

молочная сфера

2 (53) 2015

50

Один из крупнейших французских производителей молочной продукции Candia осуществляет контроль качества содержимого 10 миллионов бутылок с молочными смесями для детей в год, используя новую систему рентгеновского контроля Ishida IX-GA-B3043.

Candia является частью концерна Sodiaal, ведущего во Франции производителя молочных продуктов. Группа компаний Sodiaal ежегодно перерабатывает молоко общим объемом более чем 4,1 млрд л.

6

Выбор упаковки: не остаться «с носом»

28

Сырный рынок – лакомый кусок

36

Андрей Молев: «Настало время побед!»



63

На открытом собрании Союза комбикормщиков в рамках выставки «Зерно-Комбикорма-Ветеринария» начальник отдела кормовых ресурсов департамента животноводства и племенного дела Минсельхоза Владимир Дудников поделился данными мониторинга состояния кормовой базы страны, а также рассказал о проблеме импортозамещения кормовых аминокислот.

жение
сыров
страну
тыс. т
тыс. т).

||

2013 2014

Надой молока от одной коровы в сельскохозяйственных организациях (без учета субъектов малого предпринимательства) за прошедший год составил 5 391 кг, что на 383 кг, или на 7,6%, больше уровня 2013-го.

8

По данным ФАО, в 2013 году Россия заняла восьмое место в мире по производству масличных. Выше расположились США, Бразилия, Аргентина, Китай, Индия, Канада и Украина.

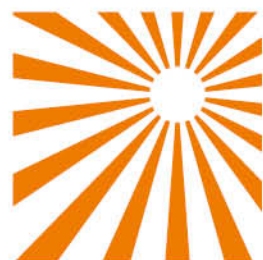


Профессиональные
решения

Заменитель специализированные жиры



Холдинг «Солнечные продукты»:
«Жировой комбинат»
«Московский жировой комбинат»
«Новосибирский жировой комбинат»



солнечные
продукты

ЛИ МОЛОЧНЫХ ЖИРОВ “СолПро” Ы для молочной промышленности



Саратов +7 8452 459 000

Москва +7 495 777 55 01

Новосибирск +7 383 230 35 00

www.solpro.ru

www.TOPSALE.TODAY

мясная

молочная

хлебная

кондитерская

птицепром

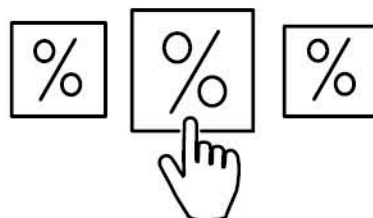
рыбная сфера

-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



Резкое снижение
поставок сыров
и творога в нашу страну
в 2014 году (с 59 тыс. т
до 41 тыс. т).

Источник: Национальный союз производителей молока

В январе 2015 года
в России произведено
42,6 тыс. т сыров
и сырных продуктов,
что на 135,1% выше
аналогичного периода
прошлого года.

Источник: Росстат



2013 2014

Надой молока от одной
коровы в сельско-
хозяйственных
организациях (без учета
субъектов малого
предпринимательства)
за прошедший год
составил 5 391 кг, что на
383 кг, или на 7,6%, больше
уровня 2013-го.



По данным ФАО,
в 2013 году Россия заняла
восьмое место в мире по
производству масличных.
Выше расположились
США, Бразилия,
Аргентина, Китай, Индия,
Канада и Украина.

13-я Международная выставка
молочной и мясной индустрии

**17–20 марта
2015 года**

Москва, ВДНХ, павильон 75



**МОЛОЧНАЯ
И МЯСНАЯ
ИНДУСТРИЯ**



Оборудование
и технологии для
агропромышленного
производства
молочной и мясной
продукции

www.md-expo.ru



Тел.: +7 (495) 935-81-40, 935-73-50
e-mail: md@ite-expo.ru
www.md-expo.ru

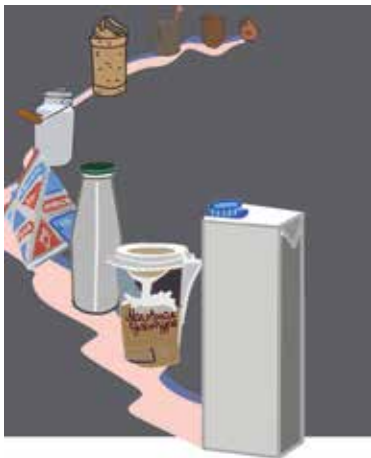
Одновременно
с выставкой:

ingredients
RUSSIA



содержание

	отрасль	18
В центре внимания – Китай, США, Германия		24
инфографика	Потребление мороженого в России	32



Как импортозамещение стимулирует российских производителей к переменам? Каким образом меняется упаковка в зависимости от ценностей сегодняшнего времени? Что способствует успешному запуску бренда в новых условиях?

6

тема номера	Выбор упаковки: не остаться «с носом»	6	/стратегия	Андрей Молев: «Настало время побед!»	36
отрасль /события и факты	Новости	18	производство /события и факты	Новости	40
	«Продэкспо-2015»: новые возможности в новой экономической реальности	20	/наука и технологии	Коровы и шестой технологический уклад	42
/тенденции	В центре внимания – Китай, США, Германия	24	/оборудование	Перспективное решение для упаковки сыра	48
/исследование	Сырный рынок – лакомый кусок	28		Контроль качества детского питания	50
industry /research	Cheese market: a sweet spot	28		Кратчайшие сроки и высокое качество!	52
инфографика	Потребление мороженого в России	32		Создано для клиента. Линии для плавленого сыра	53
компании /события и факты	Новости	34			

производство	40
Коровы и шестой технологический уклад	42
корма	Маститы: эффективное решение проблемы 62



Особенностью потребления сыра в России является его восприятие не как самостоятельного блюда, а как компонента бутербродов, которые подаются к столу в качестве закуски среди прочих холодных блюд. Следствием данной тенденции стало относительно низкое потребление сыра в России по сравнению с другими европейскими странами.

28

/оборудование	Упаковка clip-tube: «умное» решение	54	Все дело в казеине	60
/упаковка	Упаковочной отрасли грозит кризис	56	Маститы: эффективное решение проблемы	62
/ингредиенты	Новые продукты в Реестре жиров Союза мороженщиков России	58	Кормовая база страны: состояние и проблемы	63

молочная сфера

№2 (53) 2015

Информационно-аналитический журнал для специалистов молочной, масложировой индустрии

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 - 46399 МОЛОЧНАЯ СФЕРА 31.08.2011 г.

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

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

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

Менеджер
по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антимова
n.antipova@sfera.fm

Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:
Виктория Загоровская
editor@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Татьяна Путинцева
t.putinzeva@sfera.fm

Дизайн инфографики:
Татьяна Путинцева

Корректор,
литературный редактор:
Лариса Торопова

Иллюстрации в номере:
Тимофей Яржомбек и Нина Кузьмина

Журнал распространяется
на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 4 раза в год.

Использование информационных
и рекламных материалов журнала

возможно только с письменного
согласия редакции.

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.

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

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 24.02.15.
Тираж: 3 000 экз.





Продающая упаковка: взгляд сверху

В рамках международной выставки «Продэкспо-2015» состоялся мастер-класс «Продающая упаковка: взгляд сверху. Маркетинговая стратегия предприятия в непростых экономических условиях современного рынка».

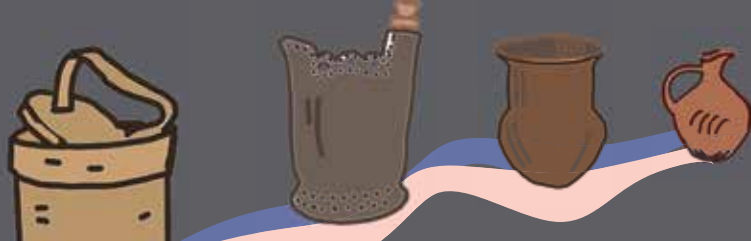
В рамках мероприятия ведущие показали, как меняется отношение к упаковке: успешные компании давно рассматривают ее как часть маркетинга. Сегодня, когда основной общий тренд 2015 года – это эффективность, упаковка должна стать частью уникального торгового предложения. Консультанты и бизнес-тренеры Наталья Кирюшкина и Виктория Дашина назвали три базовые маркетинговые функции упаковки, которым она должна соответствовать: быть «телом» продукта, являться приманкой для покупателя, быть элементом системы продвижения.

Сегодня главная ценность, которую потребитель хочет получить от упаковки, – это время, точнее, его экономия. Время также диктует новые критерии оценки эффективности в использовании упаковки. По мнению ведущих, помимо ценностей, потребители хотят от упаковки креативности, удобства использования и информативности.

Грамотно разработанная упаковка поможет при необходимости изменить восприятие продукта в сознании потребителя и переориентировать его на более платежеспособную аудиторию. В то же время экономия на качестве упаковки может таить в себе обратную опасность: ухудшить восприятие продукта со стороны потребителя и, тем самым, отбросить его в более дешевый сегмент.

Один из выводов мастер-класса состоял в том, что раз компания заплатила за упаковку, то ее просто необходимо использовать для дальнейшей рекламы и продвижения.

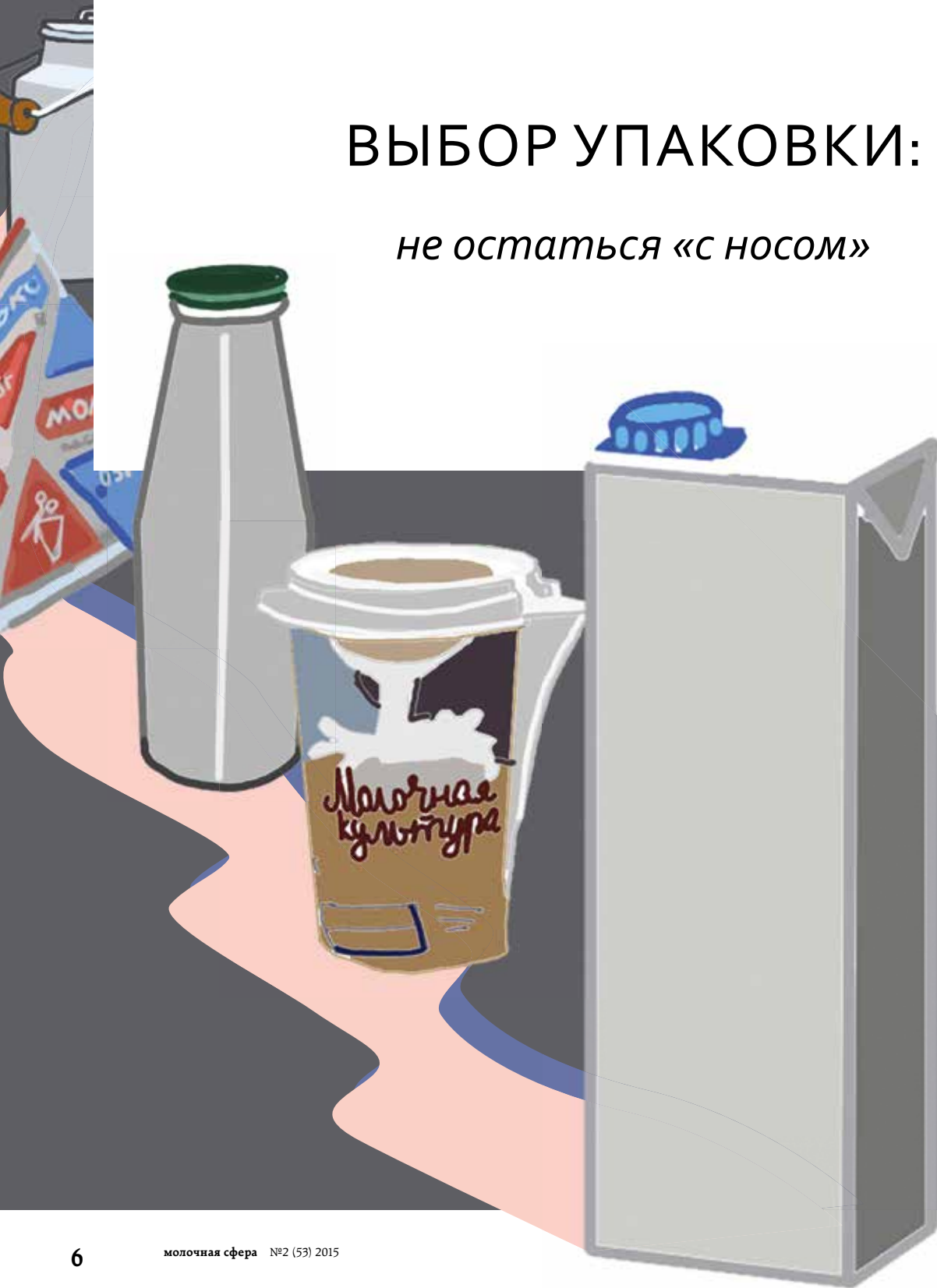
Виктория Загоровская,
редактор журнала «Молочная сфера»
editor@sfera.fm



Тема номера

ВЫБОР УПАКОВКИ:

не остаться «с носом»



Автор:
Виктория
Загоровская



Как импортозамещение стимулирует российских производителей к переменам? Каким образом меняется упаковка в зависимости от ценностей сегодняшнего времени? Что способствует успешному запуску бренда в новых условиях?

Типы современной упаковки

Сейчас, как никогда ранее, потребители стали задумываться о качестве продуктов питания. Плохое качество попадающей на рынок продукции может нанести серьезный ущерб репутации компании. Кроме того, оно грозит дистрибьюторам, поставщикам и производителям продуктов расходами на возмещение ущерба. Потребители часто сталкиваются с вопиющими нарушениями в пищевой отрасли, ведущими к массовым отзывам продукции. Помимо этого, становятся все более сложными нормативные требования к обеспечению качества и безопасности пищевых продуктов.

Задача производителей молочных изделий заключается в реализации продукции высокого качества в соответствии со стандартами и меняющимися нормативными требованиями. Результат – поддержание репутации бренда, соответствие требованиям потребителей и ликвидация риска отзыва продукции.

Важную роль здесь играет выбор упаковки. Среди основных видов современной упаковки для молочной продукции лидирующие позиции занимают стеклянная тара, полипропиленовые и полистирольные стаканчики и коробочки, полиэтиленовые и полипропиленовые выдувные бутылочки, пакеты из комбинированных материалов в «Тетра-брик-асептик», пакеты из заготовок типа Пюр-Пак и Тетра-Рекс, жестяные банки.

Вместе с тем, на российском рынке сложилась напряженная конкуренция между мягким полиэтиленовым пакетом, картонной упаковкой и ПЭТ-бутылкой. Эксперты утверждают, что в ближайшей перспективе ключевые позиции сохранит картонная упаковка, сегмент которой занимает доминирующее положение в Европе (70 % рынка) и имеет положительный тренд на российском рынке. Основные достоинства картонной упаковки заключаются не только в прогнозируемости затрат на производство, возобновляе-

Все продукты «Молочной культуры» упакованы в уникальный в своем роде стакан с носом — это удобный формат употребления молочных продуктов для вечно занятых городских жителей.

Основные свойства упаковки для молочных изделий — это защита продукта, функциональность по отношению к продукту, удобство для логистики, удобство и информативность для потребителя.

мости сырьевого ресурса и экологических преимуществ, но и в ее высоком потенциале по созданию новых форм. Картонная упаковка разрабатывается с учетом меняющихся требований рынка, а ее функциональные преимущества и позитивное восприятие отвечают изменениям в потребительском спросе.

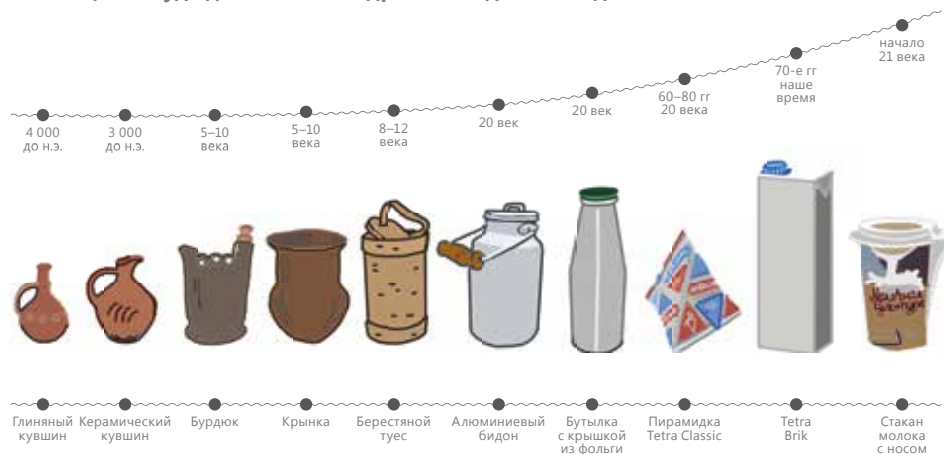
Инновации в области картонной упаковки идут по пути создания разнообразных форм и размеров (появление дополнительных граней, изменение формы «гребешка»), разработки новых форматов.

Возрастает роль упаковки в двухсекционный контейнер или стаканчик с крышкой-топпером с добавлением различных наполнителей (джема, кусочков фруктов, хлопьев, орехов и т. д.). За последние несколько лет стала популярной упаковка молочных продуктов небольшими порциями (мелкая фасовка). И это не случайно: ее удобно взять с собой на работу, учебу, в дорогу и употребить продукт за один прием пищи.

По типам упаковку можно разделить на сделанную из натуральных материалов и биоразлагаемую; традиционную; активную, в частности антимикробную; «интеллектуальную».

Основные свойства упаковки для молочных изделий — это защита

Эволюция сосуда для молока от древности до наших дней



Источник: компания «Молочная культура»

Согласно исследованиям компании «Элопак», семейный формат в сегменте пастеризованного молока постоянно растет.

Инновационным решением компании «Элопак» стала разработка упаковки Diamond Curve®, которая вызвала интерес среди отечественных молочных предприятий, нацеленных на активное продвижение своей продукции.

продукта, функциональность по отношению к продукту, удобство для логистики, удобство и информативность для потребителя.

Первый пункт включает в себя защиту изделия от вторичного обсеменения, недопущение потерь молочного продукта, а также механического загрязнения, минимизацию воздействия солнечного света и кислорода.

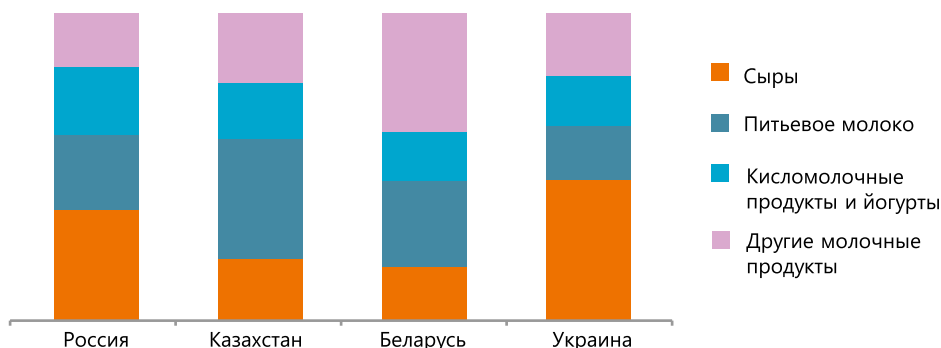
Поскольку упаковка должна обеспечивать длительный срок хранения продукта, в зависимости от характеристик изделия важно обеспечить его защиту от воздействия кислорода или света. Выбор правильного упаковочного материала имеет здесь большое значение. Светонепроницаемый упаковочный материал (например многослойные материалы, содержащие УФ-барьер или цветное стекло) применяется для продуктов, чувствительных к свету. Алюминиевый упаковочный материал позволяет защитить пищевые продукты, чувствительные к кислороду, от проникновения воздуха в упаковку. Выбор материала зависит от сферы его применения.

В связи с тем что срок годности молочных продуктов сегодня очень важен, машиностроительные заводы, выпускающие упаковочное оборудование



Возрастает роль упаковки в двухсекционный контейнер или стаканчик с крышкой-топпером с добавлением различных наполнителей (джема, кусочков фруктов, хлопьев, орехов и т. д.).

Структура розничных рынков упакованных молочных продуктов



Источник: Euromonitor International

для отрасли, производят машины с возможностью асептического розлива, позволяющие увеличивать срок хранения до шести месяцев. В качестве укупорочных средств чаще всего используются пластинки и фольга с термоадгезионным покрытием.

Одним из ключевых моментов является функциональность упаковки. Удобство открывания, наливания и закрывания для потребителя обеспечивают винтовые крышки и другие укупорочные средства, в т. ч. комбинированные. Функциональность использования достигается за счет ручек и прорезей. Для удобства размещения в холодильнике производители выпускают молочные продукты в упаковке с плоским устойчивым дном.

Функциональность упаковки по отношению к продукту предполагает ее антимикробные свойства, поглощение ультрафиолетового излучения (280–400 нм), барьерные свойства по отношению к кислороду, селективную газопроницаемость, влагонепроницаемость либо, напротив, влагонепроницаемость, а также ароматонепроницаемость.

В последнее время все большее распространение получает антимикробная активная упаковка. Бактерицидная активная упаковка обладает способностью подавлять жизнедеятельность микроорганизмов, а бактериостатиче-

ская – ограничивать их развитие. Этими свойствами может обладать один и тот же вид упаковки с разной концентрацией антимикробного компонента.

В ответ на потребности производителей ВНИИ молочной промышленности (ВНИМИ) были разработаны следующие упаковочные материалы и тара с антимикробными свойствами:

- полимерный пленочный материал, состоящий из полиэтилена марки 15813-020;
- полимерный пленочный материал, состоящий из слоев неориентированного полиамида марки ПА-6 и полиэтилена марки 15813-020 с промежуточным слоем из адгезива TL 4109-E;
- полимерная тара из полипропилена с добавлением в качестве модифицирующей добавки бетулинсодержащего экстракта березы (БЭБ).

Кстати, по мнению специалистов ВНИМИ, к материалам упаковки будущего можно отнести стекло, бумагу, картон, керамику, дерево, крахмал, полимолочную кислоту и другие полимеры растительного происхождения.

Нельзя обойти вниманием и такой тренд, как «интеллектуальная» упаковка. «Интеллектуальная» упаковка призвана анализировать влияние окружающей среды на состояние продукта. Например, молоко может сообщить о своей температуре меняющимся цве-



Поскольку упаковка должна обеспечивать длительный срок хранения продукта, в зависимости от характеристик изделия важно обеспечить его защиту от воздействия кислорода или света.

На фоне большого количества отечественных производителей молочные бренды можно пересчитать по пальцам. Хотя именно бренд помогает формировать узнаваемость продукции и покупательскую лояльность.

том этикетки. С ее помощью потребитель получает информацию об истечении срока годности товара или несоответствии требованиям условий его хранения и транспортирования. Однако надо признать, что с технической стороны процесс производства такого рода упаковки стоит дорого, так как требует привлечения современных красителей и даже микропроцессоров.

Производителям пищевых продуктов доступны различные возможности обеспечения качества и защиты продукции. При этом необходимо помнить, что выбор правильного процесса и решения по упаковке имеет большое значение для будущего компании и успеха ее продукции на рынке.

Кто инвестирует в развитие бренда?

Рынок требует инноваций в области удобства вскрытия, использования, хранения и утилизации и заставляет производителей искать новые решения. Одним из самых заметных за последнее время стала нестандартная упаковка продукции «Молочная культура», которая активно продвигается на рынке, начиная с декабря минувшего года, когда совместно с петербургским коммуникационным бюро Republico была запущена рекламная кампания «Стакан молока с носом».

Над дизайном и формой упаковки работала команда агентства Derot WPF, которая помимо прочего разработала позиционирование и нейминг бренда.

Поскольку целью кампании было повышение узнаваемости, уникальная запатентованная упаковка – стакан с открывающимся носиком – стала основным элементом продукта, позволяющим потребителю идентифицировать его на полках. Кроме того, на крышке указывается подробная информация о конкретной партии продукта, включающая точное время производства, фамилию бригадира и даже погоду во время дойки.

Форма стаканчиков позволяет брать продукты с собой и перекусывать ими в любом месте. Формат максимально

Ожидания потребителей, предъявляемые к упаковке

Потребители в возрасте 25–35 лет	Эмоциональные и функциональные аспекты	Потребители в возрасте 60+
93%	Оригинальность / нечто необычное	24%
78%	Привлекательность/ нравится лично мне	22%
67%	Визуальная красота	33%
40%	Приятная наощупь/ нравится	34%
25%	Производит впечатление дорогостоящего продукта	44%
11%	Легко открывается	72%
7%	Удобное извлечение продукта	55%
5%	Читабельная информация	76%
5%	Узнаваемость, легко найти вновь	63%

Источник: VDMA



«Интеллектуальная» упаковка призвана анализировать влияние окружающей среды на состояние продукта. Например, дизайнер Ко Ян (Ko Yang) представил свою идею того, как упаковка молока изменяет свой цвет, указывая на состояние свежести ее содержимого.

удобен для городских жителей, вечно спешащих и привыкших к перекусам «на бегу». Таким образом, бренд формирует новую культуру потребления традиционных молочных продуктов.

На выставке «Продэкспо-2015» компания «Экомилк» представила питьевые йогурты и фасованное слабосоленое масло «Новая деревня», а также рестайлинговую версию упаковки сыров торговой марки «Альпаро».

Специалисты «Экомилк» рассказали, что компания запустила новые проекты в Подмоскowie и Нальчике. Один из основных проектов в Подмоскowie – цех по производству фасованного сливочного масла на Озерецком молочном комбинате мощностью до 400 т в сутки.

На заводе, расположенном в Нальчике, были запущены новые цеха, которые позволили увеличить объемы производства в том числе и молока в полутора- и двухлитровой упаковке Pure-Pak, которая удобна в использовании и рассчитана на большую семью.

В планах «Экомилк» на текущий год – выпуск упаковки сливочного масла в шоу-боксах для более удобной выкладки на полки магазинов. «Шоу-боксы» рассчитаны на розничные сети, поскольку позволят им снизить затраты на логистику, персонал и сэкономить полочное пространство», – отметил генеральный директор компании «Экомилк» Алексей Ефременко.

Единственное в Алтайском крае предприятие по производству молочных продуктов для питания детей с первых дней жизни – ОАО «Модест» – провело ребрендинг упаковки своей продукции. Дизайн был разработан для молока «Отличное», обогащенное витаминами, и «Бифилина М». Новое «лицо» появится у продукции, выпускаемой в мягкой упаковке и предназначенной



В качестве укупорочных средств чаще всего используются пластинки и фольга с термоадгезионным покрытием.

Бактерицидная активная упаковка обладает способностью подавлять жизнедеятельность микроорганизмов, а бактериостатическая – ограничивать их развитие. Этими свойствами может обладать один и тот же вид упаковки.

для питания детей с трех лет. На предприятии ее выпускают в альтернативной стеклянным бутылкам упаковке – полипаках, так как это позволяет существенно снизить стоимость изделия. Как отмечают специалисты, молоко и бифилин в такой упаковке более доступны по цене и пользуются спросом у потребителей.

В 2014 году товаропроизводитель стал победителем конкурса грантов для реализации проектов в сфере здорового питания населения Алтайского края по направлению «Модернизация и расширение производства продуктов функционального и диетического питания». Проект «Расширение производства функциональных и диетических продуктов для детского питания» будет реализован в течение года. Размер государственной поддержки составит 1 млн рублей.

На средства, предоставленные в рамках грантовой поддержки, планируется приобрести новый упаковочный аппарат. Оборудование предназначено для дозированной фасовки в пластиковую тару жидких и пастообразных продуктов. Объем новой упаковки 0,2–0,5 л. В новую тару будут фасоваться йогурт и бифилин. Руководство предприятия отмечает, что преимущество стаканчиков над други-



Рынок требует инноваций в области удобства вскрытия, использования, хранения и утилизации и заставляет производителей искать новые решения. Одним из самых заметных за последнее время стала нестандартная упаковка продукции «Молочная культура».

Основные факторы, влияющие на безопасность упаковки



Источник: ВНИМИ

ми упаковками в том, что они сохраняют вкус и свойства продукции.

Выпуск продукции в новой таре объемом 200 г позволит предприятию поставлять кисломолочные продукты в школьные и дошкольные учреждения для единоразового потребления.

Кипринский молочный завод приобрел в прошлом году технологическое и упаковочное оборудование для фасовки сыра в термоформах. Модернизация производственной линии позволила изменить форму упаковки на более удобную и привлекательную, обновить дизайн.

«Герметичная упаковка позволяет сохранять изначальные вкусовые качества сыра, увеличивает его безопасность и срок реализации, к тому же имеет привлекательный внешний вид, что делает ее заметной на полках торговых объектов. Сейчас, после модернизации, сыры на Кипринском молочном заводе выпускают в формате BDF (заполненный модифицированной газовой средой пакет), flow-pack (трехшовный пакет с углекислотой) и термоформах (вакуумная упаковка на подложке), в который фасуется слайсерная нарезка», – рассказала **маркетолог компании «Киприно» Татьяна Высоцкая.**

Осенью 2014 года в Омской области компания «Ястро» – один из лидеров рынка плавленых сыров России – завершила ребрендинг продукции под

ТМ «Rokler». В ноябре сыр во всех современных форматах (ванны, слайсы, треугольнички, блочки) появился на полках магазинов в новой упаковке.

Основной задачей разработки нового дизайна стало привлечение внимания покупателей к качественным изменениям, произошедшим с линейкой плавленых сыров Rokler. Они коснулись, в первую очередь, вкусовых характеристик продукта. Тщательный подбор определенного соотношения сыров сорта чеддер позволил создать уникальный вкус продукта, сырный купаж.

Информацию об этих изменениях необходимо было донести до потребителей, в том числе с помощью новой упаковки. Основные работы по рестайлингу плавленого сыра в треугольничках и слайсах были проведены компанией UNIQA С.Е. в конце 2013 года. В процессе решения поставленной задачи дизайн-студия предложила оптимальное решение, а именно: чистый, контрастный фон; акцент на продуктовой композиции, реалистично и аппетитно передающей достоинства продукта; новое шрифто-графическое решение.

