

хлебопечение /

кондитерская сфера

5 (62) 2015

36

С 12 по 17 сентября в немецком городе Мюнхене прошла крупнейшая выставка оборудования и технологий для хлебопекарной и кондитерской промышленности iba-2015. Традиционно в рамках мероприятия на стендах свои возможности демонстрировали самые успешные производители и поставщики решений для предприятий – от маленького и среднего объема производства до крупных заводов, а также для рестораторов и кафе. Некоторые из них рассказали нам о продуктах, которые были представлены на экспозиционных площадках выставки, а также поделились своим видением ситуации на мировом и на российском хлебопекарном рынках.

6

Торты и пирожные



35

28

В поисках актуальных решений

46

Главные события и передовые технологии на выставке Siger-2016

2014 дажи лого

2015 2,5%, 9,7%

11

2014 2015

За период с января по август 2015 года объем производства в категории «изделия мучные кондитерские, торты и пирожные недлительных сроков хранения» составил 10,8 тыс. т, что ниже на 16,1%, чем было произведено за аналогичный период 2014 года

58,4%

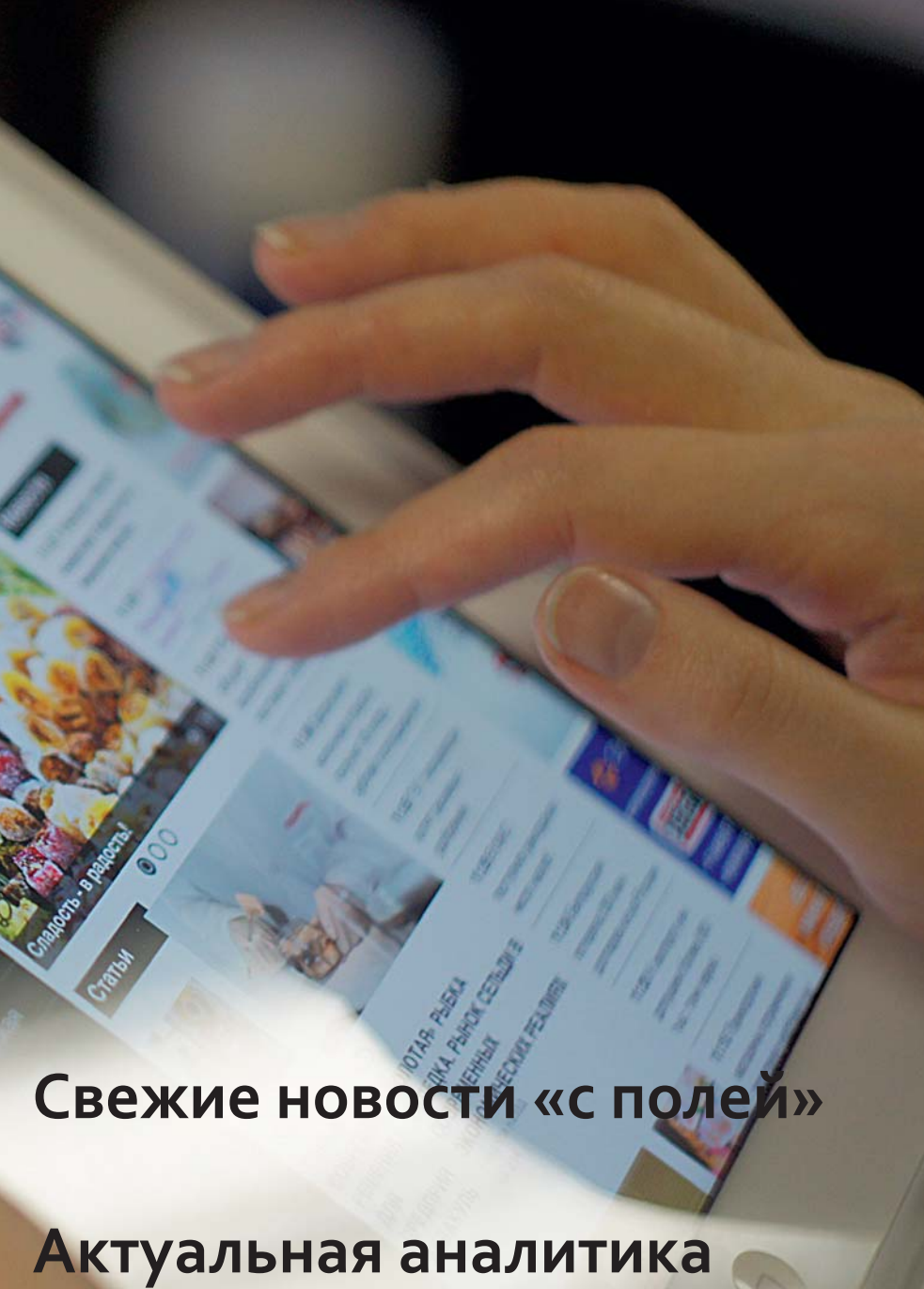
За январь-август 2015 года импорт какао-бобов в Россию сократился на 58,4% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года

Хлебопекарное предприятие, независимо от масштаба, является сложным организмом. Десятилетиями пекари и технологи накапливали опыт, совершенствовали мастерство, внедряли новые энергоэффективные разработки, тем самым постепенно вдохновляя компанию MIWE – лидера в области оптимизированных систем и информационно-консультационного обеспечения – на создание интеллектуальных решений.



sfera.fm

food market news



Свежие новости «с полей»

Актуальная аналитика

Публикации ведущих экспертов

Журналы Издательского Дома «СФЕРА» предоставляют важнейшую бизнес-информацию руководителям всех значимых пищевых производств России и по праву считаются одними из наиболее авторитетных печатных изданий в пищевой промышленности.

www.TOPSALE.TODAY

мясная

молочная

хлебная

кондитерская

птицепром

рыбная сфера

1.

Выбери купон с акцией, получи спецпредложение

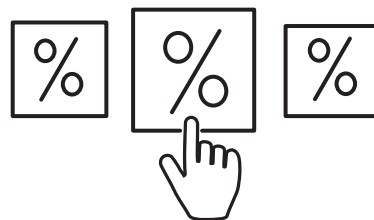
-10%

-30%

-50%

-70%

распродажи. скидки. акции.



2.

Свяжись с продавцом, получи подробную информацию



3.

Заключи выгодную сделку

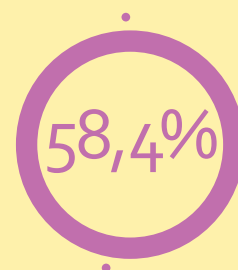


По сравнению с 2014
годом продажи
формового белого
хлеба и батона в 2015
году выросли на 2,5%,
а хлебцев – на 9,7%

За 2014-2015 годы
объемы поставок
сушеной клюквы
в Россию выросли
на 14%



За период с января по август 2015 года объем производства в категории «изделия мучные кондитерские, торты и пирожные недлительных сроков хранения» составил 230,8 тыс. т, что ниже на 16,1%, чем было произведено за аналогичный период 2014 года



За январь-август 2015 года импорт какао-бобов в Россию сократился на 58,4% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года

содержание

В поисках актуальных решений	отрасль	12
	компания	28
	Сладости для взрослых	
	и детей от КФ «Глобус»	

14



6

По сравнению со всеми остальными кондитерскими изделиями у тортов и пирожных самая высокая цена за килограмм. Соответственно, при снижении покупательной способности потребителей спрос на них падает больше всего: далеко не каждый сегодня может позволить купить себе такие дорогие лакомства без повода – просто чтобы себя порадовать.

тема номера	Торты и пирожные. Праздник, который всегда с тобой	6	отрасль /события и факты	Sandvik расширяет свой ассортимент вместе с приобретением компаний SGL (Голландия) и TPS (Германия)	24
отрасль /актуально	Для шоколада, шоколадной глазури и какао-продуктов установят дополнительные требования	12		Новости	25
компания /стратегии	Сладости для взрослых и детей от КФ «Глобус»	14	/тенденции	В поисках актуальных решений	28
инфографика	Производство шоколада в России не упало после снижения поставок какао-продуктов	18		«Интерпластика 2016» и «Упаковка/УпакИталия 2016» – общая платформа для развития вашего бизнеса	31
отрасль /события и факты	«Агропродмаш-2015»: передовые решения для развития отечественной продовольственной отрасли	20	производство /оборудование	Энергосберегающие технологии для хлебопечения	32
	Профессионалы рынка продуктов питания всего мира – на WorldFood Moscow 2015	22		RONDO CS получает награду на выставке iba	34
			круглый стол	Интеллектуальные технологии MIWE	35
				Актуальные тренды рынка пекарского оборудования	36



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

производство	32
Интеллектуальные технологии MIWE	35
деловой завтрак	У брутальных десертов нет конкурентов 58



Сита цилиндрической формы, стандартный диаметр которых составляет 1017 мм, могут быть совмещены с конвейерами шириной от 500 до 2500 мм. Другие размеры изготавливаются по запросу. Оперативная и простая замена барабанного сита позволяет быстро сменить один орнамент или логотип на другой.

24

производство /события и факты	Демонстрация самых актуальных решений для хлебопекарной и кондитерской отраслей	44	производство /IT-технологии	AK Otrębusy оптимизирует производственные процессы с CSB-System	56
	Главные события и передовые технологии на выставке Siger-2016	46	деловой завтрак	У брутальных десертов нет конкурентов	58
/ингредиенты	Практика применения технических регламентов Таможенного союза	48	/актуально	«Продэкспо» соберет специалистов продовольственного рынка	62
	Секреты производства безглютеновых продуктов высокого качества	55			

хлебопечение/ кондитерская сфера

№5 (62) 2015

Информационно-аналитический журнал для специалистов кондитерской и хлебопекарной индустрии
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о Регистрации СМИ № ФСТ7-46400 от 31 августа 2011 г.
Адрес редакции:
Россия, 197101, Санкт-Петербург, ул. Мира, д. 3, литер А, помещение 1Н, тел./факс: +7 (812) 70-236-70, www.sfera.fm
Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров
Заместитель генерального директора по административным вопросам:
Лариса Цороева
l.tsoraeva@sfera.fm
Директор по продажам и маркетингу:
Ольга Паленова
o.palenova@sfera.fm
Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com
Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm
Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.baranitseva@sfera.fm
Евгения Гненная
e.gnenная@sfera.fm
Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm
Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm
Дизайн и верстка:
Анастасия Баранова
a.barinova@sfera.fm
Корректор:
Анна Бойцева
korrektor@sfera.fm
Журнал распространяется на территории России и стран СНГ. Периодичность – 5 раз в год.

Использование информационных и рекламных материалов журнала возможно только с письменного согласия редакции.
Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.
Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.
Материалы, отмеченные значком **P**, публикуются на коммерческой основе.
Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.
Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 12.11.15. Тираж: 3000 экз.





Любой экономический кризис предполагает снижение покупательной способности, а следовательно, перераспределение потребительского спроса, как правило, в пользу более дешевых товаров. Особенно если цены на продукцию растут.

В России, по оценке специалистов Центра исследований кондитерского рынка (ЦИКР), темпы роста цен в этой категории изделий в октябре вновь ускорились – в среднем продукция подорожала на 24,7% по сравнению с сентябрем 2014 года. При этом быстрее всего подорожали шоколад, шоколадные конфеты и карамель, стоимость которых увеличилась за год на 30-40%.

На итоговой цене кондитерских изделий, считают аналитики, сказались резкие скачки курса рубля, произошедшие в августе этого года, рост себестоимости производства и возросший спрос на кондитерские изделия в связи с начавшимся «высоким сезоном» на данном рынке.

Наиболее устойчивыми к подорожанию, по оценке экспертов ЦИКР, остаются мучные кондитерские изделия с короткими и длительными сроками хранения – торты, кексы и пряники. Их производство в меньшей степени затрагивает девальвация российской валюты, к тому же мировые цены на производные пальмового масла, которые активно используются в этом сегменте кондитерской промышленности, за год заметно снизились. Более того, в последние полгода отчетливо проявляется смещение потребительского спроса из более дорогих категорий кондитерской продукции к более дешевым. Например, от шоколада к печеню.

Данные тенденции потребительского спроса очень важны для производителей кондитерских изделий, ведь только понимая, какую продукцию будут покупать, а какая не будет востребована, можно выдерживать конкуренцию на современном рынке.

В этом номере мы расскажем о различных категориях кондитерских изделий и о том, какие факторы влияют на развитие их производства.

Однако чтобы успешно работать на рынке, необходимо не только знать, как формировать ассортимент. Очень важно владеть информацией о том, какие законодательные требования предъявляются к производителям кондитерских изделий, а также быть в курсе современных технологических решений для изготовления конечной продукции. Данные вопросы мы также осветили вместе с нашими экспертами на страницах этого номера.

Редактор журнала
«Кондитерская сфера / хлебопечение»
Елена Максимова

Тема номера

ТОРТЫ И ПИРОЖНЫЕ.

Праздник, который всегда с тобой



Автор:
Елена Максимова

Иллюстрация: Тимофей Яржомбек

Весь рынок тортов и пирожных можно разделить на два больших сегмента – изделия с короткими и длительными сроками хранения.

По причине ограниченного срока хранения (от 72 до 125 часов) классические торты и пирожные в основном реализовываются в том же регионе, где изготавливаются.



Эксперты отмечают, что в сегменте тортов и пирожных популярностью пользуются изделия со взбитыми сливками, а также йогуртовые и творожные. При этом потребители зачастую выбирают продукцию, содержащую свежие и свежемороженые ягоды, которые ассоциируются с витаминами, низкой калорийностью и пользой для организма

Пожалуй, ни один пищевой продукт не создает такого праздничного настроения, как торты и пирожные. Причем если праздника очень хочется, а повода для него нет, достаточно просто купить кремовое лакомство – и настроение сразу поднимется. Однако по сравнению со всеми остальными кондитерскими изделиями у тортов и пирожных самая высокая цена за килограмм. Соответственно, при снижении покупательной способности потребителей спрос на них падает больше всего: далеко не каждый сейчас может позволить купить себе такие дорогие лакомства без повода – просто чтобы себя порадовать.

Каким образом производители данной продукции сегодня выживают на рынке? И какова дальнейшая динамика развития сегмента? Попробуем разобраться.

Структура рынка

Весь рынок тортов и пирожных можно разделить на два больших сегмента – изделия с короткими и длительными сроками хранения.

Продукцию, срок употребления которой не более пяти дней, выпускает практически каждый хлебозавод и кондитерская фабрика. Предприятия изготавливают такие изделия и для массовых продаж, и на заказ. Однако есть компании, которые специализируются именно на выпуске тортов и пирожных недлительных сроков хранения. Среди них – «Господарь», «Фили Бейкер», «Амарас», «Невские берега», «Карат плюс», «Смолянский хлебозавод» и «Север-Метрополь».

Приобретают скоропортящиеся торты и пирожные, как правило, к праздникам – как на небольшие торжества, так и на крупные мероприятия.

Среди наиболее популярных видов тортов и пирожных недлительного срока хранения – бисквитно-кремовые, фруктово-ягодные, сметанные, кремowo-слоеные, торты-безе, а также шоколадные изделия.

По причине ограниченного срока хранения (от 72 до 125 часов) классические торты и пирожные в основном реализовываются в том же регионе, где изготавливаются. Соответственно, потенциал для увеличения объе-

ма производства у изготовителей такой продукции ограничен.

Однако на современном рынке тортов и пирожных становится все больше продукции, которая может храниться достаточно долго – в среднем, до трех месяцев. Дело в том, что крупные производители стремятся к увеличению объемов производства, которое невозможно без расширения географии продаж, что, в свою очередь, связано с необходимостью осуществления длительных перевозок готовых изделий.

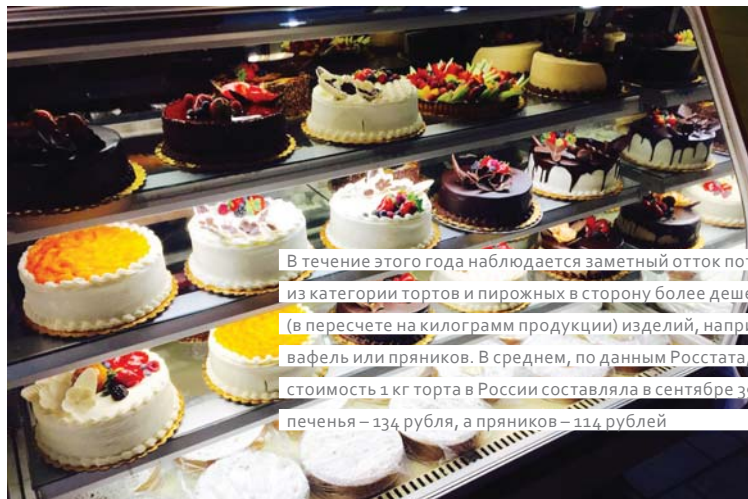
Категорию тортов и пирожных длительного срока хранения можно разделить на те, которые в основном продаются в замороженном виде, и готовые. В первом случае целевая аудитория производителя – предприятия сектора HoReCa, во втором – конечные потребители. Рынок замороженных тортов и пирожных, по большей части, представлен иностранными игроками. Продукция для конечного потребителя, как правило, изготавливается непосредственно на территории России.

Готовые торты и пирожные длительного хранения приобретают не только к торжествам, но и для повседневного потребления. Данная продукция появилась на российском рынке сравнительно недавно. Среди наиболее известных изделий этого сегмента – торты торговой марки Faretti (производитель – компания «Фаретти Рус», основанная в 2009 году), продукция кондитерско-булочного комбината «Черемушки» (начали работать в этом сегменте в начале 2000-х годов), изделия компании «Хлебпром» под торговой маркой «Русская Нива» (торты длительного хранения также начали выпускать в начале 2000-х годов) и продукция под брендом «Тортюфф», выпускаемая компанией «Каравай».

Производители изделий длительного срока хранения постоянно расширяют географию продаж и линей-

Потребители зачастую выбирают продукцию, содержащую свежие и свежемороженые ягоды, которые ассоциируются с витаминами, низкой калорийностью и пользой для организма.

Среди наиболее популярных видов тортов и пирожных недлительного срока хранения – бисквитно-кремовые, фруктово-ягодные, сметанные, кремово-слоеные, торты-безе, а также шоколадные изделия.



В течение этого года наблюдается заметный отток потребителей из категории тортов и пирожных в сторону более дешевых (в пересчете на килограмм продукции) изделий, например, печенья, вафель или пряников. В среднем, по данным Росстата, стоимость 1 кг торта в России составляла в сентябре 391 рубль, печенье – 134 рубля, а пряников – 114 рублей

ку продукции в связи с динамикой потребительского спроса.

Эксперты отмечают, что в сегменте тортов и пирожных популярностью пользуются изделия со взбитыми сливками, а также йогуртовые и творожные. При этом потребители зачастую выбирают продукцию, содержащую свежие и свежемороженые ягоды, которые ассоциируются с витаминами, низкой калорийностью и пользой для организма.

Ситуация на рынке

Как уже упоминалось, торты и пирожные входят в число самых дорогостоящих кондитерских изделий. И можно предположить, что в связи с падением покупательной способности спрос на данную продукцию в последний год снизился. О том, как развивается сегмент тортов и пирожных сегодня, с какими трудностями сталкиваются производители, каковы динамика спроса и тенденции отрасли, расскажет исполнительный директор Центра исследований кондитерского рынка (ЦИКР) Елизавета Никитина.

– Елизавета, что произошло со спросом на торты и пирожные за последний год? Перераспределился ли

спрос на данную продукцию внутри категории?

– В течение этого года наблюдается заметный отток потребителей из категории тортов и пирожных в сторону более дешевых (в пересчете на килограмм продукции) изделий, например, печенья, вафель или пряников. В среднем, по данным Росстата, стоимость 1 кг торта в России составляла в сентябре 391 рубль, печенье – 134 рубля, а пряников – 114 рублей.

Изменения потребительского поведения связаны, прежде всего, со снижением доходов населения и сокращением покупок кондитерской продукции в целом. При ограниченном бюджете экономия, в первую очередь, затрагивает так называемые необязательные покупки, к которым, в том числе, относятся сладости.

– Изменился ли общий объем производства тортов и пирожных за последнее время?

– С января по август объем производства в категории «изделия мучные кондитерские, торты и пирожные недлительных сроков хранения» составил 230,8 тыс. т (данные Росстата), что ниже на 16,1%, чем было произведе-

дено за аналогичный период 2014 года (275 тыс. т).

Сегмент тортов и пирожных недлительного срока хранения испытал наиболее значительное падение из всех категорий кондитерского рынка. В 2014 году всего было произведено 366,6 тыс. т тортов и пирожных, что больше, чем в 2013 году на 6,2% (в позапрошлом году было произведено 345,3 тыс. т).

– Какие продукты в данном сегменте пострадали максимально сильно?

– В каждом регионе свои особенности, определенно нельзя сказать. В целом же, «пострадавшими» можно назвать дорогие изделия большого веса.

– Можно ли сказать, что российские производители тортов и пирожных испытывают нехватку сырья? Какого именно?

– Нехватки сырья определенно не наблюдается, скорее речь идет о нехватке оборотных средств и покупательского спроса на продукцию. А также о снижении рентабельности производства при текущем росте рублевых цен на основное сырье: сахар, жиры, какао.

– Что в целом можно сказать о соотношении отечественных и западных производителей на рынке тортов и пирожных? Изменилось ли оно за последний год?

– На российском рынке тортов и пирожных с недлительным сроком хранения в силу особенностей продукции доминируют отечественные производители, доля импорта крайне мала. Изделия, о которых идет речь, довольно габаритные и скоропортящиеся, поэтому есть сложности в перевозке на большие расстояния.

– Каковы ваши прогнозы развития данного сегмента в ближайшем будущем? Какие тренды и факторы будут на это влиять?

WE LOVE

... идеальную выпечку



SOLLICH



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

CONBAR®

Прекрасно зарекомендовавшая себя система формования
сахарных, фруктовых и зерновых батончиков.
Надёжно · качественно · экономически выгодно

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

Потеря покупательной способности — явление временное.

Проще частично изменить рецептуру, тем самым удешевив себестоимость продукции и не потеряв при этом в ее качестве.

— Поведение потребителей будет зависеть от глубины и продолжительности кризиса, в котором находится страна. В случае дальнейшего падения покупательной способности населения значительно вероятен еще больший отток потребителей в сторону более дешевых видов сладостей. Кстати, аналогичное поведение потребителей наблюдается и в сегменте шоколадной продукции. Люди снижают частоту покупки, предпочитают более дешевые виды кондитерской продукции или переходят на более бюджетные шоколадные изделия. К тому же сладости заметно дорожают. Несмотря на то, что торты и пирожные делают это медленнее всех кондитерских изделий (+15,3% в сентябре 2015 года к сентябрю 2014), изначальная высокая стоимость за килограмм заметно влияет на выбор потребителей в условиях кризиса.

Потенциал и перспективы

Очевидно, что производители тортов и пирожных сегодня переживают непростые времена. При этом те из них, кто выпускает изделия длительного срока хранения, находятся в более выигрышной ситуации, чем изготовители традиционных тортов и пирожных, срок реализации которых — не более пяти суток. Ведь первые, осознав, что их продукция не реализована вовремя, за несколько недель до истечения ее срока годности могут снизить на нее цену, договорившись об этом заранее с продавцом. Кроме того, им гораздо проще частично изменить рецептуру, тем самым удешевив себестоимость продукции и не потеряв при этом в ее качестве.

Изготовители же традиционных тортов и пирожных не могут себе позволить подобных методов работы, их продукция должна быть свежей и натуральной, только так они смогут сохранить свою репутацию. Именно поэтому многие из них снижают объемы поставок в розничную торговлю, делая ак-



В магазинах можно встретить небольшие торты, рассчитанные на одного-двух человек. Наиболее показательный пример — десерт «Панчо» от компании «Фили Бейкер». Изделие весит всего 150 граммов и выполнено по рецептуре традиционного сметанного торта



На прилавках все чаще появляется продукция небольшого веса: наборы мини-пирожных, в которых каждое изделие весит от 10 до 30 граммов и больше напоминает канапе, чем традиционные пирожные весом по 50-100 граммов. Их очень удобно брать на большую компанию, где каждый может побаловать себя небольшой порцией лакомства

цент на производстве продукции по индивидуальному заказу. Приобретая торт к празднику для себя или в качестве подарка кому-то, потребители готовы платить больше, чем за продукт, купленный в магазине. При этом они гарантированно получают свежее изделие.

Кроме того, на прилавках все чаще появляется продукция небольшого веса: наборы мини-пирожных, в которых каждое изделие весит от 10 до 30 граммов и больше напоминает канапе, чем традиционные пирожные весом по 50-100 граммов. Их очень удобно брать на большую компанию, где каждый может побаловать себя небольшой порцией лакомства. При этом цена их вполне приемлема даже для потребителей с невысокими доходами. Также в магазинах можно встретить небольшие торты, рассчитанные на одного-двух человек. Наиболее показательный пример — десерт «Панчо» от компании «Фили Бейкер». Изделие весит всего 150 граммов и выполнено по рецептуре традиционного сметанного торта.

В любом случае стоит помнить, что потеря покупательной способности — явление временное. И производители тортов и пирожных, которые смогут найти в кризис способы сохранить свое место на полке, останутся в выигрыше, когда экономическая ситуация стабилизируется.

