участия человека. А самые современные образцы машин для разбивания яиц могут самостоятельно отделять белок от желтка, значительно экономя время, затрачиваемое на приготовление некоторых видов кондитерской продукции.



Отдавая предпочтение натуральному яйцу, а не яичному порошку и другим заменителям, производители кондитерских изделий знают, что разбивание яиц вручную – процесс трудоемкий и требующий предельной аккуратности. Однако сегодня есть оборудование, способное осуществлять эту работу при минимальном участии человека.

Производительность оборудования для разбивания яиц зависит от типа выбранной установки и может составлять до 20 тыс. штук в час.

По словам изготовителей данного вида оборудования, предприятиям, использующим для производства кондитерских изделий натуральное яйцо, важно не только получить максимально быстро необходимое количество меланжа (смеси яичного желтка и белка), но и сэкономить. И современные машины позволяют это сделать: выход меланжа при разбивании яйца на таких установках до 10% больше, чем при разбивании вручную. Кроме того, многие установки при разбивании яиц измельчают скорлупу, благодаря чему уменьшают объемы отходов в 8 раз, что снижает количество емкостей накопления, расходы на транспортировку и переработку.

### Обзор установок для разбивания яиц

#### Компактные установки для разбивания яиц

Оборудование такого типа по достоинству оценят владельцы небольших и средних пекарен и кондитерских

фабрик. Данные устройства мобильны (как правило, не крепятся к полу, а устанавливаются на колеса), занимают достаточно мало места и имеют небольшой вес (в среднем около 40 кг), при этом они очень просты в эксплуатации и имеют высокую производительность. Как правило, компактные установки представляют собой машины вертикального типа, загрузка яиц в которые осуществляется через загрузочную воронку.

#### Сепараторы

Данные установки, помимо разбивания яиц, обладают функцией отделения белка от желтка. Эти устройства оснащены не только комплектом ножей для разбивания яиц, но и разделителем, куда поступает яичная масса и где происходит отделение желтка от белка.

Некоторые современные сепараторы могут работать в двух режимах: точном и скоростном. Точный режим работы используется в случае переработки некачественного материала – яиц с водянистым белком и хрупким желтком. Ножи устройства, работающие

в точном режиме, открывают скорлупу медленнее, чем в скоростном, благодаря чему желток медленнее вытекает из разбитой скорлупы, соответственно, количество разбитых желтков сильно уменьшается.

Скоростной режим предназначен для разбивания яиц обычного качества. В этом режиме устройства работают с наибольшей эффективностью.

Сепараторы также могут быть оснащены плавным регулятором скорости работы, чтобы в любой момент и при любом режиме оператор мог замедлить или ускорить работу устройства.

#### Автоматические линии

Данные установки предполагают полную автоматизацию процесса обработки яиц – от подготовки к разбиванию до получения конечного продукта. Такие линии включают в себя станции мойки и дезинфекции яиц, разбивания яиц, выхода готового продукта, а также транспортеры для доставки продукта от одной станции к другой. Установки данного типа пользуются спросом на крупных предприятиях с большими объемами производства. **КС**



Автор:



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

## Особенности продвижения в социальных медиа

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

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

Начнем с развенчания последнего. Согласно данным крупнейшей марке-

тинговой компании TNS Media, жители России в возрасте от 16 до 42 лет взаимодействуют с социальными сетями гораздо теснее, чем с какими-либо другими каналами коммуникации: 94% заходят в свои аккаунты хотя бы раз в день. Гораздо интереснее статистика, показывающая, что россияне занимают второе после филиппинцев место в мире по количеству времени, проводимому в соцсетях. В России среднеста-

тистический пользователь Интернета уделяет им 17,2 часа в месяц, для филиппинца этот показатель составляет 17,6 часа. Тем не менее, по данным TNS, за последний год доля пользователей социальных сетей 57–67 лет выросла в 17 раз.