«Мы оставили уже привычный для покупателей этой торговой марки синий цвет фона, но предложили другой, более насыщенный и благородный оттенок. Созданная нами шрифто-графическая композиция выглядит чисто



Группа компаний «Дамате» в конце прошлого года вывела на рынок собственный сырный бренд. На разработку рецептуры и дизайна было потрачено свыше 2 млн рублей.

Исследование Stora Enso подтверждает, что 44% потребителей поколения «Y» готовы платить больше за продукцию в экологичной упаковке и считают материалы на основе бумажного волокна наиболее привлекательными.

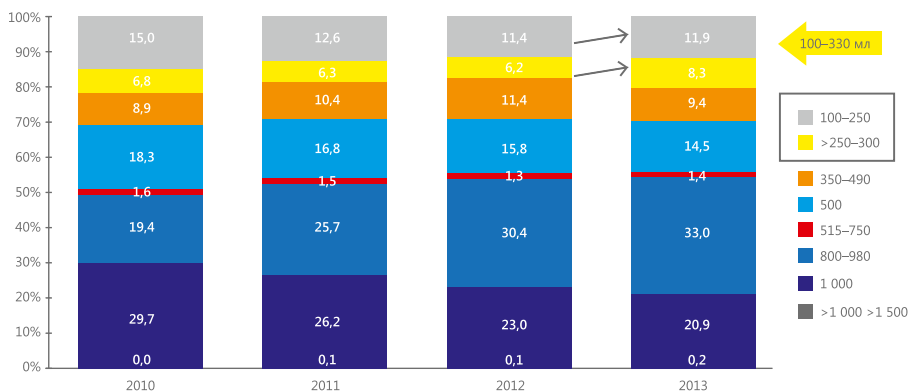
и современно; новый логотип и шрифтовые объекты легко считываются и не перегружают упаковку, органично сосуществуя с крупными и яркими продуктовыми иллюстрациями», – комментирует **Наталья Крупская, руководитель департамента по работе с клиентами UNIQA С.Е.** В ходе рестайлинга изменился дизайн не только лицевой, но и оборотной стороны упаковки. Информация об особенностях купажа Rokler размещена на оборотной стороне секторов, слайсов и ванн.

Группа компаний «Дамате» в конце прошлого года вывела на рынок собственный сырный бренд. На разработку рецептуры и дизайна было потрачено свыше 2 млн рублей. Речь идет о полутвердом сыре под маркой «Чембар», производящемся на предприятии группы (ОАО «Молочный комбинат «Пензенский», сырзавод в г. Белинский) в Пензенской области. Сыр получил название «Чембар», поскольку именно так назывался город Белинский до своего переименования в 1948 году и такое же название носит река, протекающая в этой местности.

Пробуждение интереса к «своим» брендам, к их истории и легендам – один из трендов последнего времени. «Мы считаем, что название «Чембар» – наиболее удачный вариант для сырного бренда, – сказал **генеральный директор ГК «Дамате» Рашид Хайров.** – Оно легко запоминается, давно на слуху у жителей региона, кроме того, оно четко привязывает продукт к местности, где он будет производиться. Надеемся, что уже в ближайшее время «Чембар» будет ассоциироваться у покупателей с качественным продуктом из Пензы».

Новый бренд сыра будет представлен на полках магазинов в двух видах: «Чембар классический» и «Чембар легкий», имеющий пониженную жирность. Оба вида производятся из отборного сырья, обладают нежным сливочным вкусом и плотной эластичной консистенцией. Сыр будет продаваться индивидуальными кусками по 250 г в вакуумной упаковке flow-pack, которая станет гаран-

Рост потребления молочных продуктов в упаковке миниформата



Источник: AC Nielsen Retail Audit

тией гигиеничности продукта (нарезка осуществляется в стерильных условиях), срока годности (дата упаковки печатается непосредственно на пленке, и ее невозможно изменить), а также защиты от подделок (вся информация о продукте наносится на пленку).

В конце прошлого года TetraPak® и ОАО «Хладокомбинат» объявили о совместном запуске производства ультрапастеризованного молока «Фермерское подворье» в эргономичной упаковке Tetra Gemina Aseptic 1000 ml Leaf с системой открывания HeliCap 27. Данный формат стал премьерой на российском рынке молочной продукции.

«Помимо необычного, запоминающегося дизайна, который, мы уверены, будет привлекать потребителей, Tetra Gemina Aseptic Leaf отличает высокая функциональность. За счет скошенных углов эту упаковку проще держать в руке. Ее крышка закрывается легко и надежно, а конструкция позволяет наливать молоко, не расплескивая, – объясняет **Александр Сипавин, коммерческий директор ОАО «Хладокомбинат».** – Теперь мы можем гарантировать покупателю не только качественный продукт, но и максимально комфортное потребление».

В компании Tetra Pak отмечают, что особое внимание обращают также на экологические характеристики новой

упаковки. «Формат Tetra Gemina Aseptic Leaf сертифицирован в соответствии со стандартами Лесного попечительского совета (Forest Stewardship Council, FSC™), – комментирует **Михаил Камышный, директор по работе с региональными заказчиками Tetra Pak в России, Украине, Беларуси и Центральной Азии.** – Это означает, что древесное волокно, которое используется для его производства, получают из строго отслеживаемых источников».

Поколение «Y»

Компания Stora Enso, мировой лидер в области упаковки, опубликовала исследование «Будущее упаковочных решений для поколения «Y», в котором были проанализированы тенденции в мире упаковки и возможности увеличения дохода для производителей и розничных компаний. Новый обзор подтвердил, что 59% людей, родившихся в период с 1980-го по 2000 гг. (поколение «Y»), считают экологичность упаковки важной составляющей всей цепочки ценностей бренда.

Согласно отчету, потребители поколения «Y» чаще покупают экологичные продукты, чем потребители старшего поколения. Исследование показало, что четыре из пяти потребителей поколения «Y» обращают внимание на упаковку, при этом 85% считают ее неотъемлемой



Компания Engro Foods из Пакистана стала первым производителем молочной продукции, замороженных десертов и фруктовых напитков, которая начала серийное использование прозрачного асептического устойчивого пакета, обладающего уникальными характеристиками.

Испанские ученые создали съедобное покрытие, которое продлевает срок хранения сыра. Для этого покрытия, которое представляет собой прозрачную пленку, был использован хитозан, полученный из оболочек ракообразных, орегано и масла розмарина.

частью бренда. Этот показатель среди представителей «Y» на 14% больше, чем среди представителей других поколений.

Исследование Stora Enso подтверждает, что 44% потребителей поколения «Y» готовы платить больше за продукцию в экологичной упаковке и считают материалы на основе бумажного волокна наиболее привлекательными.

«Это сигнал о необходимости использования экологичной упаковки из возобновляемых ресурсов, например из древесного волокна. Такие прогнозы открывают новые возможности и перспективы для производителей и розничных компаний в области роста продаж и увеличения доходов», – сказал Сергей Лаптев, вице-президент подразделения Stora Enso Packaging Solutions в России. Так, производители, воспользовавшиеся преимуществами экологичной упаковки, могут добиться повышения продаж на 2–4% и показателя EBITDA на 1–2,5%.

Тенденция к повышению экологичности в розничном секторе продолжит расти по мере увеличения процента представителей поколения «Y» в группе потребителей, подтверждает исследование.

Альтернатива традициям

Многие компании по всему миру разрабатывают новые упаковочные решения, обеспечивающие снижение затрат на сырье, увеличение срока хранения изделий, сведение к минимуму потерь продуктов питания и введение решений, которые являются более экологически безопасными и наносят меньший ущерб окружающей среде.

Например, на выставке Anuga FoodTec компания Bischof + Klein представит экологически чистые альтернативы традиционным упаковочным решениям для пищевых продуктов. Гибкие устойчивые пакеты с индивидуальными контурами и форматами, которые варьируются от 50 мл до 10 л, обладают высоким инновационным потенциалом. Барьерные пленки, которые используются также в качестве подложки в формате бэг-

ин-бокс, идеально подходят для жидких и пастообразных продуктов.

Особая адаптация барьерных характеристик прекрасно сочетается со значительным уменьшением толщины пленки, пишет Urapkovano.ru. Комбинация материалов, сырье и рецептура одобрены управлением по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов США, а также немец-



Tetra Pak® и ОАО «Хладокомбинат» объявили о совместном запуске производства ультрапастеризованного молока «Фермерское подворье» в эргономичной упаковке Tetra Gemina Aseptic 1000 ml Leaf с системой открывания HeliCap 27. Данный формат стал премьерой на российском рынке молочной продукции.

ким федеральным ведомством по вопросам народного здравоохранения.

Компания Engro Foods из Пакистана стала первым производителем молочной продукции, замороженных десертов и фруктовых напитков, которая начала серийное использование прозрачного асептического устойчивого пакета, обладающего уникальными характеристиками. 200-миллилитровый пакет для бренда Engro's Y Frooter стал первым пакетом типа Air Aseptic Clear от Esolean, выпущенным на рынок. Предыдущий опыт использования технологии был с молоком Olper, также при-

надлежащим Engro. Однако тогда пакет был полупрозрачным, как и все пакеты Esolean, выпускавшиеся до этого момента, пишет Urapkovano.ru.

Устойчивый пакет Olper's Y Frooter – прозрачный, поскольку производитель отказался от черного светового барьера и карбоната кальция, которые всегда являлись частью упаковки молока. Он сохранил барьерный слой из этилен-винилового спирта. Благодаря этому продукт можно хранить в течение шести месяцев без холодильника.

Испанские ученые из Института пищевых технологий при Политехническом университете Валенсии создали съедобное покрытие, которое продлевает срок хранения сыра. Для этого покрытия, которое представляет собой прозрачную пленку, был использован хитозан, полученный из оболочек ракообразных, орегано и масла розмарина. Такая комбинация позволяет защитить сыр от высыхания и помогает предотвратить рост плесени и бактерий, утверждают специалисты.

Испытания показали, что инновационное покрытие является таким же эффективным, как противогрибковые химические вещества и пластиковые покрытия, которые в настоящее время используются для защиты некоторых сыров в молочной промышленности. Исследователи говорят, что новое покрытие будет особенно полезно для мягких сыров, например рикотта, но также может помочь предотвратить порчу зрелых сыров, таких как бри и голубые сыры.

Независимо от того, применяют ли производители продуктов питания традиционные материалы или ищут инновационные методы и подходы, упаковочные решения для молочной промышленности постоянно совершенствуются. Партнерские отношения с производителями упаковки и оборудования дают возможность найти оптимальный вариант для каждого конкретного случая, позволяя добиться увеличения срока хранения изделий, повысить качество и безопасность, снизить затраты. **MC**



ЭФФЕКТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧЕНЬЯ

Система отсадки, экструзии и струнной резки V60

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

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

БОЛЬШЕ ИДЕЙ • БОЛЬШЕ ПРЕИМУЩЕСТВ • БОЛЬШЕ ГИБКОСТИ

www.haas.com



MEINCKE

Мнения экспертов

Вопросы:

1. Какую упаковку для молочной продукции чаще всего выбирают российские производители и чем обусловлен их выбор?
2. Как изменились их предпочтения в 2014/2015 гг. и почему?
3. Как вы оцениваете состояние и тенденции развития рынка упаковки для молока и молочной продукции?



Мария Молодиченко,
менеджер по маркетингу
и рекламе компании
«Мир упаковки»:

«Существующие на сегодня российские производители и филиалы мировых упаковочных компаний в России более чем готовы обеспечить производителей «молочки» упаковкой из любого материала, любого формата и в любой стилистике – от «советского ретро» до люкс-вариантов».

1. Производители сегодня выбирают термоформованные стаканчики – под йогурты, сметану; ПЭТ-бутылки – под молоко. То и другое зачастую производится in-house.

Разного рода тетрапаки активно применяются под жидкие продукты.

Причина, полагаю, кроется в дешевизне данных решений. Кроме того, в случае собственного производства упаковки из заготовок на первый план

выходит гигиеничность продукта в сочетании с удобной логистикой.

Тем не менее ряд компаний предпочитает жесткую полимерную тару того типа, которую производит «Мир упаковки», – ведра, герметичные контейнеры и тонкостенные ванночки с IML под запайку. Выбор решения зависит от продукта, в данном случае это сметана и творог на развес, плавленые и рассольные сыры.

2. Особых изменений в предпочтениях производителей продуктов питания мы пока не отмечаем, но перспективы интересного нам сегмента молочного рынка оцениваем как хорошие.

3. Существующие на сегодня российские производители и филиалы мировых упаковочных компаний в России более чем готовы обеспечить производителей «молочки» упаковкой из любого материала, любого формата и в любой стилистике – от «советского ретро» до люкс-вариантов.

Мы, как поставщик премиальной тонкостенной полимерной тары, готовы всячески поддержать своей упаковкой процесс импортозамещения и локализации молочных производств, помочь создать качественные аналоги европейских продуктов.

В связи с тем, что освободилось несколько серьезных ниш, которые занимали финские, польские и прибалтийские производители, рынку необходимо предложить пусть не полностью эквивалентную, но достаточно близкую замену и с точки зрения упаковочных решений.



Марина Петрова,
эксперт молочного рынка:

«Текущая ситуация на рынке в связи с эмбарго подтолкнула российские молочные заводы к заказу новых упаковочных решений, но только ближе к осени 2015 года мы сможем увидеть изменения на полках магазинов».

1. При выборе упаковочного оборудования отечественные производители ориентируются прежде всего на своего потребителя, анализируя причины выбора как продукта в целом, так и упаковки и на ключевые тенденции в упаковке. Очевидно, что упаковка является важным фактором, но ценовое позиционирование, особенно в последнее время, остается важнейшим при принятии решения о закупке новых упаковочных решений.

В целом же потребители молочной продукции остаются умеренными консерваторами, но при этом в ряде сегментов, таких как сыр, наши соотечественники начали приобретать кусковой и нарезанный ломтиками фасованный продукт. Такая ситуация связана с тем, что технологически от заказа до установки новой линии проходит от полугода до года, а за это время рынок меняется, и ряд конкурентов выводят аналогичные позиции.

Текущая ситуация на рынке в связи с эмбарго подтолкнула российские молочные заводы к заказу новых упаковочных решений, но только ближе к осени 2015 года мы сможем увидеть изменения на полках магазинов. Кроме того, наши производители уже сталкиваются с ограничениями кредитных ресурсов и их высокой стоимостью, что в дальнейшем может стать тормозящей силой при заказе нового оборудования.

Мнения экспертов

Учитывая изменения предпочтений конечного потребителя, в ближайшем будущем возможен рост спроса на рулонные покрывные материалы с различными эффектами anifog и peel.

2. Существуют тренды, которые стали уже настолько привычными, что потребитель готов платить за дополнительное удобство. Если говорить о таких продуктах, как молоко, молочные напитки, йогурты и кефир, то пластиковая бутылка стала привычной для потребителя и не воспринимается как нововведение. Спрос на фасованный сыр показывал устойчивый рост в 2014 году. Также появился спрос на молоко в бутылке емкостью два и более литра с ручкой.

Предпочтения потребителей существенно различались в первой и второй половине 2014 года. Если говорить о его начале, то предпочтения отдавались продуктам, более изысканным, включая упаковку. Отмечался рост спроса на итальянские и французские сыры, включая премиальный сегмент. Во второй половине года на поведение потребителя повлияли два основных фактора: снижение реальных доходов и введение эмбарго. Таким образом, молочный рынок оказался в достаточно странной ситуации, при которой покупатели сменили предпочтения, т. к. часть продукции была запрещена к ввозу, а цены на оставшийся ассортимент выросли в связи с повышением валютного курса.

Очевидно, что введение запрета на ввоз молочных продуктов является уникальным шансом для отечественного производителя, и подавляющее большинство максимально использует сложившуюся возможность, с точки зрения упаковки в том числе. В связи с тем, что освободилось несколько серьезных ниш, которые занимали финские, польские и прибалтийские производители, рынку необходимо предложить достаточно близкую замену и с точки зрения упаковочных решений.

Стоит отметить, что российские производители максимально использовали возможности упаковочных линий и запустили брынзу и фету в ванночках, причем часто с использованием картонной коробки, которая делает продукцию более привлекательной и позволяет перевести ее в более дорогой сегмент. Активно стали занимать рынок российские произ-

водители рассольных сыров, предложив моцареллу для пиццы и в шариках.

Также хотелось обратить внимание на сыр маасдам, выпущенный ТнВ «Стародубский», который с точки зрения упаковки полностью напоминает европейские аналоги.

3. Уже несколько лет подряд основными трендами остаются небольшой объем/вес продукта, подразумевающий употребление «за один раз», кроме того, становятся все более актуальными удобные, а также приятные на ощупь упаковки.

Ключевым трендом для рынка сыра становится фиксированный вес кускового сыра, т. к. такой продукт удобен для сетевого ритейла как с точки зрения транспортной логистики, так и мерчендайзинга. Потребительский спрос сформировался благодаря тому, что цена воспринимается не за килограмм сыра, а за упаковку 200–300 г.

При этом существует две разнонаправленные тенденции в упаковке – более дешевая и более дорогая. Это связано с тем, что экономическая ситуация в России не способствует повышению платежеспособного спроса, а значит россияне начинают экономить, и в конце года можно будет увидеть существенные изменения потребительского поведения.

Также важно понимать, что ряд крупных производителей получили доступ к полке магазинов, но еще не успели осуществить переоборудование, и сейчас россияне приобретают не вполне эстетичную и современную упаковку по более привлекательной цене. Но основной сложностью для отечественных производителей молочной продукции остается не брендинг и упаковочные решения, а ограничение сырьевой составляющей. Уже стало очевидно, что мы не сможем оперативно нарастить объемы производства молока, а значит, заводы будут обдумывать ассортиментную стратегию с точки зрения видов молочной продукции, ориентируясь на свои производственные возможности с одной стороны, а с другой стороны – анализируя изменения спроса. Очевидно, что существует необходимость

в улучшении упаковки для отечественных молочных продуктов, но к концу 2015 года часть производителей могут отложить модернизацию, т. к. рынок не будет способствовать спросу на более дорогие продукты в удобной упаковке.



Надежда Новикова,
руководитель департамента продаж
компании «Уралпластик-Н»:

«В наступившем 2015 году, в отличие от прошлого, требования к упаковке поменяли вектор в сторону сохранности и гигиеничности молочных продуктов».

1. Однозначно сказать сложно. Все зависит от региона сбыта и от потребностей конечного потребителя. Так, если наши клиенты на Урале, в Сибири и Башкортостане предпочитают молочную пленку, то в регионах Центрального федерального округа чаще всего выбирают картонную упаковку.

2. В наступившем 2015 году, в отличие от прошлого, требования к упаковке поменяли вектор в сторону сохранности и гигиеничности молочных продуктов. Можно с уверенностью говорить о том, что производители молочных изделий уделяют большее внимание герметичности упаковки.

3. В данном сегменте рынок развивается за счет оптимизации продуктового портфеля самих производителей молочной продукции. По нашей оценке, учитывая изменения предпочтений конечного потребителя, в ближайшем будущем возможен рост спроса на рулонные покрывные материалы с различными эффектами anifog и peel.

Мнения экспертов

Тенденция к повышению экологичности в розничном секторе продолжит расти по мере увеличения процента представителей поколения «Y» в группе потребителей, подтверждает исследование.



Юлия Наретя,
специалист по упаковочным
решениям компании
«Невские сыры»:

«Недавно мы обновили упаковку сырной нарезки, выбрав пленку с многократным перезакрыванием. Перешли с финской фольги на российскую ради снижения себестоимости готового продукта. Кроме того, осуществили замену пергаментного интерливера на полистирол».

1. На сегодняшний день мы используем термоусадочную пленку для фасовки фасованных сыров, термоформовочную пленку для фасовки порционных сыров, вакуумные пакеты для тертых сыров, кашированную фольгу для фасовки масла, дымопроницаемую оболочку для фасовки колбасно-копченого сыра.

Упаковка позволяет сохранить органолептические и эстетические качества сыра, продлить сроки хранения готового продукта, а также убедить покупателя в правильности его выбора.

Также выбор упаковки зависит от отдела маркетинга (в том числе задач по формированию и продвижению бренда), технических возможностей упаковочного оборудования.

2. В 2014/2015 гг. мы обновили упаковку сырной нарезки, выбрав пленку с многократным перезакрыванием (улучшение потребительской упаковки с увеличением сроков хранения открытого продукта). Перешли с финской фольги на российскую (снижение себестоимости готового продукта). Кроме того, осу-

ществили замену пергаментного интерливера на полистирол.

3. Упаковка является важной частью развития нашего бизнеса и ключевым фактором успеха на рынке молочных продуктов. В последние годы производители стараются выбрать наиболее интересные решения в области упаковки, такие как необычная форма, интерлив, перезакрывающаяся пленка, упаковка в картонные коробки. Но при этом обязательно учитываются удобство и надежность в употреблении, продолжительный срок годности.

Тенденция рынка сейчас ведет к удешевлению упаковки, не затрагивая качества выпускаемого продукта.



Марина Белая,
менеджер по маркетингу
и рекламе отдела маркетинга
компании «ПиР-ПАК»:

«Мы являемся новаторами и постоянно придумываем новые виды упаковки, например упаковку с фигурным дном, с дополнительными вложениями. Постоянно внедряем уникальные пленки: матовые, с бумагой, с 3D эффектом, с fog эффектом, выборочным лаком».

1. Мы работаем с живым продуктом – сыром. Поэтому наша компания уделяет особое внимание упаковке. Упаковочный материал – пленку – мы используем качественную, с высокими барьерными свойствами.

На сегодняшний день производство «ПиР-ПАК» выпускает сыры в нарезке (упаковка термоформа), кусочком (упаковка флоупак) и в тертом виде (упаковка флоупак). Нарезка сыра осуществляется в инновационной упаковке, сделанной с использованием последних европейских достижений, таких как перезакрывающаяся упаковка из барьерных материалов, фиксированный вес продукции, нарезка ленточкой, интерлив, модифицированная атмосфера для сохранения потребительских свойств продукта.

Для упаковки тертых сыров и кусочков используются специальные барьерные материалы, многослойные пленки с заданными параметрами газопроницаемости, что гарантирует отменное качество и длительный срок годности производимой продукции без использования каких-либо консервантов.

2. Наша компания никогда не останавливается на достигнутом, мы являемся новаторами и постоянно придумываем новые виды упаковки, например упаковку с фигурным дном, с дополнительными вложениями. Постоянно внедряем уникальные пленки: матовые, с бумагой, с 3D эффектом, с fog эффектом, выборочным лаком и др.

Рынок упаковки активно развивается, появляется много новых вариантов и возможностей. Производители переходят с дешевой на более дорогую упаковку с применением новых технологий и качественных материалов.

Особый акцент в упаковке сейчас делается на ее натуральности и экологичности. Помимо этого, производитель уделяет внимание материалу упаковки, способу печати, добиваясь таким образом не только визуального, но и тактильного контакта между продуктом и покупателем. **MC**



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



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



Дефицит товарного молока в России

По данным Центра изучения молочного рынка The DairyNews, в 2014 году дефицит товарного молока составил 7,2 млн т, что почти на 20% меньше, чем в 2013-м.

На сокращение его дефицита в России оказали влияние два фактора: рост производства товарного молока и сокращение потребления молока и молочных продуктов.

По данным Министерства сельского хозяйства РФ, объем производства в сельскохозяйственных предприятиях, КФХ и ИП в 2014 году вырос на 2,6% до 16,3 млн т. При этом в сельскохозяйственных предприятиях рост составил 2,2%, в то время как в секторе крестьянско-фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей превысил 6%. Таким образом, при минимальной государственной поддержке уже на протяжении многих лет сектор КФХ остается наиболее динамично развивающимся в молочной отрасли.

При росте производства тревожной остается тенденция сокращения потребления молочных продуктов. Свежие данные Международной молочной федерации (IDF) демонстрируют сокращение потребления молочных продуктов в России в 2013 году до 161 кг на душу населения в пересчете на сырое молоко. По сравнению с 2012 годом потребление упало на 7%. По данным IDF, потребление питьевого молока в России сократилось с 37,3 до 35,3 кг, сыра – с 6,6 до 6,1 кг, масла – с 2,8 до 2,6 кг на душу населения.

«Откровенно говоря, снижение дефицита молока не является достижением правительства. Рост производства сопоставим со статистической погрешностью и практически никак не влияет на сокращение дефицита молока. Производство молока на душу населения в 2014 году составляет 111,4 кг, что всего на 400 г больше, чем в 2013-м. То есть в 2014 году молочное животноводство России обогащало жителя нашей страны на один грамм молока больше. Так сказать, достижение весом в один грамм, – отмечает **главный редактор The DairyNews Михаил Мищенко.** – Страшно при этом то, что падает потребление. Падает настолько стремительно, что даже рост населения не может компенсировать падение спроса при оценке дефицита молока. Стоит отметить, что приводимые данные по потреблению не затрагивают 2014 год – год санкций, антисанкций и экономического кри-

зиса. Полагаю, что снижение потребления молока в России по итогам 2014 года будет еще значительнее».

dairynews.ru



Уровень рентабельности АПК

Как отметил президент Национального союза производителей овощей **Сергей Королев** на прошедшей международной конференции «Где маржа», без активной государственной поддержки и кредитования развитие отрасли невозможно.

По данным Министерства сельского хозяйства РФ в 2013 году объем производства сельскохозяйственной продукции (без учета ЛПХ) составил 2117 млрд рублей, в то же время общий объем кредиторской задолженности сельхозпредприятий составил около 2000 млрд рублей. Сергей Королев отметил, что показатели практически равны, и, следовательно, без кредитования развитие АПК невозможно представить.

Ежегодная потребность сельхозтоваропроизводителей в кредитных ресурсах составляет 520 млрд рублей, из них по краткосрочным кредитам – около 300 млрд рублей, по инвестиционным кредитам – 220 млрд рублей.

Уровень рентабельности в среднем по АПК с учетом субсидий составляет 7,3%, без субсидий – 1,7%. Поддержка государства в форме субсидирования ставки по краткосрочным кредитам в 2013 году составила 20,2 млрд рублей, в 2014-м – 14,3 млрд рублей.

В связи с непростыми финансовыми и экономическими условиями государство внесло изменения в правила субсидирования кредитов сельхозтоваропроизводителям.

В 2014 году средняя ставка по краткосрочным кредитам составляла 12,5%, субсидирование ставки (2/3 от ставки рефинансирования ЦБ) было на уровне 5,5%, при этом эффективная ставка равнялась 7%. В 2015 году ставка по краткосрочным кредитам составляет 25%, субсидирование было увеличено до 14,68%, эффективная ставка равна 10,32%. Средняя ставка по инвестиционным кредитам в 2014 году была 13%, субсидия ставки (100% от ставки рефинансирования ЦБ) равнялась 8,25%, эффективная ставка – 4,75%. В 2015 году ставка по инвестиционным кредитам – 25%, субсидия – 8,25%, эффективная ставка – 16,75%.

Как подчеркнул **заместитель председателя правления ОАО «Россельхозбанк» Алексей Жданов**, в 2014 году был рекордный финансовый результат по АПК. Однако в 2015 году в связи со сложившейся ситуацией ожидается снижение рентабельности, инвестиционной активности, возможен также рост проблемной задолженности в секторе АПК.

На первое полугодие Россельхозбанк имеет три приоритетных направления деятельности: кредитование сезонных работ, дофинансирование ранее начатых кредитов, поддержка качества текущего портфеля.

The DairyNews



50 тыс. т молока для школьников

Первые результаты внедрения программы «Школьное молоко», которая реализуется в РФ с 2004 года, будут озвучены в ближайшее время на XVIII Конгрессе педиатров России.

Организаторами XVIII Конгресса педиатров России выступили Министерство здравоохранения РФ, Федеральное агентство научных организаций, Российская академия наук и др.

Под программу «Школьное молоко» на сегодня попадают 3,5 млн школьников из 48 регионов страны. В рамках программы потребляется 50 тыс. т молока, из которых примерно половина – это молоко, дополнительно обогащенное витаминами и микроэлементами.

Специалисты отмечают, что результаты реализации программы подтверждают важную роль молока в профилактике заболеваний детей школьного возраста и положительное влияние потребления молочных продуктов на физическое развитие ребенка. Более подробные результаты будут озвучены на форуме.

Напомним, что программа «Школьное молоко» действует во многих странах мира на протяжении уже более 40 лет. Свыше миллиарда литров молока ежегодно поставляется в школы стран Западной Европы, Северной и Южной Америки, Азии, Африки и Австралии. Ежегодно 26 сентября отмечается Всемирный день школьного молока.

Разработчиками и исполнителями программы в России являются исполнительные органы образования, здравоохранения и агропромышленного комплекса.

milknews.ru

Производство нужно увеличить на 40%

Для обеспечения потребностей населения России необходимого прироста производства животноводческой продукции оценивается на уровне 9–40%. Об этом сказала **гендиректор Института аграрного маркетинга Елена Тюрина**, выступая на бизнес-форуме «Производство и переработка животноводческой продукции: стимулы для роста и модернизации».

Меньше всего – на 400 тыс. т (9%) – должно прирасти птицеводство, около 450 тыс. т (примерно 12%) нужно прибавить свиноводам, 550 тыс. т (25,6%) – производителям говядины. При этом нарастить объемы производства товарного молока необходимо на 11 млн т, или более чем на 40%. В 2010–2014 гг. птицеводство выросло на 26,4%, свиноводство – на 23,4%, молочное животноводство прибавило лишь 1,6%.



«В прошлом году Минсельхоз одобрил субсидирование новых проектов: около 900 в молочном животноводстве с инвестициями примерно 50 млрд рублей дадут прирост на уровне 500 тыс. т продукции. В птицеводстве заявлено 150 проектов на 57 млрд рублей общей мощностью 400 тыс. т. Свиноводство вырастет на 580 тыс. т благодаря реализации 98 проектов стоимостью 117 млрд рублей, – перечислила Тюрина. – То есть очевидно, что потребности в мясе могут быть удовлетворены за счет новых проектов, а по молоку – нет».