Если же говорить об общих тенденциях российского рынка тортов и пирожных, то можно предположить, что в будущем спрос на традиционные бисквитно-кремовые изделия будет снижаться. В то же время, популярность продукции с фруктово-ягодными вкусами и легкими йогуртовыми кремами среди потребителей продолжит расти. Кроме того, будет увеличиваться спрос на изделия длительного срока хранения, которые позволят нашим соотечественникам создавать себе праздничное настроение не только по особому поводу, но и в повседневной жизни. **КС**



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



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



HEBENSTREIT

ENGINEERED WAFERS AND SNACKS

Подготовила:



Елена Максимова

Информация предоставлена порталом evrazesnews.ru

Для шоколада, шоколадной глазури и какао-продуктов установят дополнительные требования

В Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) подготовлен проект изменений в технический регламент Евразийского экономического союза (ЕАЭС) «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011), в котором предлагается установить дополнительные требования к шоколаду, шоколадной глазури, шоколадной массе и какао-продуктам. Публичное обсуждение документа началось 30 октября

Проектом изменены требования для шоколада диабетического питания к значению показателя «Количество мезофильных аэробных и 2 факультативно анаэробных микроорганизмов».

и предположительно продлится до 14 января 2016 года.

В пояснительной записке к проекту указано, что изменения в технический регламент подготовлены с целью предупреждения действий, которые могут вводить в заблуждение потребителей. Для этого предлагается установить идентификационные признаки и критерии подлинности шоколада, шоколадной глазури, шоколадной массы и какао-продуктов.

Министр по вопросам технического регулирования Евразийской экономической комиссии Валерий Ко-

решков подчеркнул необходимость и значимость участия промышленности и бизнес-сообщества в обсуждении изменений в технический регламент по пищевой продукции на раннем этапе его разработки.

В соответствии с правовой базой ЕАЭС на публичное обсуждение проекта технического регламента отводится 60 календарных дней со дня размещения уведомления о его разработке на официальном сайте ЕЭК. Замечания и предложения (отзывы) от заинтересованных лиц государств-членов ЕАЭС и третьих стран направляются в ЕЭК.

Текст проекта изменений направлен в Министерство международной экономической интеграции и реформ Республики Армения, Министерство экономики Кыргызской Республики и Министерство экономического развития Российской Федерации для уведомления Секретариата ВТО в установленном порядке.

Как сообщили в пресс-службе ЕЭК, проект изменений №3 в технический регламент ЕАЭС «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011) разработан в соответствии с пунктом 15 раздела II Плана разработки технических регламентов Таможенного союза и внесения изменений в технические регламенты Таможенного союза, утвержденного Решением Совета ЕАЭС от 1 октября 2014 года №79. Ответственный разработчик проекта изменений №3 в указанный технический регламент – Республика Беларусь (концерн «Белгоспищепром»). **КС**

СПРАВКА

Проект изменений устанавливает дополнительные требования к следующим видам продукции:

- шоколад: горький (черный), темный, обыкновенный, сладкий, молочный, экстрамолочный, белый, десертный, шоколад в порошке, шоколад с начинкой;
- шоколадная глазурь: обыкновенная, молочная, белая, десертная;
- шоколадная масса: горькая (черная), темная, обыкновенная, сладкая, молочная, экстрамолочная, белая, десертная;
- какао-продукты: какао тертое, масло какао, какао-порошок, какао-жмых, какао-крупка.

Проектом изменены требования для шоколада диабетического питания к значению показателя «Количество мезофильных аэробных и 2 факультативно анаэробных микроорганизмов».

Проект устанавливает:

- идентификационные признаки и понятия перечисленных продуктов;
- требования к применению масложировой продукции и животных жиров при их производстве;
- требования к применению отдельных видов пищевых добавок (красителей и ароматизаторов) при изготовлении упомянутой продукции.

SMARTEFFICIENCY ...

ДЛЯ ВАШЕГО ПРОИЗВОДСТВА

SMARTEFFICIENCY компании Винклер унд Дюннебир Зюсваренмашинен - это наша концепция машиностроения для эффективного и энергосберегающего производства.

Цель концепции - обеспечение нашим Заказчикам наилучшего соотношения стоимости и прибыльности оборудования с момента его планирования и на протяжении всего жизненного цикла.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ КОМПАНИИ ВИНКЛЕР УНД ДЮННЕБИР

- ▶ Могульные установки
- ▶ Установки для производства шоколадных изделий
- ▶ Установки для производства изделий из твёрдой карамели
- ▶ Установки для бескрахмального производства изделий из помадной массы, массы тоффи и желейной массы
- ▶ Экструдеры
- ▶ Лабораторные отливочные установки

SMARTCONSTRUCTION

например, исполнение „EasyClean“

Для быстрой промывки оборудования и перехода от одного продукта к другому

SMARTVISION

Ringstraße 1
56579 Rengsdorf · Germany
Тел. +49 2634 9676-200
Факс +49 2634 9676-269
sales@w-u-d.com

www.w-u-d.com

 **WDS**
WINKLER und DÜNNEBIER
Süßwarenmaschinen



20 февраля 1997 года Кондитерская фабрика «Глобус» начала свою деятельность как дистрибьютор кондитерской продукции

Гость: **Ирина Мельникова**,
специалист по маркетингу
кондитерской фабрики «Глобус»

Беседовала: **Елена Максимова**

Сладости для взрослых и детей от КФ «Глобус»

Кондитерские изделия – та продукция, которую любят потребители в любом возрасте. На это делает ставку один из крупнейших производителей сладостей в Ульяновской области – кондитерская фабрика «Глобус». Специалист по маркетингу **Ирина Мельникова** делится с нами историей успеха компании, а также ее планами на будущее.

— **Ирина**, расскажите немного о компании.

– Кондитерская фабрика «Глобус» – это современное, динамично развивающееся предприятие, специализирующееся на производстве и продаже кондитерских изделий высокого качества.

20 февраля 1997 года наша компания начала свою деятельность как дистрибьютор кондитерской продук-



Сейчас «Глобус» является одним из крупнейших производителей кондитерских изделий в Поволжье

ции. С 1999 по 2006 год мы стали выпускать пряники, сахарное драже, сахарное и сдобное печенье, запустили производство конфет со сбивными корпусами и карамели. С 2007 по 2009 год расширяли мощности предприятия и модернизировали производство. Были установлены вторая и третья карамельные линии, запущена пятая линия по глазированию, введены в эксплуатацию линии по производству шоколадной глазури «Леманн» и помадных конфет. В октябре 2011 началось производство оригинальных жележных конфет, а лето 2013 было ознаменовано запуском линии по изготовлению шоколадных конфет «ассорти».

Сейчас «Глобус» является одним из крупнейших производителей кондитерских изделий в Поволжье и успешно конкурирует с ведущими российскими и зарубежными предприятиями.

– Каков ваш ассортимент?

В ассортименте КФ «Глобус» более 250 наименований продукции, и ежеквартально мы выводим на рынок новинки. Наш ассортимент сбалансирован и адаптируется под любой сезон: летом растет спрос на сахарное печенье и карамель; весной, осенью, зимой – на помадные, молочные и шоколадные конфеты.

Общий объем производства составляет около 30 тыс. т в год, при этом потенциальная мощность фабрики составляет порядка 50 тыс. т в год.

– В какие регионы вы осуществляете поставки?

– Продукция компании «Глобус» представлена практически во всех регионах России, а также в Казахстане, Узбекистане, Кыргызстане, Азербайджане, Армении, Молдавии, Эстонии, Монголии, Германии и других странах.

– Через какие каналы вы реализуете свою продукцию?

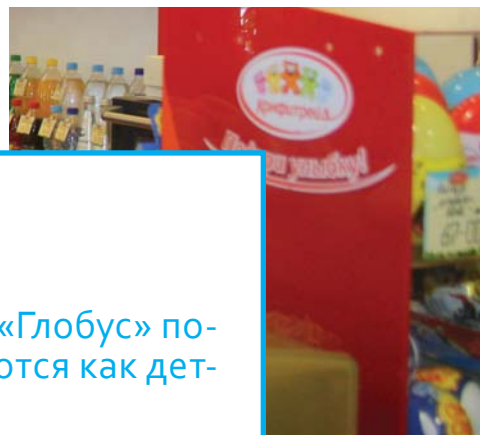
– Мы задействуем все каналы сбыта: фирменные магазины «Глобус», дистрибьюторов, оптовиков, федеральные и локальные торговые сети, небольшие магазины шаговой доступности и т. д.

– Какая доля реализуемой продукции приходится на ваши фирменные магазины?

– Небольшая – всего 2% от общей отгрузки.

– Расскажите об ассортиментной и ценовой политике ваших фирменных магазинов.

– В ассортименте наших магазинов более тысячи наименований товаров. Здесь можно приобрести продукцию как самой кондитерской фабрики «Глобус», так и других производителей.



Кафетерии «Глобус» позиционируются как детские

– Помимо фирменных магазинов, у КФ «Глобус» есть еще собственная сеть кафе. Расскажите подробнее о данном направлении работы компании.

– Небольшие кафетерии, в которых можно было насладиться молочным коктейлем и вкусным пирожным, существовали при некоторых наших магазинах почти с самого основания фирменной розницы. Первый же кафетерий нового формата был открыт в начале апреля прошлого года. Наши новые кафетерии позиционируются как детские, и для нас очень важно, чтобы детям было здесь уютно, весело и комфортно.

Открытие сети собственных кафе связано с тем, что мы решили заняться развитием семейных мест отдыха под собственным брендом «Глобус». Мы очень дорожим этим соци-

ально ориентированным видом бизнеса. Кафетерии «Глобус» продвигают настоящие ценности – совместное времяпрепровождение детей и родителей в красивой и уютной обстановке за дегустацией вкусных сладостей от местного производителя.

– В чем особенность ваших кафе? Каковы их основные отличия от других существующих в вашем регионе точек общественного питания?

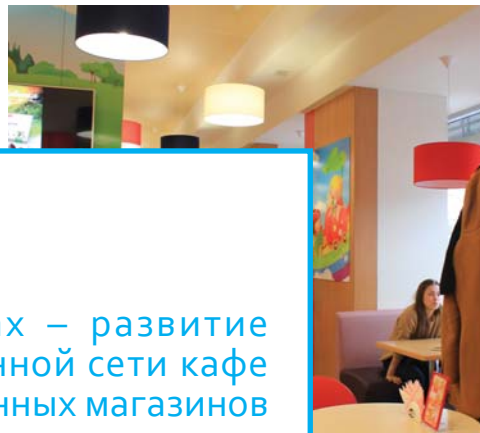
– В наших кафе есть все, чтобы сделать отдых взрослых и малышей незабываемым: яркая, сказочная обстановка заведения, которая не может оставить равнодушным ребят и поднимает настроение взрослым. В заведениях можно не только полакомиться свежей выпечкой, мороженым, молочными коктейлями, но и вкусно пообедать: в нашем ассортименте есть

картошка-фри, куриные крылышки, жульены, гамбургеры, оладьи и многое другое. Помимо основного, в кафе разработано специальное детское меню для юных посетителей.

Если говорить об организации пространства заведений, то в них есть зона wi-fi для родителей, детское телевидение и игровые комнаты – для малышей. Предусмотрен сервис и для самых маленьких – детские стульчики и возможность въезда в помещения с коляской.

– Какую долю в ассортименте кафе занимает продукция собственного производства?

– Наши кафетерии предлагают своим гостям более 50 видов сладостей собственного производства, причем по очень доступным ценам: средний чек равен 100 рублям.



В планах – развитие собственной сети кафе и фирменных магазинов

– Сколько сегодня у вас собственных розничных магазинов и кафе?

– В общей сложности у нас 49 магазинов, и семь из них – кафе-печерии.

– Используете ли вы свои фирменные магазины и кафе в качестве каналов коммуникации с потребителями, для получения обратной связи? Каким образом?

– Конечно, используем. Когда КФ «Глобус» выпускает очередную новинку, именно благодаря фирменным магазинам мы получаем информацию о впечатлениях покупателя от продукта: о том, как они оценивают качество изделия, его вкус и внешний вид.

– Как вам кажется, вообще насколько для производителя важна обратная связь с потребителем?

– Очень важна, с ее помощью мы можем оперативно реагировать на отзывы наших потребителей о качестве выпускаемой продукции, обслуживании в наших фирменных магазинах, исправлять недочеты, поощрять отличившихся.

– Какие мероприятия и акции вы проводите в своих кафе и фирменных магазинах? Расскажите про наиболее яркие.

– В наших кафе-печериях проходят праздники выходного дня, дни рождения, выпускные, мастер-классы, новогодние елки, по выходным всех желающих детей бесплатно разрисовывают аквагримом.

– Расскажите о ваших планах по развитию собственной сети кафе и фирменных магазинов.

– В планах, конечно же, развиваться: открывать новые фирменные магазины и кафе-печерии, радовать потребителей, в том числе и юных, сладким изобилием, стараться сделать семейный и детский досуг максимально интересным, увлекательным и незабываемым. **КС**

Производство шоколада в России не упало после снижения поставок какао-продуктов

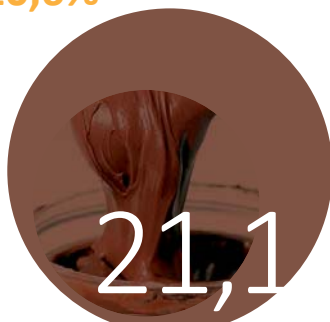
Поставки какао-продуктов в Россию в этом году резко снизились, за январь-август импорт какао-бобов сократился на 58,4% (до 22,6 тыс. т), какао-пасты – на 10,6% (до 21,1 тыс. т), какао-масла – на 14,3% (до 18,9 тыс. т).

58,4%



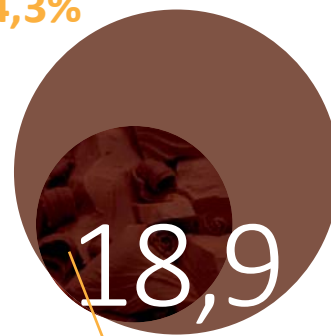
ТЫС. ТОНН

10,6%



ТЫС. ТОНН

14,3%



ТЫС. ТОНН

В ПРОЦЕССЕ ОБРАБОТКИ БОБЫ ОЧИЩАЮТ, СОРТИРУЮТ И ОБЖАРИВАЮТ, ДРОБЯТ В КРУПКУ, КОТОРУЮ РАЗМАЛЫВАЮТ В ЖИДКУЮ МАССУ. ЖИР СОСТАВЛЯЕТ 52-56% СУХИХ ВЕЩЕСТВ КАКАО-БОБА; ОН НАЗЫВАЕТСЯ МАСЛО КАКАО.

ПАЛЬМОВОЕ МАСЛО ШИРОКО ИСПОЛЬЗУЕТСЯ КОНДИТЕРАМИ

Елизавета Никитина,
исполнительный директор
ЦИКР

«Производители шоколада столкнулись в этом году с беспрецедентным ростом издержек. Неудивительно, что в этой ситуации у некоторых не очень добросовестных игроков возникает соблазн сэкономить на сырье, — заявила **исполнительный директор ЦИКР Елизавета Никитина**. — Пальмовое масло широко используется кондитерами, что нормально при производстве мучных кондитерских изделий, но недопустимо эквивалентами из пальмы фальсифицировать шоколад».

По ее словам, сделав пальмовое масло менее доступным, можно добиться лишь роста цен на готовую продукцию в мучном сегменте, но не сокращения его использования в производстве шоколадных изделий. «Эффективнее было бы снизить фискальные барьеры, чтобы производителю было выгоднее использовать оригинальное какао-сырье, а не нести риски, связанные с недобросовестными практиками», — отметила Елизавета Никитина.

Вследствие сокращения импорта сырья снижение производства шоколада и шоколадных изделий при сохранении рецептур должно было бы составить 15-20%. Однако никакого падения объемов производства не наблюдается.

1



Кондитеры увеличили выпуск шоколадных изделий с меньшим процентным содержанием какао-продуктов.

2



Увеличение использования в отрасли заменителей некоторых видов какао-сырья, в частности, более дешевых растительных жиров (рафинированного пальмового масла и его производных) вместо дорогого какао-масла.

3



Производители стали выпускать больше шоколадных изделий с начинками и увеличили использование различных добавок (орехов, злаков, сухофруктов, цукатов, мармелада и т. д.).

15-20%



Досье

Событие:

20-я международная выставка оборудования, машин и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей промышленности «Агропродмаш-2015»

Площадь выставки составила 57213 кв. м brutto.
Ее участниками стали 713 компаний из 34 стран Европы, Азии и Америки

Место и дата проведения:

5–9 октября, г. Москва

Информация предоставлена
организаторами выставки
«Агропродмаш-2015»



«Агропродмаш-2015»: передовые решения для развития отечественной продовольственной отрасли

С 5 по 9 октября в Москве прошла 20-я международная выставка оборудования, машин и ингредиентов для пищевой и перерабатывающей промышленности «Агропродмаш-2015».

События юбилейного смотра вызвали огромный интерес в профессиональном сообществе и на государственном уровне. Проект был реализован ЗАО «Экспоцентр» при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы, а также под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ.

В адрес участников, гостей и организаторов смотра «Агропродмаш-2015» поступили приветствия Председателя Прави-

тельства Российской Федерации Дмитрия Медведева, министра сельского хозяйства РФ Александра Ткачева, заместителя министра промышленности и торговли РФ Александра Морозова, председателя Комитета Государственной Думы ФС РФ по аграрным вопросам Николая Панкова, президента Торгово-промышленной палаты РФ Сергея Катрыгина, директора ГНУ ВНИИМП им. В.М. Горбатова, академика РАН, члена президиума РАН, доктора технических наук, профессора, лауреата Государственной премии РФ в области науки и техники, заслуженного деятеля науки РФ Андрея Лисицына.

В торжественной церемонии открытия приняли участие: **заместитель председателя Государственной Думы Федерального Собрания РФ Владимир Васи-**

льев, заместитель министра сельского хозяйства РФ Александр Петриков, председатель Комитета Государственной Думы ФС РФ по промышленности Сергей Собко, первый заместитель председателя Комитета Совета Федерации Федерального Собрания РФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Сергей Лисовский, статс-секретарь – заместитель председателя Банка России Александр Торшин, советник президента Торгово-промышленной палаты РФ Владимир Губернаторов, генеральный директор ЗАО «Экспоцентр» Сергей Беднов.

Владимир Васильев отметил особую значимость выставки «Агропродмаш». По его словам, она демонстрирует, что Россия может представлять современнейшее производство.

«Министерство рассматривает «Агропродмаш» как авторитетный профессиональный смотр, призванный содействовать повышению продовольственной безопасности страны и модернизации материально-технической базы пищевых производств. Объединяя на одной площадке производителей оборудования и переработчиков сельхозпродукции, выставка способствует развитию рынка пищевой и перерабатывающей промышленности России, решению задач импортозамещения и обновления агропромышленного комплекса страны», – подчеркнул Александр Петриков.

«Агропродмаш» – это важный практический шаг для решения проблем, которые были, есть и какое-то время будут в обеспечении полноценной, качественной жизни населения нашей страны», – сказал Сергей Собко. Он также добавил, что выставка вносит существенный вклад в укрепление мира и сотрудничества, несмотря на очень сложную обстановку.

«Такая выставка поможет нашим производителям расширить свой кругозор и понять, куда движется мировая экономика данной отрасли переработки», – подчеркнул Сергей Лисовский.

От имени Торгово-промышленной палаты с открытием выставки ее участников и гостей поздравил Владимир Губернаторов. «Агропродмаш» – очень перспективный, значимый для России и экономики проект. На выставке раскрываются большие ресурсы не только на импортозамещение, но и на промышленную кооперацию, что действительно будет работать в интересах экономики России», – отметил он.

В юбилейный год в выставке приняли участие все ключевые игроки рынка – экспоненты «Агропродмаш» предыдущих лет. Были премьеры, появились участники из новых регионов. Некоторые зарубежные компании занимали стенды большей площади по сравнению с предыдущим годом.

16 тематических салонов представили оборудование и ингредиенты для 30 отраслей пищевой промышленности и для всех этапов производства – от технологий, ингредиентов, машин, контроля качества до упаковки, охлаждения и хранения пищевых продуктов и напитков.

В этом году общая площадь выставки составила 57213 кв. м brutto. Ее участниками стали 713 компаний из 34 стран Европы, Азии и Америки. В рамках национальных экспозиций были представлены компании из Германии, Дании, Индии, Китая. Количество посетителей составило 20650 человек.

Российская часть экспозиции поделилась информацией о новых перспективных проектах. 392 компании наглядно продемонстрировали современные достижения отечественного машиностроения для агропромышленного комплекса.

Региональный интегрированный центр Приморского края при поддержке Администрации Приморского края организовал участие делегации предприятий своего региона в «Агропродмаш-2015». В коллективную экспозицию вошли технологии и оборудование для пищевой и перерабатывающей про-

мышленности. Среди ее участников – ООО «Технологическое оборудование», ООО «Волтэк Групп», ООО «Теребра», ООО «БИПОЛИС», АО «Дальневосточный аукционный рыбный дом».

Салон кондитерского и хлебопекарного оборудования в этом году познакомил с продукцией компаний из Германии, Италии, Великобритании, Фран-



По словам Владимира Васильева, выставка «Агропродмаш-2015» демонстрирует, что Россия может представлять современнейшее производство

ции, Австрии, России, Чехии, Швейцарии, Болгарии, Белоруссии и Китая. Наравне с ведущими европейскими производителями кондитерского и хлебопекарного оборудования усилили свое присутствие компании из Турции. В числе экспонентов – кондитерская фабрика «Восход», ООО «Сладкие технологии/Шоколенд», компания «Русконд», Gerhard Schubert, Ferrostal, ООО «Сандвик», компания «Гольфстрим», Buhler, Padovani, J4, ООО «Иртыш» и др. Кроме того, своими экспозициями впервые порадовали компании ООО «В.А.М.-Москва», «Восток-Техно», «Кондитер Хаус», «Нижегородский хлеб» и «Копвест Сервис», Pama Parsi Macchine, VanMeer, Тверской завод пищевого оборудования «ТвЗПО» и др.

Салон упаковочных решений продемонстрировал стенды основных игроков рынка упаковки из 15 стран. Посетители встретились с ведущими европейскими производителями из Германии, Италии, Австрии. Свидетельством положительной динамики развития салона служит не только статусный состав участников, рост экспозиции (+2,5% по сравнению с 2014 годом) и числа экспонентов, демонстрирующих упаковочные решения (206 компаний), но и расширение спектра оборудования и современных технологий. В частности, большой интерес посетителей вызвала упаковка в газомодифицированной среде и с использованием покрытий, содержащих инновационные разработки для улучшения

барьерных свойств, что гарантирует более высокую степень сохранности продукта и увеличение срока годности. Также в числе направлений, имеющих хорошие перспективы развития, – экологически безопасная упаковка, произведенная по технологии безотходного производства. Кроме того, большой интерес у специалистов отрасли вызвали представленные на выставке комплексные решения, промышленные маркираторы и этикетаторы, оборудование для выявления иностранных включений (металлодетекторы).

На «Агропродмаш-2015» состоялась презентация проекта «Экспоцентр» – за выставки без контрафакта», направленного на уменьшение случаев демонстрации контрафактных товаров на смотрях. На специальном стенде участников и посетителей выставки консультировали высокопрофессиональные юристы. Они проинформировали о существующей практике и возможностях правовой защиты объектов интеллектуальной собственности, оказали юридическую помощь в поиске путей разрешения конфликтных ситуаций в области нарушения исключительных прав.

Настоящим индикатором рынка труда в пищевой отрасли стал Центр подбора персонала, организованный ЗАО «Экспоцентр» и кадровым агентством «Афина». Из 392 российских компаний, участвующих в выставке «Агропродмаш-2015», только 30 разместили свои вакансии, обозначив их как активные и срочные. Остальные готовы рассматривать кандидатов на перспективу. К сожалению, это беспрецедентно низкий показатель активности работодателей.

Соискатели также не спешили размещать свои резюме в Центре подбора персонала. Даже те, кто не очень доволен нынешним трудоустройством, предпочитают ничего не менять, так как риск остаться без работы слишком высок. Исключение составляют выпускники профильных вузов. Но, выбирая между опытным кандидатом и выпускником, работодатель однозначно делает выбор в пользу опыта. Многие экспоненты, а также посетившие выставку отраслевые эксперты, видные представители органов власти и бизнес-сообщества с удовлетворением отметили результативный характер состоявшихся деловых встреч, высокий уровень организации экспозиции и деловой программы.

Следующая 21-я международная выставка «Агропродмаш-2016» пройдет в ЦВК «Экспоцентр» с 10 по 14 октября 2016 года. **КС**



Досье

Событие:

24-я Международная выставка продуктов питания WorldFood Moscow

Приняли участие 1522 компании из 62 стран мира.

Общая площадь, занимаемая экспозицией, превысила 54,6 тыс. кв. м

Место и дата проведения:

14–17 сентября, г. Москва



Профессионалы рынка продуктов питания всего мира – на WorldFood Moscow 2015

Подготовила:



Елена Максимова

Материал предоставлен организаторами выставки
WorldFood Moscow 2015
Фото: www.world-food.ru

С 14 по 17 сентября в Москве прошла 24-я Международная выставка продуктов питания WorldFood Moscow. Организатором этого мероприятия выступила Группа компаний ITE – лидер на российском выставочном рынке.

Выставка в очередной раз стала деловой площадкой для демонстрации широкого ассортимента продуктов питания и обмена опытом между крупнейшими российскими и мировыми производителями. В событии приняли участие 1522 компании из 62 стран мира, 37 стран были представлены национальными группами. Около половины участников выставки составили российские компании. Общая площадь, занимаемая экспозицией, превысила 54,6 тыс. кв. м. За четыре дня работы WorldFood Moscow посетили 30 981 человек, что на 3% больше, чем в прошлом году. Среди гостей выставки были руководители профильных министерств и ведомств, главы зарубежных дипломатических миссий, руководители отраслевых ассоциаций.