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

В ходе опроса компании Kantar, 36 млн наших соотечественников заявили, что в обязательном порядке обращаются к социальным сетям, прежде чем принять решение о покупке того или иного товара или пользова-

нии услугой. Вместе с тем 15,5 млн респондентам вообще не требуется подтверждение собственного мнения, и они не предпринимают целенаправленных действий, чтобы соотнести свои ощущения с отзывами других людей, в том числе игнорируя возможности соцсетей.

Тем не менее, помимо них, существует большой спектр инструментов, который может использоваться на рынке продуктов питания. К нему относятся: «Википедия», блоги и микроблоги, сервисы для фотоконтента (например, Instagram), сервисы для аудио- и видеоконтента, игровые площадки и, конечно, форумы.

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

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

Когда специалисты предприятия тестировали свой сайт для пользовате-

*Россияне занимают второе после филиппинцев место в мире по количеству времени, проводимому в соцсетях. В России среднестатистический пользователь Интернета уделяет им 17,2 часа в месяц, для филиппинца этот показатель составляет 17,6 часа. Тем не менее, по данным TNS, за последний год доля пользователей социальных сетей 57–67 лет выросла в 17 раз.*

лей мобильных устройств, доля которых среди всех посетителей Интернета, по данным за прошлый год, составляет 33,9%, выяснилось, что больше трети всех заходов на страницу производится именно с мобильных и планшетов. Одновременно тестировались сайт адаптивный, который способен изме-

нять свою верстку, и неадаптивный, рассчитанные на довольно простое целевое действие – посетителю предлагалось зарегистрироваться и попробовать новый сорт колбасы.

Оказалось, что почти в два раза лучше конвертировались люди, пришедшие с мобильных устройств на адаптивную версию сайта, чем пользователи его неадаптивного аналога.

Если еще несколько лет назад свойство сайта изменять собственную верстку было, во-первых, факультативным, а во-вторых, довольно дорогостоящим (цена за разработку увеличивалась вдвое), то сейчас разница между адаптивным и неадаптивным вариантами невелика, что исключает критерий стоимости из числа важнейших при принятии решения о создании или совершенствовании сайта компании.

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

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

Вторая линия, которую важно проводить, связана с educator choice, или правильным осознанным выбором. Многие люди при покупке, например, печенья руководствуются принципами «чем дешевле, тем лучше» и «я один раз попробовал, понравилось, поэтому буду приобретать его и впредь». Это серьезно усугубляет ситуацию, потому что, если вам есть чем похвастаться с точки зрения конкурентного качества продукта, очень важно объяснить потребителям, что собственно таким конкурентным качеством является. Доносить до людей, на основании чего они должны предпочесть вас как производителя, объяснять крите-

рии выбора. Ни телевидение, ни пресса, ни радио, никакой другой традиционный канал, в отличие от социальной сети, не позволит выстроить продолжительную качественную коммуникацию с аудиторией и при этом составить ее максимально конкретный портрет.

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

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

Еще одно важное свойство социальных сетей связано с широкими возможностями для проведения исследований без ограничения по географическому принципу. В условиях до предела сжатого бюджета, используя данную площадку, где люди регулярно делятся опытом, можно провести обширное исследование, включающее тотальный мониторинг отзывов как о продукте конкурентов, так и о продуктовой категории в целом. Для каждого региона построить релевантную карту предпочтений, в том числе отдельно по брендам, установить, что являлось сдерживающим фактором при выборе того или иного продукта.

Особенность индустрии продуктов питания заключается в высокой доле потребительских рисков при выборе той или иной товарной позиции. И прицельная работа с лидерами мнений оказывается подчас еще одним эффективным инструментом, на который я также советую обратить внимание всем производителям! **КС**



**sfera.fm**

food market news

преемник Food Business Russia –  
форума с 15-летней историей!