Эксперт считает, что причина низкого темпа роста молочной отрасли в низком уровне интеграции переработчиков и производителей сырья. По ее оценке, на долю холдингов приходится всего около 10% производимой продукции. «При этом намного эффективнее строить перерабатывающее предприятие рядом с молочно-товарными фермами, – отметила Тюрина. – Сейчас есть крупные проекты, но их единицы».

pticainfo.ru

Данные Росстата

Низкий темп роста производства сырого молока (102,3%) негативно влияет на объемы выработки молочной продукции, отмечается в сообщении департамента регулирования агропродовольственного рын-

ка, пищевой и перерабатывающей промышленности МСХ РФ.

Так, снижено производство цельномолочной продукции – 99,1% (11445,3 тыс. т), продуктов молочных сгущенных – 96,3% (830,1 тыс. т). Сохранилось на прежнем уровне производство майонеза и соусов – 99,9% (845,4 тыс. т), со ссылкой на Росстат отмечает профильный департамент Минсельхоза РФ.

В целом в 2014 году в отраслевом разрезе индекс производства составил: мяса и мясопродуктов – 106,1%, молочных продуктов – 102,9%, переработка молока и производство сыра – 103,1%, переработка и консервирование картофеля, фруктов и овощей – 106,7%, производство рафинированных масел и жиров – 109,7%.

В прошедшем году в России сохранились высокие темпы производства масла сливочного – 111,8% (250,8 тыс. т), сыров и сырных продуктов – 114,1% (494,3 тыс. т).

dairynews.ru

35,7 млрд рублей для АПК

Субсидии на общую сумму 35730,9 млн рублей распределены распоряжениями правительства России от 13 февраля 2015 года №223-р, №224-р, №225-р.



В том числе на софинансирование процентной ставки по коротким кредитам в животноводстве – 9,2 млрд рублей.

«На софинансирование расходных обязательств, связанных с возмещением части процентной ставки по краткосрочным кредитам на развитие растениеводства, переработки и реализации продукции растениеводства распределены средства в размере 18,8 млрд рублей (в том числе дополнительные бюджетные ассигнования 11,3 млрд рублей), – говорится в материалах пресс-службы правительства. – На софинансирование расходных обязательств, связанных с возмещением части процентной ставки по краткосрочным кредитам на развитие животноводства, переработки и реализации продукции животноводства, – в размере 9,2 млрд рублей (в том числе дополнительные бюджетные ассигнования 6,4 млрд рублей)».

Кроме того, в данный объем господдержки вошло субсидирование части процентной ставки по долгосрочным, среднесрочным и краткосрочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования, в размере 7,6 млрд рублей.

срочным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования, в размере 7,6 млрд рублей.

The DairyNews



Казахстан и Россия ищут решение

Правительство Казахстана ведет переговоры с Россией для решения вопросов взаимной торговли в связи с падением курса рубля. Об этом на расширенном заседании казахского правительства с участием президента Нурсултана Назарбаева сообщил вице-премьер Бакытжан Сагинтаев.

Он напомнил, что 9 февраля эти проблемы обсуждались по телефону с президентом Владимиром Путиным. В итоге правительству Казахстана были даны «соответствующие поручения для решения текущих вопросов взаимной торговли стран». В результате переговоров планируется выработать взаимоприемлемые решения, отметил Сагинтаев.

Зампред правления Нацпалаты предпринимателей Казахстана (НПП) Рахим Ошакбаев заявлял ранее, что казахстанский бизнес просил правительство страны не о введении эмбарго на российские товары, а лишь о некоторых ограничениях. По его словам, НПП на основе обращения ряда казахстанских предприятий направила в правительство предложение временно ограничить ввоз порядка восьми видов промышленной продукции и восьми видов сельхозпродукции, в том числе автомобилей, аккумуляторов, кабельно-проводниковой продукции, мяса птицы, яиц и молочной продукции.

Из-за ослабления курса рубля к тенге с конца 2014 года за два месяца казахстанцы купили в России 50000 автомобилей, заявил министр по инвестициям и развитию (МИР) Казахстана Асет Исекешев. По его словам, это близко к годовому объему производства в Казахстане, в результате продажи местных машин в январе упали в два раза.

О том, что переговоры об ограничении импорта из России уже идут в Москве, сообщил источник Reuters в правительстве Казахстана.

«Идет поиск решения острых вопросов, которые вызваны ситуацией в экономиках России и Казахстана», – заявил министр по торговле Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) Андрей Слепнев.

Ведомости



Упаковочные решения для молочной отрасли



Мир Упаковки рекомендует:

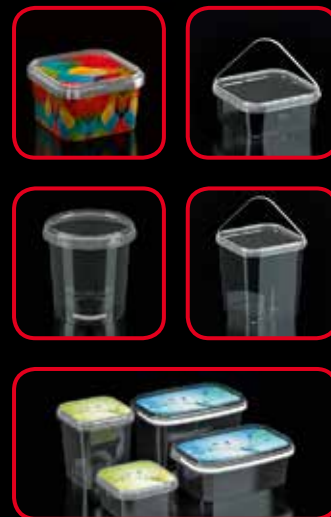
Ведра

- круглые от 0.55 до 10 л
- овальные 3.5/5.5/12 л
- квадратные от 0.65 до 5.8 л
- прямоугольные 2/3/5.7 л

Контейнеры пищевые от 0.185 до 485 мл

Ванна под мороженное 1150 мл

Ванночки под запайку для плавленных сыров 200 и 400 г с IML



Россия, 188650, Ленинградская область, Сертолово-1, Песочная ул., 14, корп. 1
тел. +7 (812) 777-0066, факс +7 (812) 321-2973
e-mail: info@miru.ru

www.miru.ru

Приглашаем на наш стенд на выставке «Молочная и Мясная индустрия-2015», Москва, ВВЦ, пав. №75А, стенд №А617



1 997 экспонентов

из 65 стран мира



Событие:

«Продэкспо-2015»

**22-я международная выставка
продуктов питания, напитков
и сырья для их производства**

Дата:

9–13 февраля 2015 года

Место проведения:

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Организатор:

ЗАО «Экспоцентр»,
при поддержке Министерства
сельского хозяйства РФ,
под патронатом Торгово-
промышленной палаты РФ

Участники:

1 997 компаний из 65 стран мира,
31 национальная экспозиция

Площадь выставки :

более 100 000 кв. м бруто

«Продэкспо-2015»: новые возможности в новой экономической реальности

Переполненные нескончаемым потоком посетителей все павильоны ЦВК «Экспоцентр», яркие презентации и дегустации разнообразной продукции на стендах, ведущиеся повсеместно активные переговоры экспонентов с заказчиками, насыщенная деловая программа... Такой запомнилась крупнейшая в России и Восточной Европе международная продовольственная выставка «Продэкспо-2015».

По мнению отраслевых специалистов, выставка во многом оказалась знаковой и очень полезной для пони-

мания конъюнктуры и перемен, произошедших на продовольственном рынке. Ведь она готовилась и проводилась в период антироссийских экономических санкций и ответных мер, ограничивших продовольственный импорт из США, Канады, Евросоюза, Норвегии и Австралии. Масштабная экспозиция на площади 100 тыс. кв. м зеркально отразила неослабевающий огромный интерес в мире к продовольственному рынку России.

На «Продэкспо-2015» лучшие образцы своей продукции, новейшие достиже-

ния и технологии продемонстрировали около 2 тыс. компаний из 65 стран, в том числе из США, ЕС, Австралии. А это значит, что экспоненты из стран, попавших под эмбарго на ввоз в Россию продовольственных товаров, прекрасно понимают, что период санкций и ответных мер не вечен, а такая выставка как «Продэкспо» дает возможность не терять связь с российским рынком, местными партнерами и работать не перспективу. Более того, компании 31 страны были представлены на государственном уровне национальными экспозициями. По-прежнему большой интерес вызвали экспозиции Франции, Испании, Австрии, Италии, Венгрии, Греции, стран Прибалтики.

Зарубежная часть выставки познакомила в общей сложности с продукцией и технологиями более чем 700 фирм. При этом многие иностранные компании оценили сложившуюся ситуацию именно с точки зрения новых для себя возможностей. Такие страны, как Бразилия, Китай, Парагвай, Уругвай, Турция, существенно увеличили в этом году свои экспозиционные площади. Например, экспозиция Китая выросла в три раза. На выставку приехали 150 китайских фирм. Латиноамериканский регион представляли около 70 компаний из 7 стран.

И все же «Продэкспо-2015» стала бенефисом отечественных производителей. Достижения нашей пищевой и перерабатывающей индустрии продемонстрировали 1272 российские компании. Выяснилось, что взятый государством курс на импортозамещение был воспринят в продовольственном секторе с большим энтузиазмом. Активизировались российские производители продуктов питания из самых разных регионов России – от Калининграда до Дальнего Востока, а теперь еще и Крыма.

По сравнению с предыдущим годом увеличилось количество региональных коллективных экспозиций. С коллективными стендами выступили компании и предприятия Астраханской, Кировской, Новосибирской, Смоленской, Томской, Тульской областей. Некоторые из них были сформированы региональными фондами поддержки малого и среднего бизнеса.

Весь спектр как отечественных, так и зарубежных продуктов питания и напитков отразили 22 тематических салона «Продэкспо-2015», познакомив с передовыми технологиями производства пищевой продукции, инновационными упаковочными материалами и новейшими логистическими решениями. Появились новые разделы: «Детское пита-



Алексей Алексеенко,
помощник руководителя
Федеральной службы
по ветеринарному
и фитосанитарному надзору:

«Проблема импортозамещения решается в две фазы. На первом этапе импорт из западных стран замещается импортом из других стран. А для второго этапа надо будет совершенствовать собственное аграрное производство».

ние», «Мед и продукты пчеловодства», «Корм для животных».

Деловая программа «Продэкспо-2015» была, как всегда, насыщена и многопланова. Прошли крупные международные отраслевые форумы, конгрессы, конференции, симпозиумы, круглые столы, мастер-классы, многочисленные презентации. Были проведены авторитетные профессиональные конкурсы.

Рабочая группа депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ по поддержке производителей и поставщиков пищевой промышленности совместно с ЗАО «Экспоцентр» организовала конференцию «Стратегия развития продоволь-

ственного рынка России в ближайшей перспективе. Нарастивать объем продукции или повышать отпускные цены?».

Проблему замещения импортных товаров на российском продовольственном рынке за счет продукции новых поставщиков при нынешнем курсе доллара к рублю, который «растет абсолютно не оправданно», проанализировал в своем выступлении **помощник руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) Алексей Алексеенко.**

По его словам, проблема импортозамещения «решается в две фазы». На первом этапе импорт из западных стран замещается импортом из других стран. При этом, когда ведутся переговоры с новыми странами-поставщиками, для того чтобы были учтены интересы российского бизнеса и национальные интересы России, говорится о возможности оплаты их продукции или другим товаром, например, по схеме зерно – на мясо или рыбу, или национальной валютой. Но замещение одного импорта другим – это лишь первый этап. А для второго этапа надо будет совершенствовать собственное аграрное производство, подчеркнул представитель Россельхознадзора.

«Обеспечение продовольственной безопасности России – главная задача отечественных производителей в условиях эмбарго на импорт продуктов питания» – это тема другой конференции экспертного сообщества. В результате ответных мер на антироссийские

санкции Запада импорт продовольствия в Россию в 2014 году сократился с 45,6 до 35,8 млрд долларов, отметил выступивший на конференции известный российский эксперт по продовольственному рынку, **проректор Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского Сергей Серегин**.

Такое сокращение импорта открывает дополнительные возможности для отечественных производителей, тем более что в последнее время, по словам эксперта, государство немало сделало для развития агропромышленного сектора. На поддержку АПК России в 2013 году было выделено 188 млрд рублей, в 2014 году – 159 млрд рублей, а в нынешнем году на эти цели запланировано около 150 млрд рублей.

«Если бы такой государственной поддержки не было, не было бы и позитивных результатов. За 2014 год индекс производства в пищевой промышленности и сельском хозяйстве в целом составил 103,7% и 103,5%. И это при нулевом росте ВВП», – констатировал Сергей Серегин. Он назвал перспективным направлением для отечественного АПК развитие евразийской интеграции в рамках приступившего к своим полномочиям с начала этого года Евразийского экономического союза Белоруссии, Казахстана, России и присоединившихся к ЕАЭС Армении и Киргизии.

На «Продэкспо-2015» дальнейшее развитие получила тема экобиопродукции. На выставке работал II Международный ЭкоБиоСалон, премьера которого состоялась в прошлом году. В экспозиции салона свою продукцию продемонстрировали 53 компании, а Международный ЭКО БИО центр провел конференцию «Перспективы развития экобиорынка в России и за рубежом в новых экономических условиях». В ее рамках прозвучало более 20 докладов и выступлений по самым насущным темам, касающимся современного состояния экобиорынка в России, контроля и стандартизации натуральной продукции, вопросов развития натурального фермерства, выращивания и реализации органической и экологически чистой продукции. Также участники обсудили новый Закон РФ «Об органическом земледелии», который планируется принять в этом году.

Большой интерес вызвала конференция «Все аспекты детского питания в современных условиях». Сегодня рынок детского питания в России развивается гораздо стабильнее, чем потреби-



Андрей Мосов,
руководитель экспертного
направления НП «Росконтроль»:

«Серьезная проблема – псевдодетские продукты, когда «детскими» зачастую являются только название или дизайн, что вводит потребителя в заблуждение».

тельский рынок в целом, констатируют эксперты. По данным, приведенным компанией Nielsen, в 2014 году рынок детского питания вырос в абсолютном выражении на 10%, а в стоимостном – на 18%. Наибольшие темпы роста показал самый главный его сегмент – детские молочные продукты.

Рост объемов производства продуктов детского питания свидетельствует о динамичном развитии данного сегмента экономики, что положительно сказывается на импортозамещении. Как отметила модератор конференции, **начальник отдела производства социального питания департамента регулирования агропродовольственного рынка, пищевой и перерабатываю-**

щей промышленности Минсельхоза России Лина Трусова, расширяется ассортимент отечественной продукции, которая не только может конкурировать с импортной, но и гораздо ниже в ценовом диапазоне, что делает ее более доступной для молодых семей.

Большое внимание на конференции было уделено вопросам качества продуктов детского питания. Лишь пятая часть продуктов питания для детей не соответствует требованиям по качеству, сообщил **Андрей Мосов, руководитель экспертного направления НП «Росконтроль»**. Однако, по его мнению, недостаточен ассортимент детского питания, а такие позиции, как продукты питания для школьных и дошкольных учреждений, практически отсутствуют.

«Серьезная проблема – псевдодетские продукты, когда «детскими» зачастую являются только название или дизайн, что вводит потребителя в заблуждение», – выразил озабоченность представитель «Росконтроля».

Министр сельского хозяйства РФ Николай Федоров охарактеризовал выставку «Продэкспо-2015» не только как авторитетный международный форум, который собирает в столице России известных отечественных и зарубежных производителей продуктов питания и напитков, но и как «авторитетную площадку для дискуссий, посвященных актуальным проблемам развития продовольственного рынка, конструктивного общения, расширения горизонтов партнерства». **МС**

конференция

WORLD SOY-FEEDS

МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА

**Мировой и российский рынок сои и кормовых шротов.
Влияние на современное кормопроизводство.**

Россия | Санкт-Петербург | Сокос Отель Palace Bridge

Июнь 3–6 2015



Организатор конференции:

ИД «Сфера»

Место проведения:

Россия, г. Санкт-Петербург

ИД «Сфера» приглашает Вас посетить первую в России конференцию с мировым именем: **World Soy – Feeds. Мировая Соя – Корма.**

Конференция проходит в самое живописное петербургское время года – в период белых ночей. Белые ночи в Санкт-Петербурге дают возможность восхищаться великолепными дворцами и храмами, памятниками и разводными мостами, реками и плывущими по ним кораблями не только днем, но и ночью. Мы предложим вам традиционное развлечение: катания по Неве на прогулочном теплоходе, совмещенного с дружеским ужином и бесценным общением.

Источник:



VII выпуск отчета «Индекс рынка молочных продуктов» компании Tetra Pak

В центре внимания – Китай, США, Германия



В сочетании с изменением потребительских предпочтений и смещением глобального демографического равновесия наша промышленность находится в болезненном состоянии трансформации. Компании, производящие молочную продукцию, все чаще стремятся получить доступ к более широкому мировому ландшафту, соответственно выходя за пределы своих внутренних рынков в поиске источников сырья или рынка сбыта. Этот новый взаимосвязанный мир в равной мере представляет собой сложную, но в то же время хорошую возможность для развития глобальной индустрии.

Китай на пути к самодостаточности

Быстрый экономический рост Китая, урбанизация и повышенное потребление молока создали беспрецедентные возможности для отечественных и зарубежных производителей, предлагающих новые продукты для потребителей самой населенной страны мира. Здесь наблюдается особенное отношение к молоку как к здоровому и питательному дополнению в ежедневном питании.



В целом перспектива мировой молочной промышленности остается чрезвычайно привлекательной, особенно для компаний, которые способны удовлетворить как увеличивающийся спрос на развивающихся рынках, так и потребность в новых продуктах среди потребителей в своих развитых регионах.

Постоянно растущий «аппетит» Китая к молочной продукции также стал и проблемой для второй по величине экономики в мире. Он привел к сокращению разрыва между объемом молока, производящегося в стране, и ко-

личеством его потребителей (более 1,35 млрд). Чтобы решить проблему, страна активно наблюдает за развитием индустрии как у себя на родине, так и за рубежом, в целях обеспечить стабильное снабжение.

Внутри государства Китай поощряет создание более крупных и производительных молочных ферм. Это привело к увеличению самообеспеченности, которая оценивалась в 2013 году в 86%. Создавшийся в первой половине 2014 года дефицит сырого молока был снижен за счет высокого уровня производства, вызванного также благоприятными факторами (температура, избыток корма и последствия исторических инвестиций со стороны крупных молочных ферм в новые методы производства).

В то же время замедление экономического роста снижает внутренний спрос, что приводит к тому, что нехватка сырого молока становится менее распространенной проблемой. Несмотря на это, в конечном счете ожидается, что Китай столкнется с нехваткой запасов сырого молока, хотя и с краткосрочными колебаниями.

За границей китайское правительство поощряет расширение своих молочных компаний за счет приобретения других предприятий и заключения партнерских соглашений, обеспечивающих новые знания и опыт в молочной индустрии и земледелии даже таких удаленных регионов, как Франция и Новая Зеландия.

Импорт молочных продуктов продолжает расти, и Китай, по мнению консалтинговой компании Zenith International, готов удвоить свою долю в мировом импорте в течение десяти лет примерно с 6% в 2013 году до 12% в 2024-м.

Независимо от того, откуда будет привозиться молоко, потребление молочных продуктов в Китае, а именно наиболее продаваемого молока в порционной упаковке, как установлено, испытает бум в следующем десятилетии. Более 80% жидких молочных продуктов, продаваемых в Китае, занимает именно молоко в порционной упаковке, составляя 93% от всего объема продаж.

Китайские молочные компании, такие как Inner Mongolia Yili, Mengniu Dairy и Bright Dairy, удовлетворяют большую часть растущего спроса, предлагая большое разнообразие продуктов. В связи с растущим осознанием необходимости правильного питания, китайские потребители все чаще обращаются к молочным продуктам премиум-класса, начиная от органического молока и заканчивая другими жидкими молочными продуктами, такими как ароматизированное молоко премиум-класса и питьевой йогурт. Bright Dairy, например, наблюдает рост потребления своего питьевого йогурта Mosili'an, первого йогуртового продукта Китая. Yili и Mengniu тоже отмечают существенное увеличение спроса на молочные напитки, в том числе на ароматизированное молоко премиум-класса.

Увеличивающийся спрос на торговлю и диверсификацию молочных продуктов также создал возможности для иностранных компаний, в том числе Fonterra из Новой Зеландии, успешно продающей в Китае свою флагманскую марку ультрапастеризованного молока Anchor, или же японской Meiji, которая продает здесь свой питьевой йогурт.

Дефицит молока в Китае также открыл новые возможности для экспортеров в Германии, Ирландии и Новой Зеландии, которые смогут теперь продавать больше молока, в то время как на местном рынке спрос на их продукцию падает.

«При условии, что производство молока будет увеличиваться в странах Тихо-

океанского региона и ЕС, поток молочных продуктов из этих двух регионов в Китай получит беспрецедентный уровень в ближайшие годы», – сообщает Zenith International. В 2013 году более 70% потребности Китая в импорте молока были удовлетворены Новой Зеландией. Германия, США, Австралия и Франция в то же время смогли удовлетворить большую часть из оставшегося спроса.

«Китайский импорт жидкого и сухого молока будет стремительно расти в течение 2014–2018 гг., в среднем на 15% в год или более, достигнув замедления роста до 10% в год в течение 2019–2024 гг., –



В прошлом году продажи молока в США упали до самой низкой отметки, начиная с 1984 года. По данным за последние три десятилетия молоко потребляют менее 50% взрослых, а спрос на молочную продукцию в стране сократился вдвое.

отмечают в Zenith International. – Даже с предполагаемым ростом внутреннего производства молока на 5% в 2013 году разрыв между спросом и предложением в Китае продолжает увеличиваться, открывая двери для импорта».

Китайское правительство создает стимулы для инвестирования в рост молочного животноводства. Индустрия растет от семейных ферм до профессионально управляемых масштабных хозяйств, повышая качество и доступность местного молока.

Китай положительно реагирует на увеличение спроса на молоко. Новые молокозаводы, обеспечивающие повышенный уровень отечественного производства и партнерские отношения с поставщиками в странах-экспортерах, помогают обеспечить будущие поставки. По мере того, как развиваются потребительские предпочтения к молоку, растет и спрос на различные полезные для здоровья продукты, что создает до-

полнительные возможности для местных и иностранных производителей.

США: экспортные возможности и внутренние проблемы

США являются вторым по величине производителем молока в мире после Новой Зеландии. В 2013 году было произведено 91,4 млн т молока, что является признаком увеличения производства на 1,8% по сравнению с 2012-м.

По итогам 2013 года экспортеры среди производителей из США показали рекордные продажи – 6,1 млрд долларов. Достижение таких показателей стало возможным в связи с сокращением конкуренции со стороны традиционных и ключевых поставщиков, таких как ЕС (по экономическим причинам) и Новая Зеландия (из-за сильной засухи), и благодаря тому, что американские молочные продукты стали более конкурентоспособными в условиях увеличения мирового спроса на них. В результате этого перспективы экспорта для молочной промышленности США являются положительными, с наиболее ожидаемым ростом на развивающихся рынках, таких как Мексика и Китай, и при условии содействия торговых соглашений для поддержки экспортной деятельности США.

В отличие от экспортной истории, потребление традиционного белого молока (для питья, вместе с зерновыми продуктами или просто для приготовления пищи) в США снижается с изменением образа жизни потребителей и увеличением доступности более современных молочных продуктов. Это создало затянувшееся с 1970 года снижение потребления на 1–2% в год по данным американского министерства сельского хозяйства.

Упомянутые изменения образа жизни включают в себя продолжающееся снижение употребления домашних завтраков, а также потребления молока в целом. Так, 42 млн американцев в настоящее время полностью пропускают свои завтраки. Все больше распространяется культура питания на ходу, в которой потребители обращаются к альтернативным напиткам и молочным продуктам с добавками. Молодое поколение потребляет меньше молока, чем это делало предыдущее, но, тем не менее, растет спрос на другие продукты, такие как ароматизированное молоко и сливки.

Для борьбы со спадом спроса на традиционные варианты производители уделяют особое внимание разработке

инновационных решений в категориях других жидких молочных продуктов. Такие продукты преимущественно ориентированы на молодых людей, которые, как ожидается, должны быть открыты к новым предложениям, особенно в то время, когда они потребляют молоко меньше остальных групп. Одним из примеров таких инновационных продуктов является категория смесей молоко и сок или молоко и овсяные хлопья, которые уже укрепили позиции на рынке США.

Йогурт и смузи являются другими примерами продуктов, набирающих обороты на внутреннем рынке. Потребление йогурта на душу населения практически удвоилось за последние десять лет, что инициировало масштабные инвестиции от таких компаний, как PepsiCo и Muller, открывших новый йогуртовый завод стоимостью в 350 млн долларов в июне 2013 года. По прогнозам рост спроса на смузи тоже наберет обороты в ближайшие два года в качестве альтернативы 100-процентным фруктовым сокам. Данное явление служит доказательством того, что сектор может процветать, если его продукция представлена по конкурентной цене и если она обладает рядом преимуществ, необходимых взрослым покупателям.

Для таких продуктов, как коктейли-завтраки с марками Post's Goodness to Go, General Mills' B'Fast и Kellogg's Breakfast to Go также стремительно освобождается место на молочном рынке. Поэтому стоит полагать, что в этой области тоже существует потенциал для дальнейшего роста.

Востребованность пищевой ценности молочных продуктов отражается в набавленной стоимости, которая демонстрирует устойчивый рост в последние годы по всей линейке взрослого и детского питания, а также спортивного питания и питания, контролирующего вес. По статистике 62% американцев еженедельно занимаются фитнесом, а 61% предпочитает здоровую пищу в целях похудения, что лишний раз подтверждает предположение о том, что молочные продукты с добавленной для здоровья ценностью могут представлять значительные возможности для отрасли.

Белок стал важнейшим компонентом для увеличения потребления молока в Соединенных Штатах. Milk PER, индустриальная организация, которая проводит знаковые кампании под названием Got Milk, в последние годы перефокусировалось на кампанию под названием «Молоко для жизни», которая помогает организации продвигать бел-

ковые преимущества своих продуктов. Изменение отношения потребителей к незаменимым жирным кислотам, которые, как было доказано, необходимы организму для поддержания здоровой иммунной системы, роста и восстановления, укрепляет информацию о питательных свойствах молока.

Нет никаких сомнений, что Соединенные Штаты столкнулись с очень сложным внутренним рынком в последние годы, в то время как упал спрос на традиционные молочные продукты. Тем не менее, новые методы информирования потребителей о питательных свой-



Производители развитых рынков, которые ищут новые пути для удовлетворения роста спроса на молочную продукцию в развивающихся странах, сталкиваются с зеркальной проблемой снижения потребления данной продукции на локальном уровне.

ствах молока, инновации во всех видах продукции и новые поводы употребления дают положительные признаки роста внутреннего рынка. В качестве же экспортера США продолжают путь удачного 2013 года и в полной мере пользуются возможностями, предоставленными спросом на развивающихся рынках.

Азиатский спрос благоприятствует немецкому росту

Германия, которая уже является крупнейшим производителем молока в Европейском союзе (ЕС), за последние десять лет увеличила уровень поставок молока более чем на 10% и готовится нарастить экспорт, как только квоты ЕС на его производство в 2015 году будут сняты.

В то время как внутренний спрос на жидкие молочные продукты ежегодно снижался на 0,8% в период между

2010-м и 2013 годом, компании Германии стали все чаще обращать внимание на прибыльные экспортные рынки Азии и Ближнего Востока, стремясь получить выгоду от большого спроса за рубежом.

В настоящее время Китай является крупнейшим экспортным рынком Германии за пределами ЕС. Хотя Китай стремится к увеличению внутреннего производства, он также нуждается в импорте молочных продуктов, чтобы закрыть растущий разрыв между спросом и предложением.

К концу 2012 года около 80 молочных брендов были импортированы в Китай. Половина из 10 крупнейших брендов, в том числе Oldenburger и Suki, использовали в производстве молоко немецкого происхождения. На эти топ-10 брендов пришлось около 67% молока, импортируемого в Китай в 2012 году по данным китайской таможенной статистики.

Ведущие немецкие молочные компании успешно выделяют знак «Сделано в Германии» на своих экспортируемых в Китай брендах. Подходы к экспорту варьируются от создания местных торговых организаций до формирования совместных предприятий и заключения партнерских отношений с крупнейшими китайскими дистрибьюторами. При этом немецкие бренды имеют хорошее присутствие в магазинах в Китае и уже пожинают плоды за счет роста онлайн-продаж молока в стране.

Отмена квот на молоко в ЕС, как ожидается, будет стимулировать увеличение экспорта в Китай немецкого молока (в частности сухого, пастеризованного и ароматизированного), создав дополнительные возможности для немецких производителей.

Германия, как и Франция, Нидерланды, Бельгия и Дания, ожидает увидеть рост экспорта молочных продуктов на 4,5%–6% в год за пределы ЕС в период 2014–2024 гг.

До 50% сырого молока Германии экспортируется за пределы страны, а производство растет благодаря своей прибыльности, что открывает широкие горизонты для немецких компаний, желающих продавать больше молока за рубежом.

Снижение спроса на местном рынке Германия успешно компенсировала за счет использования преимуществ новых потребительских привычек в других частях мира. Задача на будущее для немецких молочных компаний – соблюсти баланс между экспортными возможностями и трудностями в связи со снижением внутреннего спроса на продукцию. **MC**

Tetra Pak® Group – активный участник EHEDG (Европейского объединения гигиенического инжиниринга и дизайна)

ПРЕВОСХОДНОЕ КАЧЕСТВО ВАШЕГО ПРОДУКТА

Tetra Alsafe® – полностью автоматизированная асептическая емкость, которая идеально подходит для промежуточного хранения пищевых продуктов с пониженной кислотностью в асептических условиях

Отличительные особенности

- Гарантирует максимально возможное качество ESL*-продукта
- Обеспечивает минимизацию роста микрофлоры асептического продукта
- Гарантирует контроль температуры продукта
- Предоставляется полная интеграция в технологическую и упаковочную ESL*-линию

*Технология ESL (от англ. Extended Shelf Life) делает пастеризованный продукт более качественным, безопасным и способствует более длительному сроку хранению данного продукта

Узнайте больше: www.tetrapak.ru, тел. +7 495 787 8097



Tetra Pak,  СОХРАНЯ ЛУЧШЕЕ, являются зарегистрированными торговыми марками и принадлежат группе компаний Тетра Пак



Если в 2013 году наблюдался спад производства сыра и сырных продуктов из-за сокращения поголовья скота и молочных изделий, то в 2014-м произошел рост показателя на 15%.