В день открытия выставку осмотрели заместитель Министра сельского хозяйства Российской Федерации Сергей Левин, заместитель председателя Комитета Государственной Думы Российской Федерации по аграрным вопросам Сергей Доронин, заместитель руководителя Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору Алексей Алексеенко, председатель Совета Ассоциации отраслевых союзов АПК России (АССАГРОС) Виктор Семенов. С экспозицией ознакомились первый заместитель председателя Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике Сергей Лисовский, министр сельского хозяйства и продовольствия Московской области Дмитрий Степаненко, заместитель председателя Правительства Московской области – министр инвестиций и инноваций Московской области Денис Буцаев

и другие почетные гости. Выставку WorldFood Moscow также посетила официальная правительственная делегация во главе с вице-президентом Бразилии Мишелом Темером, который открыл бразильскую коллективную экспозицию.

В этом году лейтмотивом самой выставки и ее деловой программы стала тема импортозамещения путем наращивания собственного производства как продуктов питания, так и сырья для их изготовления, а также обмена передовыми технологиями и использования потенциала внешних рынков.

Деловая программа

Деловая программа выставки WorldFood Moscow по традиции была насыщенной. Процессы перераспределения товарных ниш, изменения структуры спроса и предложения, перспективы развития российского продовольственного рынка и меры, предпринимаемые правительством с целью обеспечения населения качественными продуктами питания, обсуждались на 9-м Российском продовольственном форуме. Центральная подиумная дискуссия «Российский продовольственный рынок: сценарий 2015» прошла крайне оживленно и собрала полный зал слушателей. В ее работе приняли участие более 600 делегатов, прозвучали выступления руководителей Минсельхоза, Россельхознадзора, президентов отраслевых союзов, руководителей крупнейших компаний и других экспертов продовольственной отрасли.

Для производителей кондитерских изделий в рамках выставки прошла отраслевая сессия «Современный кондитерский рынок: качество как точка роста», в ходе которой эксперты рассмотрели вопросы качества продукции, особенно в применении существующих техрегламентов и поделились своим видением перспектив развития российской кондитерской промышленности.

Кроме того, в рамках выставки WorldFood Moscow состоялся ежегодный независимый дегустационный конкурс «Продукт года», который проводится в соответствии с общими требованиями качества и безопасности к продовольственной продукции на территории России. Дегустационная комиссия под председательством заместителя руководителя Россельхознадзора Алексея Алексеенко отметила лучшие продукты наградами: Гран-при, золотыми, серебряными и бронзовыми медалями. Награды победителей – знак качества для потребителей и дистрибьюторов. В этом году на конкурсе «Продукт года» было представлено более 500 образцов продуктов от 200 компаний.

Среди кондитерских предприятий, представивших свою продукцию, гран-при получили ОАО «РОТ ФРОНТ», ЗАО «КОНТИ-РУС», ИП Кислицына Марина Викторовна. Золотой медалью были награждены кондитерский концерн «Бабаевский», кондитерская фирма «ТАКФ», ОАО «Воронежская кондитерская фабрика», ЗАО «КОНТИ-РУС», ОАО «РОТ ФРОНТ», ЗАО «Кондитерская фабрика им. К. Самойловой» («Красный Октябрь»), СОАО «Коммунарка», ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», ООО «ТехноПарк», производственная компания «АКУЛЬЧЕВ», ООО «Белевская пастила», ООО «Азовская кондитерская фабрика», кондитерская фабрика «Натик».

В категории «Хлеб, хлебобулочные и макаронные изделия, мука, крупа» гран-при получил ОАО «Петербургский мельничный комбинат». Золотой медалью были награждены ООО «Петровские Нивы», ИП Матвеев Евгений Иванович, ООО «Брайт» и производственная компания «Акульчев».

В 2016 году выставка WorldFood Moscow будет юбилейной – она состоится в 25-й раз и пройдет с 12 по 15 сентября в ЦВК «Экспоцентр». 

Успешные хлебопекарные производства...

... оптимизируют используемые площади



Многokратное использование сборочных мест увеличивает возможности комплектации заказов, выводя качество распределения на новый уровень. **dispotool** является лидером в безбумажном распределении и увеличивает Вашу продуктивность работы до 100%.

www.toolbox-software.com

toolbox
PICK'N TRACK

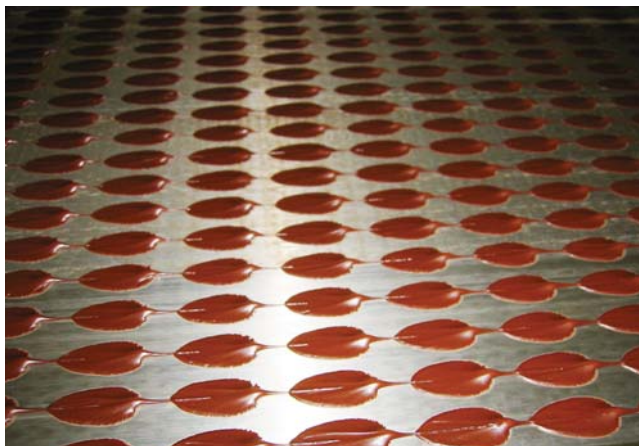
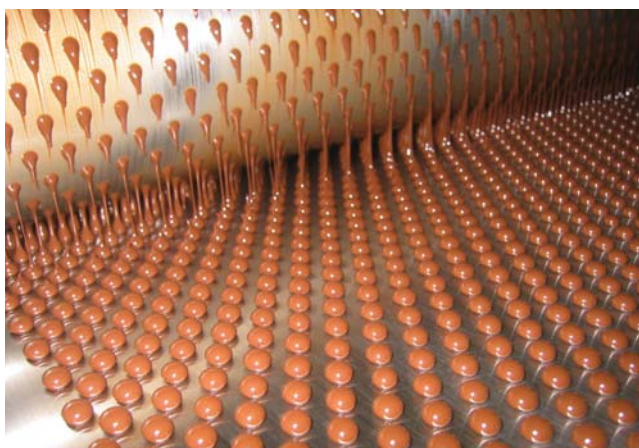
Sandvik расширяет свой ассортимент вместе с приобретением компаний SGL (Голландия) и TPS (Германия)



Ведущий мировой поставщик готовых решений в области промышленных технологий и переработки Sandvik Process Systems (SPS) приобрел голландскую компанию SGL Technologies, которая находится в городе Бреда и уже более 30 лет остается лидером в пищевой отрасли в сфере проектирования, производства и установки оборудования, специально разработанного для переработки шоколада.

Покупка произошла после долгого и успешного со-

трудничества в области инжиниринга и производства оборудования для изготовления шоколада по индивидуальным заказам и открывает новые возможности для Sandvik Process Systems в пищевой промышленности, расширяя спектр оборудования и услуг. Новый ассортимент включает в себя линии формовки с узлами подачи различного типа, установки грануляции Rotoform, емкости и миксеры, трубопроводы и инженерные сети, упаковочное оборудование.



Если объединение с SGL Technologies делает Sandvik поставщиком комплексного оборудования для пищевой промышленности, то союз с немецким производителем оборудования для прессования и узлов для рассеивания различных продуктов TechnoPartner Samtronic GmbH (TPS) позволил компании создать новое направление в бизнесе и производстве. Среди решений, производимых подразделением Sandvik TPS Composite Solutions, – система для точного рассеивания продуктов с широким перечнем областей применения в пищевой промышленности.

Так, на узле, разработанном по принципу барабанного сита и предназначенном для оформления выпечки, кондитерских изделий, печенья и пирожных, возможно использовать широкий ассортимент продуктов, включая муку, сахарную пудру, манную крупу, присыпку, кунжут и другие семена, а также съедобные блестяшки. Область применения устройства – от простого нанесения логотипов или орнаментов до сезонного декорирования новогодней и рождественской продукции. Также с его помощью можно украсить изделия мультипликационной и спортивной символикой.

Рассеиваемый продукт подается через отверстия перфорированного вращающегося сита с тонкими стенками и равномерно распределяется по всей его ширине, обеспечивая однородное и точное нанесение посыпки. Толщина орнамента, то есть количество подаваемого продукта, легко регулируется.

Стандартные размеры сит цилиндрической формы состав-

ляют 1017 мм в диаметре и могут быть совмещены с конвейерами шириной от 500 до 2500 мм. Другие размеры изготавливаются по запросу. Оперативная и простая замена барабанного сита позволяет быстро сменить один орнамент или логотип на другой.

Получить более подробную информацию, а также решить вопросы с приобретением данного оборудования можно в Московском офисе компании Sandvik Process Systems. **Р**



Представительство в СНГ
127018, г. Москва,
Полковая ул., д.1
Тел: +7 (495) 689-83-86
Факс: +7 (495) 689-71-24
E-mail: sps.cis@sandvik.com
www.processsystems.sandvik.com

Фабрика «Карон» проводит модернизацию производства

Астраханское кондитерское предприятие «Карон» продолжает техническое перевооружение собственных производственных мощностей. После проведения первого этапа модернизации в 2014 году компания приступила к внедрению ряда новых производственных линий.



В прошлом году на предприятии были отремонтированы производственные помещения, закуплено новое технологическое оборудование. Полностью заменены линии по изготовлению печенья, вафель, мармелада, а также глазирования и упаковки изделий. Модернизация позволила снизить энергозатраты, увеличить производственные мощности.

Все это стало возможным после присвоения фабрике статуса «Особо важный инвестиционный проект» сроком на шесть лет. Таким образом предприятие получило государственную поддержку со стороны Астраханской области, предусматривающую пониженные ставки по налогу на прибыль и имущество организации согласно действующему законодательству.

Благодаря проведенной работе над расширением рынка сбыта сегодня «Карон» – одна из немногих астраханских компаний, поставляющих свою продукцию в федеральные торговые сети, а также в другие регионы России и страны СНГ. Предприятие выпускает 180 наименований кондитерских изделий, среди которых основные – это сахарное, сдобное и песочное печенье, вафли с жировой начинкой, вафельные торты, арахис в шоколаде и мармелад. Объем реализации составляет 1 тыс. т в месяц, а это – около 3% от общероссийского объема производства мучных кондитерских изделий.

Второй этап модернизации фабрики предусматривает запуск новой линии по производству сахарного печенья. Готовится площадка под проект, ведутся строительные-монтажные работы. Запустить линию, по словам **исполнительного директора кондитерской фабрики «Карон» Любови Плющенко**, планируется весной 2016 года.

ВолгаПромЭксперт

Новосибирские производители переходят на более рентабельные изделия

За год средняя стоимость шоколада в Новосибирской области выросла на 37%. Из-за высоких цен и низкой рентабельности производства шоколада кондитерские производства увеличили объемы выпуска печенья.

Эксперты отмечают, что в то время, как в общем сегменте кондитерского рынка Новосибирской области происходил спад производства, в группе печенья до сегодняшнего дня наблюдался уверенный рост. Мучные кондитерские изделия прибавили в общем объеме рынка с начала года порядка 20%. На положительной динамике, как отметил **заместитель гендиректора компании «Шоколадная страна» Владимир Шаповалов**, сказались сокращение потребительских расходов и рост цен на шоколадные изделия, который с начала года составил 37%. В этой ситуации существенная часть потребителей перешла в более низкий ценовой сегмент, выбирая в качестве основного десерта печенье.

«Это абсолютно логичный переход в структуре потребительской корзины, так как вызванный последствиями девальвации рубля, – население стало меньше тратить. В то же время изготовление выпечки в России от импортного сырья, как выяснилось, зависит в меньшей степени, чем производство шоколада. Колебания в данном случае сглажены, поэтому именно эта категория оказалась в кризис наиболее устойчивой к подорожанию», – прокомментировала тенденцию на рынке **исполнительный директор Центра исследований кондитерского рынка Елизавета Никитина**.

«Сейчас наши конвейеры в большей степени заняты производством печенья, так как эта группа по-прежнему востребована потребителями. Что же касается шоколада, то объемы заказов значительно сократились в сравнении с предыдущим годом, спад составил до 30%», – подчеркнула она.

Как отмечают участники рынка, себестоимость производства печенья с начала года выросла из-за повышения цен на муку. Впрочем, этот сегмент, несмотря на индексацию цен в среднем на 10%, оказался более стабильным, чем производство конфет.

По данным Новосибирскстата, стоимость муки в Новосибирской области с нача-

Успешные хлебопекарные производства...

... гарантируют качественные поставки



Численный учёт и обработка данных при комплектации обеспечивают высокий уровень точности. **dispotool** является лидером в безбумажном распределении и заботиться о том, чтобы Вы смогли точно и в срок осуществлять Ваши поставки.

www.toolbox-software.com

toolbox
PICK'N TRACK

ла года выросла на 17%, сейчас 1 кг в рознице стоит в среднем 28,39 рублей. Себестоимость производства шоколада, по расчетам Центра исследований кондитерского рынка, с января по август 2015 года выросла более чем на 50%.

«Мы, как и другие производители, были вынуждены повысить стоимость нашей продукции в связи с ростом входящих издержек. Это обусловлено ростом цен на ключевое сырье такое как какао-продукты, орехи и фрукты, которые приобретаются в валюте», – сообщил **координатор по внешним коммуникациям «Мон'дэлис Русь» Андрей Самодин.**

Тренд, который сейчас наблюдается на рынке печенья, полагают эксперты, может быть также связан с ограничением поставок мучных кондитерских изделий из Украины, которая раньше была одним из основных зарубежных поставщиков этой продукции на российский рынок. По их мнению, запрет импорта также подстегнул местных производителей нарастить производство недостающего на региональном рынке товара.

РБК.Новосибирск



Kalev увеличит производство рождественских сладостей на 7%

Согласно прогнозам, к наступающему рождественскому сезону Kalev наряду с обычной продукцией изготовит 800 т специальных праздничных изделий, что на 7% больше, чем годом ранее.

В связи со значительным увеличением производственных объемов фабрика нанимает 40 специалистов, треть которых поступит на работу из другого производственного предприятия Akzo Nobel Baltics AS, известного по продукции под марками Sadolin и Pinotex.

Компания заключила договор о сотрудничестве и аренде сезонной рабочей силы с производственным предприятием Akzo Nobel Baltics AS впервые.

«Для эстонского рынка это довольно уникальное явление – мы впервые в таком объеме начинаем сотрудничество с другим производителем, у которого сейчас, наоборот, наступает «не сезон».

На фоне общей нехватки рабочей силы готовность предприя-

тий сотрудничать и делиться специалистами – очень положительное явление, позволяющее выгодно использовать календарные различия производственных сезонов», – сообщил **председатель правления AS Kalev Кайдо Кааре.** Согласно договору о сотрудничестве, на сезонную работу в Kalev с завода по производству красок уже поступило 12 человек.

Помимо этого, в качестве временной рабочей силы на фабрику придет десяток специалистов, которые уже много лет традиционно нанимаются в качестве сезонных работников. «Благодарности заслуживают и наши бывшие сотрудники, вышедшие на пенсию, которые готовы вернуться к своему бывшему работодателю на пару-тройку месяцев», – добавил Кайдо Кааре.

В рождественский ассортимент Kalev в этом году войдет 43 вида праздничной продукции, что на 10 наименований больше, чем в прошлом. «К нынешнему рождеству мы разработали множество совершенно новых вкусов – всего 13 различных наименований. Помимо этого мы предложим и множество новых форматов упаковки и обновленную продукцию», – сообщил Кайдо Кааре.

Candynet.ru

Кондитерскими изделиями амурских производителей заинтересовались китайские компании

Несколько амурских предприятий презентовали свою продукцию на выставке «Экспо-2015» в Харбине, которая прошла с 12 по 16 октября.

Представители Амурагроцентра и Благовещенской кондитерской фабрики «Зея» назвали работу на выставке удачной и полезной.



Участие фабрики «Зея» в «Экспо-2015» носило по большей части имиджевый характер, так как у предприятия уже есть китайский партнер и налажены каналы сбыта амурских сладостей в КНР. Компания организовала дегустации для гостей мероприятия, изучила спрос на продукцию, вкусовые предпочтения и покупательскую способность китайских потребителей. Представители фабрики продали во время выставки в Харбине более двух тонн кондитерских изделий. Также «Зея»

провела ряд рабочих встреч с потенциальными дистрибьюторами и представителями торговых сетей других регионов КНР, заинтересовавшихся продукцией.

В прошлом году экспозиция Приамурья на Первом Российско-Китайском «Экспо» заняла 18 квадратных метров. Были представлены шесть проектов региона, в состав амурской делегации области вошли представители шести крупных компаний. Два предприятия представили свою продукцию на своих отдельных выставочных стендах.

В этом году, кроме представителей России и Китая, в харбинской ярмарке поучаствовали предприниматели из 22 стран мира. Среди них – Германия, Нидерланды, Бельгия, Индия, Сингапур, Южная Корея и другие.

Ampravda.ru



Компания «Дымка» согреет потребителей

Кондитерская фабрика «Дымка» выпустила новинку – пряник «Имбирный».

Входящие в состав натуральных пряности – имбирь, корица, гвоздика, перец – обладают прекрасными согревающими свойствами: улучшают кровообращение, ускоряют обмен веществ и повышают тонус.

Изделия выпекаются на натуральном ржаном зернопродукте «Силаржи РК», который содержит микроэлементы, витамины и ценные пищевые волокна. Благодаря ржаной составляющей пряники получились особенно пышными и воздушными.

Candynet.ru

Популярному шоколадному батончику придали новую текстуру

Компания Mars Chocolate North America анонсировала скорое поступление в продажу новых продуктов – шоколадных батончиков Snickers Crisper и снеков Goodnessknows.

По словам **вице-президента по продажам компании Mars Тима Лебела**, батончики Snickers демонстрируют самые высокие темпы оборачиваемости на полках магазинов, что позволяет уверенно говорить о будущем успехе новин-

ки Snickers Crisper у покупателей, которые, судя по многочисленным отзывам, мечтают попробовать продукты с новой текстурой.

Snickers Crisper сочетает воздушный хрустящий рис и арахис, покрытые слоем карамели и нежного молочного шоколада. Каждый батончик весом 40 г содержит 100 калорий. В США новинка поступила в продажу по цене от 0,99 до 1,09 долл.



Candynet.ru

«Уральские кондитеры» стали поставщиком десертов для авиакомпаний

Теперь десертами компании «Уральские кондитеры» можно наслаждаться даже во время авиаперелетов. Производитель поставляет продукцию для организации бортового питания.

Десерты «Уральских кондитеров», а именно «Молочное печенье + суфле» DESSERT light и «Шоколадное печенье + суфле» DESSERT light можно попробовать не только на внутренних, но и на чартерных рейсах «Аэрофлота», «Уральских авиалиний» и других авиакомпаний.



Candynet.ru

Депутаты согласовали увеличение инвестиций в кондитерскую фабрику «КДВ Воронеж»

В конце октября депутаты Воронежской областной думы согласовали увеличение объема вложений в инвестиционный проект по строительству кондитерской фабрики «КДВ Воронеж» в Рамонском районе более чем на 1 млрд рублей – с 14,69 млрд до 15,71 млрд рублей.

Предприятие с 26 технологическими линиями будет производить 20 видов продукции. Его мощность составит 450 т в сутки. Корректировки в проект внесли в конце сентября члены экс-

пертного совета по вопросам реализации стратегии социально-экономического развития Воронежской области. В конце апреля члены регионального парламента включили проект в программу социально-экономического развития области на 2012-2016 годы.

К строительству комбината на собственном участке в 33 га ООО «КДВ Воронеж» приступило в конце 2013 года. Мультиформатная фабрика группы компаний «Кондитерский дом «Восток» («КДВ») открылась в деревне Богданово Рамонского района в феврале 2015 года. На предприятии запустили первые линии по производству вафель, конфет с нугой, попкорна, луковых колец и соевых тыквенных семечек. Четыре линии предприятия уже действуют, остальные планируется запустить к 2019 году. Благодаря фабрике в районе появится более тысячи новых рабочих мест.

Представлявший «Программу социально-экономического развития Воронежской области на 2012-2016 годы» первый заместитель руководителя департамента экономического развития области Игорь Кумицкий отметил, что всего в рамках программы в области реализуется 80 проектов с общим объемом инвестиций более 300 млрд рублей. По итогам первого полугодия 2015 года уже освоено 44 млрд рублей.

riavr.ru

Fazer направит более 14 млрд рублей на строительство нового завода

Компания Fazer инвестирует 14,4 млрд рублей в строительство завода по производству хлебобулочных изделий в Санкт-Петербурге. Соответствующий проект был одобрен на очередном заседании Совета по инвестициям при губернаторе города.

Fazer

«Компания обратилась за предоставлением земельного участка в 20-22 га для реализации проекта по строительству завода по производству замороженных и свежих хлебобулочных изделий в Петербурге, объем инвестиций – 14,4 млрд рублей», – сообщила **председатель комитета по инвестициям Ирина Бабюк**, уточнив, что соответствующий участок найден в Красносельском районе.

По словам **замгендиректора Fazer Константина Мандельштама**, проект планируется реализовать в два этапа. Первую оче-

редь по строительству завода замороженных изделий стоимостью 6 млрд рублей должны запустить в 2016-2018 годах, а на втором этапе (2023-2025 годы) – построить завод по производству свежих хлебобулочных изделий стоимостью 8,4 млрд рублей. Мощность первой очереди составит 35 тыс. т в год, второй – 100 тыс. т.

tass.ru

Оригинальные новинки от фабрики «Красный пищевик»

Белорусская кондитерская фабрика «Красный пищевик» выпустила новые оригинальные сладости.



Недавно в ассортименте компании появились натуральное драже с фундуком, миндалем и кешью в шоколаде с ванилином под торговой маркой Chosonel; драже «Мятное», «Разноцветные орешки», «Цветной горошек» и «Морские камешки» под брендом Vot EtTi; семечки в шоколаде, изюм в шоколаде, арахисовое драже и арахис в сахаре Sweet&Fit.

А для гостей Беларуси предприятие подготовило подарочный набор зефира «Прывітанне з Беларусі». Он уникален тем, что полностью состоит из изделий ручной работы.

candynet.ru

Тверской производитель Choso Pie нарастил выручку на 8,5%

Выручка ООО «Орион пищевпром» (Тверь), дочернего предприятия южнокорейской Orion corp, в 2014 году выросла на 8,5% до 1,021 млрд рублей с 941 млн годом ранее.

Валовая прибыль компании увеличилась до 181 млн рублей с 158 млн, а чистая прибыль «Орион пищевпрома» составила 58 млн против 38 млн рублей в 2013 году. На оплату труда сотрудников в 2014 году «Орион пищевпром» направил 112 млн рублей (годом ранее – 126 млн рублей).

Завод «Орион пищевпром» по производству кондитерской продукции в Твери открылся в 2006 году. Сегодня на предприятии работают более 200 человек.

candynet.ru

Успешные хлебопекарные производства...

... ЭКОНОМЯТ издержки



Работа двумя руками обеспечивает минимальное количество ошибок при быстром распределении продуктов. dispotool является лидером в безбумажном распределении и экономит при этом минимум 30% издержек в отделе экспедиции.

www.toolbox-software.com

toolbox
PICK'N TRACK



Гость:



Элисон Сегавэ,
консультант по программе
экспорта Bryant Christie Inc

Беседовала:



Елена Максимова

В поисках актуальных решений

По результатам мониторинга отдела исследований потребительских панелей GFK, в России общий объем продаж хлебобулочных изделий в стоимостном выражении в МАТ июль-2015 остался практически неизменным по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Однако если рассматривать данную категорию изнутри, то можно заметить рост потребления более дешевых продуктов и снижение объемов продаж более дорогих.*

*МАТ – скользящий годовой период – moving annual total

Так, по результатам упомянутого исследования, снизились частота (на 6,7%) и объем (на 6,8%) покупки сдобы из-за значительного повышения на нее цен (на 41%). При этом продажи формового белого хлеба и батона выросли на 2,5%, а хлебцев – на 9,7%.

Приведенные результаты наглядно демонстрируют факт снижения покупательной способности. Рост же объемов продаж в категории хлебцев произошел, предположительно, по двум причинам. Цена на них хоть и выросла, но незначительно по сравнению с той же сдобой – в среднем всего на 9,7%. Кроме того, хлебцы относятся к продуктам здорового питания, которые пользуются все большей популярностью у потребителей, даже несмотря на снижение их покупательной способности.

Стоит обратить особое внимание на то, что выросли продажи именно пшеничных сортов хлеба, а не ржаных или ржано-пшеничных. Скорее всего, это произошло потому, что покупатели ищут альтернативу сдобе, которая традиционно приобретается к чаю. И можно предположить, что в этой ситуации потребители оценят более дешевый и в то же время более интересный по вкусу продукт, чем стандартные пшеничные хлебобулочные изделия. Таким продуктом, например, может стать пшеничный хлеб или батон с включением клюквы. Эти изделия будут обладать сладковатым вкусом (при условии правильно выбранного сорта ягоды), что, безусловно, понравится любителям сдобы, а также станут более полезными благодаря витаминам, входящим в состав клюквы.

Добавление этой ягоды в хлебцы тоже может сделать конечный продукт уникальным, усилить его позиции на рынке полезных для здоровья изделий и придать ему сладковатый вкус без дополнительного использования сахара.

Более подробно о возможностях использования клюквы в хлебобулочной и кондитерской продукции рассказывает **консультант по программе экспорта Bryant Christie Inc Элисон Сегава**.

– **Элисон, расскажите о возможностях использования клюквы для производства продуктов питания. Какой сорт лучше выбрать?**

– Клюква может использоваться как ингредиент для производства различных видов хлебобулочных и кондитерских изделий, мюсли, батончиков. В этом случае лучше выбирать сушеные ягоды, выращиваемые в США. Американская клюква – крупная, плотная, сладкая. Она отлично подходит для засушивания и дальнейшего использования в производстве продуктов питания, в том числе кондитерских изделий.

– **Для каких отраслей в России закупают американскую клюкву в наибольших объемах?**

– Так как существуют довольно большое разнообразие видов продукции из клюквы, спрос на нее присутствует во множестве отраслей, в том числе в производстве продуктов питания и ингредиентов. Кроме того, американская клюква пользуется спросом у предприятий общественного питания.

