

# молочная сфера



16

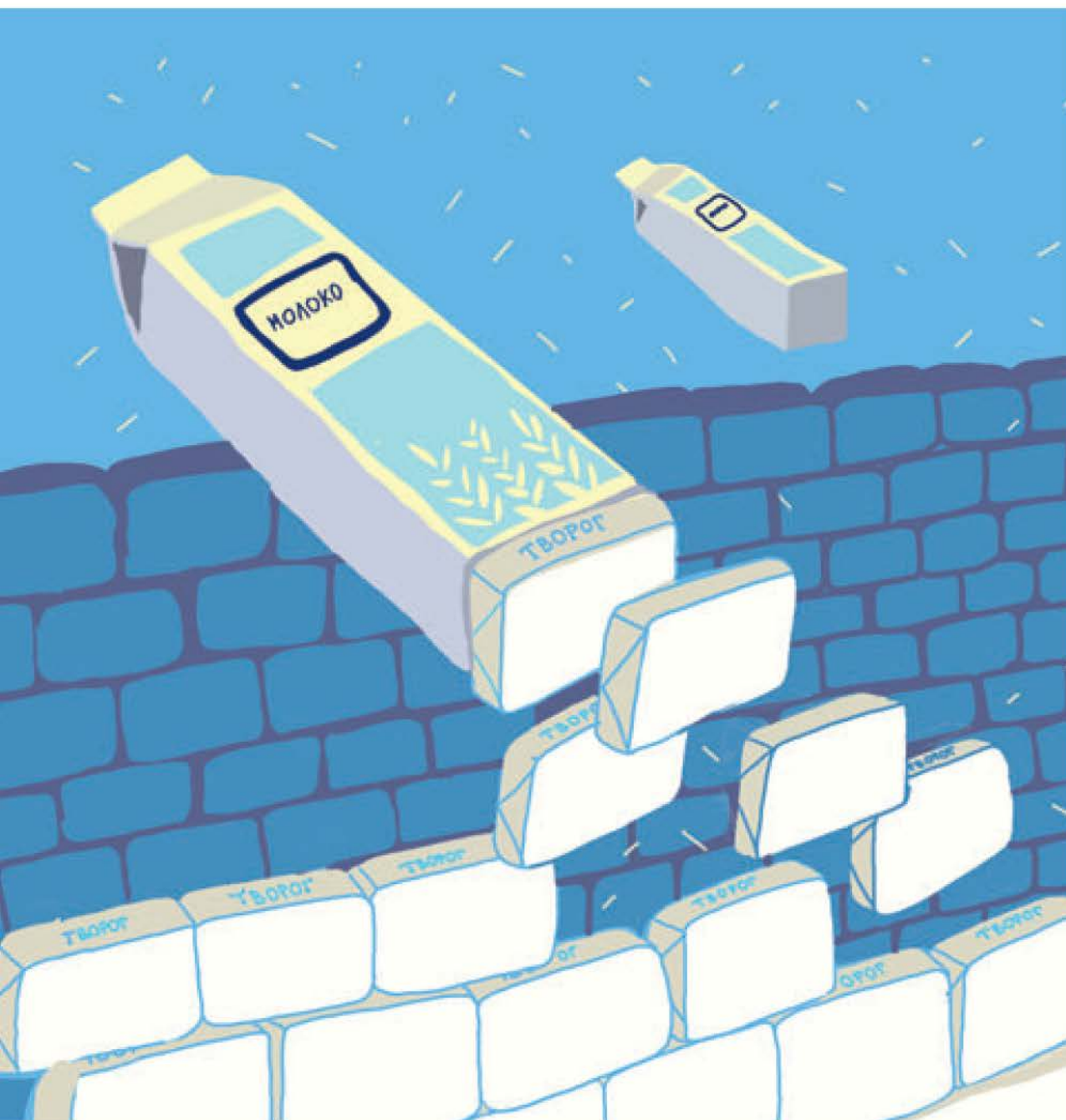
*Владимир Пономаренко,  
генеральный директор  
компании Reich  
в Санкт-Петербурге:*