Авторы:

Анастасия Птуха,
председатель
Совета директоров
ГК Step by Step



Anastasia Ptukha,
Step by Step
company group CEO

Екатерина Соболева,
менеджер по маркетингу
ГК Step by Step



Ekaterina Soboleva,
Step by Step company
group PR manager

Сырный рынок – лакомый кусок

Cheese market: a sweet spot

There are about 150 cheese plants in Russia but the top ten manufacturers cover only about 30% of all production volume.

Особенностью потребления сыра в России является его восприятие не как самостоятельного блюда, а как компонента бутербродов, которые подаются к столу в качестве закуски среди прочих холодных блюд. Следствием данной тенденции стало относительно низкое потребление сыра в России по сравнению с другими европейскими странами, несмотря на то, что россиянам этот продукт известен уже несколько сотен лет.

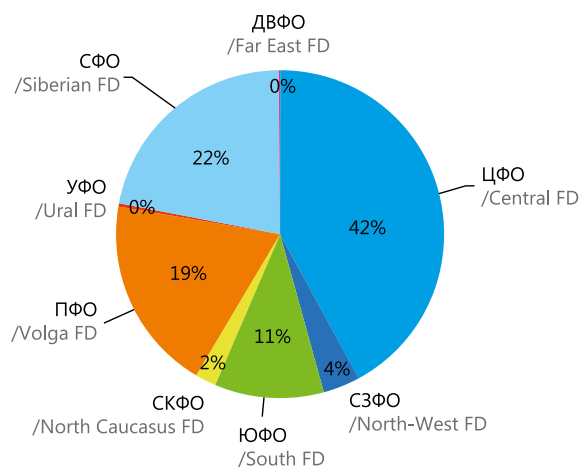
Лидерами по потреблению в Европе являются Дания, Греция, Исландия и Франция – в этих странах на человека в год приходится более 24 кг сыра, что почти в четыре раза выше российского показателя. Следовательно, можно сделать вывод, что потенциал для наращивания объемов рынка в нашей стране достаточно высок.

На сегодняшний день российский рынок сыра вступил в активную стадию развития. Согласно прогнозам, потребление с каждым годом будет расти, чему есть ряд предпосылок. Так, в настоящее время консолидация рынка находится почти на нуле. В России насчитывается порядка 150 сыроваренных заводов, при этом десятка крупнейших производителей покрывает всего лишь около 30% объема производства. При этом в ассортименте доминирует сортовая продукция. Словом, все говорит о том, что у отечественных компаний есть хорошие шансы для бурного роста.

Одной из важнейших характеристик российского рынка является стоимость продукции. В структуре ценообразования на отечественные сыры 66% составляет цена сырья, 13,8% приходится на издержки и прибыль производителя, 20,2% – издержки и прибыль в оптовой и розничной торговле.

Диаграмма 1. Производство сыров и сырных продуктов по федеральным округам в 2014 г., %

Diagram 1. Cheese and cheese spreads production by federal districts in 2014, %



Источник / Source: ГК Step by Step

The feature of cheese consumption in Russia is its vision not as a separate meal, but as a component of sandwiches which are served as snacks among other cold dishes. As a result of this trend, cheese consumption in Russia is quite low compared to other European countries though Russians have known this product for several centuries.

Denmark, Greece, Iceland and France are leaders in cheese consumption in Europe: in these countries, the annual value is more than 24 kilos per capita, which is four times more than in Russia. So, we can say that the potential for market volumes growth in our country is quite high.

Nowadays Russian cheese market is on the active stage of its development. According to the forecasts, the consumption will grow year by year, which already has its reasons. Thus, nowadays market consolidation is about zero. There are about 150 cheese plants in Russia but the top ten manufacturers cover only about 30% of all production volume. At the same time, sorted production is most of the assortment.

So, everything tells us that national companies have good chances for quick growth.

Production prices are one of the most important characteristics of the Russian market. In price determination for national cheese, costs of raw materials are 66%, 13.8% belong to the manufacturers' expenses and income, 20.2% are expenses and income in wholesale and retail trade.

There are two classifications of cheeses at the market by price criteria. The first one consists of three big categories.

1. Main group (main assortment). It consists of the most widely-sold cheeses which are in high demand among Russian consumers. Trade marks in this group have high commodity circulation.

В России насчитывается порядка 150 сыроваренных заводов, при этом десятка крупнейших производителей покрывает всего лишь около 30% объема производства.

Диаграмма 2. Производство сыров и сырных продуктов в РФ в 2010–2014 гг.

Diagram 2. Cheese and cheese spreads production in Russia, 2010–2014



Источник / Source: ГК Step by Step

По ценовому критерию на рынке можно выделить две классификации сыров. Первая состоит из трех больших категорий:

1. Основная группа (базовый ассортимент). К ней относятся самые продаваемые сыры, которые пользуются повышенным спросом у российских потребителей. Марки данной группы обладают высоким товарооборотом.

2. Элитная группа. Состоит из дорогих сыров.

3. Дополнительная группа. В нее входят сорта, которые находятся между дорогими сырами и марками базового ассортимента.

Вторая классификация более привычна и состоит из четырех ценовых сегментов:

- низкий: менее 200 рублей за 1 кг;
- средний: 200–250 рублей за 1 кг;
- выше среднего: 250–330 рублей за 1 кг;
- «премиум»: выше 330 рублей за 1 кг.

Самую большую долю российского рынка занимают сыры низкого ценового сегмента – около 43%. В группе твердых сыров этот сегмент представлен марками «Российский», «Голландский», «Пошехонский» и пр. Сыры ценовых сегментов среднего и выше среднего занимают примерно равные доли рынка. На средний сегмент приходится 24%, тогда как на сегмент выше среднего – 22%. К этой категории относятся такие марки, как «Маасдам», «Гауда», «Эдам» и пр. На продукцию класса «премиум» приходится 11% российского рынка. Она представлена сырами «Рокфор», Kaserei, Champignon и др.

Российские производители сыров в основном сосредоточены в низком и среднем ценовом сегменте. Категория продуктов «премиум» до введения в середине прошлого года санкций со стороны Запада и ответных мер России по ограничению поставок в страну ряда продовольственных товаров преимущественно была занята иностранными марками.

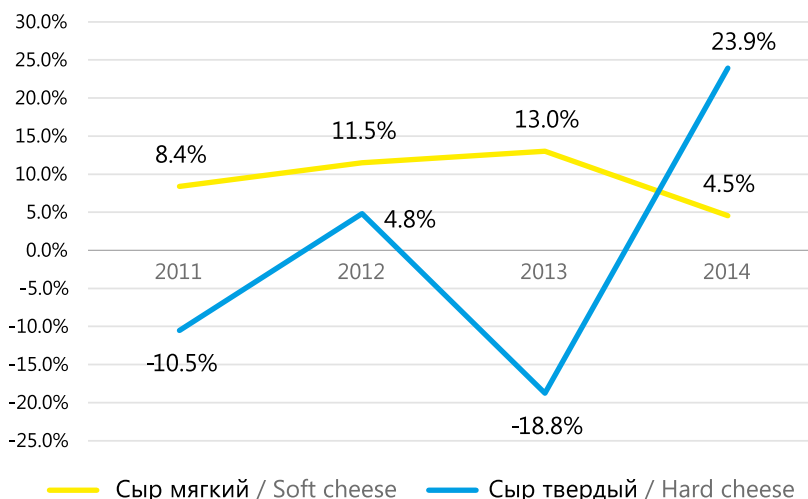
Если рассматривать ситуацию на рынке по территориальному признаку, необходимо отметить, что основное производство расположено в Центральном федеральном округе. На его территории выпускается 42% всей продукции.

Говоря о будущем сырного рынка в России, можно выделить несколько основных факторов, благоприятствующих его развитию. Во-первых, это, конечно, запрет на ввоз европейских сыров, который может в перспективе способствовать развитию производства российской продукции. Во-вторых – внедрение новых технологий в производство, за счет чего увеличиваются объемы продукции, выпускаемой российскими предприятиями.

Кроме того, постепенно развивается высокий ценовой сегмент. Это довольно перспективное направление, но для того чтобы удержаться в данной нише, отечественным сыродельным заводам

Диаграмма 3. Темпы роста производства твердых и мягких сыров в 2011–2014 гг., %

Diagram 3. Hard and soft cheese production growth rates, 2011–2014, %



Источник / Source: ГК Step by Step

2. Elite group, consisting of expensive cheeses.
3. Additional group, consisting of cheese kinds between the expensive ones and main group trade marks.
The second classification is more common, consisting of four price segments:

- Low: less than 200 rubles per kilo.
- Middle: 200–250 rubles per kilo.
- Upper-middle: 250–330 rubles per kilo.
- Premium: more than 330 rubles per kilo.

The biggest share of the Russian market (about 43%) belongs to low-price cheeses. In hard cheese branch, this segment is presented by such trade marks as Rossiyskiy, Gollandskiy, Poshekhonskiy and others. Cheeses of middle and upper-middle price segments have almost equal price shares. 24% belong to the middle segment, with 22% belonging to the upper-middle one. Such trade marks as Maasdam, Gouda, Edam and others. About 11% of the market belong to premium class production. It is presented by such cheese trade marks as Roquefort, Kaserei, Champignon and others.

Russian cheese manufacturers are mostly concentrated in low and medium price segments. The premium production category has been occupied by foreign trade marks until the Western sanctions and Russian answering measures were implemented.

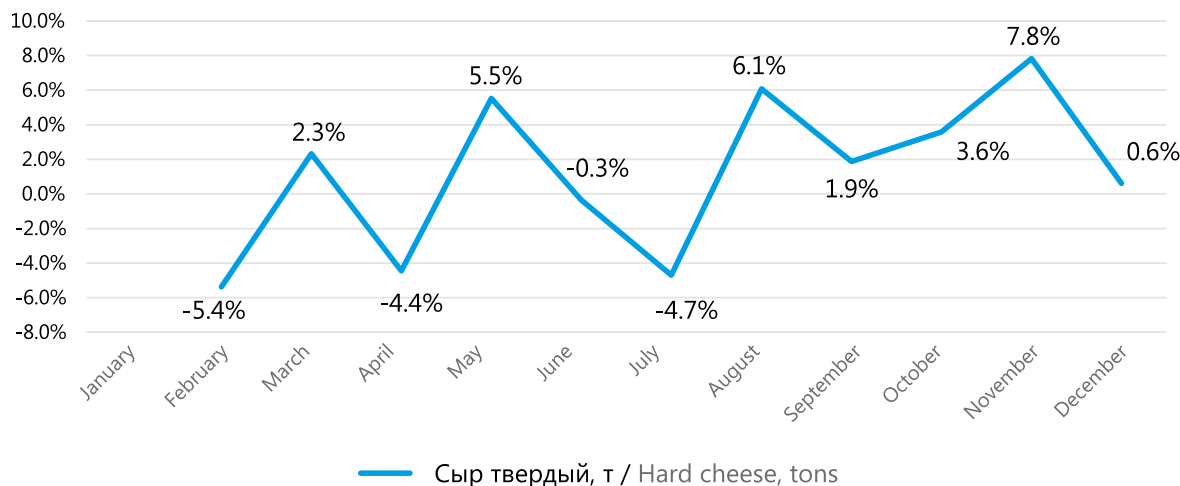
If we look at the market situation on an area basis, it is worth noticing that the main manufacturing facilities are located in the Central FD. 42% of all production are manufactured there.

If we talk of the future of the cheese market in Russia, we can highlight several main factors which promote its development. Firstly, is it the import ban for European cheeses, which can force the production development in Russia in the future. Secondly, it is the implementation of new technologies in-

Самую большую долю российского рынка занимают сыры низкого ценового сегмента – около 43%. В группе твердых сыров этот сегмент представлен марками «Российский», «Голландский», «Пошехонский».

Диаграмма 4. Темпы роста промышленных средних цен в 2014 году, %

Diagram 4. Average production prices growth rates in 2014, %



Источник / Source: ГК Step by Step

необходимо применение различных методов стимулирования сбыта, начиная с обыкновенной рекламы и заканчивая использованием модернизированной упаковки, так как это является хорошим маркетинговым инструментом. Таким образом, вхождение в сегмент дорогих сыров сможет положительно повлиять на рентабельность отечественных производителей.

Рассмотрим изменения, произошедшие на российском рынке сыра за последние годы и влияние продовольственного эмбарго на внутреннее производство в стране. В течение всего 2014 года происходили значительные колебания цены на продукцию. В качестве примера – ежемесячная динамика цен на твердый сыр. Если в начале года наблюдалось снижение стоимости в отдельные месяцы, то, начиная с августа, происходит ежемесячное увеличение цены. В целом по итогам минувшего года промышленная стоимость полутвердого сыра выросла на 10,7%, а стоимость твердого – на 12,6%. Как и следовало ожидать, увеличение оптовых цен повлекло за собой рост розничных цен.

Однако если в 2013 году наблюдался спад производства сыра и сырных продуктов из-за сокращения поголовья скота и молочных изделий, то в 2014-м произошел рост показателя на 15%. Производство по сравнению с 2010 годом выросло на 60 тыс. т. В прошлом году наблюдался значительный рост производства твердого сыра – почти на 24%. При этом необходимо учесть, что в 2013-м, как уже говорилось выше, произошел значительный спад, и высокие показатели были обусловлены не только отсутствием импортных сыров на рынке, но и низкой производственной базой, которую постепенно начали модернизировать участники отрасли. **МС**

to the manufacturing process, which increases the production volumes at Russian enterprises.

Besides of that, the high price segment has also been developing. It is quite a prospective direction, but local cheese plants need to implement different methods of sales stimulation to stay in this niche – from the usual advertising to the usage of modern packaging as it is a good marketing instrument. Thus, entering the high-price cheese segment can have a good influence on Russian manufacturers' profitability.

Let's look at the changes at the Russian market during the last few years and the influence of the production embargo on the country's inner production.

In 2014, significant production price fluctuations were seen. Let's look at the monthly hard cheese price dynamics for example. If at the beginning of the year the fall in prices was seen in some months, then prices had been growing month to month since August.

As a whole, at the end of last year the manufacturing costs for semi-hard cheese has grown by 10.7%, with the price of hard cheese growing by 12.6%. The increase in wholesale prices has expectedly lead to the rise in retail prices.

But if in 2013 the fall in cheese and cheese spread production was seen due to the decrease in cattle herd and dairy production volume, then in 2014 the value has grown by 15%. Thus, the production volume has grown by 60 thousand tons compared to 2010.

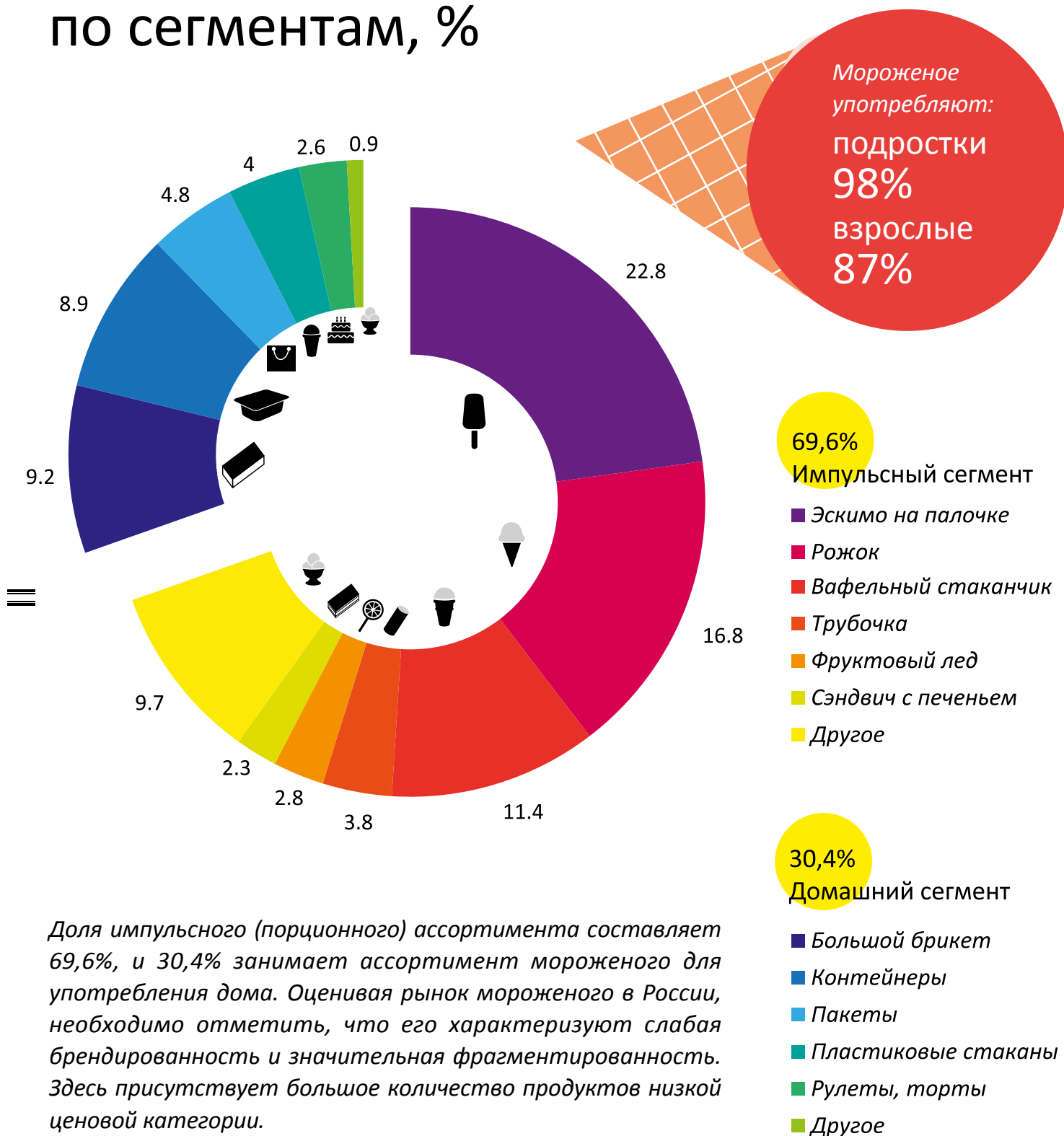
Last year, the significant growth in hard cheese production was also seen. According to the statistics' data, its volume has grown by nearly 24%. It's also worth noticing that in 2013, the significant fall was seen, and the high values were explained not only by the lack of imported cheeses at the market but also by the low manufacturing base which has been modernized by the industry players. **ДС**

Вхождение в сегмент дорогих сыров сможет положительно повлиять на рентабельность отечественных производителей.



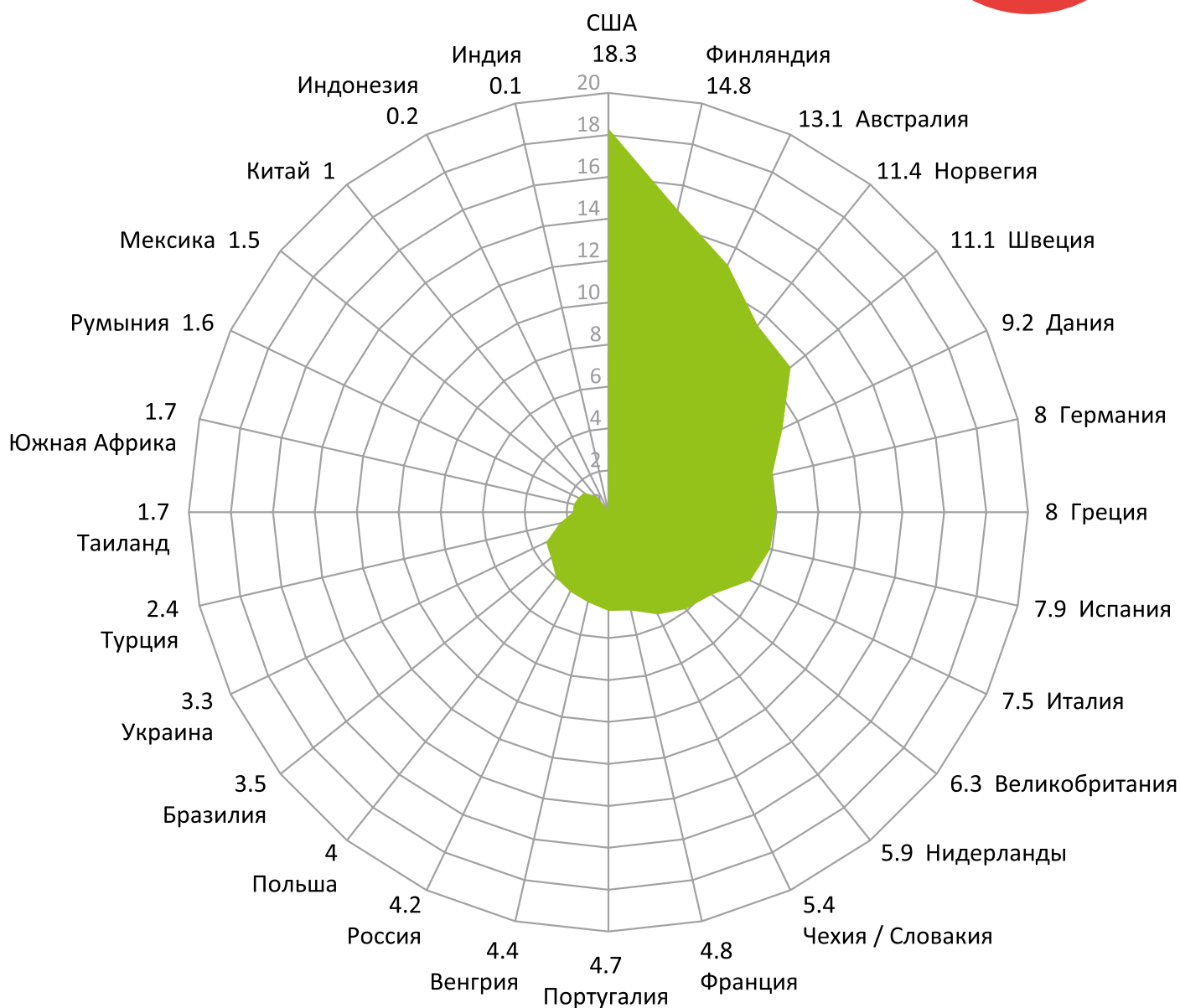
Entering the high-price cheese segment can have a good influence on Russian manufacturers' profitability.

Структура рынка мороженого по сегментам, %



Потребление мороженого в мире на человека, л/год

На сегодняшний день самый высокий показатель потребления мороженого в мире принадлежит США – 18,3 л на человека в год. Также в лидерах Финляндия, Австралия и Норвегия. Самый низкий уровень потребления мороженого – в Индии (0,1 л/год), Индонезии (0,2 л/год) и Китае (1,0 л/год).





«Ключи жизни» построят молочный комплекс

Сельхозкооператив «Ключи жизни» планирует строительство за 250 млн рублей молочно-товарной фермы и мини-завода по производству молочных продуктов в Елецком районе Липецкой области.

По словам **руководителя предприятия Салмана Мажаева**, проект комплекса уже готов. Для его реализации компания собирается найти инвестора с собственными средствами или воспользоваться целевыми средствами соответствующих программ Минсельхоза и Минфина РФ.

«Мы не планируем брать кредит под это строительство. Залезать в кредит под 30% годовых при отдаче, которая будет только через пару лет после пуска, с нашей точки зрения, неоправданно», — пояснил господин Мажаев.

Молочный комплекс компании «Ключи жизни» будет представлять собой роботизированное производство на 200 голов КРС. Из них примерно 40 голов — сухостойные коровы и 160 — дойные. Ожидается, что при продуктивности 5,5 тыс. кг молока в год от одной коровы комплекс будет давать не менее 1000 т товарного молока.

СПСПК «Ключи жизни» образован 2013 году на базе фермерского хозяйства Салмана Мажаева. Имеет единственный в регионе забойный цех для мелкого рогатого скота. Кроме проектов в растениеводстве и производстве молока имеет планы строительства предприятий по переработке мяса и производству изделий из овчины и овечьей шерсти.

pticainfo.ru



Scherjon построит завод в Азербайджане

В Азербайджане будет построен завод по производству сыра Gouda. Как сказано в сообщении Министерства сельского хозяйства Азер-

байджана, министр Гейдар Асадов принял 10 февраля делегацию во главе с президентом бельгийской компании Scherjon Хилькем Шероном.

«Главной темой встречи стало обсуждение бизнес-плана по строительству в Имишлинском районе Азербайджана молочно-животноводческого хозяйства и завода по производству сыра Gouda», — отмечается в сообщении.

В ходе встречи президент компании предоставил детальную информацию о реализации проекта по строительству молочно-животноводческого хозяйства и завода по производству сыра, а также отметил экспортный потенциал проекта с учетом благоприятного географического расположения Имишлинского района.

Площадь комплекса составит 500 га, а для обеспечения производства качественного сыра на территорию комплекса будет завезена одна тысяча голов молочных пород скота.

Комплекс будет иметь стратегическую значимость для региона и станет реализовывать свою продукцию не только внутри страны, но и экспортировать ее в соседние страны.

abc.az



Дело против «Дамате»

Управление ФАС России по Пензенской области возбудило дело об административном правонарушении в отношении ООО «Агропромышленный комплекс «Дамате» по признакам нарушения ч. 2.3 ст. 19.5 КоАП РФ.

«Ранее в УФАС от ООО «Агропромышленный комплекс «Дамате» поступило ходатайство о приобретении более 69% долей в уставном капитале ОАО «Молочный комбинат «Пензенский». Оно было удовлетворено с выдачей обществу предписания о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции на товарном рынке молочной продукции. Согласно данному предписанию, ООО «Агропромышленный комплекс «Дамате» надлежало информировать пензенское УФАС России за 15 дней до принятия решения об изменении отпускной цены на цельномолочную продукцию, выпускаемую ОАО «Молочный комбинат «Пензенский», с представлением экономического обоснования», — сообщила **пресс-секретарь регионального управления УФАС России Марина Горячева**.

Она уточнила, что, согласно сведениям, представленным министерством сельского хозяйства региона, ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» с 14 января 2015 года изменило цены на производимую цельномолочную продукцию более чем на 20%.

«При этом в УФАС данная информация от ООО «Агропромышленный комплекс «Дамате» не поступала, что создало препятствия антимонопольному органу в осуществлении контрольных функций, в том числе за ценовой ситуацией на рынке молочной продукции на территории Пензенской области», — отметила она.

PenzaNews



«АгроПром- комплектация» увеличит производство

Группа компаний «АгроПром-комплектация» планирует увеличить молочное производство в два раза. Это стало известно в ходе состоявшейся встречи губернатора Тверской области Андрея Шевелёва и генерального директора холдинга Сергея Новикова.

Главными вопросами встречи стали увеличение производственных мощностей, перспективы развития предприятий, поддержка и взаимодействие с правительством Тверской области, участие ГК «АгроПромкомплектация» в социально значимых программах и проектах региона.

Андрей Шевелёв отметил, что в прошлом году господдержка сельского хозяйства Верхневолжья составила 1,6 млрд рублей. В этом году заложено уже 2,2 млрд рублей. Сергей Новиков в свою очередь сообщил, что «АгроПромкомплектация» планирует в два раза увеличить молочное производство. В настоящее время, как заявил гендиректор холдинга, идет подготовка к возведению молочного завода. Кроме того, идет строительство предприятия по производству мясокостной муки. В будущем планируется расширение сети фирменных магазинов.

Ранее сообщалось, что по итогам прошлого года рост оборота производственных организаций и торговых домов ГК «АгроПромкомплектация» составил 71%, внешняя выручка увеличена на 87%. Общий рост в натуральном выражении объемов производства (в сравнении с 2013 годом) составил: 10% — по мо-

лочной продукции Дмитрогорского молочного завода; 25% — по колбасным изделиям, изготовленным Дмитрогорским мясоперерабатывающим заводом; 98% — по живку, поставляемому на бойню.

tver-portal.ru



Arla Foods + F. Mayer Imports

Компания Arla Foods создаст совместное предприятие с австралийским импортером сыров F. Mayer Imports. Партнерство позволит Arla Foods успешно продвигать бренд Castello на рынке Австралии, считают в компании.

Новое предприятие, Arla Foods Mayer Australia Pty Ltd, будет реализовывать на австралийском рынке сыр Castello, масло Lurpak, другие молочные продукты Arla Foods, а также других производителей из ЕС и Австралии.

Все существующие и будущие подразделения Arla будут объединены в рамках совместного предприятия с F. MayerImports, который является крупнейшим импортером и дистрибьютором продукции Arla Foods в Австралии за последние 30 лет.

Данный шаг является частью глобальной стратегии Arla Foods по выходу на новые растущие рынки. Австралийский рынок насчитывает более 23 млн потребителей.

«Хотя в целом рынок молочной продукции Австралии демонстрирует незначительный рост, в категории сыров наблюдается оживление. Австралийцы демонстрируют интерес к качественным продуктам питания, включая фермерские сыры. Мы считаем, что наша продукция позволит нам включиться в данный процесс», — подчеркивает **управляющий директор Arla в Австралии Ларс Эггерс**, ставший главой совместного предприятия.

«Мы надеемся внести свой вклад в австралийский молочный рынок, продвигая особую категорию сыров и другой продукции, которая уже завоевала доверие потребителей в других странах мира. Castello продается в Австралии более 35 лет, и наш партнер F. Mayer в течение десятилетий импортирует сыры данной категории из всех крупнейших стран-поставщиков сыра, таким образом мы имеем очень хороший фундамент для развития. Сейчас мы намерены начать поставку новых сортов сыра на этот рынок», — добавляет Ларс Эггерс.

В связи с открытием нового подразделения Arla Foods надеется увеличить доходы с 200 млн датских крон до 1 млрд к 2020 году.