– **А есть ли спрос в нашей стране на такую клюкву у производителей кондитерских и хлебобулочных изделий?**

– В России последние годы увеличивается спрос на полезные для здоровья продукты питания. А кондитерские

ISM

www.ism-cologne.com

КЁЛЬН, 31.01.–03.02.2016

УБЕДИТЕСЬ САМИ, КАК
БЬЕТСЯ СЕРДЦЕ
ОТРАСЛИ.

КУПИТЕ БИЛЕТЫ ОНЛАЙН
СЕЙЧАС И СЭКОНОМЬТЕ ДО 36 %!

WWW.ISM-COLOGNE.COM/TICKETS

ISM – крупнейшая в мире выставка
кондитерских изделий и снеков

Свяжитесь напрямую:
Представительство Кельнмессе в
России: ООО „Центр информации
немецкой экономики“
119017 Москва, 1-й Казачий пер., 7
Тел.: +7 (495) 730-13-47
E-mail: o.yugova@koelnmesse.ru
www.koelnmesse.ru

koelnmesse



На выставке World Food 2015 в Москве демонстрировались технологии изготовления батончиков, печенья, маффинов, кексов, бисквита и ржаного хлеба с сушеной клюквой



Элисон Сегавэ,
консультант по программе
экспорта Bryant Christie Inc:

«Российский рынок предоставляет большие возможности. Мы надеемся на дальнейший рост спроса и будем искать способы рассказывать представителям бизнеса о многочисленных преимуществах клюквы как компонента для здорового питания, демонстрировать с помощью мастер-классов ее универсальность с точки зрения использования в разнообразных видах продукции и напитков, а также знакомить с уникальным вкусом, который так полюбился жителям России».

изделия с натуральной, богатой витаминами ягодой могут позиционироваться как полезные. Поэтому растет и интерес к сушеной клюкве, в том числе у производителей хлебобулочных и кондитерских изделий. Судите сами: за 2014-2015 годы объемы поставок данного продукта в Россию выросли на 14%. И сегодня, по данным Комитета по продвижению клюквы США, Россия является четвертым по объему рынком для целевого экспорта данного продукта. Мы очень рады высокому уровню узнаваемости и рыночного спроса на клюкву в этой стране и надеемся, что данная тенденция сохранится и в последующие годы.

– С чем еще, на ваш взгляд, связано увеличение спроса на сушеную клюкву среди российских производителей продуктов питания?

– Можно предположить, что повышение спроса на сушеную клюкву, в частности у производителей кондитерских и хлебобулочных изделий, связано с тем, что изготовители премиальной продукции стали добавлять в свои изделия данный ингредиент вместо орехов.

Кроме того, Комитет по продвижению клюквы США активно знако-

мит производителей кондитерских и хлебобулочных изделий с технологиями изготовления различной продукции с использованием данной ягоды.

В рамках отраслевых выставок, которые проходят на территории России, ассоциация, представляющая интересы производителей и переработчиков клюквы, организует мастер-классы и семинары. Например, на недавно прошедшей выставке WorldFood Moscow 2015 мы на своем стенде демонстрировали технологии изготовления батончиков, печенья, маффинов, кексов, бисквита и ржаного хлеба с сушеной клюквой. К этим мастер-классам посетители мероприятия проявляли огромный интерес.

– Представлены ли на российском рынке какие-нибудь новые виды продукции из клюквы, произведенной в США? Что это за продукция? Как ее приняли в России?

– В 2014 году на российский рынок было выведено 40 новых продуктов с клюквой, произведенной в США. Они заинтересовали местных потребителей, наиболее высокий спрос наблюдается в сегментах сокодержащих напитков и снеков (особенно батончиков).

– Действительно, проделана большая работа. Но можно ли сказать, что сегодня российские производители кондитерских изделий владеют достаточной информацией по поводу сушеной клюквы, или все же стоит и дальше развивать их интерес к данному продукту?

– Российский рынок предоставляет большие возможности. Мы надеемся на дальнейший рост спроса и будем искать способы рассказывать представителям бизнеса о многочисленных преимуществах клюквы как компонента для здорового питания, демонстрировать с помощью мастер-классов ее универсальность с точки зрения использования в разнообразных видах продукции и напитков, а также знакомить с уникальным вкусом, который так полюбился жителям России. Все это позволит увеличить спрос и на местную клюкву. Мы ожидаем продуктивного и долгосрочного сотрудничества с российскими производителями продуктов питания. **КС**



ООО «Мессе Дюссельдорф Москва»
Швец Екатерина, руководитель проекта
Тел.: +7 (495) 955-9199 # 628
Факс: +7 (499) 246-9277
E-mail: ShvetcE@messe-duesseldorf.ru

«Интерпластика 2016» и «Упаковка/УпакИталия 2016» – общая платформа для развития вашего бизнеса

С 26 по 29 января на территории ЦВК «Экспоцентр» пройдет 24-я международная специализированная выставка упаковочных технологий «Упаковка/УпакИталия 2016» и 19-я международная специализированная выставка пластмасс и каучука «Интерпластика 2016».

Экспозиции обеих смотров отразят полный спектр оборудования и технологий для изготовления промышленной продукции, труб и других изделий из полимерных материалов и резины. Профессионалы оптовой и розничной торговли смогут ознакомиться с экспозициями экструзионных машин и оборудования, термоформовочных аппаратов и термопластавтоматов, материалов упаковочной продукции, а также увидеть широкий ассортимент готовой упаковки и тары из различных полимерных, бумажно-картонных и стеклянных материалов и найти решения для упаковки свежих продуктов питания в точках продаж (магазинах, супер-, гипермаркетах и пр.).

Прошедшие выставки «Интерпластика 2015» и «Упаковка/УпакИталия 2015» посетили 19 тыс. представителей отрасли из всех регионов России и стран СНГ. Они встретились с 692 экспонентами из 32 стран, чтобы получить больше информации о новейших технологиях у специалистов по производству пластмасс и каучука, а также узнать о современных упаковочных технологиях, упаковочном оборудовании и вариантах готовой упаковки.

В непростых экономических условиях важным фактором становится организация выставок по технологическому принципу: когда потребитель может одновременно выбрать как индивидуальные, так и комплексные решения. На «Интерпластике» он знакомится с оборудованием и технологиями для изготовления упаковочных материалов, изделий тары и упаковки, а на выставке «Упаковка/УпакИталия» заказчик видит итоговые решения для формирования потребительской упаковки, различные типы оборудования для контроля качества и изготовления конкурентоспособной продукции.

Профессионалы отраслей смогут обсудить рамочные условия бизнеса, вопросы реализации новых продуктов и проблемы финансирования проектов. На данный момент такой диалог необходим, и эта возможность общения придает симбиозу двух выставок новое значение.

На выставках «Интерпластика 2016» и «Упаковка/УпакИталия 2016» вы найдете самые актуальные решения для вашего бизнеса! ■

24-я международная
специализированная
выставка
**УПАКОВКА /
УПАК ИТАЛИЯ**
www.upakowka.ru

в сотрудничестве с:
CENTREXPLO

Две темы – общая платформа для Вашего бизнеса

19-я международная
специализированная
выставка пластмасс и каучука
www.interplastica.ru

интерпластика

2016

26–29 января

ЭКСПОЦЕНТР
МОСКВА
Россия, Москва
Красная Пресня

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


Messe
Düsseldorf
Moscow

Гость:



Дэвид Эмерсон,
специалист по продуктам питания
компании Spooner

Беседовала:



Елена Максимова

Энергосберегающие технологии для хлебопечения

По мнению экспертов, в настоящее время на большинстве российских заводов наблюдается низкая рентабельность производства хлеба. Для того чтобы ее повысить, предприятия вводят в ассортимент продукцию с высокой добавленной стоимостью. Однако сегодня производители все чаще задумываются не только о том, какие ассортиментные позиции помогут им увеличить прибыль, но и о технологиях, которые будут способствовать снижению эксплуатационных расходов.



Традиционные линии более старых моделей можно сделать такими же энергосберегающими за счет обновлений и модификаций, предлагаемых компанией Spooner Plus

В процессе производства хлебопекарной продукции – как для технологических операций, так и для общепромышленных систем – используется большое количество тепловой и электроэнергии. При этом основной процент энергопотребления приходится на долю печей. О том, какие решения предлагают производителям оборудования для снижения расходов на электроэнергию, расскажет **специалист по продуктам питания компании Spooner Дэвид Эмерсон**. На базе собственного научно-исследовательского центра в Великобритании предприятие осуществляет разработку новых и занимается усовершенствованием существующих энергосберегающих технологий.

– Дэвид, расскажите об энергосберегающих печах для производства хлебобулочных изделий. Каков принцип их действия? За счет чего достигается энергоэффективность?

– Принцип действия таких печей заключается в снижении энергопотребления и потере тепла при одновременном увеличении производительности. Кроме того, мы занимаемся проектированием систем исполь-

зования отходящего тепла для установки на новое или уже находящееся в эксплуатации оборудование, изготовленное как компанией Spooner, так и другими производителями.

– Каковы преимущества энергосберегающих печей по сравнению с традиционными? Насколько меньше электроэнергии они потребляют в сравнении с обычными печами?

– Экономия электроэнергии достигается за счет более короткого времени выпекания при более низких температурах. А вот сравнивать оборудование других производителей, не позиционируемое как энергосберегающие, и печи компании Spooner, которые являются таковыми, мне достаточно сложно. Дело в том, что наши специалисты постоянно внедряют новые энергосберегающие решения, поэтому каждая новая пекарская линия эффективнее старой. При этом даже традиционные линии более старых моделей можно сделать такими же энергосберегающими за счет обновлений и модификаций, предлагаемых компанией Spooner Plus.



Ширина туннельных печей с внутрикамерным нагревом может достигать в ширину 4,9 м

Если говорить в целом, то при одинаковой производительности энергосберегающие печи нашей торговой марки меньше по размеру традиционных печей, не позиционируемых как энергоэффективные. Кроме того, в наши установки интегрированы кабельные наконечники, что также способствует энергосбережению.

– Является ли производство энергосберегающего оборудования перспективным направлением? Какие проекты реализуются в секторе хлебопекарной промышленности, в том числе вашей компанией?

– Все наши клиенты понимают важность энергосбережения. Решение проблемы энергоэффективности стоит для них наряду с такими требованиями к оборудованию, как снижение уровня выбросов углекислого газа и усовершенствование гигиенических стандартов. И компания Spooner обладает необходимыми знаниями и технологиями, позволяющими обеспечить производителей продуктов питания установками, отвечающими всем этим требованиям. ■

Параллельно с ISM!



31.01.–03.02.2016

Международная выставка поставщиков отрасли кондитерских изделий и снеков

ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В ОБЛАСТИ ПРОИЗВОДСТВА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ И СНЕКОВ

Изысканные ингредиенты для лакомств, соблазнительные формы для упаковок, привлекательных для покупателей, а также инновационные технологии для оптимизации процессов.

На выставке ProSweets Cologne 2016 будут представлены перспективные инновации для поставщиков кондитерских изделий и закусок. Для Вас – все преимущества разнообразия свежих импульсов.

СЭКОНОМЬТЕ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ!

Зарегистрируйтесь в Интернете уже сейчас и закажите бесплатные билеты по адресу www.prosweets-cologne.com/tickets

Свяжитесь напрямую:
Представительство Кельнмессе в
России: ООО «Центр информации
немецкой экономики»
119017 Москва, 1-й Казачий пер., 7
Тел.: +7 (495) 730-13-47
E-mail: o.yugova@koelnmesse.ru
www.koelnmesse.ru

koelnmesse

RONDO
Dough-how & more.

Компания: **Rondo**
127411, г. Москва,
Дмитровское шоссе, д. 157, стр. 4
Тел.: +7 (495) 665-67-93
Факс: +7 (495) 665-67-94
E-mail: info@rondo-online.ru
www.rondo-online.com

RONDO CS получает награду на выставке iba



Промышленная машина для формовки круассанов RONDO CS на выставке iba-2015 завоевала престижную награду «Инновации iba». В машине было представлено инновационное поворачивающее и скручивающее устройство с высокой производительностью без ущерба для качества изделий.

Награду в сфере международных инноваций независимое жюри, в состав которого вошли академики, практики и журналисты, присудило за технические решения, способствующие усовершенствованию производственных линий на крупных предприятиях – как в отношении увеличения производительности, так и в части повышения качества их работы.

В дополнение к модульному исполнению, которое позволяет клиентам подобрать вариант машины, идеально отвечающий их требованиям, жюри отметило многочисленные «умные» детали и новый гигиеничный концепт RONDO CS. Профессор Михаэль Кляйнерт из университета ZHAW Wädenswil (Швейцария) в своей речи охарактеризовал машину как инновационное решение, однозначно и единогласно достойное высокой оценки.

14 сентября сотрудники компании RONDO Group приняли награду на стенде Центральной Ассоциации Немецких Пекарей. **Р**

О КОМПАНИИ

На протяжении более чем 65 лет RONDO разрабатывает и выпускает высококачественные машины и оборудование для производства самых разнообразных хлебобулочных изделий. При этом специалисты компании уделяют пристальное внимание качеству, надежности и инновационности своей продукции в истинно швейцарском духе.

Концепция RONDO «Dough-how», представляющая собой уникальное сочетание знаний и опыта в области хлебопекарного производства, реализуется на тысячах предприятий по всему миру – от мелких частных пекарен до заводов промышленного масштаба.

MIWE

Компания: **MIWE**
 Michael-Wenz-Straße 2 – 10
 97450 Арнштейн, Германия
 Тел: +49 (0)9363 – 688108
 E-mail: c.steinheuer@miwe.de
 www.miwe.com.

Интеллектуальные технологии MIWE

Хлебопекарное предприятие, независимо от масштаба, является сложным организмом. Десятилетиями пекари и технологи накапливали опыт, совершенствовали мастерство, внедряли новые энергоэффективные разработки, тем самым постепенно вдохновляя компанию MIWE – лидера в области оптимизированных систем и информационно-консультационного обеспечения – на создание интеллектуальных решений.

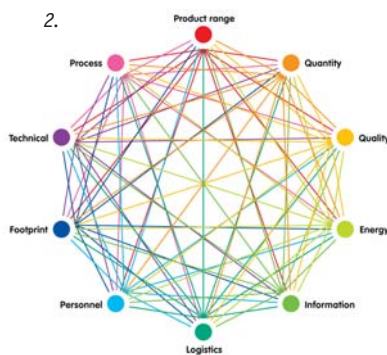
Принципы работы

Цель MIWE – в сотрудничестве со своими клиентами найти наиболее эффективные решения, позволяющие производителям конечной продукции смело смотреть в будущее и оставаться конкурентоспособными.

Именно поэтому специалисты MIWE сопровождают своих клиентов на всех этапах внедрения технологий: начального анализа целей и системной разработки концепции, проектного и организационного планирования, производства и монтажа, сдачи в эксплуатацию, разработки концепции сервисно-ремонтного обслуживания, а также процесса эксплуатации.

То, что MIWE в состоянии предложить такой информационно-консультационный подход, – отчасти результат высокого профессионализма работников компании во всех областях технологической подготовки производства, реализации и запуска проектов. Важную роль играет и богатый опыт специалистов компании, приобретенный на предприятиях по всему миру.

Интеллектуальные технологии MIWE обеспечивают основу для высокой производительности, стабильного качества продукции, эффективной загрузки производственных мощностей и универсальности применения в будущем.



1. Для разработки концепции современной пекарни, работающей бесперебойно и долго, нужен обзор на 360°

2. Хлебопекарное предприятие – сложный организм, каждая составляющая которого находится в тесной взаимосвязи с остальными

Клиент – в центре внимания

Специалисты компании MIWE на протяжении многих лет следят за удовлетворенностью заказчиков, одним из показателей которой является количество перспективных клиентов, получивших от MIWE положительные отзывы от коллег по цеху, уже имевших опыт работы с этой фирмой. И, судя по огромному числу таких заказчиков, MIWE есть чем гордиться.

Почему производители хлебобулочных изделий доверяют компании MIWE, что сами говорят об опыте совместной работы?

Один из клиентов фирмы – булочная кондитерская Bolten GmbH в немецком городе Дуйсбурге. От специалистов компании MIWE хлебопеки из Германии хотели получить полностью укомплектованную тепловую систему с интеллектуальными системами управления, которая позволила бы максимально сэкономить тепловую и электроэнергию. Рассмотрев несколько предложений от поставщика оборудования, немецкие производители выбрали концепцию MIWE есо:nova 960, поскольку она обеспечивает централизацию вытяжной системы.

Сейчас шесть новых стеллажных печей MIWE roll-in e+ и две новые подовые печи MIWE ideal являются центральными элементами булочной-кондитерской. А самое главное, что при их установке, благодаря концепции есо:nova 960, не нужно делать дополнительных отверстий для создания сложной системы вытяжки.

«Системы, поставляемые MIWE, имеют широкий спектр опций по отображению и контролю количества тепла и температурных циклов. Данные могут выводиться на сенсорную панель, в систему управления здания или передаваться по сети Интернет», – рассказывает **специалист компании Bolten Тим Шенкель**.

После проведения комплексного анализа инженеры MIWE обеспечили клиенту экономию 335 кВт·ч в день. Впечатляет и оперативность, с которой сработали поставщики оборудования: демонтаж старой системы, установка и пусконаладка новых печей, настройка и запуск системы MIWE есо:nova заняли всего десять часов.

Клиенты MIWE экономят больше энергии, чем специалисты компании обещают первоначально, поэтому системы от данного поставщика окупаются раньше, чем планируется. «А иногда результаты просто поражают. «На нашем новом объекте, который для нас оснащали инженеры MIWE, площадь, отведенная под пекарню, в три раза больше, чем мы использовали до расширения производственных мощностей. И при этом мы расходует меньше электроэнергии, чем до модернизации», – рассказывает **сотрудник булочной-кондитерской Staib GmbH & Co. KG (Германия) Маркус Штайб**.

К сожалению, не каждый поставщик, говорящий о том, что его технологии являются энергоэффективными, может похвастаться такими отзывами и результатами. Поэтому производителям, которые действительно хотят повысить энергоэффективность своей пекарни, определенно следует сотрудничать с надежными и динамичными партнерами, имеющими успешный опыт реализации проектов. **Р**



Актуальные тренды рынка пекарского оборудования

С 12 по 17 сентября в немецком городе Мюнхене прошла крупнейшая выставка оборудования и технологий для хлебопекарной и кондитерской промышленности *iba-2015*.



Алексей Мельников,
специалист по продажам
компании Wiesheu



Дэвид Эмерсон,
специалист департамента
продуктов питания
компании Spooner



Виктор Петри,
руководитель продаж
в странах СНГ и Балтии
компании DEBAG



Матьяж Компара,
генеральный директор
компании Gostol



Мартин Ресслер,
руководитель направления
хлебопекарного
оборудования компании
Handtmann



*Шарлот
Штанхойер,*
специалист по маркетингу
компании MIWE



Доменико Ла Ферла,
менеджер по спиральным
системам в странах Европы
и Ближнего Востока
компании Intralox



Павел Морозов,
заместитель главы
представительства фирмы
Wachtel GmbH в России



Марк Клаассен,
директор по
международным
продажам компании Treif

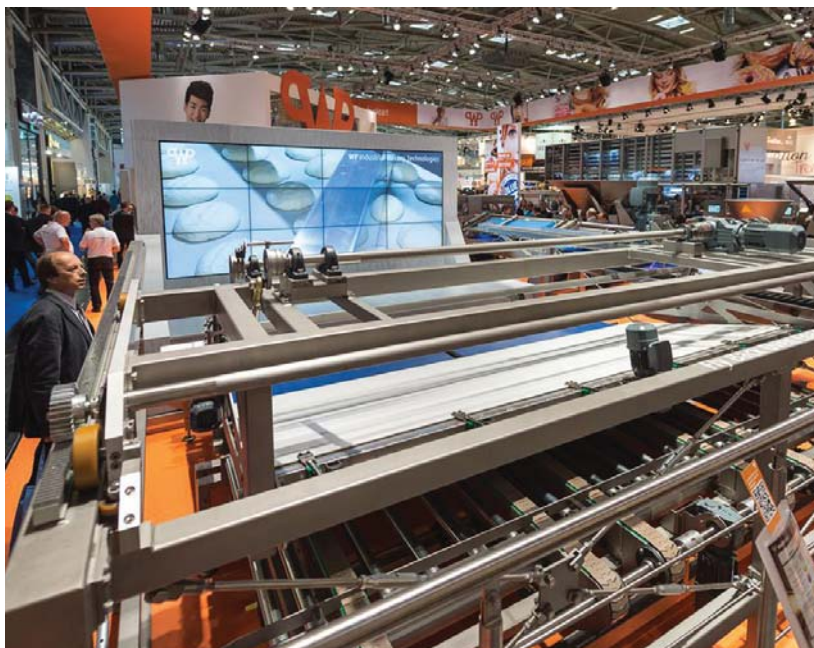


Фото: www.iba.de

Традиционно в рамках мероприятия на стендах свои возможности демонстрировали самые успешные производители и поставщики решений для предприятий – от маленького и среднего объема производства до крупных заводов, а также для рестораторов и кафе. Некоторые из них рассказали нам о продуктах, которые были представлены на экспозиционных площадках выставки, а также поделились своим видением ситуации на мировом и на российском хлебопекарном рынках.



Алексей Мельников (Wiesheu)

В ходе выставки iba-2015 мы поняли, что наибольший интерес у специалистов хлебопекарной и кондитерской отраслей вызывают вопросы энергосбережения, организации цифровых сетей и долговечности оборудования. Поэтому в фокусе внимания посетителей нашего стенда были печь Dibas Blue и программное обеспечение Wnet.

Dibas Blue – модель из хорошо зарекомендовавшей себя линейки Dibas, модернизированная с учетом всех требований, предъявляемых в настоящее время к пекарной отрасли, а также отзывов о практическом использовании оборудования. Печь



Алексей Мельников:
«В фокусе внимания посетителей нашего стенда были печь Dibas Blue и программное обеспечение Wnet».

поступит в серийное производство в первом квартале 2016 года.

Согласно оценкам, Dibas Blue может обеспечить энергосбережение на уровне 20-25%. Указанная экономия в основном будет достигаться посредством контроля загрузки печи, а также благодаря небольшим изменениям в конструкции изоляции и дверцы. С помощью интегрированной системы интеллектуального управления процессом выпекания (Intelligent Baking Control – IBC) и за счет использования новейшей сенсорной технологии установленная в торговом зале пекарня способна автоматически корректировать параметры приготовления в зависимости от массы загрузки.

Отменное качество изделий гарантирует автоматическое регулирование температуры выпекания, предусмотренное системой IBC. Благодаря данному решению, владельцы нескольких торговых точек могут обеспечить стабильное качество продукции независимо от того, кто несет ответственность за загрузку печей в сети филиалов.

Wnet – отражение последних тенденций в плане внедрения инновационных решений. Сегодня гораздо важнее создавать их не внутри самой печи, а делать централизованными. Это новое поколение программного обеспечения, разработанное совместно с фирмой Wnetz для упрощения контроля из головного офиса всеми печами, объединенными в сеть филиалов.

Использование данного решения позволит как средним, так и крупным пекарням с большим количеством торговых точек максимально эффективно управлять процессом выпечки. Если говорить о тенденциях спроса на решения для хлебопекарной и кондитерской отраслей, то в течение следующих нескольких лет у производителей будут вызывать интерес вспомогательные системы, способные обеспечивать пекаря полезной и важной информацией в режиме реального времени для принятия необходимых коммерческих решений.

В течение нескольких следующих лет мы продолжим помогать производителям хлебобулочных и кондитерских изделий решать актуальные для них вопросы.



Дэвид
Эмерсон (Spooner)

Посетители выставки в основном искали технические предложения, которые, с одной стороны, отвечали бы самым строгим гигиеническим требованиям, а с другой, были бы более энергоэффективными и обладали бы эксплуатационной гибкостью. На нашем стенде было представлено оборудование, отвечающее всем указанным требованиям.

Компания Spooner может предоставить актуальное решение для любого изделия, которое необходимо испечь, высушить или охладить. Для хлебопекарной промышленности мы проектируем, изготавливаем, а также осуществляем монтаж и пусконаладку расстойных камер, печей и холодильных установок. Мы предлагаем комплекты оборудования «под ключ», а также предоставляем услуги по его испытанию и разработке в нашем научно-исследовательском центре.



Дэвид Эмерсон:
«Компания Spooner может предоставить актуальное решение для любого изделия, которое необходимо испечь, высушить или охладить».

Отдельного внимания заслуживают наши печи, конструкция которых обеспечивает возможность производства различных видов хлеба, пирогов, тортов, снэков с применением индивидуальных программ приготовления. Благодаря этому предприятия могут выпускать разнообразные изделия всего на одной линии. Мы выполнили установку нескольких комплектов такого оборудования в Европе.

Недавно нами была разработана гибридная печь, сочетающая в себе преимущества конвекционной и лучистой технологий и позволяющая изготавливать продукцию стабильно высокого качества в более короткие сроки. Разработанная в течение последних 12 месяцев передовая технология основана на использовании не имеющей аналогов горелки, способной поддерживать

выработку лучистой теплоты в точном соответствии с заданными температурами. Другая особенность печи – минимальное время реагирования на изменения температуры: минуты вместо часов, что обеспечивает уникальные возможности с точки зрения контроля тепловых параметров. Такие быстрые изменения не только способствуют экономии электроэнергии, но и сокращают объем брака, одновременно увеличивая выход качественной продукции.

При проектировании печей мы разработали системы возврата и использования отходящего тепла, внедрили интегрированные кабельные конечники для экономии электроэнергии и, в конечном счете, снижения эксплуатационных расходов. Для удобства очистки оборудования печи оснащены внутренними проходами.