*Когда я был юн, мама  
сказала: «Ты будешь или  
юристом, или врачом». Так и  
вышло: одну половину времени  
я провожу с договорами,  
а другую – в белом  
халате.*



24

*Сегодня происходит  
сокращение количества  
мелких производителей  
мороженого, рынок все  
больше поглощается  
крупными концернами  
с развитыми  
торговыми марками.  
В ближайшие несколько  
лет консолидация  
в отрасли усилится,  
что приведет  
к образованию 5-6  
основных игроков,  
контролирующих до  
90% рынка.*



## Творог – дорог?

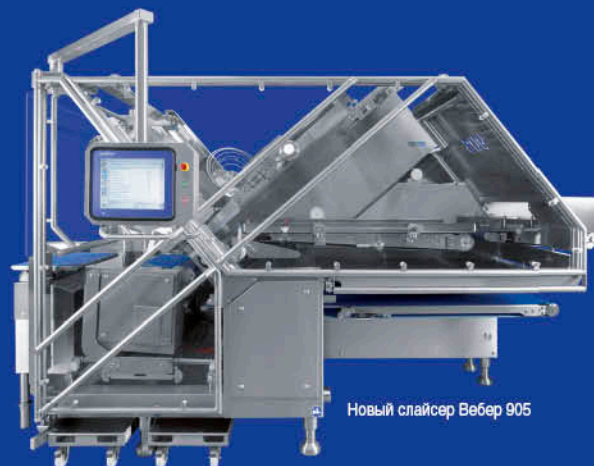
«Выжать» из молока максимум /стр. 6

# На уровень выше

Приглашаем Вас посетить наш стенд  
на выставке ПРОДЭКСПО 2012  
13–17 февраля. Павильон 7.2 Стенд 72С75.