The DairyNews



Чехи построят комплекс в Калининградской области

Председатель регионального правительства Александр Богданов предложил чехам создать современный комплекс по производству молока на территории Калининградской области.

Возможности взаимовыгодного сотрудничества в этой сфере Богданов обсудил с главой профессиональ-

но-животноводческой корпорации «Геносервис» из Чехии Люмиром Грусманном, сообщает пресс-служба регионального правительства.

Гость из Чехии сообщил об опыте применения своей авторской программы «5 К» в Мордовии и в Самарской области. По его словам, внедрение эффективного менеджмента и консультации чешских специалистов позволили значительно увеличить надои молока в этих регионах.

Стороны договорились детально проработать вопросы, озвученные на встрече. Люмир Грусманн пригласил калининградскую делегацию посетить весной текущего года Чешскую Республику, чтобы ознакомиться с опытом работы животноводческого концерна, который славится своими разработками в области генетики.

klops.ru

ВБД и Danone в списке системообразующих организаций

В Минэкономразвития 8 февраля был представлен перечень системообразующих организаций, который может быть скорректирован. Известно, что организации, включенные в список, могут рассчиты-



вать на государственную поддержку для снижения негативных последствий от кризисных явлений.

Помимо двух крупнейших переработчиков молока РФ, в перечень из 199 организаций вошли и крупные производители молока – ООО «Агрофирма «ТРИО» и ООО «Эко-НиваАгро». В перечне отмечены также участники молочного рынка, как ООО «ГК «Агро-Белогорье» (одна из структур – ООО «Грайворонская молочная компания»), ООО «Группа компаний «Доминант». Из производителей сельхозтехники указаны ОАО «Ростсельмаш», ООО «ККУ «Концерн «Тракторные заводы». Присутствуют в списке и крупные производители мяса, продуктов питания, представители сетевой розницы.

При подготовке перечня учитывались показатели годовой выручки компании (не менее 10 млрд



рублей в 2013 году), налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, численности персонала, а также наличие существенной доли на рынке и влияние на социально-экономическую стабильность в субъектах РФ. Включение компаний в перечень системообразующих не гарантирует получение ими государственной поддержки: компании должны будут выполнить ряд требований, а сам список может быть скорректирован, отмечается в сообщении Минэкономразвития РФ.

Отмечено, что отдельное внимание будет уделяться содействию предприятиям в устранении барьеров (административных, законодательных, трудовых), препятствующих осуществлению предпринимательской деятельности в соответствующих секторах экономики.

dairynews.ru

ОТЛИЧНАЯ ФОРМА ДЛЯ БИЗНЕСА!

Производство
пластиковой упаковки
для пищевой
промышленности

Совместное российско-германское предприятие «ТВП Калуга» специализируется на производстве полимерной упаковки для пищевых продуктов. Наша упаковка – это полистирольные стаканчики, предназначенные для молочной продукции (в том числе детского питания), а также десертов: мороженого, меда, мармелада, шоколадного крема и т.д.

Более 10 лет ООО «ТВП Калуга» производит высококачественную экологически чистую продукцию, соответствующую европейским и российским стандартам качества. Наше производство оснащено современным оборудованием, которое позволяет выпускать полимерную упаковку различного объема и диаметра. Мы предлагаем заказчику полный комплекс услуг – начиная с разработки дизайна будущей упаковки и заканчивая выпуском готовой продукции с цветным рисунком. Наша упаковка может быть укомплектована крышками.

Продукция «ТВП Калуга» пользуется у предприятий пищевой промышленности большим спросом. Постоянные заказчики отмечают ее надежность, правильность форм, качество печати на стаканчиках. Продукты, помещенные в такую тару, способны долго сохранять свои полезные свойства и выдерживать любые перевозки. Являясь дочерней компанией twp lage gmbh, мы готовы вам предложить продукцию наших немецких партнеров, а именно: прямоугольные и овальные контейнеры (из ПЭТ, ПС и ПП) различных размеров для мороженого, деликатесов, джемов и сыров. Осуществляем доставку полистирольных контейнеров из Германии.



Преимущества:

- Эластичность
- Стойкая печать
- Надёжная запайка
- Свободное разделение штабелированных стаканов
- Равномерная толщина стенок
- Светонепроницаемость
- Высокая стойкость к механическим воздействиям
- Способность к глубокому охлаждению, без потери стабильности

Россия, 249440, Калужская область

г. Киров, ул. Строительная, 4

Телефон: (48456) 5-02-91

(48456) 2-90-85

(48456) 5-00-09

Факс: (48456) 5-02-89

Email: twprus@kaluga.ru

Офис в Москве: Проспект Мира, 118/265

Телефон: (495) 686-49-88

Email: twprus@mail.ru

www.twpkaluga.ru



Гость:



Андрей Молев,
президент холдинга
«АгриВолга»

Беседовала:



**Виктория
Загоровская**

Фото: **Серж Головач**

Андрей Молев: «Настало время побед!»

Агрохолдинг «АгриВолга», входящий в Группу компаний «Агранта», – один из ключевых инвесторов в сельское хозяйство Ярославской области. С момента основания в 2007 году его деятельность направлена на племенную работу по разведению овец, крупного рогатого скота молочных и мясных пород, а также производство органической продукции под торговой маркой «Углеце Поле».



Коров доят роботы, управление фермой регулируется электроникой, а работа с молочным стадом основана на принципе добровольного доения: буренки свободно перемещаются в отведенном для них пространстве и приходят на автоматическое доение. Робот моет вымя, сдает первые струйки, делает массаж и только после этого надевает доильные стаканчики. Сразу же в потоке делается качественный анализ. Полученное молоко не контактирует с внешней средой и сразу поступает в танк для охлаждения.

По данным маркетинговых исследований, ежегодный рост рынка органической продукции в России в последние три года колеблется в пределах 7–10%. В 2015 году ее продажи, согласно прогнозам агентства Euromonitor, могут составить 225 млн долларов.

Сейчас Россия занимает последнее место среди развитых стран в общем объеме органического производства: ей принадлежит 0,1% мирового рынка. В то же время наша страна обладает огромным потенциалом – 40 млн га неводелываемых земель.

В настоящее время холдинг «АгриВолга» является одним из ключевых игроков рынка «органик» в России и связывает с этим сегментом огромные перспективы. О специфике сегмента, а также проблемах и возможностях развития предприятия в условиях санкций мы поговорили с президентом холдинга «АгриВолга» Андреем Молевым.

– Как повлияла на вас сложная экономическая ситуация, сложившаяся в России в результате введения санкций? С какими итогами компания закончила 2014 год? Расскажите о новинках в ассортименте. На каких



Андрей Молев:

«Россия занимает последнее место среди развитых стран в общем объеме органического производства: ей принадлежит 0,1% мирового рынка. В то же время наша страна обладает огромным потенциалом – 40 млн га неводелываемых земель».

продуктовых предложениях делается сегодня акцент?

– Можно смело сказать, что для нас это был год трудовых побед. Концепция развития холдинга «АгриВолга» предполагала увеличение объемов производства, и наши планы удачно совпали с ситуацией на рынке. Мы продолжили наращивать мощности производства, чтобы больше россиян были обеспечены отечественной продукцией. Серьез-

но расширилась линейка органических молочных и мясных изделий. В продажу поступили масло топленое и несколько видов пастеризованного молока, кефир с низким содержанием жира, ряженка, сливки, новые виды сыра.

Например, накануне Нового года компания представила новинку – полутвердый сыр «Улейма». Аналогов этому органическому сыру в России нет. У него ореховый сладковато-пряноватый вкус, немного похожий на «Маасдам». «Улейма» стал четвертым в сырной линейке «Угличе Поле» после «Российского» (50%), «Костромского» (45%) и «Голландского» (45%). Эти сыры производит Всероссийский научно-исследовательский институт маслоделия и сыроделия в Угличе.

Молочная продукция уже получила признание потребителей на различных дегустациях и конкурсах. Так, летом на выставке-ярмарке «ЯрАгро-2014» отборное молоко «Угличе Поле» и питьевое пастеризованное молоко «Из Углича» заняли первое место в номинации «Лучший молочный продукт». Приз зрительских симпатий достался творогу «Угличе Поле». Кстати, минувшей осенью он также стал победителем по

результатам дегустации органических и обычных молочных продуктов в рамках московской выставки Wellness Expo.

Весной прошлого года началось производство колбасных изделий, а в декабре расширилась линейка мясных деликатесов из говядины, свинины и баранины. Круг потребителей наших продуктов увеличивается, а бренд «Угличе Поле» становится популярным.

В столичном регионе и Ярославской области мы входим в новые торговые сети: начали продажи органических молочных продуктов по прямым контрактам с такими крупными федеральными игроками, как «Азбука Вкуса», «Глобус Гурмэ», «Гипер Глобус» и др. Также продукция «Угличе Поле» реализуется в Москве и Подмоскowie через сеть собственных магазинов «Угличе Поле. Органик маркет». Недавно были открыты два новых фирменных магазина «Из Углича» в Ярославле и Сергиевом Посаде.

Хорошие показатели достигнуты в племенном животноводстве: поголовье крупного рогатого скота молочно направленного за год увеличено более чем на 350 голов, а мясного – более чем на 1150 голов; овцематок стало больше на 200 голов. В этом году мы ввели в строй новую площадку по воспроизводству КРС абердин-ангусской породы на 500 коров-кормилиц, реконструировали и ввели в строй четыре овцефермы. Продолжаем работу по выведению нового типа ярославской породы молочных коров – ярославской комолой коровы.

Также мы расширили парк сельскохозяйственной техники и провели первый этап реконструкции овощехранилища, что позволило улучшить сохранность урожая.

– В чем отличие технологии органического производства? Как организованы процесс выращивания животных на ферме и последующая переработка молока?

– Особенностью производства является то, что оно осуществляется на собственных предприятиях и из своего сырья, полученного на экологически чистых землях. При выращивании животных не используется продукция химической промышленности, не применяются минеральные удобрения и средства защиты растений.

Коров доят роботы, управление фермой регулируется электроникой, а работа с молочным стадом основана на принципе добровольного доения: буренки свободно перемещаются в отве-



СПРАВКА

В конце 2013 года был создан Национальный органический союз, куда, помимо холдинга «АгриВолга», вошли и другие серьезные игроки органического рынка: компания «Аривера» и «Аграрные системные технологии», сеть магазинов «Азбука Вкуса» и корпорация «Органик».

денном для них пространстве и приходят на автоматическое доение. Робот моет вымя, сдаивает первые струйки, делает массаж и только после этого надевает доильные стаканчики. Сразу же в потоке делается качественный анализ. Полученное молоко не контактирует с внешней средой и сразу поступает в танк для охлаждения.

Не позднее чем через 12 часов оно, без контакта с внешней средой, поступает в молочный цех, где подвергается низкотемпературной пастеризации и разливается по пакетам. Такая технология производства позволяет сохранить натуральный вкус молока. Именно «АгриВолга» – впервые в России – реализовала технологию розлива и фасовки продукта непосредственно на ферме.

Помимо пастеризованного молока для конечных потребителей, холдинг

предлагает 20–25 т молока в сутки в качестве сырья для перерабатывающих предприятий.

– Какую упаковку для молочной продукции вы используете и чем обусловлен выбор?

– Мы остановились на упаковке «Стандарт Даймонд Кёрв». Именно она соответствует предъявляемым требованиям: изготавливается из натурального природного сырья, удобна для экологически безопасной переработки, а также наиболее полно отвечает задачам по позиционированию премиального продукта на торговой полке. Кстати, у этой упаковки очень удобное горлышко, и если взглянуть на пакет со стороны, то создается впечатление, будто он тебе улыбается. Наши технологии обеспечивают исключительное качество и чистоту молока. Эти свойства сохраняет и наша упаковка.

– Как вы можете оценить возможности, открывшиеся на продовольственном рынке для отечественных предприятий?

– Россия проходит испытания санкциями, которые в той или иной степени коснулись всех производителей. Нам дан шанс нарастить объемы производства и обеспечить своих граждан качественными и вкусными продуктами.

Правительство Ярославской области и муниципальные власти Углича поддерживают нас в деле развития сельскохозяйственного производства, потому что знают, что укрепление сельского хозяйства – это шаг к продовольственной безопасности России. **МС**

ВСЕ ОТРАСЛИ ПИЩЕПРОМА

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

www.agroprod mash-expo.ru



АГРО ПРОД МАШ

5—9
октября 2015

20 ЛЕТ
ВМЕСТЕ
К УСПЕХУ

«АГРОПРОДМАШ-КОМПЛЕКТ-2015»

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



АГРОПРОДМАШ



Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР
МОСКВА

При поддержке:

Министерства сельского хозяйства РФ

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ

Генеральный

информационный
партнер:

ПРОДИНДУСТРИЯ

Информационный
партнер:



Официальный
интернет-партнер:



Реклама

12+





Потребность России в кормах

Развитие отечественного животноводства к 2020 году увеличит его потребность в концентрированных кормах до 70 млн т с нынешних 62 млн т.

Начальник отдела кормовых ресурсов департамента животноводства и племенного дела Минсельхоза Владимир Дудников сделал такой прогноз на открытом собрании Союза комбикормщиков в рамках выставки «Зерно-Комбикорма-Ветеринария».

Чиновник поделился с бизнесом свежими данными мониторинга состояния кормовой базы. По его информации, на текущий зимне-стойловый период хозяйства всех категорий заготовили кормов на 2,5% больше плана. Так, при расчетной годовой потребности во всех видах кормов 20 центнеров кормовых единиц на условную голову российские аграрии заготовили 20,5 центнера. Эти цифры, по словам Дудникова, дают надежду на благоприятную зимовку скота, а при соответствующих усилиях животноводов – даже на приток молока.

В сегменте грубых и сочных кормов заготовлено на 5,4% больше потребности, или 12,8 кормовых единиц вместо 12,1. Комбикормами, по отчетам регионов, хозяйства всех категорий обеспечены на 102%. «В прошлом году потребление комбикормов по всей стране составило 28,8 млн т, – отметил г-н Дудников. – Сейчас мы мониторим ситуацию, и, по поступающим данным, эта цифра будет больше. Хочу отметить, что практически все комбикорма изготовлены у нас в стране. Импорт из стран дальнего зарубежья составил 1,2 тыс. т – это мизер. Можно сказать, мы удовлетворены состоянием нашей комбикормовой промышленности».

Обеспеченность животноводов зернофуражом Минсельхоз сейчас оценивает на уровне 96,3%, жмыхами – на уровне 99,5%, шротами – на уровне 103,8%, травяной мукой – на уровне 99,7%, а в целом концентрированными кормами – на уровне 97%. Общая потребность отрасли животноводства в концентрированных кормах, по данным министерства, составляет 62 млн т, в том числе 40 млн т зерна. Хотя неофициальные оценки зерновой емкости животноводства, добавляет чиновник, достигают до 48 млн т. «Потребности отрасли животноводства с каждым годом растут, – говорит Владимир Дудников. – Мы планируем к 2020 году, что потребность в концентрированных

кормах составит порядка 70 млн т, из них зерна – порядка 52 млн т».

soyaneews.ru



Tetra Pak приобретает Obram

Компания Tetra Pak, мировой лидер в области переработки и упаковки пищевых продуктов, завершила приобретение польской компании Obram S.A., ведущего поставщика технологических решений и оборудования для производства сыра в Польше, России, Беларуси и многих частях Восточной Европы.

С момента своего возникновения в 1976 году Obram заработала прочную репутацию, предоставляя высококачественные технологические решения для производства свежего сыра, зерненого творога и полутвердого сыра, в том числе и для обработки плесени и засолки.

«Включение компании Obram в группу Tetra Pak усилит наш портфель и расширит наши возможности в быстрорастущем секторе производства сыра, позволив нам обеспечить еще большее разнообразие продуктов и услуг в соответствии с потребностями наших заказчиков. Это приобретение очень хорошо дополнит наш текущий бизнес», – сказал исполнительный вице-президент по технологическому оборудованию Tetra Pak Тим Хай.

Согласно изданию «Сельскохозяйственные перспективы» Организации экономического сотрудничества и развития и Продовольственной и сельскохозяйственной организации, в течение следующих десяти лет потребление сыра вырастет на 16%. По мере того как потребителей все больше будут заботить проблемы здоровья, ожидается рост популярности свежего сыра и более легкого мягкого сыра.

С 2013-го по 2014 год на мягкий сыр приходилось 50% абсолютного увеличения стоимости всего мирового рынка сыра, вызванного инновацией продуктов и ростом проникновения, сообщается в отчете Euromonitor.

«Это приобретение позволит нам более эффективно помогать клиентам использовать эти возможности, – говорит Хай, – особенно в таких местах, как Центральная Америка, Южная Америка и Индия, где спрос потребителей на свежий сыр очень быстро растет. Автоматизиро-

ванные решения Obram обеспечивают высокое качество и представляют собой эффективную альтернативу ручным или полуавтоматическим установкам, которые по-прежнему широко используются».

В настоящее время в Obram работает около 280 человек, большинство которых трудится на двух производствах компании в Ольштыне, Польша.

Президент и главный исполнительный директор Obram Збигнев Рачинский говорит: «Для Obram этот шаг открывает большие возможности: он поможет нам обеспечить рост нашего бизнеса благодаря мировым каналам продаж компании Tetra Pak, позволив нам в то же время предоставлять более широкий ассортимент продуктов и услуг своим нынешним клиентам – от фильтрации и обработки сыворотки до технической поддержки и запчастей».

По сообщению компании



ЕС выделил 8,5 млн евро Беларуси

Беларусь и Европейский союз завершили реализацию программы по поддержке инфраструктуры качества и безопасности пищевых продуктов.

В Минске 10 февраля состоялась передача оборудования для лаборатории Белорусского государственного института метрологии (БелГИМ), что стало заключительным этапом этого проекта. Лаборатория БелГИМ была одной из трех испытательных площадок, участвовавших в программе. Другими стали лаборатории Белорусского государственного ветеринарного центра и Республиканского центра гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья.

Как сообщил журналистам **временный поверенный в делах представительства Европейского союза в Республике Беларусь Рудольф Ришар**, программа стартовала в 2011 году. Ее общий бюджет, выделенный Евросоюзом, составил 8,5 млн евро, в том числе на закупку оборудования для лабораторий затрачено более 3 млн евро.

Помимо оснащения лабораторий, в рамках программы белорусские специалисты получили также профессиональное консультирование, практическое обучение персонала с целью внедрения современных методов анализа, соответствующих стандартам и требованиям ЕС.

«Уверен, что результаты программы помогут белорусским производителям пищевых продуктов расширить свои экспортные возможности на рынках ЕС и третьих стран, повысят уровень доверия и репутации белорусской продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынках», – сказал Рудольф Ришар.

В свою очередь, как отметил **председатель Госстандарта Беларуси Виктор Назаренко**, этот проект был «своевременным и важным как для Беларуси, так и Евросоюза». «Мы выходим на единую нормативную базу в рамках Таможенного союза и ЕАЭС, идет процесс формирования единых технических, ветеринарных, санитарных требований. И он стал большой поддержкой при формировании позиции белорусской стороны», – сказал Виктор Назаренко.

Председатель Госстандарта Беларуси также добавил, что для государства крайне важной является тема реформирования системы надзора на рынке для обеспечения продовольственной безопасности. «Мы очень благодарны за позицию европейских экспертов и мнение, за те варианты, которые вместе с нами были наработаны. Они, в принципе, легли в основу реформирования нашего законодательства», – заметил Виктор Назаренко.

По словам **заместителя министра сельского хозяйства и продовольствия Беларуси Игоря Брыло**, реализация совместного проекта с ЕС «позволила в значительной степени адаптировать нашу систему агропромышленного комплекса к рекомендациям международных организаций».

Лаборатории, участвовавшие в программе, уже готовы к испытаниям минеральной (бутилированной) воды, рыбы, мяса и молочных продуктов для определения содержания в них микотоксинов, остатков органических и неорганических загрязнений, остатков пестицидов и фармакологически активных веществ с использованием методов, признанных на международном уровне.

Целью программы «Поддержка инфраструктуры качества – безопасность пищевых продуктов» было улучшение инфраструктуры качества и безопасности белорусских пищевых продуктов посредством постепенного их приведения к международным стандартам и стандартам ЕС. Она была реализована в течение трех лет международным консорциумом, в который вошли компании из Бельгии, Латвии, Литвы и Польши. Функции ведущего партнера взяла на себя французская ассоциация по стандартизации AFNOR. Партнерами с белорусской стороны выступили Госстандарт, Минсельхозпрод и Минздрав. Программа состояла из четырех основных компонентов: аккредитация, надзор за рынком, менеджмент лабораторий и наращивание потенциала пищевой промышленности.

agriculture.by

ЭФФЕКТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ МОЛОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

- > максимальное содержание основного вещества до 98%;
- > на 20% экономичнее аналогов российского и импортного производства;
- > исключительная чистота продукта;
- > упаковка в соответствии с ISO 9002, защита от влаги и ультрафиолетовых лучей;
- > соответствие ГОСТ Р 52972-2008 Сыры полутвердые, технические условия.

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
КОМПЛЕКСНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ**

**ЛУЧШИЕ СЫРЫ РОССИИ
ВСЕГДА С FUDIX™**

ООО "Зиракс", 404171, Волгоградская обл., р.п. Светлый Яр, мкрн. 4, д. 6
тел.: +7 (8442) 494-999, факс +7 (8442) 499-444,
e-mail: sales@zirax.com
www.zirax.ru

Приглашаем посетить наш стенд № А 611 в павильоне № 75 А, в ВДНХ (ВВЦ) г. Москва с 17 по 20 марта 2015 г.

Технолог Джон Максфилд ожидает
от упаковочной машины большего,
чем просто рекламные обещания

С Multivac он в надежных руках благодаря:
130 000 проданным машинам,
900 лучшим консультантам и инженерам,
65 дочерним компаниям и
50-летнему опыту работы по всему миру

www.multivac.com

ООО «Мультивак Рус»
127254, РФ, Москва
ул. Добролюбова, 3, стр. 1, оф. 219
тел. +7 (495) 604 49 02
факс +7 (495) 604 49 03

ООО «Мультивак Рус», СПб
195273, Санкт-Петербург,
Пискаревский пр., 150, к. 2, литер 0, оф. 311
тел. +7 (812) 318 00 50
факс +7 (812) 318 00 51



MULTIVAC
BETTER PACKAGING

Автор:



Владимир Новиков,
заместитель заведующего
научно-исследовательской
лабораторией ФИБКП ВИЭСХ
Россельхозакадемии

Коровы и шестой технологический уклад



Несмотря на длительную 10-тысячелетнюю историю совместного проживания человека с одомашненным крупным рогатым скотом (КРС), человеческие представления о том, что этому скоту действительно нужно для его полного счастья в сочетании с пользой для людей, являются и до настоящего времени неполными.

Заглавная буква «А» в нашем письменном языке и латинице – не что иное, как перевернутое и упрощенное изображение головы быка с рогами, подчеркивающее еще раз высокую значимость КРС – представителей класса млекопитающих для поддержки жизнеобеспечения нас – таких же млекопитающих, но помельче индивидуальной массой. Только вот полный учет природной физиологии КРС при его содержании людьми еще находится в процессе формирования.

В связи с наступлением шестого технологического уклада, в котором биотехнологии объявлены на будущее одной из составляющих прочного каркаса нашей техногенной цивилизации, есть повод немного передвинуть себя самих (хотя бы мысленно) на иную площадку для непредвзятого, безынерционного обозрения и анализа того, что накоплено и что предстоит пересмотреть в традиционной отрасли животноводства – содержании крупного рогатого скота с определенной его продуктивностью по молоку и, извините, мясу. Разумеется, о шестом технологическом укладе сами животные не догадываются, они просто на себе ощущают: комфортнее им стало в их недлинной жизни или нет.

Природное предназначение крупного рогатого скота

Природа создавала животных не для потребностей человека, а для естественного замыкания кругооборота биокосного и биологического в биосфере (пре-

имущественно углерода), двигателем процесса в котором является энергия солнца и опирающийся на нее фотосинтез. Многокамерный желудок КРС с технологией отрыгивания и повторного пережевывания недавно заглоченного свидетельствует исключительно о том, что этот вид животных – отлаженный механизм для преобразования так называемых грубых кормов в такое состояние жидкой кашицы, из которого организмами максимально извлекаются питательные вещества, а их диспергированные остатки затем быстро утилизируются природной средой.

К грубым кормам относятся сухие растительные корма с высоким содержанием клетчатки (25–45%). Такие корма являются обязательным компонентом рационов травоядных животных. Например, сено – подсушенные в массе своей (но еще зеленые!) многолетние и однолетние бобовые и злаковые травы, не дошедшие до стадии завершения плодоношения и естественного после этого увядания. Следует учитывать, что различные части растений имеют разную кормовую ценность. Листья, соцветия, верхние части стеблей более ценны. В листьях содержится белковых и минеральных веществ в два раза, а каротина – в 10–15 раз больше, чем в стеблях, переваримость питательных веществ в них выше на 40%. Наиболее полноценно сено из разнотравья. Но во всех случаях корма представляют собой поступление в организмы связанной тем или иным образом энергии солнца, что отражено в табл. 1.

Т. е. при переходе к полностью растительной пище человек для покрытия собственных биологических энергозатрат должен потреблять на порядок больше фитомассы растений, чем при питании животной пищей, хотя при этом экономится расход воды на цели питания.

Слагаемые продуктивности промышленных животных

В некоторых развитых странах, живущих неторопливо (например, в Скандинавии), постепенно стали пересматривать ранее существовавшую там парадигму животноводства. Ведь истинным показателем развития сельского хозяйства является не растениеводческая его сторона, а уровень развития животноводства. Растения обходятся и без человека, что доказывает самопроизвольное увеличение растительного разнообразия с одновременным ростом продуктивности фитомассы на заброшенных полях по сравнению с продуктивностью культур, возделываемых людьми на основе разных агротехнологий. А вот окультуренные животные без человеческой заботы вряд ли выживут вообще. И если оценивать отечественное сельское хозяйство по состоянию животноводства, то радужная обманчивая завлекательность в различных цифрах и планах сразу меркнет перед множеством нелицеприятных фактов.

Накопленный за полвека научный потенциал, большей частью проверенный на практике, выявил следующие особенности приближающегося шестого технологического уклада.

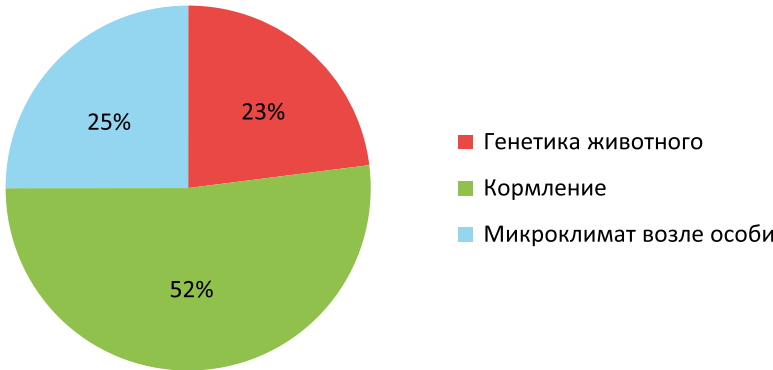
1. Полагается дотошно и порой заново погружаться в изучение физиологии промышленно разводимых животных, выявляя не только зоны комфорта по максимально широкому спектру факторов, но и взаимодействие животных с природой без участия в этом человека. Оказалось, к примеру, что давно обихаживаемые человечеством коровы имеют следующие особенности, в частности:

- самоподдерживают иерархию в стаде определенной численности поголовья. Оптимум – 26 коров в стаде, максимум – 48. Стадо устанавливает внутри себя ролевую и иерархическую структуру, при которой никто никого не старается поддеть рогом, захватить лучшее место для кормления при выпасе и для отдыха с лежанием на луговой растительности. То есть неграмотность человека в погоне за максимальным числом животных без секционного пространственного разделения их на отмеченные «подразделения» при кормлении, выгуле, доении и т. п. неумолимо ведет к снижению продуктивности коров от реально сложившихся природных величин;
- ротовой аппарат этих жвачных животных природой сконструирован для длинностебельного природного корма с сортировкой его при помощи языка

Таблица 1. Преобразование энергии на коротком отрезке пищевой цепи

№ п/п	Этапы преобразования энергии и вещества	Затраты энергии	Доля использования энергии	Суммарные затраты воды, кг/кг тканей
1	Усвоено энергии Солнца тканями веществ люцерны	6,2 • 107 Дж	1	30
2	Усвоено энергии тканями тела теленка из вещества люцерны	5 • 106 Дж	0,08	375
3	Усвоено тканями тела ребенка из тканей тела теленка	3,5 • 104 Дж	0,007	4 125

Рисунок 1. Основы продуктивности животных



на съедобные и несъедобные (в т. ч. ядовитые) растения. Крупный рогатый скот обнюхивает каждую маленькую порцию, сортирует ее и поедает то, что ему приятно. А вот коротко резанные растения мало того, что не предназначены для употребления по физиологии КРС, но еще имеют острые концы с обеих сторон и энергетически неполноценны по сравнению с целым стеблем и листьями на нем. Коровы просто не могут отделить языком в коротко резанной массе полезное от вредного и даже ядовитого. Следствие то же до примитивности – понижение молочной продуктивности;

- организм этих животных подвержен в течение каждого месяца ритмичности с подъемами и спадами, поэтому дача корма должна учитывать такие колебания. Мало дали корма в фазе максимума продуктивности – недополучили молока и привеса, много дали корма в фазе пассивности организма – попросту его перерасходовали напрасно, и так далее. Можно привести еще до десятка факторов, изученных наукой, но не учитываемых в работе ферм.

2. Продуктивность любых животных производственного назначения, выращивают ли их строго для получения мяса, или для периодического съема пуха, или ради иных целей, складывается из трех крупных основных составляющих (рис. 1). При этом генетика в сельскохозяйственном производстве имеет

единственный вектор направленности: получить как можно больше основной и вспомогательной продукции за расчетный период промышленной эксплуатации каждого животного с учетом его возрастных изменений. И здесь не всегда животные с рекордными показателями безусловно предпочтительнее тех, кто более адаптирован к промышленным условиям их содержания. Главная ценность рекордистов – распространение более ценного генетического материала на максимально возможное промышленное поголовье с целью интегрального улучшения показателей конкретной породы в совокупности ее показателей.