После установки и проведения пусконаладочных работ команда Spooner Plus в любой момент готова обеспечить поддержку, ремонт, модернизацию оборудования, поставить при необходимости запчасти, провести дистанционную диагностику и выявить неисправности при наличии любых проблем. Некоторые наши клиенты, установившие оборудование фирмы Spooner 40 лет назад, до сих пор успешно его используют для производства своей продукции.

В числе клиентов Spooner – все крупные хлебозаводы Великобритании, ведущие американские производители изделий из злаков, снэков и кондитерской продукции. Самые последние контракты на поставки оборудования для хлебопекарной и кондитерской отраслей заключены в Африке и на Ближнем Востоке. Кроме того, сейчас мы активно осваиваем новые и формирующиеся рынки, в частности стран БРИК, в число которых входит и Россия. В этих регионах существует растущая потребность в производстве выпечки по западному образцу, а когда клиенты хотят получить самое лучшее качество и соответствие высочайшим стандартам, они обращаются к Spooner.

Если говорить отдельно о работе с Россией, то в целом производители этой страны давно пользуются нашим оборудованием – с 60-х годов прошлого века. Мы надеемся добиться более серьезного присутствия на российском рынке с помощью наших представителей, а также повысить свою репутацию за счет участия в отраслевых выставках и публикаций в отраслевых СМИ.



Мартин
Ресслер (Handtmann)

Handtmann – серьезный игрок в сфере оборудования для производства продуктов питания, в том числе хлебобулочных изделий. Среди наших клиентов – хлебопекарные предприятия США и Европы, Канады, Мексики, Бразилии, Южной Америки, России. Почти во всех этих регионах у нас есть свои представительства, подразделения, обеспечивающие и высококачественную техническую поддержку. До конца года мы планируем расширять географию наших поставок.

На своем стенде в рамках выставки iba-2015 мы представили различные по производительности решения, в том числе и наши инновации. Среди них была машина для нарезки хлеба.

В рамках салона мы продемонстрировали оборудование для малых и средних хлебопекарных предприятий и дей-



Мартин Ресслер:
«На выставке iba-2015 мы представили различные по производительности решения, наши инновации. Среди них была машина для нарезки хлеба»

ствительно высокопроизводительные технологические решения, которые подойдут для крупных хлебозаводов.

Своим клиентам мы можем предложить линии «под ключ». У нас есть ряд решений, которые пользуются спросом, но специалисты Handtmann готовы к разработке оборудования для хлебопеков и по индивидуальному заказу.

Несмотря на то, что в связи с экономическим кризисом для покупки оборудования сегодня не самый лучший момент, наши партнеры все же продолжают его приобретать, в том числе в России, поэтому мы развиваем собственные мощности на территории этой страны. У компании Handtmann есть дилеры на российском рынке. Также продажами занимается головной офис нашего подразделения в Москве, где можно получить детальную информацию по нашему оборудованию.



**Шарлот
Штанхойер (MIWE)**

Компания MIWE работает в двух основных направлениях. Первое – производство оборудования для индустриального хлебопечения, в том числе печей и климатических систем. При этом предлагаемые нами решения являются энергоэффективными, а энергосберегающие технологии сегодня пользуются высоким спросом у производителей конечной продукции. Посетители выставки iba-2015 активно интересовались ими, подходя к нашему стенду.

Второе направление работы MIWE – поставки на рынок хлебопекарных установок для мини-пекарен и магазинов. Мы фокусируем внимание на продуктах массового производства. Данный сегмент очень важен для хлебопекарного рынка, который сейчас динамично развивается. В этой отрасли есть, куда расти, и поэтому нам надо оснащать клиентов всем, что необходимо для производства.

На своем стенде мы представили широкий спектр оборудования для хлебопекарной отрасли, в том числе для охлаждения, погрузки продукции, контроля производственных процессов с интерфейсом для смартфонов, планшетов – с ними достаточно легко обращаться: пользователю нет нужды постоянно находиться рядом с системой, можно управлять ею с телефона.

Специалисты компании MIWE оказывают своим клиентам поддержку на протяжении всего срока службы наших установок.

Сегодня MIWE занимает сильные позиции в Германии, Австрии, Швейцарии и активно расширяет географию поставок. У нас уже есть дочерние фирмы в России, Австрии, Швейцарии, Канаде, США, Франции и Италии. Однако они не производят продукцию, а только продают ее. Также у нас есть около 40 дистрибьюторов по всему миру, каждый из них славится добросовестным отношением к сервису.

Наибольший рост спроса на наше оборудование сейчас отмечается в Китае. Это связано с тем, что китайский рынок растет, хотя не так быстро, как предполагалось. Он становится постепенно все более открытым для производителей из других стран. Но растут и рынки других го-

сударств азиатско-тихоокеанского региона, например, Гонконга и Японии.

С Россией мы работаем уже более 10 лет и достигли на этом рынке определенного успеха, но в настоящее время ситуация здесь достаточно сложная из-за ослабленной экономики.

Тем не менее, мы уверены, что экономика этой страны восстановится – мы делаем на этот рынок большие ставки.



**Матьяж
Компара (Gostol)**

На выставку iba-2015 мы привезли наши инновационные решения – запатентованную роботизированную систему Robotix для приготовления и брожения различного вида теста, которая была представлена покупателям год назад, и b устройство для выемки хлеба из форм, которое с по-



Матьяж Компара:
«На выставку iba-2015 мы привезли наши инновационные решения – запатентованную роботизированную систему Robotix».

мощью регулируемого вакуума или платформой с иглами извлекает хлеб из форм по системе «pick and place» с транспортера форм на транспортер хлеба. Кроме того, были представлены новинки в области машин для обработки теста. В частности, два тестоделителя: KRAS NC ATT – в комбинации с автоматическими ленточными весами и возможностью замены количества камер в процессе эксплуатации машины и MARK – индустриальный автоматический тестоделитель с производительностью до 9 тыс. штук в час и возможностью выбора машины с фиксированным количеством камер от одной до шести. А также индустриальная машина для продольного формования теста SORA 5000/500 – с производительностью до 5 тыс. штук в час, автома-

Антипригарные покрытия – нанесение и восстановление

Листы волнистые и плоские перфорированные:



- любые размеры
- различное число желобов
- усиление каркаса

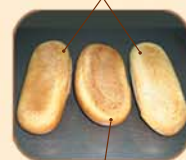
Тостовые формы



Формы «лодочки» перфорированные



Выпечка в «лодочках»



Выпечка на листе



Тележки печные и транспортировочные

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

ДОВЕРИЕ НАДЕЖНОСТЬ ЧЕСТНОСТЬ

тической настройкой отдельных параметров и возможностью формования различных видов теста как для батонов, так и для тостового хлеба.

Все оборудование, которое предлагает своим клиентам предприятие Gostol, может эксплуатироваться 24 часа в сутки, что в сочетании с высокой производительностью и щадящей обработкой теста может считаться важным конкурентным преимуществом.

Наша техника работает на многих предприятиях по всему миру, но российский рынок является для нашей компании одним из ключевых. И даже сегодня, несмотря на существующие сложности, связанные с ростом курса валют, у нас немало российских покупателей, которым интересны как отдельные конкретные машины, так и комплектные технологические линии.



Виктор
Петру (DEBAG)

На своем стенде мы представили продукцию трех компаний, входящих в состав немецкого холдинга: Debag, Ascobloc и AlexanderSolia. Каждое из этих предприятий существует на рынке более ста лет.

Особое внимание хотелось бы обратить на вошедшую в состав холдинга семь лет назад фирму Debag – производителя печей премиум-класса для хлебопекарной отрасли. Оборудование Debag представлено на российском рынке с момента приобретения предприятия. Изначально компания продвигала свою продукцию на территории России через дилеров, однако в последствии мы поняли, что данный канал продаж не самый эффективный. В то же время мы видели перспективы в работе с российскими производителями продуктов питания: оборудование премиум-класса пользуется стабильно высоким спросом. Поэтому была создана дочерняя компания ООО «Аскоблок Дебаг Рус» в Москве, в которой сейчас работает 11 сотрудников. Преимущество АДР в том, что сотрудники находятся в постоянном контакте с заводами-производителями и оперативно решают все возникающие вопросы. В Москве есть собственный склад и самые популярные модели всегда в наличии. А в демонстрационном зале можно попробовать оборудование в работе пе-

ред покупкой. ООО «АДР» представляет в России все три марки холдинга, что позволяет предлагать нашим клиентам комплексные решения различных производственных задач.

Например, оборудование фирмы AlexanderSolia позволяет пекарням, которые делают пиццу, качественно и быстро нарезать сыр и другие продукты для начинки, а печи, предлагаемые компанией Debag, – добиваться высокого качества выпечки.

Кстати, именно качество стало важнейшим критерием выбора того или иного продукта конечным потребителем, поэтому слабые компании, не способные удовлетворить его требования, уходят с рынка. Покупатель уже не перейдет на более дешевые низкосортные товары, а скорее сократит объемы потребления. В свою очередь, для изготовления качественных изделий, безусловно, важны не только рецептура и технология производства, но и правиль-



Виктор Петру:

«На своем стенде мы представили продукцию трех компаний, входящих в состав немецкого холдинга: Debag, Ascobloc и AlexanderSolia».

ный выбор оборудования. Приведу пример. Мы поставили печи торговой марки Debag в одну из розничных сетей, имеющих собственное производство выпечки. И когда одна и та же продукция стала одновременно выпекаться как на нашем оборудовании, так и на том, что использовалось на предприятии ранее, производители убедились, насколько лучше по органолептическим свойствам получаются изделия, приготовленные в печах Debag по сравнению с теми, что выпечены на других установках.

Печи Debag пользуются спросом даже в кризисное время именно потому, что позволяют изготавливать продукт высокого качества. Нашу торговую марку узнают.

При этом, понимая, что наши российские клиенты сегодня пережи-

вают крайне непростой период, мы практически не делаем наценку на наше оборудование. Сегодня у нас нет цели получить сверхприбыль. Главная задача – быть узнаваемыми, поэтому Debag стабильно участвует в двух российских выставках: «Современное хлебопечение» и «ПИР». В этом году, несмотря на кризис, помимо перечисленных мероприятий, мы демонстрировали свою продукцию на выставках Красноярск и Екатеринбург. В обоих регионах предложений по иностранному оборудованию практически нет, но нашу продукцию местные производители уже успешно используют.

В планах компании – дальнейшее расширение присутствия на российском рынке, развитие партнерской сети и продвижение наших инноваций среди российских производителей в пищевой отрасли.



Доменико
Ла Ферла (Intralox)

Компания Intralox – разработчик модульных конвейерных лент из пластика, поставщик различных видов транспортных систем и услуг, позволяющих оптимизировать системы для перемещения продукции на предприятии. Все эти решения мы демонстрировали на выставке iba-2015.

За счет углубленных знаний в ряде обслуживаемых отраслей и круглосуточной поддержки клиентов Intralox стремится обеспечить высокое качество продукции и безупречный результат. Гарантии компании относительно эксплуатационных характеристик своей продукции и поставок в обозначенные сроки – самые надежные в отрасли, что позволяет Intralox безукоризненно выполнять крайне ответственные заказы.

Наши клиенты – предприятия, изготавливающие хлебобулочные, мучные кондитерские изделия, пиццу, пасту и замороженную мучную кондитерскую продукцию. Это как корпорации международного уровня, так и региональные производители с малым объемом выработки.

Традиционно знакомство с новой продукцией начинается с предложения клиенту возможности тестирования таковой на рабочем участке с целью изучения и сбора информации. Если в те-

чение хотя бы 3-6 месяцев тестирования не было никаких сбоев, мы начинаем вплотную работать с результатами и внедрять успешный опыт на предприятиях других клиентов.

Если говорить о новых разработках, то недавно мы вывели на рынок S1400 ProTrax™ – магнитную двухполосную конвейерную ленту, предназначенную для транспортировки лотков на подъемных и наклонных конвейерах, вертикальных сортировщиках и т. д. Данная лента отличается надежностью функционирования и исключительным сроком службы даже при использовании в горячей, сухой или маслянистой среде.

Стоит также обратить внимание на ее инновационный дизайн. Мощные редкоземельные магниты обеспечивают опору при работе в самых различных условиях; модульная конструкция с использованием пластика облегчает ремонт и замену деталей. Дизайн модульной пла-



Доменико Ла Ферла:
«Судя по контактам на выставке IBA-2015, рост спроса можно ожидать с 2016 года».

стиковой ленты уменьшает риск загрязнения, которое часто возникает из-за перетирания краев плоской ленты.

Лента легко позволяет изменять угол наклона вперед или назад до 30 градусов и при этом продолжает надежно работать. Наконец, ее гладкая поверхность значительно сокращает износ лотков, что является распространенным побочным эффектом при использовании стальных цепей. Тем самым продлевается срок службы лотков и сокращаются расходы на их ремонт и замену.

Среди производителей хлебобулочных изделий самый высокий спрос на решения Intralox в последнее время был в Бразилии, Польше и Турции. Мы считаем, что в перечисленных странах это произошло благо-

даря качественной работе менеджеров по данным направлениям, которые обеспечили прямые продажи на предприятия хлебопекарной отрасли. У нас есть ощущение, что данные рынки ожидали прихода Intralox, и что тенденция роста продолжится в ближайшие годы.

В течение последних пяти лет мы активно работали на российском рынке. За последние два года наши обороты сократились, но сейчас они медленно растут, и, судя по контактам на выставке IBA-2015, рост спроса можно ожидать с 2016 года.

Недавно мы наняли менеджера по продажам, отвечающего за хлебобулочную отрасль в России и Восточной Европе. Сейчас в штате каждого ключевого отдела (по сбыту на местах, техническому обслуживанию и клиентским услугам) есть несколько русскоговорящих сотрудников.

Россия – очень интересный рынок, если учитывать его размер и высокую концентрацию населения вокруг крупнейших городов, прежде всего, Москвы и Санкт-Петербурга. Более того, мы видим рост спроса на замороженные изделия и западную продукцию. В отношении технологий большинство запросов, которые мы получаем, касаются инновационной спиральной системы DirectDrive для охлаждения и заморозки.

В будущем мы рассчитываем увеличить наш клиентский портфель именно за счет выхода на крупных российских производителей хлебобулочных изделий.



Павел Морозов (Wachtel GmbH)

Немецкая компания Wachtel GmbH обладает более чем 90-летним опытом производства высококлассных решений для хлебопекарной промышленности. На выставке IBA-2015 она представила свои печи и автоматическое оборудование для их загрузки, а также климатические установки. Все оборудование оснащено современными системами управления с возможностью встраиваться в компьютерные сети.

Ассортимент печей компании очень широк и включает в себя конвекционные, подовые, комбинированные установки с разным типом пита-



CSB-System

Отраслевое IT-решение для управления Вашим предприятием

Успех – вопрос системы



НАШ КЛИЕНТ - НАСК АГ

Быстрее Надежнее Эффективнее

Предприятия хлебопекарной и кондитерской отраслей во всем мире успешно используют IT-решение CSB-System, в том числе, НАСК АГ:

«Какова отличительная черта нашего сотрудничества с компанией CSB-System? Это доверие. Доверие надежному IT-партнеру, поддерживающему нас в оптимальном достижении наших целей».

Петер Хак, председатель правления НАСК АГ

CSB-System в России:

115054 г. Москва, ул. Пятницкая 73, офис 8
Тел.: +7 (495) 641-51-56 ■ Факс: +7 (495) 953-31-16

197342 г. Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская 2, офис 423
Тел.: +7 (812) 449-42-63 ■ Факс: +7 (812) 449-42-64

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

ния: электрическим, газовым и жидкотопливным. На протяжении долгих лет у Wachtel было совместное производство с фирмой Winkler. От одного из лидеров на рынке хлебопекарного оборудования мы унаследовали технологии изготовления газовых и жидкотопливных этажных печей Columbus и ротационных печей Compact, зарекомендовавших себя с точки зрения высокого качества и надежности.

Wachtel относится к числу тех немногих компаний, которые в последние годы вывели на рынок целый ряд новинок. Одной из первых стала технология специального внутреннего покрытия подовых печей STIR, использование которой позволяет сокращать время выпекания в среднем на 25-30%. Сегодня мы – единственные производители, использующие ее и в подовых, и в ротационных печах, работающих на газе или солярке. Кстати, серийная модель электрической ротационной печи с применением такой технологии



Павел Морозов:
«Wachtel GmbH на выставке iba-2015 представила свои печи и автоматическое оборудование для их загрузки, а также климатические установки».

ICT (Infrared Ceramic Technology) также была представлена на нашем стенде в рамках iba-2015.

С 2004 года мы предлагаем клиентам и холодильное оборудование. Одна из наших уникальных технологий в этой области – так называемое «холодное брожение» (cool rising) – технология контролируемого процесса расстойки заготовок путем понижения температуры, которая позволяет повышать качество изделий и оптимизировать производственные процессы. В 2004 году наша компания была награждена за эту уникальную разработку.

Предприятия, которые уже приобрели оборудование, сделанное с использованием новых технологий, высоко оценили его качество и эффективность. Благодаря широкому ассортименту среди наших клиентов есть

крупные хлебозаводы и частные пекарни, кондитерские фабрики и небольшие кафе, сети гипермаркетов и магазины. Всех их объединяет желание и возможность производить высококачественную продукцию.

Список наших заказчиков постоянно пополняется. Знакомство с ними происходит традиционно на выставках, в которых наша фирма участвует регулярно. Кроме того, мы сами или совместно с партнерами проводим тематические семинары, которые тоже являются эффективным инструментом поиска новых клиентов из разных стран.

Интерес к нашей компании проявляют производители хлебоуточных изделий со всего мира. Но особенно высокий спрос на оборудование фирмы Wachtel в последнее время мы отметили в некоторых странах восточной Европы – в Румынии, Венгрии, Польше, Чехии, Словакии, которые раньше не всегда могли позволить себе качественное немецкое оборудование. Это связано, в первую очередь, со стремлением повысить вою конкурентоспособность на рынке и, конечно, с новыми возможностями, которые предоставляет евроинтеграция.

Что касается работы с Россией, то на рынке этой страны наше оборудование впервые появилось в конце 80-х годов прошлого века под логотипом компании Winkler, которая была официальным представителем Wachtel тогда еще в СССР. Крупные советские предприятия, такие как машиностроительные заводы и металлургические комбинаты, за валюту приобретали комплексные пекарни производства Wachtel через внешнеторговые организации, так как сами еще не имели прямого выхода на иностранных производителей.

С тех пор наш список российских клиентов существенно пополнился: с помощью оборудования фирмы Wachtel были модернизированы многие хлебопекарные предприятия страны. За более чем 20 лет присутствия на российском рынке мы оснастили своей техникой пекарни и хлебозаводы Северо-Запада и центра России, Урала и Зауралья, Дальнего Востока.

Прошедший год стал серьезным испытанием как для многих зарубежных машиностроителей, так и для наших существующих и потенциальных российских клиентов. Хотя наши цены на оборудование почти не изменились,

по известным экономическим причинам возможности наших покупателей стали значительно скромнее, ведь их прибыль не выросла так же, как курс евро. Поэтому, чтобы не прерывать сотрудничество, приходится искать его взаимовыгодные формы.

Однако спрос на наше оборудование у российских производителей сохранился даже сейчас. Круг наших клиентов расширяется. При поиске новых заказчиков мы стараемся охватить все сегменты рынка. При этом мы не делим их на малых, средних и крупных. Для нас важен каждый клиент, его заботы и потребности. Философия Wachtel гласит: у нас не должно быть ни одного недовольного клиента. Поэтому мы поддерживаем контакты со всеми своими заказчиками – прошлыми, настоящими и потенциальными, делая все возможное, чтобы они действительно были довольны нашим сотрудничеством.

В целом, несмотря на сложившуюся сегодня на российском рынке непростую ситуацию, мы не собираемся его покидать. Ведь за прошедшие 20 с лишним лет нашего сотрудничества были разные времена, разные экономические условия. Мы многое прошли с нашими партнерами из России и собираемся продолжать свою деятельность как на рынке этой страны, так и в государствах СНГ, внедряя на хлебопекарные производства новые технологии.



Марк Клаассен (TREIF)

Компания TREIF специализируется на разработке и изготовлении машин, производственных линий и систем, предназначенных для нарезки пищевых продуктов на куски и ломтики. Наши покупатели – пекарни, магазины, супермаркеты, столовые и промышленные предприятия по всему миру.

Для знакомства клиентов с нашей продукцией мы посещаем их производства, чтобы понимать их нужды и собственные задачи, выстраиваем партнерские отношения с отраслевыми ассоциациями, рекламируем свои установки в отраслевых СМИ. И конечно, участвуем в специализированных выставках – таких как iba. В этом году на крупнейшей выставке для специалистов хлебопекарной индустрии

мы представили нашу гордость – новые хлебобрезательные машины премиального качества, отвечающие самым строгим гигиеническим требованиям, PRIMUS 400 и PRIMUS smart.

Установки имеют полностью открытую конструкцию, которая обеспечивает свободный доступ ко всем механизмам для легкого проведения гигиенической обработки. При этом попадание загрязнений в техническую секцию (например, от мучной пыли) исключается благодаря полной изоляции от секции нарезки.

Еще одна новая функция машин – возможность выбора двух скоростей нарезки в стандартной комплектации оборудования. Скорость выбирается нажатием кнопки. При работе в эко-режиме машины обеспечивают нарезку 130 ломтиков в минуту, а в высокоскоростном способны нарезать до 220. Но независимо от выбранного режима, PRIMUS 400 и PRIMUS smart работают с пониженным уровнем шума. Хорошо зарекомендовавшая себя система звукопоглощающих щеток (патент TREIF) была модифицирована и оптимизирована.



Марк Клаассен:

«На выставке iba-2015 было представлено наше крайне интересное предложение – специально разработанная для продаж на экспорт хлебобрезка VARIUS».

Модели PRIMUS 400 и PRIMUS smart обеспечивают отличные результаты нарезки для всех сортов хлеба (даже свежее испеченного). Отличие между двумя машинами заключается лишь в длине и ширине загрузочного лотка. Длина загрузочного лотка модели PRIMUS 400 составляет 400 мм. Модель PRIMUS smart предлагается с загрузочным лотком длиной 350 мм. При ширине 650 мм данная машина на 150 мм меньше модели PRIMUS 400.

На выставке iba-2015 было представлено еще одно наше крайне интересное предложение – специально разработанная для продаж на экспорт хлебобрезка VARIUS, оснащенная высококачественными серповидными ножами. Это – универсальная установка, бюджетная модель. Она позиционируется как альтернатива хлебобрезательным машинам с рамными ножами.

VARIUS имеет десять различных вариантов толщины нарезки ломтя, функцию разрезания булки пополам и возможность автоматической установки ножа в положение очистки. Передний щиток машины легко снимается для очистки. Как и все хлебобрезки производства TREIF, модель VARIUS не требует смазки ножа.

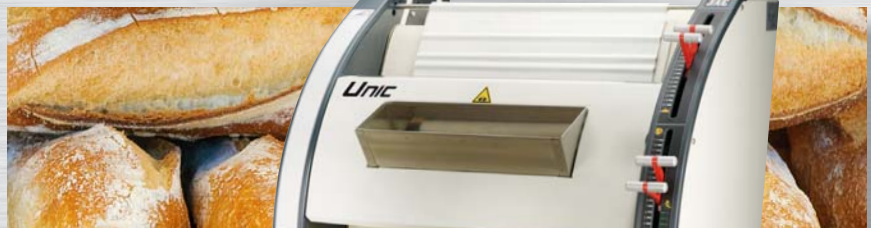
На российском рынке фирма TREIF известна как поставщик оборудования для нарезки мяса. А вот сотрудничество компании с производителями хлебобулочных изделий только началось. И спрос на наше оборудование для нарезки хлеба в этой стране растет.

В будущем мы ожидаем плодотворного сотрудничества с российскими хлебопекарными предприятиями. **КС**

3x
совершеннее

- Высшей марки
- Более практичная
- Более полифункциональная

JAC



Тестоформовочная машина

WWW.JAC-MACHINES.COM

UNIC

2013-100-03-RU



Событие: **Modern Bakery Moscow**
www.modern-bakery.ru

Информация предоставлена
организаторами выставки Modern
Bakery Moscow

Демонстрация самых актуальных решений для хлебопекарной и кондитерской отраслей

Мodern Bakery Moscow – единственная выставка в России и странах СНГ, демонстрирующая полный спектр ингредиентов, оборудования и технологий для изготовления хлебобулочных и кондитерских изделий. Ежегодно она подтверждает статус ключевого мероприятия отрасли, демонстрируя профессиональной аудитории динамичный рост и развитие.

О мероприятии

В 2016 году Modern Bakery Moscow открывает свои двери для специалистов в ЦВК «Экспоцентр» (Москва) с 14 по 17 марта.

На протяжении многих лет существования выставку поддерживают Министерство сельского хозяйства РФ, Торгово-промышленная палата РФ, Российский союз хлебопекарной промышленности, Союз производителей пищевых ингредиентов, Союз мороженщиков России, Международная промышленная академия, ФГБНУ НИИ хлебопекарной про-

мышленности, ФГБНУ ВНИИ кондитерского промышленности и многие ведущие вузы.

Традиционно мероприятие демонстрирует продукцию таких тематических направлений, как ингредиенты и сырье, продукты глубокой заморозки; пищевые технологии и оборудование; упаковка, хранение и транспортировка пищевых продуктов; оснащение ресторанов, кафе и магазинов; гигиена производства.

В 2016 году экспозиция займет в общей сложности два выставочных павильона ЦВК «Экспоцентр»: павильоны №7 (залы 3, 4, 5, 6) и «Форум».