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

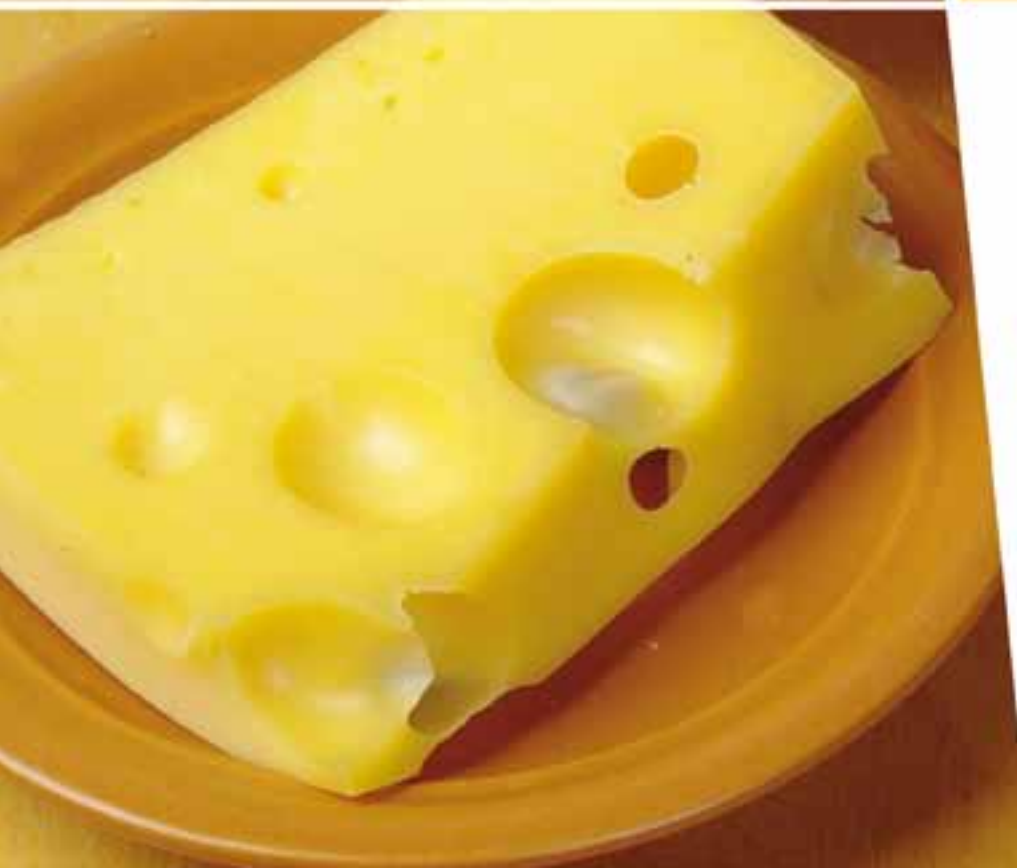


Новый слайсер Вебер 905

**weber®**  
The High Tech Company

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

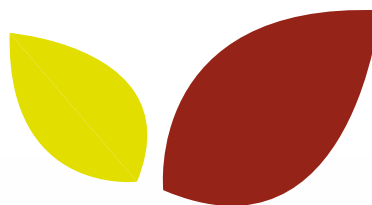




**ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ  
ЖИРОВ ДЛЯ МОЛОЧНОЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Официальный дистрибьютор -  
ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»  
тел./факс: +7 47234 44959  
[www.efko.ru](http://www.efko.ru)





# worldfood

## MOSCOW

Основана в 1992 году

**17 - 20 сентября 2012** | Москва • ЦВК «Экспоцентр»



# ВСЕЬ МИР ПИТАНИЯ



Бакалея  
Напитки  
Чай и Кофе  
Консервация  
Мясо и птица  
Фрукты и овощи  
Молочная продукция  
Кондитерские изделия  
Рыба и морепродукты  
Замороженные продукты  
Масложировая продукция

# содержание

	<b>отрасль</b>	18
Чем наука может помочь молочному производству?		22
	<b>исследование</b>	<b>Рынок мороженого</b> 24



**Ценность** *творога в питании людей определяется, прежде всего, тем, что он представляет собой концентрат сбалансированного животного белка со всеми незаменимыми аминокислотами в нем.*

6



<b>тема номера</b>	Творог – дорог? «Выжать» из молока максимум	6	<b>industry</b> /research	Ice-cream market	24
<b>NEW!</b> <b>Женские правила</b>	Я считаю, что женщина в бизнесе – это норма!	14	<b>компаний</b> /события и факты	Новости	30
<b>NEW!</b> <b>В полях</b>	Убеждать легко, когда говоришь правду	16	/крупным планом	Уникальный проект: сыворожка по стандартам ЕС	34
<b>отрасль</b> /события и факты	Новости	18	<b>производство</b> /события и факты	Новости	36
/крупным планом	Чем наука может помочь молочному производству?	22	/оборудование	Настоящее и будущее русской сыворожки	40
/исследование	Рынок мороженого	24	/упаковка	Инновационный проект «Данафлекс»	44

**производство**  
Инновационный проект «Данафлекс»  
**ингредиенты**

36  
44

**Современные технологии производства ЗМЖ** 52



**Мороженое** – продукт, к которому мы привыкли с детства. А поскольку основы личности закладываются именно в детстве, то и такая мелочь, как любовь к мороженому, растягивается на всю жизнь. Кто-то остается консерватором и придерживается излюбленных марок, начинок, форм, а кто-то с удовольствием отмечает разнообразие сортов.

24

/ингредиенты

**Опережая тренды:  
низконасыщенный ЗМЖ  
от ГК «НМЖК»**

48

**ЗМЖ в технологии  
производства мороженого  
с растительным жиром**

50

**Современные технологии  
производства ЗМЖ**

52

**консалтинг  
/экспертиза**

**Честная полка**

54

## молочная сфера

№1 (40) 2012

Информационно-аналитический журнал  
для специалистов молочной, масложировой и кондитерской промышленности

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

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

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

Издатель:  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:  
Алексей Захаров  
Заместитель директора  
по административным вопросам:  
Зоя Киселева  
z.titova@sfera.fm

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

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

Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com

Выпускающий редактор:  
Виктория Загоровская  
editor@sfera.fm

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

Корректор,  
литературный редактор:  
Анастасия Баева  
korrektor@sfera.fm

Иллюстрация на обложке:  
Тимофей Яржомбек

Журнал распространяется  
на территории России и стран СНГ.  
Периодичность – 4 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 «ПремимумПресс».  
Подписано в печать: 30.01.12.  
Тираж: 5 000 экз.