Встречи на 1,7 лет – в новом формате бизнес-клуба

BBCG +7 (495) 785 22 06 www.b2bcg.ru http://app.b2bcg.ru/



# БИЗНЕС КЛУБ BBCG

RETAIL • FOOD • SERVICE

6 и 7 февраля 2015

Загородный клуб Империл Парк отель, Москва

ДЕЛОВАЯ ВСТРЕЧА В НЕФОРМАЛЬНОЙ ОБСТАНОВКЕ  
ДЛЯ ГЛАВ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

**ОДНА ОБЩАЯ ЦЕЛЬ:**  
новые решения в партнерстве друг с другом!

**ВПЕРВЫЕ! НОВЫЕ СВЯЗИ  
С БИЗНЕСМЕНАМИ СОСЕДНИХ  
РЫНКОВ: РЕСТОРАННЫЕ СЕТИ,  
ДРОГЕРИ, РИТЕЙЛ ПРИ АЗС**

«Увлечение» продуктовых сетей собственным производством и food-to-go все больше рождает не только конкуренцию с сетями быстрого питания, но и возможности партнерства! Расширьте свою сеть контактов, проанализируйте перспективы, переймите опыт!

**НОВЫЙ ФОРМАТ –  
МОЗГОВЫЕ ШТУРМЫ  
ПЛЮС ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ ПЕРВЫХ**

Учится никогда не поздно! Особенно сегодня, когда информация так стремительно устаревает. Именно поэтому помимо больших тем мы включили в программу обучающие практические сессии.

**ЗАГОРОДНЫЙ ОТЕЛЬ  
ДЛЯ ОБЩЕНИЯ БЕЗ ПРОТОКОЛА**

Формат встречи задает и место проведения. В этот раз им станет пятизвездочный фешенебельный Империл Парк Отель, расположенный в ближайшем Подмосковье, в лучших традициях встреч в Виноградово в начале 2000-х годов.

**БОЛЕЕ 300  
ДЕЛЕГАТОВ:**

- Главы федеральных и региональных продуктовых розничных сетей
- Владельцы продовольственных компаний
- CEO ведущих FMCG брендов
- Первые лица ресторанных сетей
- Косметический и дрогери ритейл
- Ритейл на АЗС

**Делить сегодня нечего, надо договариваться!**

ПОДТВЕРДИТЬ  
УЧАСТИЕ:



**Ирина Чиннова**  
**+7 (495) 785-22-06**  
iren@b2bcg.ru



+7 (495) 785-22-06



info@b2bcg.ru



www.b2bcg.ru



http://app.b2bcg.ru/

На правах  
рекламы

16+

# ВСЕ ОТРАСЛИ ПИЩЕПРОМА

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

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



# АГРО ПРОД МАШ

**20** ЛЕТ  
ВМЕСТЕ  
К УСПЕХУ

5–9  
октября 2015

## «АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2015»

7-я международная выставка-салон  
«Комплекующие, агрегаты  
и материалы для пищевого  
и перерабатывающего производства»



Организатор:  
 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МОСКВА

При поддержке:  
Министерства сельского хозяйства РФ

Под патронатом:  
Торгово-промышленной палаты РФ

Генеральный  
информационный  
партнер:

**ПРОДИНДУСТРИЯ**

Информационный  
партнер:

 **МИНИСТЕРСТВО ПИЩЕВАЯ  
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ**

Официальный  
интернет-партнер:

 **oborud.info**  
КОРТА ОБОРУДОВАНИЯ

Реклама

12+





**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

 **ISHIDA**

УПАКОВКА



UPAK  
ITALIA

23<sup>я</sup> международная  
специализированная выставка  
упаковочных технологий

УПАКОВКА /  
УПАК ИТАЛИЯ

в сотрудничестве с:



CENTREXP0

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

Две темы – общая платформа для Вашего бизнеса



18<sup>я</sup> международная  
специализированная  
выставка пластмасс и каучука

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

интерпластика

2015

27–30 января

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МОСКВА  
Россия, Москва  
Красная Пресня

ООО «Мессе Дюссельдорф Москва»  
119021 Россия, Москва \_ ул. Тимура Фрунзе, д. 3, стр. 1  
Тел.: +7 495 955 91 99 \_ факс: +7 499 246 92 77  
[www.messe-duesseldorf.ru](http://www.messe-duesseldorf.ru)

<sup>®</sup>  
Messe  
Düsseldorf  
Moscow