Участники

Ведущие компании из различных стран мира представят свою продукцию и услуги на площадке Modern Bakery Moscow. Выставка будет интересна специалистам, отвечающим за организацию производства и закупки, руководи-

телям заводов, владельцам торговых сетей, главным технологам, менеджерам крупного и среднего звена, рестораторам, владельцам кафе, булочных и мини-пекарен.

На сегодня экспозиция уже сформирована на 70%. Среди ключевых компаний, подтвердивших свое участие, – такие мировые лидеры отрасли, как Wachtel, Berner Ladenbau, Koenig Maschinen, J4, Leipurien Tukku, Fazer, Mondial Forni, компании «Восход», «Рондо», «МИВЕ», «Нижегородский хлеб» и многие другие.

На выставке, помимо традиционных участников, уже сейчас можно отметить большое количество новых экспонентов. Среди них Lipsia, Truffly Made («Шоколад-шоколад») Saneq Technology, компании «Солнечные продукты», «Неос Ингредиенты» и другие.

Деловая программа

Как никогда ранее, бизнес-программа выставки насыщена практическими семинарами, мастер-классами и конференциями. Среди главных событий – Конкурс Кондитерского Искусства, мастер-классы Richemont, семинар «Пекарня 21 века» и другие семинары и мастер-классы от многоуважаемых партнеров Modern Bakery Moscow.

В течение четырех дней выставку будет сопровождать профессиональная деловая программа, в которую войдут не только ставшие ведущими в своей отрасли форумы и конференции, но и круглые столы и семинары, посвященные новым темам. В частности, особое внимание планируется уделить упаковке, гигиене на пищевых производствах и ресторанному бизнесу.

Впервые в этом году будет организована зона мастер-классов «Новинки рынка ингредиентов и сырья». Все четыре дня на Modern Bakery Moscow 2016 будет работать специальная зона для демонстрации ингредиентов и сырья для кондитерской и хлебопекарной отрасли от ведущих производителей.

Уже сейчас открыта онлайн-регистрация на выставку. Получить бесплатный билет, можно на сайте www.modern-bakery.ru **Р**

СПРАВКА

Что нового представит выставка «Modern Baker Moscow» в 2016 году?

- Новые даты: в следующем году выставка пройдет в марте
- На день дольше: мероприятие продлится четыре дня
- Новые экспоненты
- Мастер-классы от производителей ингредиентов и сырья

22-я Международная специализированная
выставка для хлебопекарного
и кондитерского рынка

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**

14-17 марта 2016

Москва, ЦВК "Экспоцентр"
Павильон 7, павильон "Форум"



messe frankfurt

www.modern-bakery.ru



O/W/P



Siger
RIMINI

Досье

Событие:

Siger

Дата проведения: 23-27 января 2016 года

Организаторы: Римини Фьера СПА

Проводится: в 37-й раз

Периодичность: 1 раз в год

Категория: международная

Вход: только для специалистов



Главные события и передовые технологии на выставке Siger-2016

Информация предоставлена организаторами выставки Siger-2016
Фото: www.siger.it

Международная выставка мороженого, кондитерских и хлебобулочных изделий Siger-2016 пройдет 23-27 января в выставочном центре «Римини». Возвращается Кубок мира по приготовлению мороженого.

37-я Международная выставка Siger открывает 2016 год и предоставляет идеальную возможность для дальнейшего продвижения продуктов питания, произведенных в Италии, поскольку сочетает конкретные бизнес-технологии и рекламно-информационную деятельность. Это крупнейшее событие в отрасли непромышленного производства мороженого, кондитерских и хлебобулочных изделий приобретает все большее признание. В прошлом году в выставке приняли участие более 187 тыс. специалистов отрасли, из которых 38 тыс. прибыли из других стран. При этом число посетителей за последние пять лет увеличилось практически вдвое. Данный факт подтверждает высокий инновационный потенциал данной отрасли.

Программа выставки на 2016 уже составлена. Она включает крупные мероприятия международного характера и оригинальные шоу, которые традиционно позволяют показать свой профессиональный уровень главным мировым школам кондитерского искусства и их преподавателям.

В рамках программы Siger-2016 в престижном Hall Sud пройдет Кубок мира по приготовлению мороженого. За главный

СПРАВКА

Время работы:
9.30-18.00,
в последний день: 9.30-15.00
(15.00-17.00 только по билетам,
приобретенным online)

Информация для экспонентов:
по тел. +39 (0)541/744521,
по факсу +39 (0)541/744772

Сайт: <http://ru.siger.it/fiera/presentazione.asp>

E-mail: r.masini@riminifiera.it

СПРАВКА

Итало-Российская Торговая Палата ведет тесное сотрудничество с организаторами выставки Siger, в рамках которого ей было поручено сформировать делегацию представителей российских компаний для участия в экспозиции. За дополнительной информацией вы можете обращаться в Московский офис ИРТП к Вере Павловой (тел.+7 495 989 68 16 доб.113), в Миланский офис ИРТП к Ирине Назаровой (тел. +39 02 86995240) или написать на адрес: fiere@ccir.it

приз будут бороться 12 команд из Аргентины, Австралии, Германии, Испании, Италии, Марокко, Мексики, Польши, США, Чили, Швейцарии, Японии.

В кондитерском конкурсе The Pastry Queen примут участие команды из Австралии, стран Балканского региона, Бразилии, Индии, Италии, Франции, Швейцарии, Японии. Этот конкурс, предназначенный для женщин-кондитеров из всех стран мира, предоставит самым талантливым из них возможность проявить свой профессионализм и станет новой ступенью на пу-



Программа выставки на 2016 уже составлена. Она включает крупные мероприятия международного характера и оригинальные шоу, которые традиционно позволяют показать свой профессиональный уровень главным мировым школам кондитерского искусства и их преподавателям

ти успешного карьерного роста. Его главная тема – искусство танца, экспрессивный характер которого подчеркивается точностью, изяществом и безупречностью каждого движения в женском исполнении. Такой танец должен вдохновить участниц на создание настоящих произведений искусства: современных тортов, кофейных десертов в стаканчике, монопорций шоколадного торта, пирожных в виде ювелирных украшений и скульптур из сахара и пастилы.

Международный конкурс шоколадного искусства The Star of Chocolate пройдет на Арене кондитера 25 января. Известные шоколатье приготовят изделия, раскрывающие, по их мнению, тему «Джазовая музыка». Шоколад, у которого всегда были почитатели во всем мире, благодаря своей вязкости стал одним из главных ингредиентов кондитерских изделий. А в ловких руках настоящих мастеров своего дела он приобретет особый вкус и особые формы – эклеров, шоколадной чашки с пирожными разных видов, десертов в стаканчиках и шоколадных скульптур.

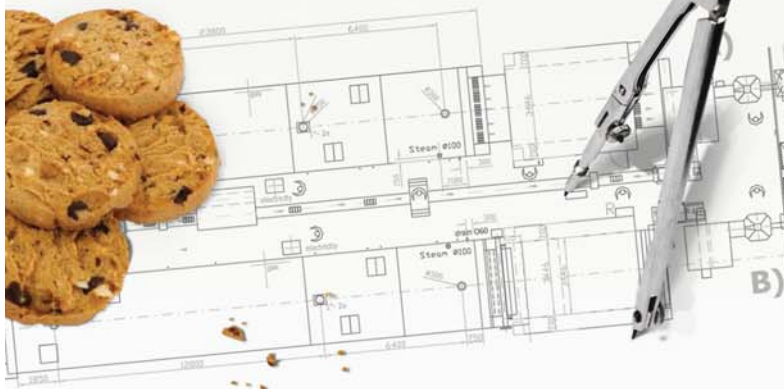
Одновременно с выставкой Siger-2016 в павильонах B7 и D7 будет проводиться выставка RHEX (Rimini Horeca Expo), посвященная оборудованию и технологиям для отрасли общественного питания. **Р**

Мы строим печи для настоящих мастеров своего дела!



Р / Черн,
РРР - Р / Приносящие
Р / Прибыль!

- быстрая окупаемость инвестиций
- привлекательные условия финансирования сделки
- экономия трудовых и энергоресурсов
- достижение высокого объема производства
- новое – однородное и стабильное качество изделий
- срок службы печей – от 25 лет



Наши дилеры:

ГК «Алитет»
+7 (812) 718-66-07
www.alitet.com

«СЭМЗ»
+7 (343) 37-37-171,
37-37-121

ООО «Нижегородский Хлеб»
+7 (831) 248-18-48,
273-98-46, 273-98-47

ООО «УК Меркурий»
+7 (903) 794-76-91

«DVORAK»
+7 (495) 926-10-92

Оконт & К
+7 800 505-10-97

Представительство J4 в РФ и странах СНГ

4-я Тверская-Ямская 33/39,
125047, Москва
+7 (499) 978 71 95
+7 (926) 522 42 66, +7 (926) 522 42 33
moskva@j4.cz
www.j4.cz
www.j4.eu

Наши партнеры:



www.j4.cz

Авторы: **Евгений Смирнов**,
к.х.н., член правления
Союза производителей
пищевых ингредиентов

Полина Семенова,
к. т. н, исполнительный директор
Союза производителей
пищевых ингредиентов

Практика применения технических регламентов Таможенного союза

Кондитерские изделия – продукты массового потребления. Именно поэтому важнейшим вопросом при их изготовлении является безопасность применяемых ингредиентов.

Особое место кондитерских изделий в структуре питания определяет обеспечение их высокого качества и широкого ассортимента – для производства разных видов кондитерских изделий используется более 600 сырьевых компонентов и ингредиентов. Данные векторы определяют направления развития отрасли.

Обеспечение стабильного качества готовой продукции основывается на оптимальном способе ведения технологического процесса с учетом показателей качества сырья, направленном и обоснованном применении микроингредиентов, в том числе и пищевых добавок полифункционального действия, а также внедрении современных методов техно-химического контроля качества сырья, полуфабрикатов и готовой продукции.

Законодательная база

Правила использования пищевых ингредиентов и маркировки содержащей их продукции на территории Таможенного союза прописаны в технических регламентах ТС: «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011), «Требования к безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» (ТР ТС 029/2012), «Пищевая продук-

ция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011) и «О безопасности упаковки» (ТР ТС 005/2011).

На территории ТС одновременно действуют требования всех технических регламентов при разных сроках вступления их в силу, а также единые санитарные требования (ЕСТ).

Получается, что на территории ТС одновременно действуют требования всех технических регламентов при разных сроках вступления их в силу, а также единые санитарные требования (ЕСТ). При этом требования СанПиНов в части, не противоречащей требованиям технических регламентов и ЕСТ, сохраняются.

При этом требования СанПиНов в части, не противоречащей требованиям технических регламентов и ЕСТ, сохраняются.

Определенную сложность в части исполнения требований регламентов

ТС вызывает наличие некоторых расхождений в обязательных требованиях.

ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» содержит требования к микробиологическим показателям, устанавливает допустимые уровни содержания тяжелых металлов и радионуклидов. Согласно данному документу, в продуктах питания не допускается содержание диоксинов, меланина, зараженности вредителями, афлатоксина В 1, зеараленона, Т-2 токсина, охратоксина А, фумонизинов В 1 и В 2, бензопирена и др.

Также ТР ТС 021/2011 содержит ограничения по использованию сырья для детского питания и предусматривает государственную регистрацию производственных объектов (производство и переработка продукции животного происхождения) и государственный учет всех пищевых производств.

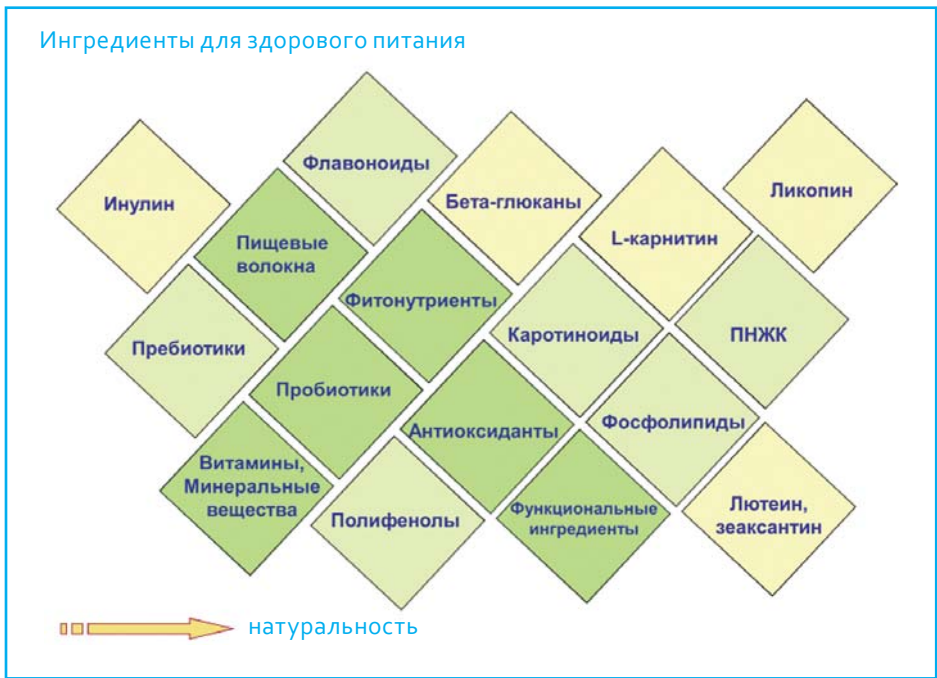
ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» устанавливает единые на территории ТС обязательные для исполнения требования к пищевым ингредиентам и продукции, произведенной с их применением.

В данном документе установлены объекты технического регулирования, требования к их безопасности, правила применения и идентификации. Кроме

Пищевые добавки, не разрешенные к применению в России при производстве пищевых продуктов

Код	Пищевая добавка	Технологическая функция
E 121	Цитрусовый красный	Краситель
E 123	Амарант	Краситель
E 128	Красный 2G	Краситель
E 154	Коричневый FK	Краситель
E 160f	Этиловый эфир бета-апо-8,- каротиновая кислота(C30)	Краситель
E 161g	Кантаксантин	Краситель
E 240	Формальдегид	Консервант
E 924a	Бромат калия	Улучшитель муки и хлеба
E 924b	Бромат кальция	Улучшитель муки и хлеба
E 216	Пара-оксибензойной кислоты пропиловый эфир	Консервант
E 217	Пара-оксибензойной кислоты пропилового эфира натрия соль	Консервант
E 912 ^{x)}	Эфиры монтановой кислоты	Глазирователь

x) – правка вносится в ТР ТС 029/2012



того, в нем указаны требования к маркировке пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств (ТВС) в пищевой продукции, изготовленной с их использованием, а также формы и процедуры оценки и подтверждения соответствия (декларирования).

Наряду с пищевыми добавками (в том числе комплексными), ароматизаторами и ТВС (в том числе ферментными препаратами) объектами техни-

ческого регулирования, попадающими под данный регламент, являются выпускаемые в обращение и находящиеся в обращении на единой таможенной территории пищевые продукты, в части содержания в них пищевых добавок, ароматизаторов и остаточных количеств ТВС.

ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» содержит требования к маркировке потребительской и транспортной упаковки, пере-

числяет продукты, вызывающие аллергические реакции, устанавливает необходимость предупреждающих надписей при наличии отдельных компонентов. Документ ссылается на «вертикальные» регламенты, содержащие дополнительные требования к маркировке. Согласно ТР ТС 022/2011, существует ряд правил нанесения на упаковку продуктов питания информации.

- При указании сроков годности в формате «дата изготовления» для продуктов со сроками реализации не более 72 часов указываются час, число и месяц выпуска товара. Если же срок хранения продукта составляет от 72 часов до трех месяцев, то на упаковке указывается число, месяц и год его изготовления.

- Указывая сроки хранения в формате «годен до», на упаковке необходимо обозначать час, число и месяц для продуктов, сроки годности которых составляют не более 72 часов; число, месяц, год для товаров со сроками годности от 72 часов до трех месяцев; «годен до конца» с указанием месяца, года или «годен до» с указанием числа, месяца, года при сроке годности продукции не менее трех месяцев.

- Состав, количество, дата изготовления, срок годности, наименование изготовителя и другие сведения, предусмотренные регламентом, должны наноситься на потребительскую упаковку, этикетку, или листок-вкладыш, помещаемый в каждую упаковочную единицу либо прилагаемый к каждой упаковочной единице.

При маркировке продукции производители часто допускают ошибки. Например, не указывают в составе продукта все ингредиенты, даты изготовления и годности не указывают в определенном регламентом порядке, наименование продукции не соответствует требованиям ТР ТС или отсутствует маркировка упаковочного материала.

Основные принципы указания информации на упаковке

Производство кондитерских изделий практически невозможно без применения пищевых микроингредиентов – добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств.

Ингредиенты, которые используются в кондитерской промышленности, позволяют добиваться стабильного качества продукции при колебании свойств основного сырья, снизить себе-

Перечень пищевых продуктов, рекомендуемых к обогащению витаминами и минеральными веществами [Приложение № 19 к СанПиН 2.3.2. 1078-01]

Группа пищевых продуктов	Микронутриент, рекомендуемый для обогащения
1	2
1. Мука пшеничная высшего и первого сорта	Витамины: В1, В2, В6, РР, фолиевая кислота, С (технологическая добавка) Минеральные вещества: железо, кальций
2. Хлеб и хлебобулочные изделия	Витамины: В1, В2, В6, РР, фолиевая кислота, бета-каротин Минеральные вещества: железо, кальций, йод
6. Зерновые продукты (готовые завтраки, готовые к употреблению экструдированные продукты, макаронные и крупяные изделия быстрого приготовления)	Витамины: С, А, Е, D, бета-каротин, В1, В2, В6, РР, В12, фолиевая кислота, пантотеновая кислота, биотин Минеральные вещества: железо, кальций, йод
7. Масложировая продукция (масла растительные, маргарины, спреды, майонезы, соусы)	Витамины: А, Е, D, бета-каротин
9. Кондитерские изделия	Витамины: С, А, Е, бета-каротин, В1, В2, В6, РР, фолиевая кислота Минеральные вещества: йод, железо, кальций, магний
10. Концентраты плодово-ягодные с добавлением сахара или других подслащающих веществ (варенье, джем, конфитюр, желе, фруктовое мороженое и др.)	Витамины: С, А, Е, бета-каротин, В1, В2, В6, РР, фолиевая кислота Минеральные вещества: йод, железо, кальций
12. Соль пищевая поваренная	Минеральные вещества: йод, фтор*, калий, магний

* – для территорий с дефицитом этого микроэлемента

стоимость изделий, сохранить их традиционные потребительские свойства, в частности вкус, цвет, аромат.

Для производства продуктов питания в РФ разрешены 364 пищевые добавки: 356 из них с индексом Е и 8 – без индекса Е, не считая комплексных пищевых добавок, число которых постоянно увеличивается.

Наиболее широко в кондитерском производстве применяются ароматизаторы, красители, кислоты, регуляторы кислотности и консерванты, глазирователи, стабилизаторы, эмульгаторы, наполнители, загустители, подсластители, ТВС (в том числе ферментные препараты), улучшители и усилители вкуса и аромата. Кроме того, в кондитерской промышленности популярны комплексные пищевые добавки – смесь ингредиентов, выработанная как товарная продукция.

Один из наиболее сложных вопросов при маркировке пищевых продуктов – правильное указание их состава. Данный аспект регулируется требованиями п. 4.4. «Общие требования к указанию в маркировке состава пищевой продукции» ТР ТС 022/2011, согласно которому входящие в состав пищевой продукции компоненты указываются в порядке убывания их массовой доли на момент производства пищевой про-

дукции, если иное не установлено требованиями ТР ТС на отдельные виды пищевой продукции. Непосредственно перед указанием данных компонентов должна размещаться надпись «Состав».

При наличии в продукте компонента из двух и более ингредиентов в составе пищевой продукции, в соответствии с требованиями пункта 1 части 4.4 ТР ТС 022/2011, указывается перечень всех ингредиентов, входящих в его состав, или составной компонент с дополнением к нему в скобках ингредиентов в порядке убывания их массовой доли в нем. В случае, если массовая доля составного компонента в конечном продукте не более 2%, допускается не указывать входящие в него ингредиенты, за исключением пищевых добавок, ароматизаторов и входящих в их состав пищевых добавок, биологически активных веществ и лекарственных растений, компонентов, полученных с применением ГМО и компонентов, указанных в пункте 14 части 4.4 статьи 4 ТР ТС 022/2011.

Согласно ТР ТС 022/2011 составной компонент – это компонент, состоящий из двух и более ингредиентов. Однако ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» не предусматривает термина «составной компонент», но содержит термин аналогичного содержа-

ния – «пищевая продукция смешанного состава», иными словами «пищевая продукция, состоящая из двух или более компонентов, за исключением пищевых добавок и ароматизаторов». Таким образом, ароматизатор не является составным продуктом.


В данном случае регламент не требует раскрывать состав ароматизатора, как это иногда трактуется, но уточняет, что если в составном компоненте имеется ароматизатор, то обязательно указание ароматизатора и в составе конечной пищевой продукции, равно как и пищевых добавок, входящих в состав ароматизатора, но только в том случае, если такие пищевые добавки выполняют функциональную роль в конечном пищевом продукте. Об отсутствии требования раскрывать состав вкусоароматической части ароматизатора прямо указывает ТР ТС 029/2012.

Согласно ТР ТС 022/2011, вода может не указываться в составе пищевой продукции в случаях, если она используется в процессе производства пищевой продукции для восстановления концентрированной, сгущенной или сухой пищевой продукции или входит в состав жидкого компонента (в том числе бульона, маринада, рассола, сиропа, тузлука), указанного в составе пищевой продукции.

Согласно ТР ТС 022/2011, в составе пищевой продукции допускается не указывать: придуманные названия* ароматизаторов (п. 5 ст. 4.4 022/2011); рас-

* Придуманное название представляет собой слово или словосочетание, которые могут дополнять наименование пищевой продукции. Оно может не отражать ее потребительские свойства и не должно заменять собой наименование пищевой продукции [ТР ТС 022, ст.2]. Применительно к ароматизаторам, например, для продукта, содержащего в своем составе ароматизатор, придуманным названием будет «малина», «клубника», «ваниль».

Основные требования к маркировке (Статьи 4.1 / 4.2. ТР ТС 022/2011)

Потребительская упаковка	Транспортная упаковка
• наименование	• наименование
• состав	
• количество	• количество
• дата изготовления	• дата изготовления
• срок годности	• срок годности
• условия хранения	• условия хранения
• изготовитель / импортер / уполномоченное лицо	• изготовитель
• правила использования (способ приготовления)	• идентификация партии (номер партии)
• пищевая ценность	
• сведения о наличии ГМО	
• единый знак обращения 	

творители, носители в составе ароматизаторов, пищевых добавок (п. 8 ст. 4.4 022/2011); вкусоароматические вещества (препараты) в составе ароматизаторов (п. 1 ст. 10 029/2012); технологические вспомогательные средства (п. 8 ст. 4.4 022/2011); вещества из составных компонентов, не изменяющие свойств пищевой продукции (п. 8 ст. 4.4 022/2011); консервант диоксид серы при его содержании в пищевой продукции менее 10 мг/кг (л) в пересчете на диоксид серы.

При наличии пищевой добавки в составе продукта питания должно быть указано функциональное (технологическое) назначение (регулятор кислотности, стабилизатор, эмульгатор и т. д.) и наименование пищевой добавки, которое может быть заменено индексом пищевой добавки согласно Международной цифровой системе (INS) или европейской цифровой системе (EAN).

Если пищевая добавка имеет различное функциональное назначение, указывается функциональное назначение, соответствующее цели ее использования. Двуокись углерода, используемую в качестве компонента при производстве пищевой продукции, не требуется указывать в составе пищевой продукции при включении в маркировку пищевой продукции надписи «газированная» или аналогичной (ТР ТС 022/2011: часть 4.4, п. 6).

В соответствии с законодательством, наличие пищевой добавки должно указываться на этикетке. При этом добавка может обозначаться как индивидуальное вещество или как представи-

тель функционального класса в сочетании с кодификационным индексом.

Таким образом, маркировка типа «комплексная пищевая добавка...» без раскрытия ее состава (т. е. без указания всех пищевых добавок, выполняющих технологическую функцию

Первый опыт реализации требований ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» выявил необходимость внесения в него изменений, позволяющих учесть последние требования международного законодательства, исключить разночтения по требованиям безопасности пищевых добавок по ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» и маркировки по ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части маркировки».

в конечной пищевой продукции) недопустима. Также не допускается использование термина «вкусоароматическая добавка», не предусмотренного ТР ТС 029.

После некоторых номеров и кодов Е-стандарты строчные буквы: Е160а – каротин;

Е150а – сахарный колер I – простой и т.д. Введение строчных букв – это дополнительная классификация групп пищевых добавок, объединенных общим видом. Строчные буквы – неотъемлемая часть кодов Е и должны обязательно применяться для обозначения пищевой добавки и выносятся на этикетку пищевого продукта. В отдельных случаях перед названием пищевой добавки проставляются строчные римские цифры, например, Е141i – хлорофилла комплекс медный; Е141ii – медного комплекса хлорофиллина натрия и калиевая соли. Римские цифры уточняют строение соединений, не являются обязательной частью обозначения и не выносятся на этикетку пищевого продукта.

Маркировка пищевой продукции, в состав которой входят подсластители-сахароспирты, непосредственно после указания состава пищевой продукции должна дополняться надписью «Содержит подсластитель (подсластители). При чрезмерном употреблении может (могут) оказывать слабительное действие» ([ТР ТС 022]: часть 4.4, п. 12).