Генетика и селекция

В некритическом чрезмерном увлечении зарубежными (преимущественно западными) достижениями нередко упускается свое безусловно ценное для расширенного воспроизводства, в наибольшей степени пригодное для раскрытия потенциала собственных адаптированных пород. Как безусловный наш плюс отметим следующее. В минувшем году в северной Архангельской области с суровым климатом и долгой зимой средняя продуктивность коров холмогорской породы во всех племенных хозяйствах достигла 6450 кг/год. В целом по области впервые в истории регионального животноводства надой по общему подконтрольному стаду

численностью почти 19000 голов превысил 5000 кг молока с составом по жирности не ниже породного стандарта 3,7%, а по белковости – 3,12%. И это не в каком-то одном хозяйстве, а по всей области, где прослеживаются линии 56 внутрипородных семейств «холмогорок» с тремя–шестью ветвями в каждой, при этом уровень молочной продуктивности по первой лактации не ниже 5500 кг в год! Это означает не менее 7000 кг/гол. при наивысшей последующей лактации таких животных. Чем не предмет для обоснованной гордости? За этим результатом отечественной генетики и селекции стоит интеллектуально насыщенная кропотливая многолетняя преимущественно самостоятельная продуктивная деятельность многих людей. Может, такая активность сохранилась по причине давнишней исключительно застарелой удаленности от центральных властей: даже крепостного права в XVIII и XIX веках на архангельской земле практически не было...

Приведенный пример тем более ценен, что общероссийская ситуация в общественном молочном животноводстве далека от благополучных прогнозов (рис. 2).

Пунктирная нисходящая линия показывает общую статистически выявленную закономерность: чем выше индивидуальная удойность животного, тем быстрее изнашивается его организм и тем меньше суммарный надой за период жизни коровы как производительницы молока. Достижения архангелогородцев показаны красной точкой вверх. Примерно половину поголовья маточного стада они используют от шести до восьми лактаций (после отелов), превращая эту заботу о сохранении здоровья животных в мощный потенциал расширенного воспроизводства. В массовом же российском общественном животноводстве в целом сохраняется период использования коров в течение трех (реже четырех) отелов. Соответственно ежегодная выбраковка до четверти поголовья – обычное явление, а восполнение стада – нелегкий вопрос.

Коров в молочном стаде содержат, естественно, для молока и получения приплода, притом преимущественно телочек, чтобы обеспечить достойную замену выбывающим по возрасту и болезням. Имеется безусловно прогрессивный метод оплодотворения разделенной по полу спермой (сексистской), при которой не менее 90% новорожденных телят – именно телочки. Так что

Рисунок 2. Удойность и суммарный производственный потенциал КРС молочного направления

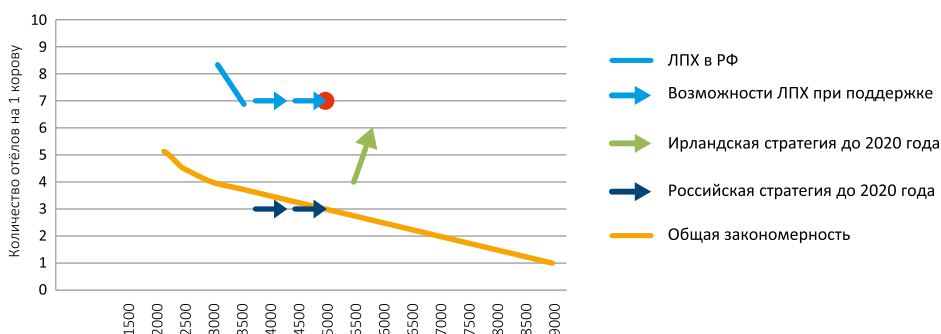
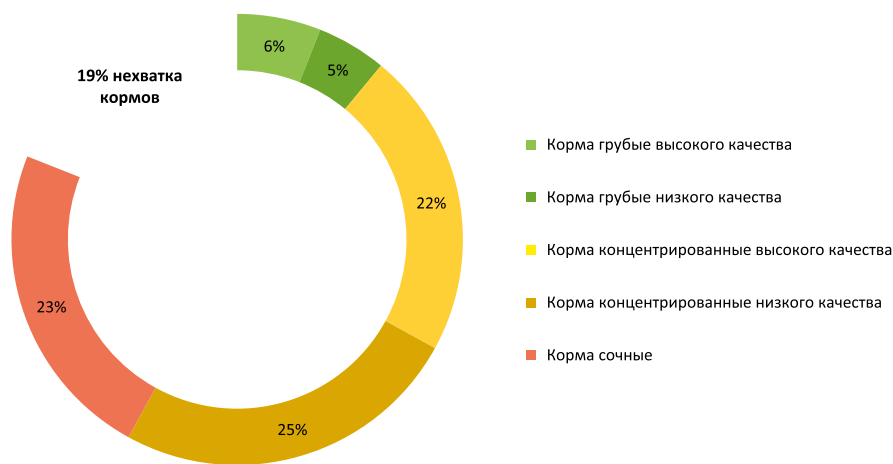


Рисунок 3. Состояние кормов для КРС в России



генетика и селекция – бесспорно эффективные рабочие инструменты, но российское животноводство пользуется ими нерегулярно и далеко не везде.

Корма традиционные и инновационные

Будем обязательно и постоянно иметь в виду отраженный в табл. 1 бесспорный факт: животноводство есть лишь производная от состояния кормопроизводства и кормоприготовления в сочетании с постоянными человеческими усилиями в данной отрасли. Соответственно, любой сбой на начальной кормовой стадии дает минус в получении от животных запланированной продукции по количеству и качеству.

В сегодняшней России объемы кормов составляют 75–80% от оптимальных показателей, притом качество половины кормов не отвечает принятым стандартам (рис. 3).

Наложение одних недостатков на другие дает общий дефицит растительного белка в отечественном животноводстве

1,6–1,8 млн т в год. Притом само кормопроизводство имеет экстенсивный либо слабинтенсивный типы развития. Получается, нет импульса к прогрессу. Продуктивность 1 га кормовых культур не превышает 9–10 ц кормовых единиц, а природных кормовых угодий 3–5 ц кормовых единиц, что ниже их реальных возможностей отдачи в два–пять раз. Да и сама земельная площадь под корма (с лугами, выпасами и пашней под кормовые культуры) сжалась на внутрисельском пространстве от 124,6 млн га в 1990 году до 87,7 млн га в 2012-м.

Разумеется, угасание активности в отечественном кормопроизводстве отразилось еще и в более резком уменьшении площадей возделывания кормовых культур с 44,5 млн га в том же 1990 году до 17,5 млн га спустя 22 года. Остается утешаться тем, что в России сохраняется самое большое в мире разнообразие сенокозов и пастбищ, как потенциала для развития кормовой базы на современной уже основе. Да и для выработки концентрированных кормов собственного

зерна требуется производить на треть больше, чем сейчас, что в переводе на общепонятный язык выражается в необходимости многолетнего упорного (и самое главное – осмысленного и продуктивного!) труда многих секторов народного (?) капиталистического хозяйства России в предстоящее десятилетие.

Получается, что, не уделяя должного внимания кормопроизводству, органы управления нашим обществом тем самым сдерживают обеспечение населения качественными продуктами животноводства в достаточном количестве. Связка «причина – следствие», в которой главную причину не замечают и на нее не воздействуют, так привычна для нашего типа хозяйствования... Да, за последние десять лет денег в подпитание животноводства было вложено много, это факт. Но при неизменном душевом потреблении молочных продуктов практически не увеличившимся населением доля импорта по ним за это же самое время выросла с 17 до 27% (рис. 4). То есть поднимался импорт, а не итоги вложений. В чем же тогда отдача от «вбуханных» денег? Или их тоже украли по пути к фермам?

За последние 20 лет было очень много разговоров о возделывании на корм топинамбура. Проведенные отечественными исследователями опыты на открытых грунтах в разных регионах страны показали следующее. Урожай надземной массы 200–1000 ц/га, в лучших условиях – до 1500 ц/га, урожай клубней 100–600 ц/га, в лучших условиях – до 2300 ц/га. Такого урожая не дает ни одна традиционная культура, а в сопоставлении с ныне существующей продуктивностью кормовых угодий просто скачкообразно взлетает вверх.

Но самое ценное – не эти разовые возможности, которые могут оказаться стартовой точкой хищнической эксплуатации земель. Топинамбур за три–четыре года возделывания на одном месте улучшает структуру почвы и поднимает ее плодородие, локально оздоравливая, тем самым, экологическую обстановку на данном участке земельной площади сельскохозяйственного назначения. Вот только к практическим действиям в этом направлении пока никто не приступает. Да и считать эту культуру единственной панацеей от общей кормовой слабости, скорее всего, нет особых оснований. Есть ведь еще и продуктивный амарант с полнотью используемой его массой.

Порой новым называют давно забытое старое. Например, получение белко-

Рисунок 4. Динамика импорта по молочным продуктам

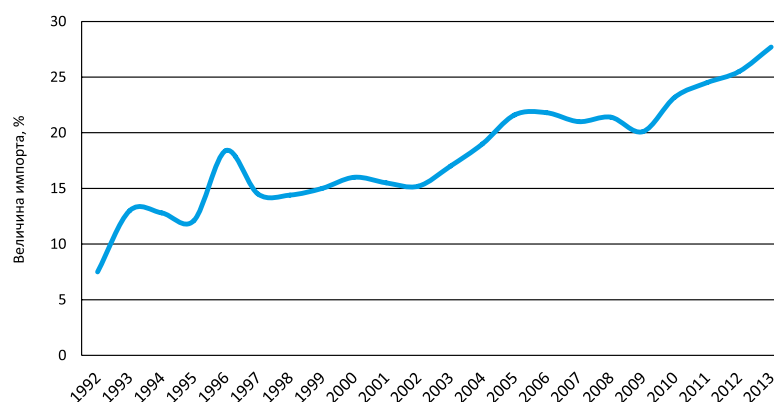
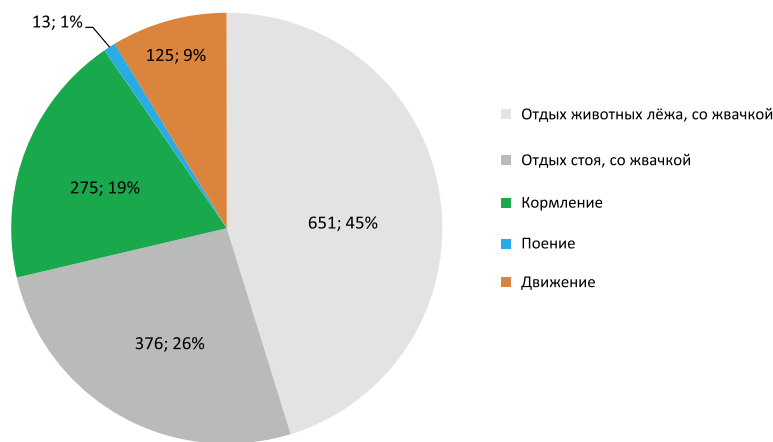


Рисунок 5. Суммарное время по основным секторам для бычков на откорме



вого кормового концентрата из внутриклеточного (зеленого) белка растений, как самого полноценного в питании. Хорошо зарекомендовала себя также заготовка кормов в полимерных длинных рукавах с происходящей после этого стабилизацией сохранения питательных веществ. Есть некоторые изменения в так называемом траншейном корме – силосе, в процессах обработки зерна для лучшего усвоения концентрированных кормов, и тому подобное из этого же ряда.

Наконец, самое простое, что не требует пояснений: требуется кормление животных вволю сбалансированным рационом с самых ранних фаз перехода промышленных млекопитающих во младенчестве к растительным кормам. Например, интенсивный откорм бычков обеспечивает достижение ими массы тела 400 кг за 18 месяцев при суммарном расходе 3000 кормовых единиц, а при обычном режиме кормления эта же масса тела наращивается за 30 месяцев, на что затрачивается 4000 кор-

мовых единиц, и это делает производство мяса КРС убыточным. Молочная продуктивность тоже формируется у молодняка на основе аналогичного механизма обильного и грамотного кормления с раннего возраста.

Микроклимат и другие условия на фермах

Природе свойственно постоянное движение всех форм материи и энергии. Поэтому благоприятный микроклимат для животных не есть постоянное освещение, температуры воздуха, шумовой нагрузки и прочих факторов. Непременная их изменчивость в определенных узких границах не только тренирует адаптационные возможности организма, но и позволяет достигать лучших результатов. Проще говоря, можно кормить животных абсолютно одинаково, но при этом белка в колесе при умеренной беговой нагрузке статистически будет здоровее белки, все время лежащей на боку связанной по всем своим четырем лапкам.

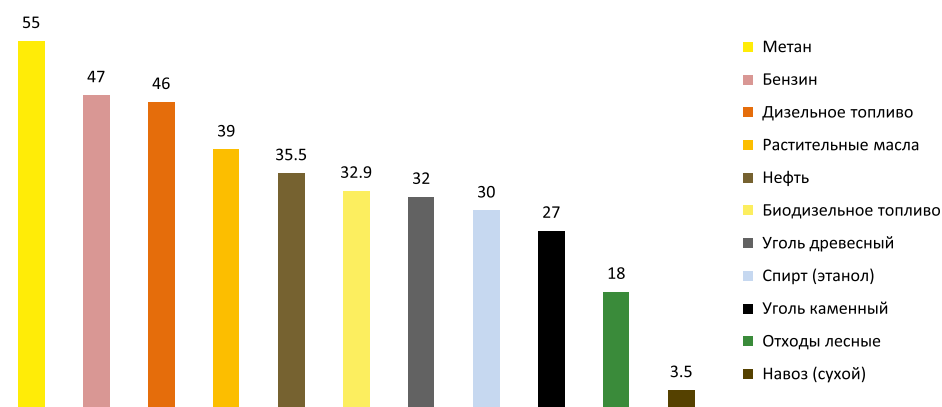
Сопоставляя природные условия, в которых тысячелетиями формировались ныне одомашненные животные и которым присуща определенная физиология их существования при естественном отборе, с условиями содержания их почти на всех животноводческих фермах в России, видим по многим факторам существенные расхождения физиологии с искусственно созданными условиями, к которым организмы животных за последние 100 лет эволюционно не могли приспособиться. Для этого нужен период времени в несколько тысяч лет. Но человек по-прежнему полагает, что он все делает в правильном направлении, а селекция с генетикой быстро выправит «неподдающихся» животных.

Но, может, все-таки более полно и комплексно учесть физиологию сельскохозяйственных животных (рис. 5) и обратиться к более внимательному рассмотрению их жизни в природных условиях? Этот подход называется *vivi in vitam*. И тогда вдруг окажется, что нужно многое на фермах менять: освещенность, вентиляцию с регулируемым потоками именно возле каждого животного, параметры поения и кормления, упругость настилов на внутрифермских переходах, часть стойлового и доильного оборудования, систему навозоудаления, режим прогулок при солнечном свете с естественными окружающими запахами и т. п. Но суммарно это требует коренного пересмотра конструкций ферм (принципиально иных проектов), к чему пока в России не приступили.

Взяв за основу подход *vivi in vitam*, придется поэлементно пересматривать не только устаревшую техническую документацию неумолимо погружающихся в прошлое нынешних российских комплексов животноводческих помещений, но и критически подойти к предлагаемым на рынке конструкциям ферм западного типа, тщательно сверяя каждый их элемент и каждую подсистему жизнеобеспечения на соответствие физиологии этих животных в нашем климате с учетом основных восьми климатических зон на огромной территории Российской Федерации.

Наука уверенно утверждает: существующие на сегодняшний день промышленные комплексы объективно представляют собой пример быстро изменившихся условий среды для животных, к которым их организмы не адаптированы надлежащим образом. А так как человек – лишь часть объективно существующего мира, то он просто обя-

Рисунок 6. Теплотворные способности топлив



зан бережно и с уважением относиться к окружающему биологическому миру, действуя на основе его законов. Пока же нередко знания заменяют личными и большей частью необоснованными мнениями на разных иерархических уровнях управления страной, перекашивая и растворяя в них проблемы, действительно существующие и никуда не девающиеся десятилетиями.

К примеру, не замечается (и тем самым будто не существует) проблема деградации унавоженных земель, что мягче называют органогенными отходами. Площадь земель в РФ, загрязненных ими, составляет 2,4 млн га (24000 кв. км). Чтобы представить себе масштаб опасности, можно вообразить ее следующим образом. При многосуточной поездке в поезде по самой длинной железнодорожной трассе Москва – Владивосток вы условно будете наблюдать на всем протяжении слева и справа от железнодорожного пути двухкилометровые полосы поверхности земли, сплошь закрытые навозом так, что не видно почвенного растительного покрова.

Уменьшать эту опасность, безусловно, надо. Но, не делая ничего разумного десятилетиями, от нее не избавиться. В частности для энергоизбыточной России весьма сомнительно выглядит усиленно продвигаемая к нам западная идеология получения биогаза из навоза на каждой ферме. Достаточно посмотреть на поставленный в один ряд перечень топлив с их теплотворной способностью (рис. 6) и сопоставить их энергоэффективность.

Принципиальная разница между левым и правым флангами гистограммы в том, что почти все левосторонние топлива накапливали в себе энергию за

счет естественных глобальных природных механизмов разной степени длительности в геологических масштабах исчисления времени миллионлетиями, а получение биогаза из навоза требует обязательного быстрого создания искусственных локальных систем человеком, что безусловно затратнее, притом многократно. Наверное, лучше размещать средства в голове эффективных современных технологических процессов, чем в прямом смысле слова бросать их под хвост. Технология получения биогаза была порождена густонаселенностью Европы с интенсивным животноводством при более мягком климате. Некритический же ее перенос в Россию не сопровождается, увы, доказательствами явной целесообразности.

Если же обратиться к природным процессам утилизации навоза, то еще столетие назад экосистема и без нас всегда успешно справлялась с органикой по сравнительно короткому биологическому эффективному маршруту с поддержанием плодородия почвы. Этот маршрут не включал в себя получения тепловой энергии сравнительно высокого потенциала. Поэтому имеет смысл пристальнее взглянуть в природный цикл кругооборота веществ с учетом преобразования органогенных отходов и использовать его предельно экономичные биологические процессы в сфере животноводческой деятельности человека.

Интеллект крестьян нельзя игнорировать

Взглянем вновь на рис. 2 и обратим внимание на показатели личных подсобных хозяйств населения (ЛПХ), превышающие промышленное животноводство по части поддержания

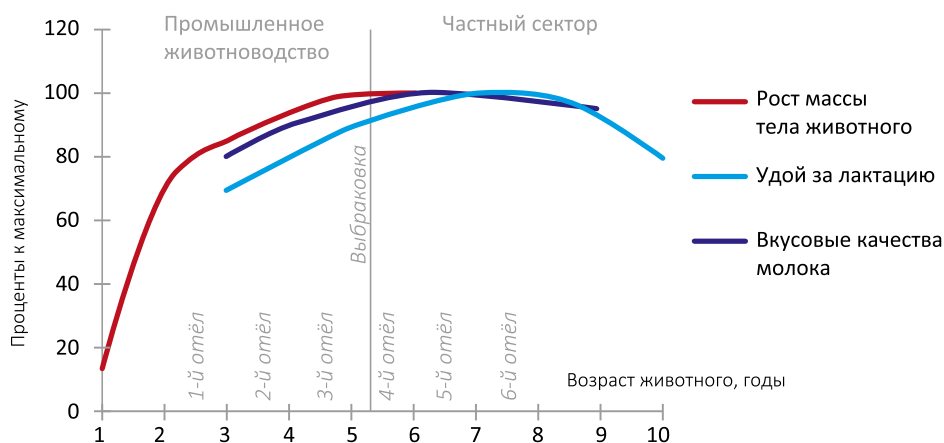
многолетней продуктивности маточного поголовья. В противоположность крупным фермам ЛПХ опирается на психологию крестьянина, старающегося сохранить корову-кормилицу на долгие годы, что показывает короткий толстый штрих вверх. Если предоставить ему возможность приобрести скот с более высокой продуктивностью, да еще оказать реальное содействие в обеспечении сбалансированными кормами индивидуальных подворий, то общая результативность в деле роста объемов молока заметно повысится.

К слову сказать, и при нынешней небольшой продуктивности скота в ЛПХ объем получаемого в них молока постоянно превышает половину общего надоя по стране. Но за последние годы мыслительный процесс любого внутрирегионального руководства был ориентирован исключительно на крупнотоварное производство специализированных ферм, а не на поддержку ЛПХ. Результат особенностей линейного мышления руководства, поддержанного крупными инвестициями, не обернулся приростом поголовья КРС, хотя удоиность на уже имеющуюся корову заметно возросла. Так не пора ли реально поддержать и крестьянскую жилку в самих крестьянах? Ведь в ней заложена мудрость получения максимума высококачественной продукции, что можно увидеть на графике (рис. 7).

В крупнотоварном молочном животноводстве у нас не дожидаются, пока коровы дадут максимум молока с самыми высокими вкусовыми показателями, а сдают их на мясокомбинат. Зато в частном секторе явно присутствует разумная стратегия долгосрочного устойчивого развития с высоким пожизненным надоем на каждую корову. Крестьяне на этом графике выглядят в массе своей явно интеллектуальнее и экономически грамотнее генералов и капитанов нашего промышленного животноводческого сектора.

Следует также обратить внимание на стратегию в молочном скотоводстве, принятую ирландскими капиталистами к реализации до 2020 года (зеленая стрелка на рис. 2). В ней первичным является создание животным комфортных условий со сбалансированным кормлением на крупных фермах с современным оснащением, что укрепляет здоровье основного стада и позволяет получать от коровы в среднем шесть телят за период ее содержания. Из этого потомства примерно пять – телочки

Рисунок 7. Динамика продуктивности коров



с хорошими задатками, восполняющие не только неизбежную убыль продуктивного маточного поголовья, но и позволяющие уверенно расширять животноводческое хозяйство, а также продавать потенциально продуктивный молодняк на сторону. Посмотрите, как даже зрительно расходятся на рис. 2 векторы стратегий в российском и ирландском промышленном животноводстве молочного направления. Почему-то ощущается, что ирландская стратегия более «молочна» и устойчивее против российской.

Неужели никто не видит, что увлечение ввозом в Россию импортного рекордно продуктивного поголовья (к примеру, из субтропической Австралии), не адаптированного к нашему климату и составу растительных кормов, ведет к высокой смертности животных и долговременному закреплению отечественной отраслевой отсталости, в данном случае – в отношении молочного скотоводства в сельском хозяйстве России? Похоже, истинный смысл завоза заморского скота на фермы находится не в бизнес-секторе, а в сфере освоения денежных потоков со всеми попутными утечками, выделявшихся первоначально для иной официально обозначенной цели – на улучшение состояния животноводства.

Выводы

Грядущий в общепланетном масштабе шестой технологический уклад объективен и более сложен по глубине и составу используемых в нем технологий, помогающих человеку органичнее сотрудничать с могучими природными биологическими силами, если желание сотрудничества осознается гражданами отдельно взятой страны.

Микроскопические, почти не наблюдаемые, подвижки в деле развития молочного животноводства в нынешней России объясняются не в последнюю очередь тем, что приоритет в экономике двух последних десятилетий отдан финансовому капиталу с низкими поклонами в сторону денежных потоков с высокими процентными ставками. Сопоставьте нашу свежую базовую ставку Центробанка 15% годовых со ставкой 0,25% годовых в США. А промышленный капитал с его товароматериальными движениями и развитием производственных мощностей в случаях успешного течения бизнеса отодвинут на второстепенные позиции.

Поэтому варианты обозначаемых в документах разнообразных так называемых поддержек нашего животноводства носят явно побочный характер, смехотворно малы и будут оставаться таковыми при неизменности генеральной линии по управлению экономической преимущественно через мощную поддержку ничего не производящих банков. Это такой вот своеобразно понимаемый принцип управленческого реагирования высших эшелонов власти на отчаянные сигналы обратной связи, идущие из производственных секторов.

А та страна, которая не хочет понять и принять новых реалий жизни нового технологического уклада, как не поняли и не приняли перехода к мирной жизни офицеры в последнем фильме Н. Михалкова «Солнечный удар», будет не утоплена на барже, а символично уничтожена (выброшена на обочину мирового развития), оставив после себя в архивах фотоснимки мгновений уходящего былого времени, в которое она теряла саму себя. **MC**



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

Перспективное решение для упаковки сыра



Технология ShrinkStyle® совмещает в себе преимущества упаковки по технологиям глубокой вытяжки и термоусадки.



Сразу несколько факторов заставляют производителей задуматься об упаковке своей продукции. Это и активное развитие супермаркетов, требующих привлекательной презентации сыра на прилавках, и усиление конкуренции в отрасли, и растущий спрос со стороны покупателей на удобные и готовые для потребления продукты из сыра, такие как упаковки с сырной нарезкой, сыр для пиццы в натертом виде или порционно упакованный сыр для жарки, причем желательно с возможностью повторного закрывания. SCHALLER SOLUTIONS предлагает высококлассное оборудование, инновационные ноу-хау и комплексные консультации в сфере упаковочных решений.

Актуальный тренд: ShrinkStyle

Вместо скучных термоусадочных пакетов для упаковки твердых сыров в последнее время все чаще используется новое упаковочное решение ShrinkStyle® компании Sealpac – эксклюзивного партнера «Шаллер». Эта технология совмещает в себе преимущества упаковки по технологиям глубокой вытяжки и термоусадки и позволяет более привлекательно представить кусковой сыр или небольшие сырные головки на прилавках магазинов.

При использовании ShrinkStyle® сначала формируется нижняя пленка в лоток опреде-

ленной формы, точно соответствующий упаковываемому продукту. Затем с помощью специальной технологии происходит процесс вакуумной упаковки. После вакуумирования и сваривания лотка с верхней пленкой производится поперечное, продольное или иное вырезание по контуру продукта с помощью контурного реза. Полученная упаковка подвергается процессу термоусадки, в результате чего пленка облегает продукт как вторая кожа.

Благодаря специальной системе укладки практически полностью исключается проблема микробиологического загрязнения сварной кромки. Технология ShrinkStyle® обеспечивает оптимальное протекание процессов созревания и хранения сыра.

По сравнению с упаковкой в термоусадочные пакеты огромным преимуществом технологии ShrinkStyle® является ее экономичность. Во-первых, пленка в рулоне стоит дешевле. Во-вторых, процесс укладки выглядит существенно проще: продукт просто кладется сверху, тогда как при упаковке в термоусадочные пакеты сыр необходимо помещать в них. В итоге понижаются затраты на персонал и повышается производительность линии. Еще один важный аргумент – внешний вид продукта. Непривлекательные углы и канты при использовании технологии ShrinkStyle® исключены.

Максимальная гибкость

Технология ShrinkStyle® применяется на всех термоформирующих машинах Sealpac модельного ряда RE и позволяет использовать все стандартные термоусадочные пленки и пленки для созревания продукта вне зависимости от их толщины или наносимого печатного изображения. При этом термоформеры Sealpac подходят также для реализации многих других упаковочных решений, например упаковка под вакуумом, MAP или термоскин.

Кстати, наиболее часто для сырной нарезки используется упаковка в модифицированную газовую атмосферу (MAP). При этом зачастую применяются пленки с возможностью повторного открывания/закрывания. В упаковочных машинах Sealpac есть специальный сваривающий инструмент, предназначенный для работы с подобными пленками. Благодаря формирующей системе Rapid-Air-System термоформеры Sealpac позволяют улучшить качество формирования и сделать более прочными уголки сформованной нижней пленки, что в итоге обеспечивает исключительный дизайн упаковки без применения дорогостоящих инструментов предварительного нагревания или штампов.

Кроме того, в упаковочных машинах предусмотрена система анализа в режиме online, осуществляющая непрерывный контроль смесей газов в упаковке во время всего производственного процесса.

Свежеупакованный и точно взвешенный

За упаковочным процессом всегда следуют взвешивание и этикетировка. Идеальным решением станет техника Bizerba – эксклюзивного партнера «Шаллер». Для контроля веса упаковок в линию с упаковочной машиной обычно встраиваются весы и металлодетекторы, которые сразу отбраковывают упаковки с недостаточным весом.

Планирование от А до Я

Компания «Шаллер» предлагает комплексные упаковочные решения из одних рук, разрабатывая их в точном соответствии с имеющимися условиями и требованиями заказчика. При этом поддержка не заканчивается вводом в эксплуатацию поставленного оборудования, а включает в себя адаптацию решений в соответствии с ожиданиями заказчика, сервисное обслуживание и поставку запчастей, а также подробные консультации. ■

ТЕРМОФОРМЕРЫ: ИННОВАЦИИ И ПОЛНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ



SCHALLER®

Вместе с потребностями покупателей растут и требования к промышленной упаковке пищевых продуктов. Качество, свежесть и привлекательный внешний вид являются основополагающими факторами.

Упаковочные установки серии RE компании SEALPAC, эксклюзивного партнера SCHALLER, идеально отвечают нуждам заказчиков. От профессионального термоформера RE 15 для начинающих предприятий до высокотехнологичной линии RE 30 с огромной производительностью - SCHALLER сможет предложить подходящее упаковочное решение в ответ на любой запрос. Неважно идет ли речь о небольшом предприятии с широким ассортиментом продукции или о промышленном высокопроизводительном гиганте, термоформеры SEALPAC идеально выполняют все возможные требования.

Используйте преимущества обширных знаний, ноу-хау и высокой профессиональной компетенции экспертов SCHALLER SOLUTIONS, а также надежных и долговечных упаковочных установок SEALPAC.