## Творожные тенденции

Согласно маркетинговому исследованию «Российский рынок сыра и творога. Текущая ситуация и прогноз», проведенному компанией Intesco Research Group, в 2010 году объем российского производства этих видов молочной продукции вырос на 9,3% и превысил 1 млн тонн. На долю российской продукции приходилось более 72% от общего объема рынка.

В федеральной структуре производства сыра и творога крупнейшими федеральными округами являются Центральный, Приволжский, Сибирский и Южный федеральные округа. В Центральном ФО было произведено 44% всего отечественного сыра и творога, на Приволжский пришелся 21% продукции. Доли Сибирского и Южного округов составили соответственно 13% и 10%.

В региональной структуре лидирует Московская область. На ее долю приходится 13% объема производства сыра и творога. По 7% составили доли Краснодарского и Алтайского краев. От 3 до 6% распределились доли Башкортостана, Татарстана, Воронежской области и Москвы.

Крупнейшими производителями творога в России стали: ООО «Данон Индустрия», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО «Молочное дело», ООО «Молочное дело – Алатырь» и Санкт-Петербургский молочный завод «Пискаревский». По прогнозам, в 2011 году рынок снова покажет положительную динамику. Ожидается, что рост объема производства сыра и творога составит 1,9%. По мнению экспертов «Экспресс-Обзор», за 5 лет, с 2010 по 2014 годы, рынок творога вырастет почти на 60% по отношению к объему 2009 года.

В качестве тенденции необходимо отметить увеличение доли творожных сыров в товарообороте производителей. Если в 2006 году доля сырков составляла 25% рынка, то сегодня она выросла до 28,8%. И это неудивительно – творожные продукты относительно дешевы и их ассортимент постоянно увеличивается.

Новый ассортимент позволил творожным сыркам позиционироваться в нише десертов и отобрать определенный объем продаж у йогуртов и молочных десертов.

На сегодняшний день российский рынок творожных сыров представлен, прежде всего, импортными марками, среди которых Almette, President, Viola, Buko, Creme Bonjour, Milkana.

Творожные сыры российского производства появились не так давно – около двух лет назад. Среди новинок следует отметить творожный сыр Violette и свежий сыр Delissir производства «Карат».

Творожные сыры обычно отличаются разнообразием вкусов: паприка, зелень, лосось, красная икра, апельсин, орехи, прованские травы и т. д. Однако при выводе творожных сыров на рынок все производители так или иначе сталкиваются с проблемой непонимания продукта. Творог является хорошим, если не лучшим, сырьем для производства натуральных, в том числе творожных, сыров и творожистых сырных продуктов. Можно предположить, что первые сыры в глубокой древности были изготовлены и сформованы из творога, полученного кислотным способом. Традиционная подмена сыра творогом (а творожный сыр считали на Руси творогом) сформировала в умах российских потребителей понимание творога как такового и сыров в формате группы сычужных, то есть твердых. И если в Европе сыр – это лакомство на завтрак, обед и ужин в различном исполнении, то в России культура потребления творожных сыров лишь начинает формироваться.

В условиях серьезной конкуренции и растущих потребительских требований производителям необходимо каждый год кроме новых вкусов классической продукции выводить на рынок несколько уникальных продуктов.

На сегодняшний день все новые концепции для разных видов творога уже прошли или проходят тестирование не только в нашей стране, но и в ряде стран Европы и СНГ и являются одними из наиболее востребованных в сегменте творогов.

Еще один перспективный сегмент – зерненный творог. Это относительно новый для России продукт, который пришел к нам из Европы. Там он давно известен и называется Cottage cheese, или «домашний сыр». Его производство несколько отличается от традиционной технологии: сырье нагревается до определенной температуры, затем охлаждается, при этом образуются «зерна». После этого в продукт добавляются сливки. Раньше в России не уделяли особого внимания этому сегменту рынка, сюда не приходили инновации, поэтому срок годности творога составлял 36 часов. Но Исыкульский филиал компании «Вимм-Билль-Данн» недавно добился того, что гарантированный срок годности зерненного творога составляет 21 день, причем без использования консервантов. Теперь специалисты предприятия работают над тем, чтобы увеличить срок годности до 30 дней.