Данная трактовка ТР ТС 022/2011 требует уточнения и гармонизации с Евродирективой: «Маркировка пищевой продукции, в состав которой входят подсластители-сахароспирты (Е420 сорбит, Е421 маннит, Е953 изомальтит, Е965 мальтит, Е966 лактит, Е967 ксилит, Е968 эритрит) в количестве более 10%, непосредственно после указания состава пищевой продукции должна дополняться надписью: «Содержит подсластитель сахароспирт (подсластители сахароспирты). При чрезмерном употреблении может (могут) оказывать слабительное действие». Тогда будет понятно, что только данная группа подсластителей может вызывать послабляющий эффект. К другим подсластителям это не относится.

Если при изготовлении кондитерской продукции используется пищевая добавка сорбит (Е420) с функциональным назначением эмульгатора, влагоудерживающего агента или носителя, по мнению контролирующих органов, также необходимо выносить предупреждающую надпись на маркировку «Содержит подсластитель (подсластители), вызывающие слабительное действие», ведь физиологический эффект на организм человека не зависит от технологической функции пищевой добавки и в роли любой функции допустимый уровень использования добавок

должен быть одинаков, независимо от цели ее использования при производстве пищевого продукта. Так как в случае использования сорбита не как подсластителя, производитель обязан руководствоваться регламентами внесения данной добавки в соответствии с Приложениями 12 и 15 ТР ТС 029/2012 для эмульгатора/влагоудерживающего агента/носителя, а они значительно разнятся с регламентом применения сорбита как подсластителя (При-

Сейчас термин «ароматизатор» используется взамен терминов «ароматизатор идентичный натуральному» или «ароматизатор искусственный». Вынесение на этикетку слов идентичный натуральному или искусственный ароматизатор является нарушением регламента ТР ТС 022/2011. Недопустимо также использование термина «вкусоароматическая добавка».

ложение 13 ТР ТС 029/2012) и, казалось бы, «слабительное действие» не будет достигнуто, требования ТР ТС 022/2011 необходимо строго соблюдать, пока не внесены соответствующие изменения.

При использовании в пищевом продукте аспартама и ацесульфама соли, должна размещаться надпись «Содержит источник фенилаланина»

Для пищевых продуктов, содержащих красители E122 Азориубин, E104 Желтый хинолиновый, E110 Желтый «солнечный закат», E129 Красный очаровательный АС, E124 Понсо 4R, E102 Тартразин должна наноситься предупреждающая надпись «Содержит краситель (красители), который (которые) может (могут) оказывать отрицательное влияние на активность и внимание детей».

Функциональная продукция

Большинство современных потребителей все более внимательны к своему рациону и по возможности стараются включать в него полезные для здоровья продукты, в том числе кондитерские изделия с пониженным содержанием сахара, жира, обогащенные вита-

минами и функциональными компонентами.

Внесение в кондитерские изделия функциональных ингредиентов позволяет не только расширять ассортимент, но и разрабатывать сорта, поддерживающие и улучшающие состояние здоровья различных групп населения. Учитывая химический состав и функциональные свойства тех или иных ингредиентов, а в особенности их природное происхождение, можно предположить, что это позволит сократить дефицит отдельных компонентов в питании.

Функциональная кондитерская продукция должна содержать в своем составе такие ингредиенты, как витамины и минеральные вещества, белковые обогатители, полиненасыщенные жирные кислоты и жиры специального назначения, пищевые волокна, пробиотики, биологически активные вещества.

Существует ряд стандартов, на которые стоит ориентироваться при производстве функциональной/специализированной кондитерской продукции. Это – ГОСТ Р 55577-2013 «Пищевые продукты функциональные. Информация об отличительных признаках и эффективности», ГОСТ Р «Пищевые продукты функциональные. Биологически активные добавки. Требования к прослеживаемости» и ГОСТ Р «Продукты диетического (лечебного и профилактического) питания. Смеси белковые комбинированные сухие. Общие технические условия».

Согласно СанПиНу 2.3.2.2804-10 «Дополнения и изменения № 22 к СанПиН 2.3.2.1078-01 Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов», при производстве обогащенной продукции допускается увеличивать содержание в ней витаминов по отношению к декларированным показателям, но не более чем на 70% для витамина С и не более чем на 50% для остальных витаминов, в связи с естественным снижением количества витаминов в обогащенных пищевых продуктах в процессе их хранения в течение срока годности.

Пределы допустимых отклонений фактического содержания витаминов и минеральных веществ в обогащенных пищевых продуктах от гарантированного (нанесенного на этикетку при маркировке) или заложенного по рецептуре должны составлять для витаминов С, В1, В2, В6, пантоте-

новой кислоты, ниацина и минеральных веществ магния, кальция, фосфора, железа, цинка – $\pm 20\%$, для витаминов А, D, E, В12, фолиевой кислоты, биотина и минерального вещества йода – $\pm 30\%$, а для минерального вещества йода в соли йодированной – $\pm 38\%$.

Для обогащенных высококалорийных пищевых продуктов (с энергетической ценностью 350 ккал и более на 100 г) содержание витаминов и минеральных веществ должно составлять от 15% до 50% от нормы физиологической потребности организма в расчете на 100 ккал (1 стандартную порцию продукта).

Ароматизаторы

В случае, если в составе пищевой продукции используется ароматизатор, наименование компонента, замененного этим ароматизатором и не входящего в состав пищевой продукции, допускается включать в наименование пищевой продукции с использованием слов: со вкусом и (или) с ароматом. (ТР ТС 022, часть 4.3, п. 5)

Следует заметить, что если в продукте (например, в йогуртном) имеется компонент, содержащий малину (например, сушеные кусочки малины), а также ароматизатор малины, то

В регламенте допущена ошибка, речь должна идти не об ароматизаторе, а о его вкусоароматической части. Кроме того, слова «полученные из натуральных исходных материалов» избыточны и вводят в заблуждение: натуральные вкусоароматические препараты и вещества не могут быть получены из иного сырья.

в придуманном названии продукта, если в нем есть ссылка на малину, необходимо указывать «со вкусом и (или) ароматом малины».

При наличии в пищевом продукте ароматизатора маркировка состава должна содержать слово «ароматизатор(ы)». Придуманное название ароматизаторов в составе пищевой продукции допускается не указывать.

Способы доведения маркировки (статья 4.12. ТР ТС 022/2011)

Потребительская упаковка

Непосредственно на упаковке / этикетке	На упаковке / этикетке / листе-вкладыше к каждой упаковочной единице
• наименование	
	• состав
	• количество
• дата изготовления	
• срок годности	
• условия хранения	
	• изготовитель / импортер / уполномоченное лицо
	• правила использования (способ приготовления)
	• пищевая ценность
	• сведения о наличии ГМО
	• единый знак обращения
• сведения об аллергенах	

Транспортная упаковка

• непосредственно на упаковке или
• на этикетке или
• на листке-вкладыше или
• в сопроводительной документации

Для упаковки с площадью большей стороны < 10 см² информация может прилагаться к каждой транспортной упаковке

Фасованная в рознице продукция

в отсутствии потребителя:
• наименование
• дата изготовления
• срок годности
• условия хранения
в присутствии потребителя:
• любым способом

С 1 июля 2013 года подразделение ароматизаторов на идентичные натуральным и искусственные упразднено. Сейчас термин «ароматизатор» используется взамен терминов «ароматизатор идентичный натуральному» или «ароматизатор искусственный». Вынесение на этикетку слов идентичный натуральному или искусственный ароматизатор является нарушением регламента ТР ТС 022/2011. Недопустимо также использование термина «вкусоароматическая добавка».

Как уже упомянуто, вкусоароматические вещества и препараты, входящие в ароматизатор, в составе пищевой продукции допускается не указывать. Однако для пищевой продукции, содержащей вкусоароматические препараты, маркировка должна содержать указание вида препарата (экстракт, настой, эфирное масло, маслосмолы и др.) или слова «натуральный ароматизатор» (ТР ТС 029: ст.9, п. 1, п.п. 9). О возможности такой маркировки должен информировать изготовитель ароматизаторов.

Наименование ароматизаторов может быть дополнено словом «натуральные», если они содержат только вкусоароматические препараты или вещества, полученные из натуральных исходных материалов. Использование в придуманных названиях натуральных ароматизаторов указания на пищевую продукцию, вкус и аромат которых данные ароматизаторы имеют, допускается только в случаях, если такие натуральные ароматизаторы содержат исключительно натуральные вкусоароматические вещества или натуральные вкусоароматические препараты, выделенные из данной пищевой продукции (ТР ТС 029: ст.9, п. 1, п.п. 3).

Отметим, что в регламенте допущена ошибка, речь должна идти не об ароматизаторе, а о его вкусоароматической части. Кроме того, слова «полученные из натуральных исходных материалов» избыточны и вводят в заблуждение: натуральные вкусоароматические препараты и вещества не могут быть получены из иного сырья.

Также, согласно ТР ТС, при маркировке состава пищевой продукции в отношении красителей не существует понятия натуральности, соответственно, не допускается указывать в составе «натуральный краситель», ведь указание «экстракт», когда речь идет о красителе, уже подразумевает его натуральность.

Иными словами, в составе пищевой продукции может быть указано, например, «натуральный ароматизатор малины» только в том случае, если вкусоароматическая часть его выделена исключительно (в странах Европейского союза – исключительно или не менее чем на 95%) из малины. Если это условие не выполнено, то возможны следующие варианты: «натуральный ароматизатор», «ароматизатор» или «ароматизатор малины».

Придуманное название пищевой продукции может быть дополнено словом «ванильный» только в случае, если вкус и аромат этой продукции обусловлен использованием натуральной ванили или натуральным ароматизатором ванили, вкусоароматическая часть которого выделена исключительно из ванили. Если это требование не выполнено, то в придуманном названии, если в нем есть ссылка на ваниль, необходимо указать «со вкусом и (или) ароматом ванили».

Следует подчеркнуть, что под указанные ограничения попадают также изделия по традиционным «советским» рецептурам, например, «зефир ванильный», «сухари ванильные», «пломбир ванильный» и другие, в случае, если их аромат обусловлен ванилином или ароматизаторами, не отвечающими вышеуказанным требованиям.

Технологические вспомогательные средства

Согласно определению, технологические вспомогательные средства не являются пищевыми ингредиентами и в составе готовой пищевой продукции не указываются (ТР ТС 022: часть 4.4, п.8, п.п.3). В маркировке пищевой продукции в отношении использованных технологических вспомогательных средств, изготовленных из ГМО или с использованием ГМО (например, ферментов), сведения о наличии ГМО не указываются (ТР ТС 022: часть 4.11, п.3).

Маркировка ферментных препаратов должна содержать указание видов активности ферментов, видов

микроорганизмов-продуцентов, источника происхождения. При маркировке пищевой продукции, содержащей ферментные препараты, виды микроорганизмов-продуцентов допускается не указывать.

Указание технологической функции пищевой добавки в составе продукции

В приложении 2 ТР ТС 029/2012 указаны основные технологические функции пищевых добавок. Одновременно, в соответствии с другими приложениями к регламенту, эта же добавка может выполнять и другие технологические функции. Например, в Приложении 2 ТР ТС 029/2012 аскорбиновая кислота поименована только в качестве антиокислителя. При этом ее активно используют и в качестве регулятора кислотности при производстве кондитерских изделий таких как леденцы, мармелад и т. д., а также в качестве консерванта. Аскорбиновая кислота поименована в Приложениях, которые устанавливают гигиенические нормативы применения веществ для обработки муки (Приложение 5), применения фиксаторов (стабилизаторов) окраски (Приложение 17).

В качестве еще одного примера можно привести пиросульфитом натрия, который в Приложении 2 поименован только в качестве консерванта и антиокислителя. При этом его активно используют в хлебопекарной промышленности в качестве вещества для обработки и именно с такой функцией он поименован в советских технологических инструкциях по хлебопекарной промышленности.

Третий пример – лецитин (Е322), который в Приложении 2 поименован только в качестве антиокислителя и эмульгатора. В ТР ТС 029 лецитины поименованы в Приложениях, которые устанавливают гигиенические нормативы применения носителей (Приложение 12), стабилизаторов, эмульгаторов, наполнителей и загустителей (Приложение 15), также данный вид добавок широко применяется в пищевой промышленности и как антиоксидант.

Таким образом, Приложение № 2 «Перечень пищевых добавок, разрешенных для применения при производстве пищевой продукции» к ТР ТС 029/2012 не ограничивает использование поименованных там пищевых добавок исключительно функ-

циями, указанными в графе 3 «Основные технологические функции». При этом изготовитель пищевой продукции может самостоятельно установить технологическую функцию пищевой добавки, исходя из цели ее использования при производстве конкретного пищевого продукта.

Однако ряд ритейловых компаний и другие организации трактуют статью 9 п. 1(1) Технического регламента ТР ТС 029/2012 таким образом, что при

Один из наиболее сложных вопросов при маркировке пищевых продуктов – правильное указание их состава. Данный аспект регулируется требованиями п. 4.4. «Общие требования к указанию в маркировке состава пищевой продукции» ТР ТС 022/2011, согласно которому входящие в состав пищевой продукции компоненты указываются в порядке убывания их массовой доли на момент производства пищевой продукции, если иное не установлено требованиями ТР ТС на отдельные виды пищевой продукции. Непосредственно перед указанием данных компонентов должна размещаться надпись «Состав».

маркировке готовой пищевой продукции с применением добавки, функциональный класс пищевой добавки должен соответствовать требованиям Приложения 2, т. е. технологическая функция конкретной пищевой добавки на маркировке должна соответствовать «основной технологической функции» Приложения 2. В то же время, статьей 4, п. 4.4. п/п. 6 Технического регламента «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011) отмечено, что «если пищевая добавка имеет различное функциональное назначение, указывается функциональное назначение, соответствующее цели ее использования».

Подтверждение (оценка) соответствия

Оценка (подтверждение) соответствия пищевых микроингредиентов до 15 февраля 2015 года проводилась в форме государственной регистрации (на соответствие требованиям ЕСТ, после 1 июля 2013 – на соответствие ТР ТС). После 15 февраля подтверждение соответствия пищевых микроингредиентов проводится в форме декларирования.

Таким образом на неопределенный период времени на однотипную продукцию будут действовать два документа, подтверждающих соответствие требованиям Технических регламентов, – свидетельство о государственной регистрации и декларация соответствия. А по сути, до конца 2015 года на рынке будут обращаться пищевые ингредиенты по трем документам. К выше приведенным добавляется и свидетельство о государственной регистрации на соответствие требованиям ЕСТ. Наличие нескольких равноценных по своей юридической силе документов/форм подтверждения вызывает неоднозначное понимание Федеральной таможенной службы, контрольно-надзорными органами и является определенным препятствием для ввоза и оборота товаров на территории РФ и Таможенного союза.

Один из приоритетных принципов ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» – один продукт – один документ. Поэтому при ввозе на таможенную границу Таможенного союза и обороте на территории Таможенного союза пищевые продукты сопровождаются только одним документом, имеющим юридически закрепленный статус и подтверждающим соответствие требованиям технического регламента, – декларацией о соответствии, ветеринарным сертификатом или свидетельством о государственной регистрации.

Первый опыт реализации требований ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» выявил необходимость внесения в него изменений, позволяющих учесть последние требования международного законодательства, исключить разночтения по требованиям безопасности пищевых добавок по ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» и маркировки по ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части маркировки». КС

Подготовила:



Елена Максимова

Секреты производства безглютеновых продуктов высокого качества

По данным журнала New Nutrition Business, рынок продуктов, не содержащих глютен, достиг небывалого размаха как в Европе, так и в США. Эксперты считают, причина – в широко распространенном мнении о том, что такие изделия не только полезны для здоровья, но и помогают бороться с лишним весом. Продажи в обоих регионах выросли на 20% в 2014 году и достигли 1,5 млрд евро в Европе и 20 млрд долларов США в Америке.

На российском рынке сегодня тоже достаточно много предложений безглютеновой продукции. Это выпечные смеси, хлебцы, батончики, хлеб, пирожные, кексы и многое другое. Такие изделия в нашей стране пользуются популярностью не только среди потребителей, которые следят за своим весом и ведут здоровый образ жизни, но и у тех, которые по состоянию здоровья не могут употреблять в пищу продукцию, содержащую глютен. Приобрести безглютеновые товары в России можно как в обычных супермаркетах, так и в магазинах, специализирующихся на данном направлении, или через Интернет.

Однако сам технологический процесс производства безглютеновой продукции, особенно выпечки, достаточно сложен. Ведь глютен, или клейковина, содержащийся в зерне и, соответственно, в муке –



Джон Чьэр,
менеджер по глобальным
продажам подразделения
хлебобулочных изделий
в Arla Foods Ingredients:

«В наше время отказ от глютена представляется очень правильным, однако рост продаж безглютеновых продуктов не удастся сохранить, если они не будут приятными на вкус: потребители в конце концов вернутся к привычным мучным изделиям».

именно тот компонент, который придает тесту необходимые хлебопекарным изделиям эластичность и упругость. Исключая его из состава выпечки, производитель рискует сильно снизить ее качество.

«Вкус у безглютеновых изделий специфический, несколько навязчивый. Сейчас их ем уже с трудом, надоели. К тому же, они очень ломкие, повсюду крошки», – пишет одна из участниц форума, на котором обсуждаются безглютеновые мучные продукты.

Можно ли каким-то образом повысить качество безглютеновых изделий? Об этом расскажет менеджер по глобальным продажам подразделения хлебобулочных изделий в Arla Foods Ingredients Джон Чьэр:

«В наше время отказ от глютена представляется очень правильным, однако рост продаж безглютеновых продуктов не удастся сохранить, если они не будут приятными

на вкус: потребители в конце концов вернутся к привычным мучным изделиям. Поэтому победителями станут те производители хлебобулочных изделий, которые смогут изготавливать безглютеновую выпечку, практически не отличающуюся по своим качествам от традиционной.

Производство качественной безглютеновой выпечки возможно, ведь на рынке появились ингредиенты, способные заменить клейковину в безглютеновых изделиях. Например, натуральные молочные белки.

Использование таких ингредиентов позволяет получить конечный продукт с отличной структурой и органолептическими качествами. Не имея в своем составе глютена, натуральный молочный белок имитирует структуру и функции пшеничной клейковины, в результате чего хлебобулочные и кондитерские изделия приобретают мягкость и эластичность, которые так нравятся потребителям.

Молочные белки для безглютеновых продуктов позволяют получить эластичное тесто по той же технологии, что и стандартное дрожжевое. Они обеспечивают прекрасную сопротивляемость крошению при разрезании и приятную хрустящую корочку. Белки полностью натуральные, имеют нейтральный, сбалансированный молочный вкус, обеспечивающий сохранение приятного аромата и вкуса конечного продукта. А главное, их легко использовать в рецептуре: они не требуют внедрения нового оборудования или изменения стандартных технологий.

Другими словами, компаниям-производителям безглютеновых изделий будет легко выйти на рынок со своей продукцией, которая сможет достойно конкурировать по вкусу и качеству со стандартными мучными изделиями, содержащими пшеничную клейковину, но при этом будет более полезной». КС



Рынок безглютеновых продуктов особенно широк в Европе и в США. Продажи в обоих регионах выросли на 20% в 2014 году



Компания:

ООО «ЦСБ-Систем»

115054, г. Москва,
Пятницкая ул., д. 73, оф. 8
Тел.: +7 (495) 641-51-56
Факс: +7 (495) 953-31-16
E-mail: info@csb-system.ru
www.csb.com



АК Otrębusy оптимизирует производственные процессы с CSB-System

Авторы:



Сергей Бувеч,
Менеджер по продажам
ООО «ЦСБ-Систем» направления
«Хлебопекарная и кондитерская отрасли»



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

В течение всего нескольких лет основанное в 1991 году польское семейное предприятие малого бизнеса АК Otrębusy превратилось в компанию с двумя производственными площадками и 18 торговыми филиалами. Около 180 сотрудников АК Otrębusy заняты на производстве более 200 наименований хлебобулочных и кондитерских изделий, в том числе продукции глубокой заморозки. Ежедневно предприятие выпускает более 10 т готовой продукции.

Клиенты АК Otrębusy – оптовые и розничные торговые сети, предприятия общественного питания и гастрономии. С недавнего времени продукцию можно приобрести в онлайн-магазине АК Otrębusy.

Однако необычайный успех предприятия привел к ряду трудностей. «В определенный момент используемые нами информационные технологии достигли предела своих возможностей, и предприятие просто больше не могло работать гибко и эффективно. Было ясно, что нам срочно требуется новое, интегрированное IT-решение для управления производственными процессами», – вспоминает **руководитель предприятия Катаржина Бятковска.**

Особенно часто ошибки возникали в областях комплектации заказов и отгрузки продукции клиентам. Из-за отсутствия бухгалтерских проводок предприятие несло финансовые потери, прослеживание сырья и продукции в большинстве случаев было невозможно. Кроме того, из-за расширяющегося ассортимента продукции все сложнее было автоматизировать производственные процессы.



2.

1. Процесс взвешивания отдельных ингредиентов осуществляется с использованием промышленного компьютера CSB-Rack
2. Готовая продукция, передаваемая из производства на склад, снабжается этикеткой, создаваемой в CSB-System
3. В процессе комплектации заказов используются мобильные устройства для сбора данных



3.

С внедрением IT-решения от CSB-System компания быстро справилась с этими проблемами. «Уже в самом начале сотрудничества с CSB мы использовали опыт этой компании, чтобы конкретизировать наши требования и разработать детальный план проекта. Такой структурированный подход помог нам достичь поставленных целей», – говорит Катаржина Бятовска.

CSB поставила АК Otrębusy комплексное отраслевое IT-решение, включающее в себя специализированные программные и аппаратные компоненты, такие как промышленные компьютеры CSB-Rack, серверы, мобильные устройства для сбора данных, принтеры этикеток и средства для подключения весового оборудования. Кроме того, в состав решения входило обучение сотрудников предприятия. В настоящий момент решение CSB-System на АК Otrębusy включает следующие модули: закупка, склад, производство, система планирования процессов, сбыт, EDI и мобильные ERP-приложения. Внешние программы бухгалтерского учета и собственный интернет-магазин подключены к CSB-System посредством интерфейсов.

Автоматизированные процессы обеспечивают высокую эффективность

На сегодняшний день предприятие АК Otrębusy почти полностью автоматизировано. Процесс заказа товаров выполняется в электронном виде, например, посредством EDI (электронного обмена данными). Это относится как к заказу товаров клиентами, так и к закупке сырья и материалов у поставщиков.

Принимаемое на товарном входе сырье и материалы получают штрихкодированную этикетку для точной идентификации артикулов, загружаются на склад и позже передаются в производство. Все последующие процессы в производственной цепочке, начиная со взвешивания отдельных ингредиентов, до этикетирования и регистрации готовой продукции, также выполняются при поддержке IT-решения.

«Качество используемого в производстве сырья сильно влияет на качество конечного продукта. Поэтому, мы уделяем особое внимание выбору поставщика сырья, непрерывному контролю качества и прозрачному анализу закупочных цен. Во всех этих операциях мы опираемся на поддержку программного обеспе-

чения CSB», – говорит **менеджер по закупкам АК Otrębusy Барбара Гвара**.

Отдел продаж и области производства, логистики и склада интегрированы в общую систему. Поступающие заказы клиентов учитываются непосредственно в производственном плане. На основе заложенных в систему спецификаций автоматически рассчитываются необходимые объемы сырья и материалов. Эти данные используются для диспозиционного анализа складских запасов, что позволяет оперативно направлять заказы на сырье и материалы непосредственно поставщикам. В отделе комплектации заказов в настоящее время используются мобильные устройства для сбора данных, а не бумажные листы комплектации, в результате чего АК Otrębusy смогло минимизировать ошибки при поставке продукции.

«По сравнению с ранее используемыми системами, CSB-System гарантирует нам полный контроль всех этапов производства, сырья, оборотной тары, а также обслуживания клиентов. В области сбыта основное преимущество заключается в использовании решения CRM (Customer Relationship Management) и электронного обмена данными (EDI). Кроме того, мы имеем возможность анализировать и сравнивать рентабельность отдельных каналов реализации. Одним из больших преимуществ CSB-System является также поддержка всех возможных каналов сбыта», – говорит **директор по продажам АК Otrębusy Радослав Джебич**. ■



деловой завтрак

Не важно, насколько у вас напряженный график, – ваше утро должно начинаться с завтрака



Гость:
Соня Мадвекс,
руководитель проекта
Brave Goodies



Гость:
Антон Садчиков,
шеф-повар



Беседовала:
Арина Бедрик



Беседовала:
Александра Гусева

Фото: Арина Бедрик

У брутальных десертов нет конкурентов

– **Как появилась идея брутальных десертов?**

Соня Мадвекс: На рынке не было предложений чего-то необычного, только стандартные лакомства. Нам хотелось создать уникальный продукт, которым было бы приятно побаловать как себя, так и других.

Изначально была идея мужских десертов – одновременно сытных, сладких и вкусных. Мы провели небольшое исследование рынка и поняли, что конкурентов у нас в Петербурге просто не существует. Стартовали на фестивале «Ресторанный день» в ноябре 2014 года и столкнулись с тем, что и девушки оценили наш продукт.

Некоторые бренды выпускают продукты «только для мужчин», как, например, йогурты Actimel. Так вот, производители провели исследование и выяснили, что больше всего эти йогурты покупают женщины, причем для себя. Это форма феминизма: «Как это для мужчины? Я тоже хочу». У нас тоже женщины стали намного чаще делать заказы. Мужчины проще прийти и купить в ближайшем магазине какой-нибудь десерт, чем заказывать. Поэтому мы решили расширить свою аудиторию. И стали называться не «Мужские десерты» или «Мужские сладости», а «Брутальные десерты».

В конце прошлого года к нашей команде присоединился Антон Садчиков, наш шеф-повар, после чего проект зажил совершенно другой жизнью. Поэтому считаем, что настоящая активность в нашей компании началась с 2015 года.