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

Excellence in Food
Совершенство в каждом продукте





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



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

Контроль качества детского питания

Система рентгеновского контроля Ishida обеспечивает пищевую безопасность и определяет наличие посторонних включений



Один из крупнейших французских производителей молочной продукции, компания Candia, осуществляет контроль качества содержимого 10 миллионов бутылок в год с молочными смесями для детей, используя новую систему рентгеновского контроля Ishida, разработанную специально для контроля качества бутылочной продукции.

Candia является частью концерна Sodiaal, ведущего во Франции производителя молочных продуктов. Группа компаний Sodiaal ежегодно перерабатывает молоко общим объемом более чем 4,1 млрд л, поставляемое 12000 поставщиками.



Candia осуществляет контроль качества содержимого 10 миллионов бутылок с молочными смесями для детей в год, используя новую систему рентгеновского контроля Ishida.

С 1992 года одна из фабрик концерна Candia, расположенная в городе Сент-Этьен (St Étienne), производит детские молочные смеси для различных возрастов, в основном специализируясь на самых младших группах от года до трех. Данная фабрика является одной из 70 производственных площадок Sodiaal во Франции.

В 2013 году руководство Candia приняло решение установить новую производственную линию для розлива детских молочных смесей в полипропиленовые бутылки объемом 70 мл. Горлышко бутылок запечатывается пленкой из фольги, а также снабжается специальной крышкой с возможностью навинчивания соски.



Гарантия Candia в обеспечении пищевой безопасности детского питания состоит в том, что каждая бутылка проверяется рентген-контролем на наличие даже мельчайших частиц металла, стекла, пластика и резины.



Гаэтан Мойру,
директор завода Candia:

«Хотя мы крайне редко фиксируем случаи брака, наличие системы рентгеновского контроля Ishida позволяет нам гарантировать заказчикам новый уровень продовольственной безопасности и качества нашей продукции».

Для детей – только высочайший контроль качества

Candia предъявляет строжайшие требования к уровню безопасности своей продукции. Например, каждая бутылка должна оставаться на территории фабрики в течение, по меньшей мере, трех недель. Это необходимо для проведения многочисленных тестов и анализа полученных результатов каждой партии продукта.

Грудные дети входят в группу потребителей с наибольшим фактором риска вследствие их крайне низкой способности переносить попадание в организм инородных частиц.

Естественно, что Candia остановила свой выбор на системе рентгеновского контроля, специально сконструированной для отслеживания качества жидкостей в пластиковых бутылках, а также в картонной упаковке и вертикальных пакетах.

Выбор Candia: система рентгеновского контроля Ishida IX-GA-B3043

Выбор компании пал на Ishida IX-GA-B3043, модель с боковым расположением рентгеновского луча. Отчасти благодаря применению уникального Генетического Алгоритма (Genetic Algorithm), использование которого значительно увеличивает качество обработки изображений, данная система предлагает лучший в своем классе уровень обнаружения даже мельчайших частиц металла, стекла, костного остатка, скорлупы, а также пластика и резины в различной бутылкованной продукции.

Данная модель имеет очень большую габаритную высоту (310 мм) смотровой камеры, позволяя полностью контролировать содержимое вертикальной упаковки. При этом геометрия камеры и устройств подачи и выгрузки продукта такова, что все рентгеновское излучение полностью остается внутри камеры.

Кроме того, оборудование оснащено автоматическим контролем подачи продукта с определенным шагом на ленту подающего конвейера.

Качество доказано

Производительность новой линии составляет около 6000 бутылок в час, обеспечивая высокий уровень качества продукта. Как заявил директор завода Гаэтан Мойру (Gaëtan Mouroud): «Хотя мы крайне редко фиксируем случаи брака (приблизительно семь единиц некондиционного товара на каждые 100000 упаковок), наличие системы рентгеновского контроля Ishida позволяет нам гарантировать заказчикам новый уровень продовольственной безопасности и качества нашей продукции». ■





Компания: **НПО Молпромлайн**
142407, Московская область, Ногинский район,
г. Ногинск, Кардолентный проезд, д.5
Тел. 8 (495) 510-94-57
E-mail: info@molpromline.ru
www.molpromline.ru



Ванна длительной пастеризации ВДП с паровой спиральной рубашкой нагрева и охлаждения является самой универсальной из всех видов ВДП



Ванна творожная вертикального типа, объем от 100 до 5 000 литров



Маслобойки предназначены для производства сливочного масла методом сбивания сливок жирностью от 25 до 40%

Кратчайшие сроки и высокое качество!

Оборудование производства НПО Молпромлайн – залог успешного развития бизнеса. От уровня модернизации агрегатов и качества используемых технологий зависит 50% успеха предприятия.

Рынок технологического оборудования для переработки молока насыщен различными предложениями, включая комплексную поставку заводов «под ключ». Необходимым условием для таких заводов является объем переработки молока от пяти тонн в день и больше. У малых и средних фермерских хозяйств количество молока не превышает таких цифр. В основе деятельности компании лежит разработка и производство по индивидуальным заявкам комплектов оборудования для переработки молока различной мощности от 100 до 30 000 литров молока за одну приемку.

Благодаря высокой квалификации нашего персонала, конструкторов, технологов, инженеров мы спроектируем, изготовим, установим и введем в эксплуатацию для вас производство по переработке молока требуемой мощности по разумной цене с предоставлением гарантии не менее 24 месяцев.

Девиз нашей компании:

Кратчайшие сроки, высокое качество, приемлемые цены!

KARL SCHNELL 
PARTNER TO THE FOOD INDUSTRY

godunova@karschnell.ru
тел. +7 (905) 509-17-59
andreas.litau@karschnell.de
тел. +49 (0) 71-81 / 962-171
www.karschnell.ru

Создано для клиента

Линии для плавленого сыра от
KARL SCHNELL – качество с душой



Уже более 60 лет в ходе постоянного сотрудничества с нашими клиентами мы проектируем и создаем простое, эффективное и выгодное по стоимости оборудование для комплексного обновления и улучшения производимых продуктов. Подход к работе при этом всегда остается неизменным: на первом месте – клиент, его пожелания, его потребности и ассортимент.

Независимо от обстоятельств – это могут быть проблемное сырье, как, например, обезжиренный сыр, растущие цены на энергоносители, ограниченная покупательная способность – **KARL SCHNELL** предлагает решения, позволяющие получить оптимальный конечный продукт по разумной цене.

Опытные проект-инженеры **KS** последовательно, творчески внедряют основные идеи для производства нового продукта в конструкцию наших универсальных машин, дополняя и оптимизируя процесс.

Большая глубина производства **KARL SCHNELL** га-

рантирует получение оборудования из «одних рук». Оборудование изготавливается по индивидуальному заказу в соответствии с потребностями наших заказчиков, имеет высокую надежность и высокий стандарт качества.

Хорошим примером такого подхода к работе является **KS** процесс-автомат FV175. Эта универсальная машина доступна в различных объемах – от 30 до 250 л. Процесс-автомат FV175 можно использовать как самостоятельное оборудование для производства специальных деликатесов, а также как центральную единицу в составе линии непрерывного производства на больших предприятиях.

Дополненный различными опциями, процесс-автомат позволяет производить колбасный сыр, пастообразный сыр «Дружба», сладкий сыр «Омичка», а также творожные сыры с наполнителями, к примеру с зеленью. Существенное преимущество состоит в том, что для выработки такого разнообразия продуктов не требуется дополнительное оборудование. 

KS ПРОЦЕСС-АВТОМАТ



**ВСЕ ТЕХНО-
ЛОГИЧЕСКИЕ
ПРОЦЕССЫ В
ОДНОЙ МАШИНЕ**



**ОДНА МАШИНА
БЕСКОНЕЧНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ**



**МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ ИНДУСТРИЯ
17. - 20. МАРТА 2015 ГОДА**

**МОСКВА, ВДНХ (ВВЦ), ПАВИЛЬОН №75, ЗАЛ А
МЫ ВЫСТАВЛЯЕМСЯ: ПАВИЛЬОН 75А,
ПЕРЕУЛОК А539**

KARL SCHNELL
PARTNER TO THE FOOD INDUSTRY





Компания: **ООО «Поли-клип Систем»**
142116, Московская обл., г. Подольск,
ул. Железнодорожная, д. 9, лит. В
тел.: +7 (495) 229-46-70, факс: +7 (496) 755-47-20
e-mail: polyclip@polyclip.ru
www.polyclip.com

Автор:



Анна Ростовцева,
руководитель направления
моб.: +7 (981) 691-65-03
e-mail: a.rostovtseva@polyclip.ru

Упаковка clip-tube: «умное» решение

В современном стремительном, быстро меняющемся мире инновационный подход к решению задач становится основным во всех областях жизни, и в том числе это касается развития рынка пищевой индустрии.

Уникальная специфика пищевой промышленности состоит в том, что ряд выпускаемых ею продуктов имеет сжатые сроки пригодности к употреблению. Возможность увеличения этого промежутка времени естественным образом стимулирует внедрение в производство самых последних разработок в области технического оснащения производства. Внедрение инноваций на всех стадиях производства товаров является ключевым направлением повышения конкурентоспособности предприятий отечественной пищевой промышленности. Покупателей интересует не только качество продуктов питания, но и их питательные свойства, условия, в которых они произведены, транспортированы, условия, при которых осуществляется их хранение.

Понятно, что в сложившейся за последнее время ситуации (санкции, кризис, падение рубля) большинство предприятий, занимающихся разработкой и внедрением новых технологий и продуктов, сталкиваются с рядом проблем. Это не только недостаток денежных средств, но и жесткая нехватка квалифицированных кадров рабочих и специалистов, проблемы с выводом нового товара на рынок, отсутствие сырья нужного качества и т. д.

Однако существуют такие компании, которые на протяжении многих лет, несмотря ни на какие мировые кризисы, продолжают свою работу, создавая что-то новое и уникальное. К ним относится и компания Poly-Clip System. Она одна из немногих, кто на протяжении уже

более 90 лет предлагает своим клиентам действительно уникальное оборудование, аналогов которого в мире нет.

На сегодняшний день одной из последних разработок компании Poly-Clip System является clip-tube. Это абсолютно новое и «умное» решение в качестве выгодной альтернативы упаковке в тубы. Упаковка clip-tube идеально подходит для вязких и пастообразных продуктов, таких как плавленые сыры, кремы, майонезы, творожные продукты, различные соусы, и многих других.



Одной из последних разработок компании Poly-Clip System является clip-tube. Это абсолютно новое и «умное» решение в качестве выгодной альтернативы упаковке в тубы.

Упаковка clip-tube – это цилиндр из пленки, заклипсованный с обеих сторон, – выгодное упаковочное решение экономии материала. Сама упаковка изготавливается с помощью системы CBS Cap Bonding System. Clip-tube не только создаст высочайшие конкурентные преимущества вашей компании, но и поможет открыть новые горизонты рынка. Модульная конструкция CBS позволяет наклеивать пластиковую шайбу с резьбой, на которую затем могут навинчиваться различные насадки, например носики, крышки или колпачки под еврокрючки.



Давайте более подробно разберемся, как изготавливается упаковка clip-tube и в чем ее уникальность. Автомат термосварки и клипсования TSCA в соединении с установкой для порционирования масс и система CBS Cap Bonding System образуют автоматическую линию для производства упаковок clip-tube. На верхний торец заклипсованного с обеих сторон цилиндра наклеивается пластиковая шайба с резьбой. Благодаря модульной конструкции CBS с каждой рабочей станции можно навинчивать различные насадки, например носики-насадки, колпачки или колпачки под еврокрючки. Рабочие станции количеством до восьми штук обслуживаются при этом поворотным диском с электроприводом.

Качающиеся конвейеры обеспечивают отдельную подачу насадок и их правильное позиционирование – благодаря этому процесс производства не прерывается. Центральный дисплей на поворотном устройстве гарантирует надежное управление всеми производственными процессами. Для регистрации производственных данных, дистанционного обслуживания и диагностики имеется интерфейс Ethernet. Автомат легко переоснащается. Благодаря простой замене приемного инструмента система CBS быстро перенастраивается на различные диаметры и длину продукта. Не подверженные коррозии материалы и встроенные защитные дверцы обеспечивают максимальную безопасность и гигиену.



Несколько слов о тех инновационных решениях, которые предлагает clip-tube:

- во-первых, остатки продукта теперь не будут засыхать на краях срезанной оболочки, а будут выдавливаются через специальный конус;
- во-вторых, появляется возможность многократного использования продукта без ущерба качества, ведь благодаря упаковке clip-tube продукт не обветривается, не подсыхает, не окисляется;
- в-третьих, используемая оболочка полностью покрывает продукт, а это значительно увеличивает площадь для нанесения максимального количества полезной информации. Существенно улучшается внешний вид упаковки – помимо текста можно нанести крупное изображение или контрастный рисунок: логотип предприятия, товарный знак и прочее;
- в-четвертых, это решение при определенной комбинации машин может быть применимо для стерилизованных продуктов (в том числе и для детского питания).

Где же наиболее эффективно может быть применена упаковка clip-tube?

Упаковка clip-tube – незаменимая вещь в сфере кейтерингового обслуживания, для домашнего использования и, конечно, в дороге. Она оптимальна для удобного порционирования, декорирования и привлекательной презентации продукта и является к тому же выгодной альтернативой упаковке в тубах – для фантазии нет никаких границ. Просто снимите отрывную ленту и поверните колпачок или носик-насадку – продукт готов к использованию.



Упаковка clip-tube идеально подходит для вязких и пастообразных продуктов, таких как плавленые сыры, кремы, майонезы, творожные продукты, различные соусы, и многих других.

В заключение хотелось бы отметить, что в вопросах обеспечения продовольственной безопасности важную роль играет не только производство самих пищевых продуктов. Не менее важным является производство современного пищевого оборудования, без которого невозможны ни выпуск новых видов продукции, ни применение новых технологий. **Р**



www.zip-i.ru

Современные

технологии

контроля качества

**Экспресс-тесты
для определения
антибиотиков в молоке**
(ГОСТ Р 53774-2010)



не требует инкубатора

Высокочувствительный тест:

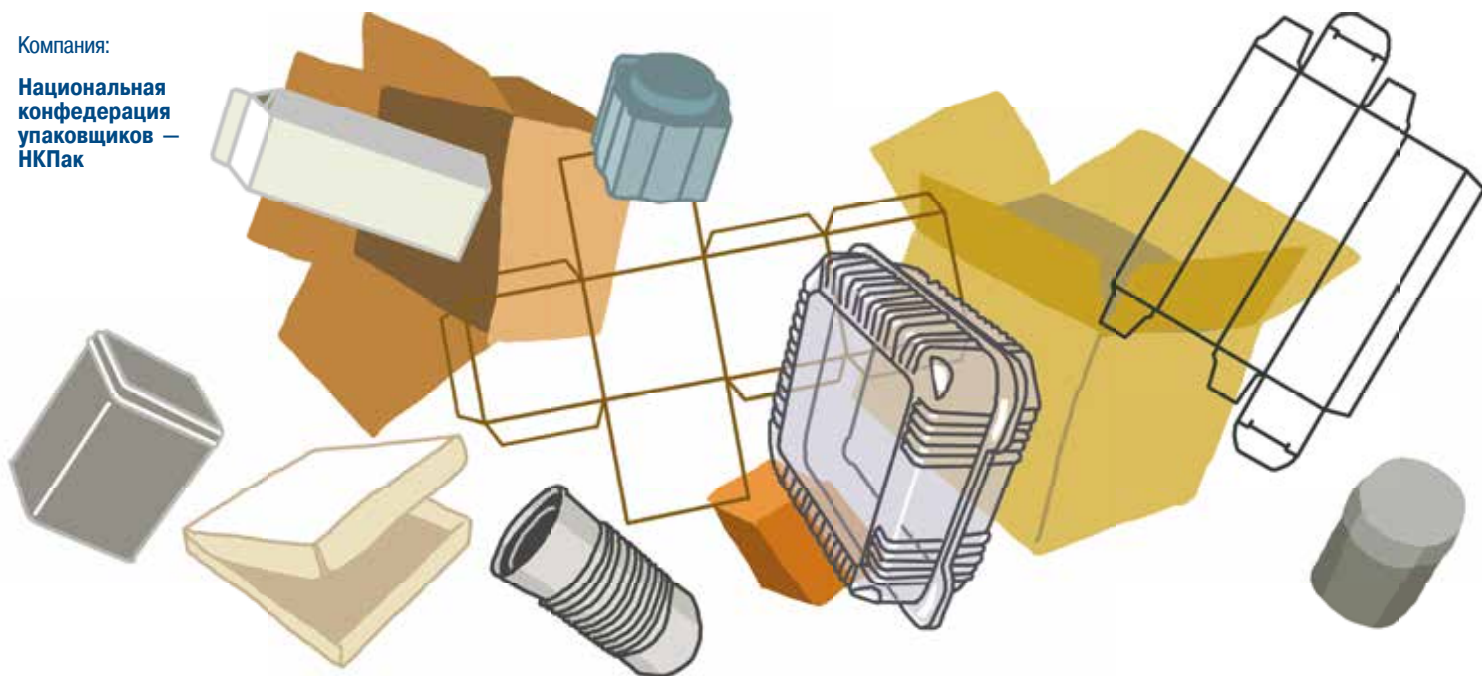
- *простой**
- *надежный**
- *точный**
- *быстрый**
(время измерения 5 мин.)

119270, Москва, Лужнецкая наб., 2/4, корп. 37
E-mail: mloloko.zip@gmail.com

(495) 785-87-40

Компания:

Национальная
конфедерация
упаковщиков —
НКПак



Упаковочной отрасли грозит кризис

Всем известно, что упаковочная отрасль в России, как никакая другая, интегрирована практически во все отрасли экономики, поэтому влияние событий, происходящих в других сферах, особенно в финансовой, во многом предопределяет ее деятельность.

Девальвация рубля, практически трехкратный рост процентных ставок по кредитам и производным быстро вызвали рост издержек по различным факторам и стали мощным катализатором, ускорившим обозначившийся ранее кризис в отрасли.

Надо сказать, что его начало относится к середине 2013 года, когда практически остановившийся рост спроса на упаковку и совпавшее с этим по времени мощное развитие тендеров в закупках упаковки привели к резкому снижению рентабельности отрасли. Доходность единицы продукции упала почти на 30%. Начался процесс вымывания собственного оборотного капитала, что привело к сокращению затрат на поддержание оборудования и других необходимых производственных затрат.

Фактор роста стоимости кредитных ресурсов только начал проявлять свое негативное воздействие на себестоимость, так как все предприятия, имеющие современные производственные мощности, имеют существенную кредитную нагрузку, и банки в своем разрушительном поведении не остановятся, так как в большинстве кредитных договоров у них есть право пересматривать процентную ставку в сторону увеличения.

В результате к концу 2014 года по экспертным оценкам сразу несколько крупных и средних, в том числе вертикально интегрированных, компаний оказались в предбанкротном состоянии (прекратили обслуживать кредиты, не выполняют обязательств перед поставщиками и т. д.). В результате около 10% мощностей по производству уйдут с рынка уже в ближайшие месяцы, что создает риски устойчивого обеспечения рынка упаковкой.

Объявленный трех-четырёхкратный рост процентных ставок по кредитам, резкое сокращение лимитов по всем видам кредитования (краткосрочного, факторинга), в первую очередь со стороны крупных государственных банков, создали предпосылки коллапса во всей цепочке «производители сырья, например тарных картонов, — производители упаковки». Следует сказать, что угрозой фактором стал не сам размер издержек, который по предварительным оценкам вместе с эффектом девальвации рубля вызывает удорожание тарных картонов ориентировочно на 15–20%, а способ введения новых ставок. Так основные государственные и крупные коммерческие банки, предоставляющие факторинговые услуги, сделали это в резкой форме — объявили о сокращении лимитов до 30% для тех, у кого они остались, и закрытии для многих средних и малых предприятий. Сразу после обвала рубля — в начале третьей декады

Иллюстрация: Нина Кузьмина

декабря – начали начислять и изымать процентные платежи по новым ставкам. Многие производители тарных картонов, других видов сырья и упаковки покрывают свою текущую потребность в оборотных средствах факторинговыми операциями. У некоторых крупных производителей этот фактор составляет около 90% всего оборота.

Таким образом, к негативному процессу вымывания рабочего капитала, начавшемуся в июне 2013 года, добавился мощный банковский инструмент изъятия денег из оборота государственными и крупными коммерческими банками. Размер уже случившегося бедствия сложно посчитать, но очевидно, что кризис ликвидности будет ежедневно набирать силу. На первом этапе, скорее всего, мы столкнемся с тем, что материальные ресурсы в системе будут, но они будут неликвидны по причине обрушившейся платежеспособности участников рынка.

Состояние рынка гибкой упаковки находится в еще более плачевном состоянии. Ко всем перечисленным факторам, которые, несомненно, оказывают такое же негативное влияние на финансовую устойчивость компаний, добавляется еще целый ряд негативных моментов. Основные марки сырья, используемые в изготовлении гибкой упаковки, росли в цене еще более быстрыми темпами. Так, ПВД за 2014 год подорожал в среднем на 35%, БОПП пленки – на 25–28%. При этом рынок потребителей упаковки принял повышение максимум в 5–10%. Здесь нет явных лидеров с большой рыночной долей, способных влиять на ценообразование в отрасли. Большая доля рынка распределена между средними и мелкими производителями, которые, создается впечатление, не понимают ситуацию в целом, потому что оценивают только маленький ее фрагмент. В результате все усилия на рынке разнонаправлены и приводят, как правило, только к ослаблению всех игроков.

Есть большие опасения, что в гибкой упаковке закрытие предприятий может произойти, как движение лавины: сначала медленно начнут останавливаться мелкие производства, не сумевшие своевременно оценить сложность ситуации и принять жизненно важные решения, а затем – крупные предприятия, которые, оставшись без финансовой подпитки, не смогут за счет собственного рабочего капитала покрыть рыночный спрос. Всему этому будет способствовать еще и поведение крупных производи-

телей основных марок сырья, которые не планируют ни снижать темпы роста стоимости сырья, ни оказывать финансовую поддержку своим клиентам, увеличив лимиты или удлинив отсрочки платежей. Времени для принятия решений остается все меньше, факты остановок мелких производств уже есть.

Поэтому главный вопрос: что делать или, иными словами, как создать необходимый объем оборотных средств в отрасли? В условиях, когда для упаковочной индустрии нет внешнего

К негативному процессу вымывания рабочего капитала, начавшемуся в июне 2013 года, добавился мощный банковский инструмент изъятия денег из оборота государственными и крупными коммерческими банками.

финансирования, единственный способ – восстановить рентабельность операционной деятельности и сбалансировать денежный поток. Очевидно, что из всех инструментов, позволяющих решить эту проблему, остается один – повышение цен. При этом калькуляция роста в данной кризисной ситуации иная, нежели в обычной ситуации постепенного роста издержек. Источником пополнения жизненно необходимого рабочего капитала может являться прибыль, которая должна в кратчайший срок восстановить оборотные средства.

Следуя логике происходящего, вполне объяснимы действия участников упаковочного рынка, которые осуществляют неприятные для клиентов действия: повышают цены на 15–20 и более процентов, сокращают сроки рассрочек в оплате вплоть до предоплаты. Поставщики картонов, других видов сырья и материалов будут отзываться ранее подписанные обязательства сохранять цены на первый квартал 2015 года. Поставщики упаковки, предложившие в ходе тенде-

ров низкие цены на этот период, будут также отзываться свои предложения. Мы считаем, что потребители должны с пониманием отнестись к таким действиям. Это не нарушение обязательств, а обстоятельства, в которые поставлены производители упаковки.

Обращаясь к потребителям упаковки, мы предлагаем реалистично оценить ситуацию и изменить систему оценки – не сравнивать цены, какие были и какие есть, а представить себе, какие убытки могут понести потребители из-за отсутствия упаковки. В большинстве отраслей доля упаковки в себестоимости продукции не превышает 2–3%, поэтому и повышение затрат по этой статье будет в пределах десятых процента. Справедливости ради стоит отметить: все больше потребителей упаковочных материалов отдают себе отчет в том, что ситуация поменялась коренным образом и что все это – объективная реальность, изменить которую не представляется возможным.

Фактор роста стоимости кредитных ресурсов только начал проявлять свое негативное воздействие на себестоимость, так как все предприятия, имеющие современные производственные мощности, имеют существенную кредитную нагрузку, и банки в своем разрушительном поведении не остановятся, так как в большинстве кредитных договоров у них есть право пересматривать процентную ставку в сторону увеличения. Кроме того, инфляционные процессы приведут к необходимости повышать оплату труда для сохранения трудовых ресурсов. Поэтому уже сейчас очевидно, что 15–20-процентное повышение цен не решает проблемы и необходимо дополнительное их повышение. Оценочно для исправления ситуации потребуется суммарный рост цен на 30–40%. Альтернативой этому может стать рост импорта упаковки, который повлечет за собой гораздо больший рост цен на все ее виды.

Мы обращаемся также к регулятору финансового рынка ЦБ, правительственному блоку, отвечающему за этот сектор и экономику в целом, с просьбой обратить внимание на поведение государственных и крупных коммерческих банков, которые пусть не умышленно, но уничтожают упаковочную отрасль. Это может привести не только к экономическим, но и социальным проблемам, так как основная масса предприятий упаковочной отрасли находится в небольших городах и поселках, где часто это единственный работодатель. **МС**



Профессиональные
решения

Компания: **Холдинг «Солнечные продукты»**
тел.: +7 (8452) 459-000 (Саратов)
+7 (495) 777-55-01 (Москва)
+7 (383) 230-35-00 (Новосибирск)

Авторы: д. т. н. А. А. Творогова,
И. А. Турбина,
А. В. Спиридонова,
ГНУ ВНИХИ
Россельхозакадемии



Новые продукты в Реестре жиров Союза мороженщиков

Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» регламентирует использование в качестве растительных жиров в производстве мороженого исключительно заменителей молочного жира (ЗМЖ), допускает замену этим продуктом не более 50% молочного жира и устанавливает граничные требования к физико-химическим показателям мороженого с ЗМЖ.

Термин «заменитель молочного жира» регламентируется ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию». В частности, установлены требования к массовой доле жира (не менее 99,0%), температура плавления (не более 36°C), содержание твердых триглицеридов при 35°C (не более 65% от общего содержания жирных кислот, в том числе не более 38% массовой доли пальмитиновой кислоты от суммы жирных кислот).

Однако применительно к ЗМЖ для мороженого требования должны быть более конкретными, поскольку жиры влияют на консистенцию и структуру продукта, что отражается на его термической формоустойчивости и органолептических ощущениях. В связи с этим Союз мороженщиков России на протяжении нескольких лет формирует и поддерживает Реестр жиров и масложировых систем. Применительно к ЗМЖ требования приведены в табл. 1.

С учетом изменившегося законодательства в области производства и применения ЗМЖ указанные требования в ближайшее время предполагается усовершенствовать. В частности, следует учитывать, что требования к ЗМЖ в части замены не более 50% МЖ на ЗМЖ позволяют изготавливать мороженое с более высоким содержанием ненасыщенных жирных кислот не только по сравнению с кокосовым маслом, но и по

Таблица 1. Технические требования к заменителям молочного жира для мороженого

Наименование показателя	Значение показателя для продукта
Вкус и запах	Чистый, свойственный обезжиренному жиру, без постороннего привкуса и запаха. При вводе ароматизаторов – выраженный аромат, обусловленный вводимым ароматизатором
Цвет	От белого до светло-желтого
Консистенция при температуре 18°C	Однородная, твердая или пластичная
Прозрачность	Прозрачный в расплавленном состоянии
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более	0,1
Кислотное число, мг КОН/г, не более	0,2
Температура плавления, °C	28–32
Перекисное число, моль (1/2 O ₂)/кг, не более	1,0
Температура застывания, °C, не менее	18
Содержание жирных кислот, % насыщенных мононенасыщенных полиненасыщенных	45–55 23–35 10–25
Трансизомеров, %, не более	8 (2 – с 01.01.2018 г.)
Содержание твердых жиров, %, при температуре	
10°C	44–55
15°C	32–38
20°C	21–26
30°C	5–8
35°C	0–3

сравнению с молочным жиром. Это, несомненно, повышает пищевую ценность продукта в целом, но требует более тщательного подхода к подбору ЗМЖ.

Во-первых, применяемые ЗМЖ не должны нарушать процесс кристаллизации МЖ при формировании структуры

продукта, во-вторых, наличие триглицеридов в составе ЗМЖ с различными температурами кристаллизации способствует, как и в случае применения молочного жира, формированию органолептического ощущения «полноты вкуса» при употреблении продукта. Таким образом, применение ЗМЖ в производстве мороженого одновременно с МЖ позволяет в значительной степени повысить качественные показатели готового продукта. В случае технически грамотно подобранных ЗМЖ мороженое с их применением заметно не отличается от традиционного продукта при одной и той же массовой доле жира.

Союз мороженщиков России при формировании Реестра жиров и масложировых систем для мороженого в значительной степени руководствуется Заключением ГНУ ВНИХИ Россельхозакадемии о возможности применения ЗМЖ в производстве мороженого. Такое же Заключение было подготовлено и при включении в Реестр ЗМЖ 714 и ЗМЖ 719 компании «Торговый дом «Солнечный Продукт».

Рисунок 1. Зависимость массовой доли плава мороженого с ЗМЖ 714 и ЗМЖ 719 от продолжительности выдерживания образцов при температуре 20°C.

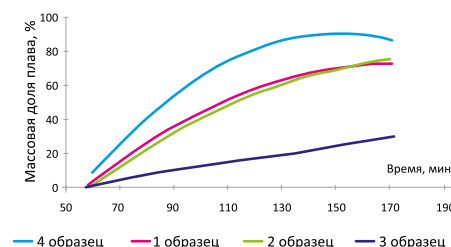
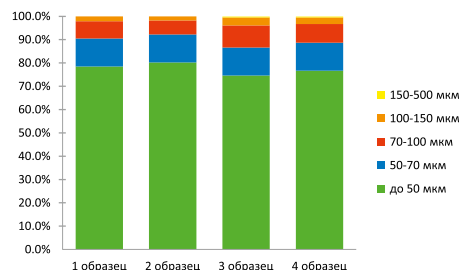


Рисунок 4. Распределение воздушных пузырьков по размерам в экспериментальных образцах мороженого



В ГНУ ВНИХИ проведены исследования по определению влияния ЗМЖ 714 и ЗМЖ 719 компании «Торговый дом «Солнечный Продукт» на физико-химические, структурно-механические, микроструктурные и органолептические показатели мороженого в соответствии с требованиями действующего Технического регламента.