– **Когда просматриваешь ваши группы в соцсетях, кажется, что лицо бренда – это Антон.**

С.М.: Да, мы так и задумывали, ведь Антон – мужчина. К тому же, все привыкли, что представители сильного пола готовят вкуснее. Поэтому он и наш шеф-повар, и лицо бренда.

– **Кто придумал фирменный стиль?**

С.М.: Фирменный стиль придумывала я. Логотип рождался сложно, долго. В итоге был создан мужественный образ викинга, у которого вместо рогов круассаны. Затем провели опрос среди мужчин, причем не только в Петербурге, чтобы узнать, какой цвет для них является самым мужественным. Большинство называли либо черный, либо синий. И поэтому синий цвет присутствует во всем нашем фирменном стиле. Во-первых, это действительно мужской цвет, а во-вторых, это цвет бизнеса, что заметно по логотипам, например, многих банков или страховых компаний.



Досье

Компания:

Brave Goodies

(г. Санкт-Петербург)

Формат:

производство десертов

Продукт:

кондитерские изделия

Владельцы:

Соня Мадвекс

Дата основания:

15 ноября 2014 года

Для упаковки используем крафтовую бумагу и бечевку – просто и стильно.

– Судя по информации на сайте, ваша команда состоит из трех человек, но сейчас вас двое. Как справляетесь?

Антон Садчиков: Мало спим, много работаем. За содержание меню, качество продукции, дизайн и работу с клиентами отвечаем сами. Раньше с доставкой мы справлялись своими силами, но обороты растут, и мы начали подключать курьеров. Появилась потребность и в расширении штата. Например, нам уже необходим второй повар, меня одного не хватает.

– Какое у вас разделение обязанностей?

С.М.: Я занимаюсь всеми организационными вопросами: встречами, мероприятиями, поиском людей, с которыми можно сотрудничать. Антон отвечает за все, что связано с кухней, принимает заказы, а также помогает мне общаться с клиентами, партнерами. Продвижением мы занимаемся вместе: придумываем идею, пишем текст, редактируем его, выкладываем.

– Насколько важен вопрос подбора команды?

С.М.: Очень важен. Команда – это мозг проекта. Не так важны финансы и идея, как важен костяк людей, которые живут одной целью. Для меня люди делятся на две категории: одни активно занимаются всем и готовы отдавать себя делу, а другие – исполнители. Мы ищем людей, которым мы не будем указывать, что делать, которые активны и готовы принимать решения. Именно поэтому нас сейчас двое, а не больше. Пока мы не нашли единомышленников, которые смогли бы проникнуться идеей. Мы динамично развиваемся, и некоторые не выдерживают такого ритма.

– Проект – ваша основная занятость или вы его совмещаете с какой-то другой работой?

А.С.: Невозможно совмещать, потому что все время уходит на проект. Я не так давно окончил университет и работал во время учебы. Было очень тяжело. Когда этот проект только появился в моей жизни, получалось уделять ему несколько часов в день, ведь вначале мы только придумывали концепцию, идею, блюда. И тогда можно было совмещать. Но сейчас, когда стали поступать ежедневные заказы в большом количестве, заниматься чем-то еще уже нет никакой возможности.

– Как в таком случае строится ваш обычный день?

А.С.: У меня все просто. Если есть заказы, то работаю на производстве. И обычно вечером не остается сил ни на что. Если заказов меньше, то можно к середине дня уже освободиться и заняться тем, что отвлечет от кухни.

С.М.: Я совмещаю проект со своей основной работой – я дизайнер. У меня есть клиенты, которых я веду и не могу бросить. Поэтому день обычно начинается с планирования. Как правило, проект занимает где-то 50% времени. В будни я практически никуда не выхожу, если только прогуляться в парке. А выходные стараюсь проводить полноценно, отдыхать.

– То есть время на свои увлечения остается?

А.С.: Да, остается. Если человек хочет чего-то, он в любом случае найдет для этого время. Я вот иногда хожу в тренажерный зал, в теплую погоду выезжаю на пляж в Сестрорецк. Вообще время для себя нужно уметь находить, иначе, даже если работа любимая, рано или поздно однообразие начнет мешать развиваться дальше.

– Как к вам обычно приходят новые идеи?

А.С.: Спонтанно. Но для того чтобы они пришли, нужно погрузиться в благоприятную атмосферу, окружить себя вещами, настроением, музыкой и людьми, которые тебя вдохновляют. Все это в совокупности способствует появлению вдохновения.

– В каких мероприятиях в Петербурге вы участвовали за прошедшее время?

А.С.: Мы участвовали в двух «Ресторанных днях»: в ноябре и в мае. Представляли свой проект на антикризисном квесте «Молоток», который организовывала газета Metro в пространстве «Ткачи» в апреле. Кстати, там впервые предложили массовой аудитории наше обновленное меню. Посетителей квеста наши десерты ввели в замешательство, но так как мы там были единственными, кто приглашал дегустировать продукцию бесплатно, очень многие люди, в том числе дети, попробовали и полюбили наши десерты.

Кроме того, мы были официальными партнерами фестиваля, который

проводила танцевальная школа Shtab. Предоставляли победителям подарки и продавали гостям мероприятия нашу продукцию.

Летом участвовали в фестивале «ОДА! ЕДА!». Нас пригласили, сделали хорошую скидку на место. И мы согласились. Благодаря этому фестивалю, мы познакомились с очень многими представителями food-индустрии в Петербурге. Посмотрели, как выглядит рынок, изучили возможных конкурентов. А главное – наш продукт на фестивале «ОДА! ЕДА!» имел колоссальный успех.

Я не был готов к такому огромному спросу на брутальные десерты: то, что я готовил на два дня, разлетелось в первые пять часов. Пришлось мобилизоваться, чтобы не оставить посетителей фестиваля без угощений. Я уехал на производство, а Соня и еще одна девушка, которая на тот момент была в нашей команде, остались на фестивале продавать последние порции десертов. Я постоянно отправлял им партии, пришлось работать даже ночью, так как раскупали все мгновенно, а фестиваль длился два дня. Зато теперь я знаю, что в следующий раз на время фестиваля обязательно нужно будет привлекать еще одного или даже двух поваров.

– Получается, что из всех маркетинговых активностей мероприятия в вашем случае дают наибольший эффект?

А.С.: Да, если мы учитываем выручку и количество новых людей, узнавших о нас. Мы сканируем это через социальные сети после мероприятий. Сейчас мы в основном зарабатываем на развитие: на оборудование, например, на полиграфию. Практически ничего с Соней не забираем. Очень много расходов – колоссальные цифры, но доход тоже есть, поэтому мы в плюсе. Я счастлив, но практически не отхожу от печки. Вижу, что у проекта огромный потенциал, и нужно найти в себе силы, чтобы преодолеть трудности и дожить до того момента, когда можно будет автоматизировать процесс и наблюдать.

– Как вы оцениваете кондитерский рынок в городе?

А.С.: Кондитерских существует достаточно много, но все они в целом однообразны. Компании предлагают один и тот же набор капкейков, тортов, круассанов, но из-за невысокой



конкуренции все они имеют небольшую выручку. Правда, такие кондитерские получают гранты, десятилетиями существуют на рынке и никуда не пропадут.

Есть также молодые компании, которые, что-то копируют у уже действующих, но добавляют собственные штрихи. Мы же делаем упор на некую брутальность, дерзкость. Наш продукт действительно в новинку для рынка.

– Какие у вас планы на будущее?

С.М.: Мы в поисках собственного производственного цеха. Сейчас готовим на кухне в баре Brimborium, так как дружим с его владельцами. Из-за экономической ситуации пока сложно говорить о своем заведении, но мы, конечно, думаем об этом.

Также планируем наладить доставку изделий курьерской службой в разные города. Собираемся расширять наше меню. Мы открыли точку продаж десертов в Москве и намерены увеличивать там количество партнеров, так как видим столичный рынок очень перспективным.

– У вас есть конкуренты в Москве?

С.М.: Нет. Наш продукт уникальный. Причем не только для России. Я обща-



юсь с представителями разных стран, которые говорят, что у них на родине тоже такого нет.

– Какие новые десерты планируете выпускать?

А.С.: У нас не так давно появилась продукция для вегетарианцев. На мероприятиях они к нам часто подходили, смотрели на брауни с беконом и спрашивали, есть ли у нас что-нибудь, отвечающее их предпочтениям. И мы ввели в ассортимент брауни абсолютно без животного жира: никаких яиц и сливочного масла. Только какао и шоколад без лактозы. Десерт стал хорошо продаваться. На первом же мероприятии – фестивале летних десертов в питерском антикафе Freedom – продукт разлетелся самым первым из всего предлагаемого ассортимента, причем как в первый, так и во второй день. И его оценили не только вегетарианцы.

Нам хочется расширить ассортимент десертов этой линейки. Но сложность в том, что сырье сейчас очень дорогое. Компоненты, которые будут включены в рецептуру изделий для вегетарианцев, дороже по себестоимости чем те, что мы используем для приготовления других десертов. Поэтому и це-

ны на нашу продукцию будут очень высокими. Сейчас мы ищем способы, как избежать дороговизны без ущерба качеству, а как только найдем, введем в свой ассортимент новые позиции.

– Есть ли у вас идеи детских десертов?

А.С.: Мы попробовали на уже упомянутом фестивале десертов во Freedom приготовить брутальные кейк-попсы – небольшие кексикки на палочке. Они были похожи на профитроли, изготавливались из творога и овсяной муки с безлактозным шоколадом. Это не только вкусно и красиво, но и полезно для детей. Творог – это качественный белок, овсяная мука – это качественные углеводы. Но пока на продажу мы такие десерты не делаем, потому что для кейк-попсов нужно продумывать упаковку и, чтобы выпускать их серийно, необходимо определиться с объемами. На мероприятии мы хотели посмотреть, будет ли спрос. И особого ажиотажа не заметили. Правда, дети обожают и десерты, которые мы не позиционируем как детские.

– Если гипотетически представить, что вы будете расширяться, вы бы

сами открывали рестораны в других городах или работали бы по франшизе?

А.С.: Мы рассматривали оба варианта. Соня больше склоняется к франшизе, я – к созданию сети собственными силами. В каждом варианте есть и плюсы, и минусы, поэтому мы решили продумать все детали, когда это станет необходимо. Сейчас больше занимаемся решением текущих вопросов.

У вас есть дети?

А.С.: У меня – нет. И пока не планирую. У меня есть «ребенок» – мой проект, и я стараюсь выращивать его и давать ему все самое лучшее. **КС**



Досье

Событие:

23-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2016»

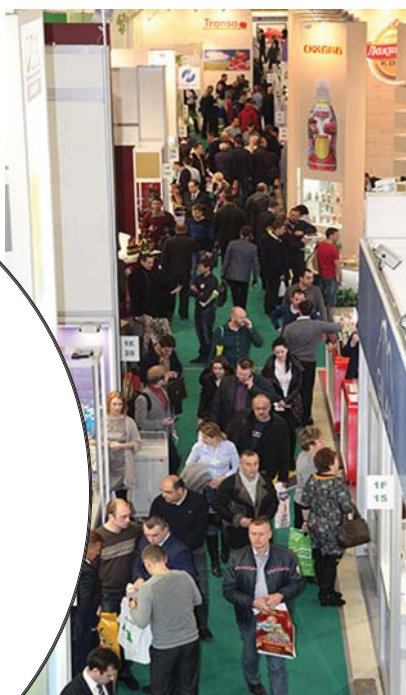
Дата проведения:

8-12 февраля 2016 года

Место проведения:

г. Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.prod-expo.ru/ru/



Информация предоставлена организаторами выставки «Продэкспо»

«Продэкспо» соберет специалистов продовольственного рынка

С 8 по 12 февраля в московском ЦВК «Экспоцентр» в 23-й раз состоится «Продэкспо» – самая крупная выставка России по площади экспозиции, профессиональному интересу и охвату рынка. В рамках 22 тематических салонов будет продемонстрирован весь спектр продуктов питания и напитков.

Экспозиция «Продэкспо», прочно зарекомендовавшая себя как главная бизнес-площадка России и стран ближнего зарубежья, традиционно отражает динамику рынка и его тенденции. Именно поэтому интерес к ней постоянно растет.

В выставке 2015 года приняли участие специалисты из 97 стран и самых разных уголков России: 65% – посетители из Центрального федерального округа, 25% – представители всех остальных федеральных округов страны, 10% – гости из стран СНГ и зарубежья. При этом 81% посетителей – это специалисты, при-

мающие или влияющие на принятие решений о закупках продукции, заказе услуг.

В общей сложности с экспозицией ознакомились 54 932 человека, что на 4,2% больше, чем год назад. В Центре закупок сетей «Продэкспо» переговоры о закупках с поставщиками и производителями вели представители 124 федеральных и региональных сетей, что на 9,3% больше по сравнению с прошлым годом.

По мнению организаторов, рост деловой активности обусловлен глобальными изменениями продовольственного рынка России. Фактически, сейчас идет формирование новой карты поставщиков: ритейлеры ищут новых партнеров, а производители получили уникальный шанс занять освободившиеся ниши. Возможность легко попасть на полки супермаркетов выпадает крайне редко, и это понимают все игроки рынка.

Как показал опрос по результатам прошедшей в этом году выставки, 84% участников отметили, что она повлияла на достижение бизнес-целей; 83% экспонентов «Продэкспо-2015» приняли решение участвовать в смотре 2016 года; 78% посетителей высоко оценили состав участников; 87% гостей отметили, что в ходе знакомства с экспозицией нашли в значительной степени все, что искали.

Отзывы о выставке «Продэкспо»

Алексей Алексеенко, помощник руководителя Россельхознадзора: «Выставка – это место, где исчезают границы, где люди встречаются. В дни «Продэкспо» происходит глубокое переформатирование российского продовольственного рынка, который после уже никогда не будет прежним».

Саера Абдуллаева, руководитель делегации, начальник отдела внешних связей ТПП Республики Таджикистан: «На «Продэкспо» мы заключили меморандум о сотрудничестве с шестью крупными российскими сетями. А наша компания «Субхиватан» подписала договор на поставку консервов и варенья в Казахстан. Дебют был успешным и на следующий год мы собираемся снова участвовать в «Продэкспо».

Валентина Ильина, Центр поддержки предпринимательства «Бизнес-хаб» Тульской области: «Коллективный стенд тульских компаний принимал участие в «Продэкспо» второй год подряд. Для наших производителей это самая желанная, интересная и яркая продовольственная выставка в России. Уже сейчас все хотят участвовать в ней и в следующем году».

Татьяна Корсунская, генеральный директор ООО Солекса-Восток (SOFEXA S.A.): «В полной мере удалось удовлетворить ожидания участников Французского павильона. Год тяжелый в связи с эмбарго, геополитической обстановкой и экономической ситуацией в России, но французские экспортеры верят в рынок и готовы поддерживать своих российских партнеров, а также расширять свою деятельность и подписывать новые контракты. Французский павильон продемонстрировал высокую посещаемость, и компании-участники остались довольны количеством и качеством контактов».

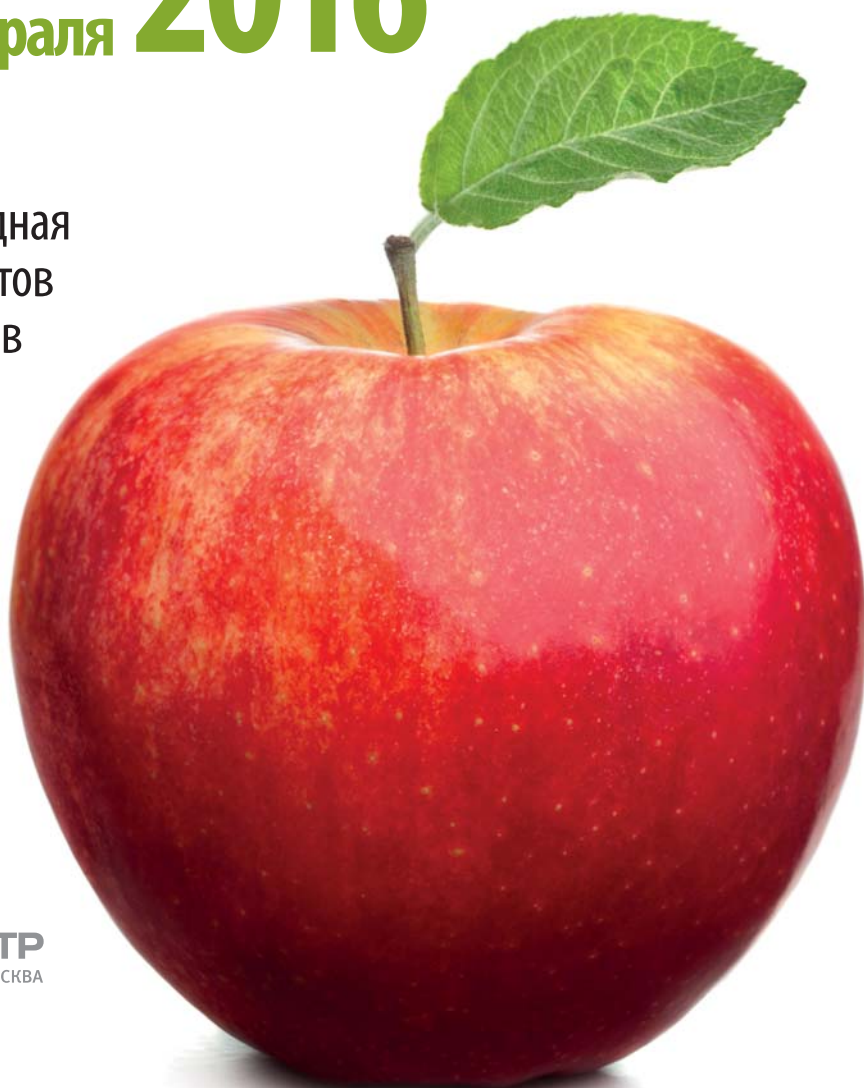
Хосе Кампусано Аларкон, Полномочный министр, Советник Посольства Республики Чили в РФ, Директор Торгового Представительства Чили («ПРОЧИЛИ»): «Среди деловых кругов Чили «Продэкспо» становится с каждым годом все популярнее. Эта выставка – это правильный путь к поиску надежных партнеров и к продвижению нашей продукции в России». **КС**



ПРОД ЭКСПО

8–12
февраля 2016

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



Организатор:



При поддержке Министерства
сельского хозяйства РФ

Под патронатом Торгово-промышленной
палаты РФ



Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.prod-expo.ru



Проверенные рецепты
для успешного бизнеса



ХІІ СЪЕЗД РОССИЙСКОГО СОЮЗА ПЕКАРЕЙ

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

«ХЛЕБОПЕКАРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО - 2015»



ОРГАНИЗАТОРЫ:

- ✓ Министерство сельского хозяйства РФ
- ✓ Российский Союз пекарей
- ✓ Международная промышленная академия
- ✓ НИИ хлебопекарной промышленности

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

- ✓ Научно-исследовательского института питания
- ✓ Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
- ✓ Российского Союза мукомольных и крупяных предприятий
- ✓ Союза производителей пищевых ингредиентов

**30 ноября –
2 декабря 2015 г.**

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

- ✓ Современное состояние и перспективы развития хлебопекарного рынка России
- ✓ Ключевые инициативы Российского союза пекарей и приоритеты текущего периода. Потенциальные точки роста в отрасли
- ✓ Технический прогресс, как важнейший фактор инновационного развития хлебопекарного производства в России
- ✓ Научоемкость отрасли или как эффективно внедрять научные достижения в производство
- ✓ Управление ассортиментом и продажами – ключевые факторы роста прибыли
- ✓ Инновационные технологии и оборудование в хлебопекарном производстве: настоящее и будущее отрасли
- ✓ Техническое регулирование в отрасли, его особенности. Первые итоги применения технических регламентов. Стандарты как доказательная база требований технических регламентов
- ✓ Обеспечение безопасности и качества продукции на хлебопекарных предприятиях
- ✓ Требования санитарного законодательства Российской Федерации к хлебопекарной продукции
- ✓ Упаковка и маркировка хлебобулочных изделий: приоритеты, правила, ошибки
- ✓ Современные решения в организации логистики на хлебозаводе
- ✓ Интеллектуальная собственность на хлебопекарном рынке России
- ✓ Квалифицированные кадры для отрасли и сотрудничество предприятий с профильными образовательными организациями

В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ:

- ✓ XII Съезд Российского союза пекарей – 1. 12. 15, 10.00-13.00
- ✓ Пленарные заседания и тематические фокус-сессии конференции – 1. 12. 15, 14.00-17.00; 2. 12. 15, 10.00-17.00
- ✓ XV Международный Смотры качества хлеба и хлебобулочных изделий «Инновации и традиции» и Конкурс «Лучший инновационный продукт года» – 30.11-2. 12.15
- ✓ Выставка фирм-производителей оборудования, ингредиентов, лабораторных приборов и упаковки – 1-2. 12. 15
- ✓ Выставка продукции хлебопекарных предприятий – участников Смотра – 1-2. 12. 15
- ✓ Выставка-продажа научно-технической литературы – 1-2. 12. 15
- ✓ Мастер-классы фирм-производителей сырья и приборов – 30. 12. 15
- ✓ Прием в честь участников съезда РСП и конференции – 1. 12. 15, 17.00

XV МЕЖДУНАРОДНЫЙ СМОТР КАЧЕСТВА ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ «ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ»

Задачи Смотра:

- Открытая демонстрация хлеба и хлебобулочных изделий; оценка уровня качества изделий, выпускаемых предприятиями Российской Федерации и других стран
- Анализ тенденций развития ассортимента
- Популяризация хлеба как основы здорового питания
- Реклама хлебобулочной продукции и поддержка хлебопекарных предприятий

Образцы изделий представляются в соответствии с номинациями Смотра

Оценка качества изделий производится на закрытой дегустации конкурсной комиссией Смотра по органолептическим показателям

Результаты оценки качества изделий отмечают членами конкурсной комиссии Смотра в дегустационных листах отдельно по каждой номинации. Решение принимается на основании подсчета баллов и оформляется протоколом

Предприятия-победители Смотра награждаются золотыми, серебряными и бронзовыми медалями «За высокое качество продукции», а также дипломами, подтверждающими право владения медалью

Награждение предприятий-победителей Смотра пройдет 2 декабря 2015 г. в Москве, в Международной промышленной академии на Торжественной церемонии с участием гостей и представителей средств массовой информации

НОМИНАЦИИ XV МЕЖДУНАРОДНОГО СМОТРА КАЧЕСТВА ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ «ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ»

- | | |
|---|--|
| 1. Хлеб ржаной | 6. Халы и плетенки |
| 2. Хлеб ржано-пшеничный | 7. Слоеные хлебобулочные изделия |
| 3. Хлеб из муки пшеничной хлебопекарной первого сорта | 8. Сухари сдобные |
| 4. Хлеб народов мира (национальный хлеб) | 9. Пирог с фруктово-ягодными начинками |
| 5. Батоны из муки пшеничной хлебопекарной высшего сорта | 10. Праздничные караваи и крендели |

В РАМКАХ СМОТРА ВО ВСЕХ НОМИНАЦИЯХ СОСТОИТСЯ КОНКУРС «ЛУЧШИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ ГОДА»

С вопросами о программе конференции и номинациях смотра обращайтесь:

(495) 959-66-51, Иунихина Вера Сергеевна, iunikhina@grainfood.ru

С вопросами об участии иностранных фирм и компаний обращайтесь:

(499) 235-42-81, Ульченко Римма Александровна, ulchenko@grainfood.ru

Деканат – тел./факс: (499) 235-95-79, dekanat@grainfood.ru

WWW.GRAINFOOD.RU

С вопросами об участии и регистрации обращайтесь:

(495) 959-71-01, Масальцева Ольга Ивановна, masaltseva@grainfood.ru

(499) 235-40-68, Александрова Ирина Львовна, aleksandrova@grainfood.ru

(495) 959-66-86, Чибисова Елена Серафимовна, chibisovaelena@grainfood.ru

(495) 959-66-52, Ткаченко Ольга Петровна, maslova@grainfood.ru

Посетите нас

УПАКОВКА



UPAK
ITALIA

Москва

26–29 января 2016

21C12

Hall 2.1

ВАШ ПАРТНЕР ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ШОКОЛАДА, ГЛАЗУРЕЙ И ЖИРОВЫХ НАЧИНОК.



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

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

Предлагаем Вашему вниманию основные преимущества нашего оборудования:

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

Послепродажная поддержка клиентов - один из наиболее важных критериев в деловых отношениях. Мы поддерживаем регулярную связь с нашими заказчиками, оказывая им всяческую поддержку при первой необходимости. Благодаря партнерским отношениям с клиентами и гибкости нашей компании, мы достаточно быстро развивались в последние годы.

Сейчас компания CAOTECH является одним из мировых лидеров в области технологий измельчения для кондитерской промышленности.



EUROPAIN & INTERSUC

PARIS

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
САЛОН ХЛЕБОПЕЧЕНИЯ,
МОРОЖЕНОГО, ШОКОЛАДНОГО
И КОНДИТЕРСКОГО
ПРОИЗВОДСТВА

5-9 ФЕВРАЛЯ 2016 | PARIS-NORD VILLEPINTE | ПАРИЖ, ФРАНЦИЯ

ВОЗМОЖНОСТЬ СОЗДАВАТЬ



ПОЛУЧИТЕ ВАШ БЕСПЛАТНЫЙ БЕЙДЖ
на www.europain.com с кодом

PPKSH

► **804** экспонента и бренда

► Последние **ИННОВАЦИИ**

► Лучший **французский опыт**

► **2 международных** конкурса

- Международный кубок хлебопечения
- Международный кубок Arts Sucrés

► **Новые даты** салона:
с **ПЯТНИЦЫ** 5 февраля
по **ВТОРНИК** 9 февраля