Аналитическая оценка физико-химических показателей жиров показала, что в наибольшей степени к показателям молочного жира и жиров нелауринового типа Отраслевого реестра приближается ЗМЖ 714 (табл. 2). Несмотря на то, что этот ЗМЖ характеризуется сравнительно низкой температурой плавления, содержание твердых жиров при температуре 10°C довольно высокое, что положительно влияет на структуру и консистенцию мороженого в процессе его производства и употребления.

Как следует из показателей, приведенных в табл. 1, использование ЗМЖ 719 в связи со значительным содержанием ненасыщенных жиров позволит повысить пищевую ценность готового продукта.

При проведении экспериментальных исследований проводили корреляцию полученных данных с возможными технологическими параметрами. По температуре и взбитости мороженого, выходящего из фризера, судили соответственно о твердости и способности к насыщению воздухом продукта. Величина изменения вязкости смеси для мороженого в процессе созревания позволяла судить о глубине процесса отвердевания триглицеридов ЗМЖ. Сравнительный анализ массовой доли растаявшего мороженого образцов мороженого за один и тот же промежуток времени позволял делать выводы о формоустойчивости.

Результаты исследований, приведенные в табл. 3 и 4, показывают, что смеси для мороженого с испытуемыми образцами ЗМЖ характеризуются высокой способностью к насыщению воздухом. Во всех образцах вязкость смеси в процессе созревания повысилась, а массовая доля плава через 60 мин. выдерживания образцов при температуре 25°C при совместном использовании МЖ и ЗМЖ была незначительной, что свидетельствует о положительном эффекте сокристаллизации МЖ и ЗМЖ.

Наиболее заметно эффект сокристаллизации триглицеридов проявился при совместном применении МЖ и ЗМЖ 714 (обр. №3). Этот образец по показателям формо- и термоустойчивости заметно превосходил другие (рис. 1–4).

Таблица 2. Сравнительный анализ физико-химических показателей жиров

Наименование жира	Температура плавления, °C	Йодное число	Массовая доля твердых триглицеридов при температуре, °C		
			10	20	35
Нелауринового типа (Реестр)	28–32		44–55	24–26	0–3
Молочный жир	28–30	25–47	46	20	0
ЗМЖ 714	23–25	33–36	50–54	13–16	0
ЗМЖ 719	33–35	58–60	34–38	17–20	2–5

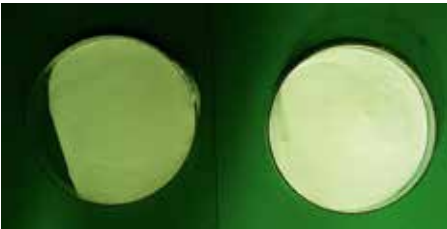
Таблица 3. Сравнительный анализ данных экспериментальных исследований мороженого с МЖ и ЗМЖ 714

Наименование показателей	МЖ	ЗМЖ 714 (обр. 1)	МЖ и ЗМЖ 714 (обр. 3)
Вязкость смеси до/после созревания, мПа·с	321/407	200/220	288/333
Повышение вязкости смеси в процессе созревания, %	26	10	15
Температура мороженого на выходе из фризера, °C	-3,5	-4,7	-4,7
Взбитость мороженого, %	88	77	65
Масса плава через 60 мин. выдерживания, %	4,5	0,77	0,0

Таблица 4. Сравнительный анализ данных экспериментальных исследований мороженого с МЖ и ЗМЖ 719

Наименование показателей	МЖ	ЗМЖ 719 (обр. 2)	МЖ и ЗМЖ 719 (обр. 4)
Вязкость смеси до/после созревания, мПа·с	321/407	274/322	287/333
Повышение вязкости смеси в процессе созревания, %	26	17	16
Температура мороженого на выходе из фризера, °C	-3,5	-4,5	-4,6
Взбитость мороженого, %	88	72	70
Масса плава через 60 мин. выдерживания, %	4,5	10,8	0,0

Рисунок 2. Состояние поверхности образцов мороженого с 100% заменой МЖ на ЗМЖ через 60 мин. выдерживания при температуре 20°C



1 образец

2 образец

Рисунок 3. Состояние поверхности образцов мороженого через 60 мин. выдерживания при температуре 20°C с МЖ и ЗМЖ (50/50)



3 образец

4 образец

Термоустойчивость образцов мороженого при полной замене МЖ на ЗМЖ практически не отличалась.

Наибольшей формоустойчивостью характеризовались образцы мороженого с заменой 50% МЖ на ЗМЖ (рис. 2 и 3).

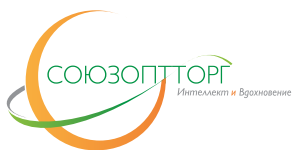
Состав жировой фазы мороженого заметно не отразился на дисперсности воздушной фазы (рис. 4). Массовая доля воздушных пузырьков с размером не более 50 мкм составляла 78–80%, размером не более 70 мкм – 12%, что свидетельствует о достаточно высокой степени дисперсности.

На основании проведенных исследований были сделаны выводы о возможности применения ЗМЖ 714 и ЗМЖ 719

в производстве мороженого с целью замены 50% МЖ на ЗМЖ.

Положительные результаты испытаний ЗМЖ 714 и ЗМЖ 719 позволили институту рекомендовать их для включения в отраслевой Реестр жиров и масложировых систем Союза мороженщиков России. Кроме того, ЗМЖ 714 и ЗМЖ 719 введены в перечень используемого сырья.

ТУ 9226-146-00419762-2014 «Мороженое с заменителем молочного жира» разработаны в связи с введением Регламента Таможенного союза взамен широко применяемых в отрасли технических условий по производству мороженого с растительным жиром. ■



Компания: **ГК «Союзоптторг»**,
тел.: 8 (800) 333-00-89
(бесплатно для всех регионов России)
e-mail: office@soyuzopttorg.ru
www.soyuzopttorg.ru

Автор: **Юлия Кудишкина**,
технолог молочного
направления
ГК «Союзоптторг»



ГК «Союзоптторг» предлагает российским предприятиям протестировать сычужный казеин Eurial и лично оценить преимущества его использования.

Все дело в казеине

Меры правительства России по ограничению ввоза пищевых продуктов, в том числе различных сыров, дали толчок к развитию отечественного производства с целью импортозамещения. Сейчас перед российскими предприятиями встала задача оперативно освоить выпуск традиционных западно-европейских сыров, к которым за последние годы привыкли и наши потребители.

Для того чтобы быстро организовать выпуск качественных имитационных и плавящихся сыров, технологи ГК «Союзоптторг» предлагают отечественным компаниям использовать сычужный казеин (производитель Eurial, Франция).

Этот ингредиент в сочетании с правильно подобранными солями-плавителями и крахмалом успешно заменяет сычужные сыры. Он создает трехмерную структуру, в которой хорошо удерживаются жир и влага.

Получаемый с использованием сычужного казеина продукт образует при повторном плавлении такие же эластичные нити, как если бы он был сделан на основе сычужных сыров. При этом сычужный казеин имеет значительные преимущества по сравнению с сычужными сырами:

- в нем в 3–4 раза выше содержание белка – 80% (для сравнения: в свежеработанном нежирном сыре – 30–32%, в зрелом нежирном сыре – 20–25%);
- стандартное высокое качество ингредиента позволяет получать стандартный по консистенции качественный конечный продукт;

- упрощение и сокращение продолжительности производственного процесса: не требуется технологической подготовки, как при использовании сычужных сыров (зачистка, вымачивание);

- возможность длительного хранения при положительных температурах, что исключает затраты на эксплуатацию холодильного оборудования.

Сычужный казеин производят из свежего обезжиренного молока высшего качества. Он поставляется в виде порошка мельчайшей фракции, что способствует быстрой гидратации; ингредиент обеспечивает максимальную вязкость и пластичность плавящихся и имитационных сыров.

ГК «Союзоптторг» предлагает российским предприятиям протестировать сычужный казеин Eurial и лично оценить преимущества его использования.

Для получения образцов этого ингредиента, рекомендаций технологов, а также информации об условиях поставки обращайтесь, пожалуйста, в удобный вам филиал ГК «Союзоптторг». ■

ingredients

RUSSIA

17–19 марта 2015 года

ВДНХ (ВВЦ), Павильон 75
Москва, Россия



Маститы: эффективное решение проблемы

Мастит – воспаление молочной железы. Патогенные микроорганизмы проникают в вымя через сосковые каналы, преодолевают иммунную систему и размножаются в вымени. Токсины, которые производят патогены, вредят здоровью молочной железы. Следовательно, молочная продуктивность падает, а качество молока ухудшается.

Мастит протекает в клинической и субклинической форме. При протекании мастита в клинической форме наблюдаются симптомы (например опухшее и горячее вымя), в то время как субклиническая форма мастита протекает бессимптомно, что делает его трудно диагностируемым.

Что вызывает мастит?

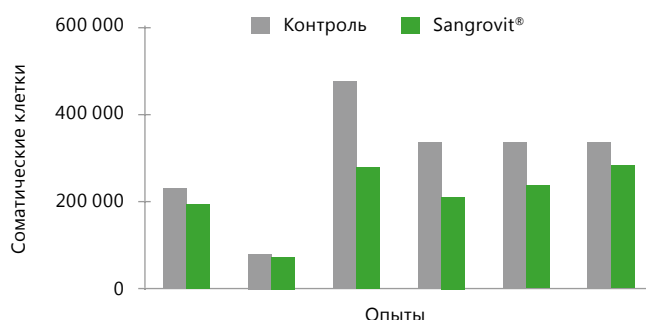
Бактерии – главные микроорганизмы-возбудители. В основном это патогены *Staphylococcus aureus*, *Streptococci* (*agalactiae*, *dysgalacticae*, *uberis*), *Escheria coli* и *Klebsiella spp*.

Какие животные подвержены маститу?

Hudson et al. (2012) провел анализ 80 молочных стад. В 10096 из 39590 лактаций между 20-м и 220-м днем был обнаружен хотя бы один клинический случай мастита. Это говорит о том, что примерно 25% коров заражены клиническим маститом. Очевидно, что частота заражения субклиническим маститом еще выше! Как правило на одну корову с клинической формой мастита приходится до десяти коров с «субклиникой».

Последствия мастита

Клинический мастит сопровождается отеком пораженных долей вымени, болезненностью. Для сельхозпроизводителей последствия мастита выражаются в росте прямых издержек по



По результатам шести опытов скормливание молочным коровам кормовой добавки Sangrovit® привело у них к снижению числа соматических клеток в молоке в среднем на 24%

медицинским препаратам. В Швеции лечение клинического мастита в среднем обходится в 119 евро (Nielsen, 2009). Но ветеринарные расходы – это только вершина айсберга. Снижение продуктивности (до 10%; Fehlings et al., 2012), ухудшение качества молока, выбраковка молока, рост трудозатрат и последующие расстройства (включая снижение фертильности) только увеличивают экономические потери. По исследованиям Nielsen за 2009 год при заболевании коровы клиническим маститом в среднем экономические издержки составляют 275 евро. В отношении субклинического мастита – 60 евро на одну зараженную корову.

Признаки субклинического мастита

Существует возможность проведения бактериологического исследования молока, однако на ферме нет возможности постоянно проводить такие исследования (Nielsen, 2009). Практическое решение – измерение количества соматических клеток, т. к. молоко всегда содержит некоторое их количество. В молоке здоровой молочной железы лейкоциты преобладают над соматическими клетками. При бактериальном инфицировании количество ней-

трофилов, как и соматических клеток, резко увеличивается. Следовательно, количество соматических клеток говорит о здоровье вымени.

Чем ниже уровень соматических клеток, тем лучше состояние здоровья вымени. Соматика на уровне 100 тыс. клеток/мл – общепризнанный мировой стандарт безопасного молока, пригодного для продажи, а молоко с соматикой менее 100 тыс. клеток/мл считается высококачественным и более дорогим, в то время как соматика в 200 тыс. клеток/мл приводит к снижению молочной продуктивности на 6%.

Как избежать мастита?

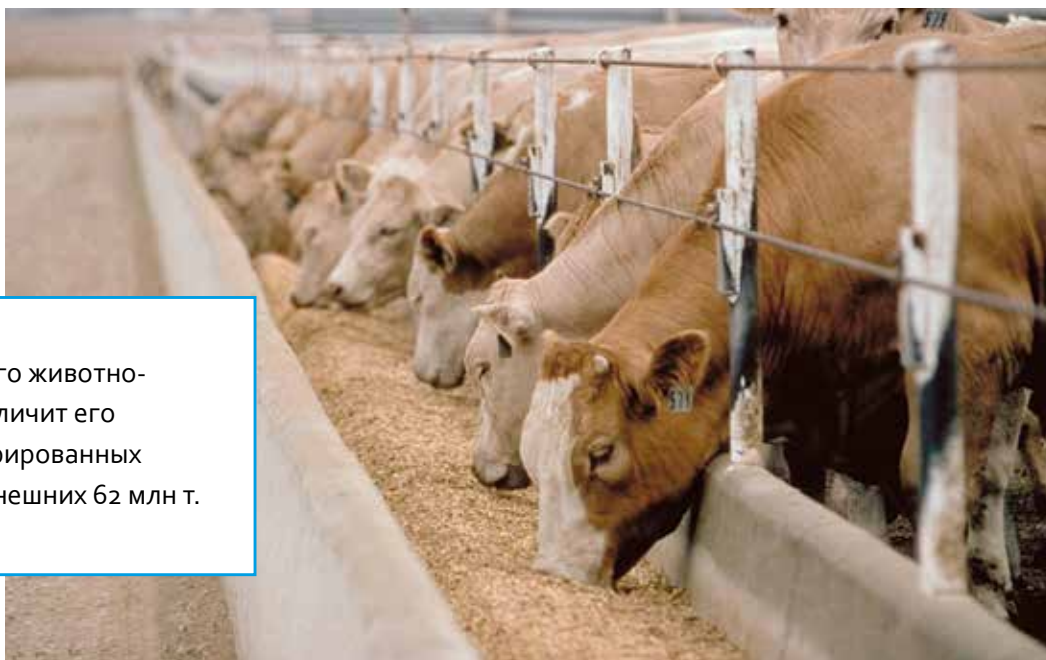
Для минимизации заражения маститом необходимы следующие меры: наряду с правильным содержанием сухостойной коровы гигиена вымени и доильного зала являются основополагающими факторами борьбы с маститами. Чистое вымя, одноразовые салфетки и перчатки, чистая подстилка и хорошие условия доения – залог здоровья коровы. Более того, правильная стратегия кормления помогает корове как повысить продуктивность, так и поддерживать здоровье вымени. Растительная кормовая добавка Sangrovit® позволяет достичь этих целей. **P**

Автор:



**Виктория
Загоровская**

Развитие отечественного животноводства к 2020 году увеличит его потребность в концентрированных кормах до 70 млн т с нынешних 62 млн т.



Кормовая база страны: состояние и проблемы

В развитии животноводческой отрасли огромное значение имеют корма, так как их качество может способствовать повышению продуктивности и эффективности работы ферм.

На открытом собрании Союза комбикормщиков в рамках выставки «Зерно-Комбикорма-Ветеринария» **начальник отдела кормовых ресурсов департамента животноводства и племенного дела Минсельхоза Владимир Дудников** поделился данными мониторинга состояния кормовой базы страны, а также рассказал о проблеме импортозамещения кормовых аминокислот.

Как избавиться от импортозависимости?

После многих лет сугубо кулуарных разговоров о тотальной импортозависимости России от зарубежных производителей кормовых аминокислот и витаминов в этом году этот вопрос поднялся на правительственный уровень. На недавнем совещании в Брянске замминистра сельского хозяйства Дмитрий Юрьев рассказал председа-



Владимир Дудников, начальник отдела кормовых ресурсов департамента животноводства и племенного дела Минсельхоза:

«Если по части кормовых аминокислот в России заявлено сразу несколько новых проектов, то по производству кормовых витаминов даже в среднесрочной перспективе никаких планов пока нет».

лю правительства Дмитрию Медведеву об объемах потребления кормового лизина в стране и о своевременности создания биозаводов. Отныне Минсельхоз намерен активно развивать отечественную биотехнологическую промышленность, чтобы увеличить производство

высокопротеиновых кормов и аминокислот, сообщил Владимир Дудников.

«Не далее как в прошлом году в Минпромторге на совещании у заместителя министра Сергея Колдаева рассматривался вопрос о возможности запрета ввоза в Россию синтетических аминокислот, – заявил чиновник, – ведь большинство аминокислот получено с использованием ГМО. И никто еще толком не знает, каким образом это называется». Говоря о зависимости отечественного животноводства от поставок импортных кормовых компонентов, он привел в пример лизин. Потребность России в этой незаменимой аминокислоте эксперт оценил в 60 тыс. т, почти 100% из которых завозятся из-за рубежа (в основном из азиатских стран).

Нынешним высокопродуктивным сельхозживотным без аминокислот оставаться никак нельзя, а потому на совещании у замминистра сельского хозяйства Андрея Волкова был поставлен вопрос о субсидировании биозаводов наравне с сельхозпроизводителями. На встречу приехали и представители

«Завода премиксов №1» (входит в белгородский холдинг «Приосколье»), запустившего первое в современной России производство сульфата лизина. Они обратились в Минсельхоз за помощью в развитии производства. «Этот вопрос стоит на контроле в Минсельхозе, и в дальнейшем ему будет уделяться большое внимание», – отметил В. Дудников, говоря о поддержке кормовой биотехнологии.

Если по части кормовых аминокислот в России заявлено сразу несколько новых проектов, то по производству кормовых витаминов даже в среднесрочной перспективе никаких планов пока нет. «У нас сейчас в России производится только один витамин К, – говорит гендиректор компании «Витасоль» Сергей Кузнецов. – Мы сейчас в полной зависимости от иностранных государств, а цены на витамины выросли за последние два-три месяца в несколько раз».

«Я всегда поднимал вопрос о том, что мы сидим на импортной игле по части витаминов, – поддерживает президент Союза комбикормщиков Валерий Афанасьев. – Но никто до сих пор не изъявил желания наладить их производство. Куда мы только ни писали записки! Никто не верит, что сейчас можно влезть в этот рынок для реализации своей продукции». Как известно, кормовые витамины везут в Россию в основном из Китая и Европы. «Сегодня при службе ФСБ вводится отдел АПК, который будет курировать безопасность нашей сельскохозяйственной продукции, – рассказывает глава отраслевого союза. – Они обратились к нам с вопросом, что же теперь делать с импортозамещением. А я говорю – где вы 15 лет назад были? Где теперь найти заводы, которые были закрыты? Надо их возрождать, вкладывать деньги, и тогда все будет нормально».

На этом настаивают и представители смежных отраслей. «Создание на территории России заводов биологически активных веществ, витаминов, микроэлементов, аминокислот, пробиотиков, вакцин и диагностикумов – это задача номер один, – заявил днем ранее на конференции «Развитие яичного и мясного птицеводства в России» президент Росптицесоюза Владимир Фисинин. – После 1990 года биопромышленность была разгромлена. Мы многое производили, а сейчас мы в зависимости. На 40, а то и на 50% сегодня повысилась стоимость биологически активных веществ».

Конкурировать с импортом слишком тяжело, считает гендиректор компании «Сиббиофарм» Александр Кричевский. «В России нет технологии ни по производству витаминов, ни по производству аминокислот, – отмечает он. – Купленные на Западе штаммы и технологии надо адаптировать. Минсельхоз прикладную науку до сих пор не финансирует, а при отсутствии прикладной науки и сопровождения не будет ничего. Несколько лет назад я выступал против апробации производства лизина в Белгороде. К сожалению, это подтвердилось: технологии

КОНЦЕНТРИРОВАННЫЕ КОРМА

Концентрированные корма – концентраты или корма с высоким содержанием питательных веществ. К ним относят кормовое зерно, полнорационные комбикорма и комбикорма-концентраты, жмыхи, шроты, муку животного происхождения, жом, барду и другие отходы пищевых производств. Концентраты составляют основу в рационах свиней, птицы и пушных зверей, а жвачным животным они скармливаются для повышения питательности основного рациона (грубые и сочные корма).

не адаптированы. Падение рубля идет сегодня на пользу российскому производителю, но по эффективности, качеству, активности и цене белгородская технология не позволит иметь конкурентный лизин».

По мнению российского предпринимателя, для успешной реализации биотехнологических проектов надо слушать не столько ученых, сколько практиков, знающих конкретные запросы сельхозпроизводителя. Владимир Дудников согласился с тем, что качество белгородского лизина пока еще отстает от зарубежных аналогов. «Да, есть над чем работать, но очень важно

развивать это направление, – убежден он. – Рано или поздно придется отказываться от импорта – и из-за ГМО, и из-за международной обстановки».

Потребность в концентрированных кормах растет

Согласно прогнозу Владимира Дудникова, развитие отечественного животноводства к 2020 году увеличит его потребность в концентрированных кормах до 70 млн т с нынешних 62 млн т. По его информации, на текущий зимне-стойловый период хозяйства всех категорий заготовили кормов на 2,5% больше плана. Так, при расчетной годовой потребности во всех видах кормов 20 центнеров кормовых единиц на условную голову российские аграрии заготовили 20,5 центнера. Эти цифры, по словам эксперта, дают надежду на благоприятную зимовку скота, а при соответствующих усилиях животноводов – даже на приток молока.

В сегменте грубых и сочных кормов заготовлено на 5,4% больше потребности, или 12,8 кормовых единиц вместо 12,1. Комбикормами, по отчетам регионов, хозяйства всех категорий обеспечены на 102%. «В прошлом году потребление комбикормов по всей стране составило 28,8 млн т, – отмечает В. Дудников. – Сейчас мы мониторим ситуацию, и, по поступающим данным, эта цифра будет больше. Хочу отметить, что практически все комбикорма изготовлены у нас в стране. Импорт из стран дальнего зарубежья составил 1,2 тыс. т – это мизер. Можно сказать, мы удовлетворены состоянием нашей комбикормовой промышленности».

Обеспеченность животноводов зернофуражом Минсельхоз сейчас оценивает на уровне 96,3%, жмыхами – на уровне 99,5%, шротами – на уровне 103,8%, травяной мукой – на уровне 99,7%, а в целом концентрированными кормами – на уровне 97%. Общая потребность отрасли животноводства в концентрированных кормах, по данным министерства, составляет 62 млн т, в том числе 40 млн т зерна. Хотя неофициальные оценки зерновой емкости животноводства, добавляет чиновник, доходят до 48 млн т. «Потребности отрасли с каждым годом растут, – говорит Владимир Дудников. – Мы планируем к 2020 году, что потребность животноводства в концентрированных кормах составит порядка 70 млн т, из них зерна – около 52 млн т».

КОРМОВЫЕ АМИНОКИСЛОТЫ

Среди кормов особое место занимают кормовые аминокислоты, которые являются основным «строительным материалом» для синтеза специфических тканевых белков, ферментов, пептидных гормонов и других физиологически активных соединений. Они делятся на две основные группы: заменимые (могут синтезироваться в организме самостоятельно) и незаменимые (не синтезируются организмом или синтезируются в незначительном количестве, но необходимы для нормальной жизнедеятельности, а значит должны поступать с пищей).

Основными незаменимыми аминокислотами, применяемыми при изготовлении кормов, являются лизин, метионин, треонин и триптофан.

Все незаменимые аминокислоты играют ключевую роль в росте и развитии животных, а также повышают усвояемость зерновой части рациона.

Есть и еще одна хорошая новость. При работе над последней версией госпрограммы развития АПК до 2020 года Минсельхоз принял давно назревавшее решение о субсидировании инвестпроектов по переработке сельхозпродукции. Особенно долгожданным оно было для независимых комбикормовых заводов, которые были вынуждены конкурировать с аналогичными производствами внутри агрохолдингов, имевших доступ к субсидиям.

Нововведение предполагает строительство новых или модернизацию старых перерабатывающих предприятий как в растениеводстве, так и в животноводстве. По смыслу субсидирования инвестпроектов по производству комбикормов относится к мероприятию 1.5 «Государственная поддержка кредитования подотрасли растениеводства, переработки ее продукции, развития инфраструктуры и логистического обеспечения рынков продукции растениеводства» подпрограммы 1 «Развитие подотрасли растениеводства, переработки и реализации продукции растениеводства».

Сегодня на рассмотрении у министерской комиссии по предоставлению субсидий находится 28 инвестиционных проектов строительства и реконструкции комбикормовых заводов, заявил Владимир Дудников. По данным чиновника, три из этих объектов будут реализованы в Белгородской области, один – в Брянской, три – во Владимирской, два – в Волгоградской, три – в Воронежской, один – в Ивановской, три – в Калининградской, один – в Кировской, два – в Ленинградской, один – в Липецкой, один – в Московской, один – в Новосибирской, один – в Рязанской, два – в Мордовии, один – в Удмуртии, два – в Краснодарском крае. **МС**

▶ Приборы компании KROHNE для молочной промышленности

Компания KROHNE является ведущим мировым производителем и поставщиком решений в области промышленных измерений.

Производственные предприятия KROHNE расположены по всему миру, в том числе, производство приборов KROHNE налажено и в России.

Наша компания предлагает широкий ассортимент промышленных расходомеров, уровнемеров и сигнализаторов уровня, датчиков температуры. Оборудование компании имеет все необходимые допуски и гигиенические сертификаты.



H250 M9 Food

Отличительные особенности:

- Возможность измерения расхода без обеспечения прибора электропитанием
- Простой монтаж и ввод в эксплуатацию
- Опционально – рубашка обогрева



BATCHFLUX 5500

Отличительные особенности:

- Высочайшее точное дозирование жидких продуктов в установках по розливу
- Компактная и надежная конструкция прибора
- Футеровка из керамики



OPTIMASS 7300

Отличительные особенности:

- Массовый расходомер для различных применений
- Высокая точность измерений
- Различные материалы исполнения измерительной трубы



OPTIWAVE 7300

Отличительные особенности:

- Радарный (бесконтактный) уровнемер для постоянного измерения уровня жидкостей
- Высокая точность измерений
- Различные материалы и конфигурации исполнения антенны

Россия, Самарская обл.,
Волжский р-н, пос. Стромиллово
Тел.: +7 (846) 230-04-70,
Факс: +7 (846) 230-03-13
pr@krohne.ru



www.krohne.ru

4-я Выставка продуктов
питания и напитков

interfood

KRASNODAR



15–17 апреля 2015

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

- КОНДИТЕРСКИЕ И ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
- БАКАЛЕЯ
- ЗАМОРОЖЕННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПОЛУФАБРИКАТЫ
- МЯСНАЯ ПРОДУКЦИЯ
- КОНСЕРВНАЯ ПРОДУКЦИЯ
- МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ
- НАПИТКИ
- РЫБНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Россия, г. Краснодар, ул. Зиповская, 5

Организатор выставки



КРАСНОДАРСКОЕ
ВЫСТАВОЧНО-ЭКСПОЗИЦИОННОЕ ЦЕНТРАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



www.inter-food.su

+7 (861) 200-12-54, 200-12-42, fp@krasnodarexpo.ru



ПИЩЕВАЯ ИНДУСТРИЯ

15 – 17 апреля | г. Краснодар, ул. Зиповская, 5

18-я Международная выставка оборудования, технологий и упаковки для пищевой промышленности



ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ

ПИЩЕВОЕ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ
СЫРЬЕ И ИНГРЕДИЕНТЫ
ЭТИКЕТКА, ТАРА, УПАКОВКА
ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Организатор выставки



КРАСНОДАРСКОЕ
ВЫСТАВОЧНО-ЭКСПОЗИЦИОННОЕ ЦЕНТРАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Поддержка:

Администрация Краснодарского края
Администрация муниципального образования город Краснодар
Министерство сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края

www.foodexpo.su

+7 (861) 200-12-56, 200-12-54

fp@krasnodarexpo.ru



EXPOFORUM

АГРОРУСЬ

**XXIV МЕЖДУНАРОДНАЯ
АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА**

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ • ЛЕНЭКСПО

ВЫСТАВКА

25-28

АВГУСТА 2015

559 УЧАСТНИКОВ

14 150 СПЕЦИАЛИСТОВ АПК

49 РЕГИОНОВ
РОССИИ

19 СТРАН

ЯРМАРКА

22-30

АВГУСТА 2015

52 456 КВ. М

117 307 ПОСЕТИТЕЛЕЙ

535 ФЕРМЕРСКИХ
(КРЕСТЬЯНСКИХ)
ХОЗЯЙСТВ

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ •
ТЕХНИКА. ТЕХНОЛОГИИ. ОБОРУДОВАНИЕ •
РАЗВИТИЕ СЕЛЕКЦИОННЫХ СТАНЦИЙ •
И ПЛЕМЕННЫХ ХОЗЯЙСТВ

**НОВОЕ
2015**

• ЖИВОТНОВОДСТВО. КОРМА. ВЕТЕРИНАРИЯ
• РАСТЕНИЕВОДСТВО ЗАЩИЩЕННОГО ГРУНТА
• УДОБРЕНИЯ
• РЫБОВОДСТВО



ВК «ЛЕНЭКСПО», СПб, Большой пр. В. О., 103
тел. +7 (812) 240 40 40, доб. 231, 234, 235, 188, 254
farmer@expoforum.ru
www.agrorus.expoforum.ru

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕДИАПАРТНЕР



0+

*ЭКСПОФОРУМ



Global Packaging

Компания ULMA является единственным поставщиком, способным предложить обширный выбор решений для сектора сыропроизводства, включая автоматизированные линии.

www.ulmapackaging.ru



111141, Москва, 1-й пр-д Перова Поля, д. 9, стр. 1, тел./факс: +7 (495) 380 17 84, info@ulmapackaging.ru