Ожидается, что потребление этого продукта с каждым годом будет увеличиваться.

Виктория Загорская,  
редактор журнала «Молочная СФЕРА»,  
editor@sfera.fm

Автор:



**Владимир  
Новиков,**  
технический директор  
НПК «Резонанс»

Иллюстрация: Тимофей Франкобел

# Творог – дорог?

## «Выжать» из молока максимум

**Ценность** творога в питании людей определяется, прежде всего, тем, что он представляет собой концентрат сбалансированного животного белка со всеми незаменимыми аминокислотами в нем.



↓ В период перестройки социалистического Союза в капиталистическую пореформенную Россию китайцы привезли сюда свое оборудование и своих специалистов для переработки сои в соевое молоко и так называемый соевый творог «доу фу» – ранее не встречавшийся, новый продукт.

↓ Из каждой тонны молока можно получить 100 кг сливок жирностью 35%, 140 кг обезжиренного творога – итого 240 кг. А остальное, т. е. большая часть, представляет собой сыворотку – бич нынешнего производства, потому что ее реализация проблематична.

Сбалансированность – очень важное для здоровья свойство, четко выражаемое пропорцией отношения белковых аминокислот друг к другу. А именно: метионина (оздоровителя нашей печени) к триптофану. Благоприятным считается их соотношение, численно превышающее единицу, а в твороге данный показатель равен 1,79. При этом кальций, необходимый для костной системы человека, содержится в твороге в ионной легкоусвояемой форме (в отличие от кальция в составе яичной скорлупы или природного мела). Присутствуют также микроэлементы – фосфор, железо, магний. Как почетную регалию, творог несет свою принадлежность к бесспорно полезным кисломолочным продуктам.

В России существует Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Представьте себе: кому-то и теперь поручено отслеживать биологическое благополучие нашего рядового гражданина и человека любого возраста, наблюдаемого на просторах родной страны. Упомянутой службой в минувшем году подготовлен и опубликован тиражом 300 экземпляров толстый доклад на 430 страницах с названием «О санитарно-эпидемиологической обстановке в Российской Федерации в 2010 году». На 120-й странице доклада говорится: «... в последние годы отмечено избыточное потребление колбасных и макаронных изделий, круп, масла растительного, майонеза, мяса и мясопродуктов, птицы, сыров при недостаточном потреблении овощей, соков овощных, молока и кисломолочных продуктов, ржаного хлеба». Как видим, на сегодняшний день официально отмечен недостаток на наших столах безусловно полезных кисломолочных продуктов, к числу которых относится и творог.

Кисломолочный полезный творог в России всегда получали из молока. По крайней мере, иной информации не значится ни в одном летописном документе за последнюю тысячу лет. И только в период перестройки социалистического Союза в капиталистическую пореформенную Россию китайцы привезли сюда свое оборудование и своих специалистов для переработки сои (ранее успешно считавшейся кормами для животноводства и птицеводства) в соевое молоко и так называемый соевый творог «доу фу» – ранее не встречавшийся новый продукт. Их можно понять: 98% взрослых китайцев генетически не могут усваивать молоко, получаемое от крупного и мелкого рогатого скота, а традиции потребления продуктов из сои насчитывают в Китае более тысячи лет. Стало быть, миллиарды китайских граждан имели достаточно столетий для адаптации к сое с генетической передачей своим потомкам механизма усвоения полезных веществ, содержащихся в ней. По России 90-х годов соевый всплеск вначале прокатился бурной волной, затем мода резко пошла на убыль (особенно при обнародовании информации о большой доле генетически модифицированных исходных соевых бобов).

Комбинирование творога с соей не удалось превратить в постоянную их дружбу, хотя соевые добавки до 10% от массы творога не приводят к изменению вкусовых показателей. Творог из натурального молока закреплён в соответствующем новом

регламенте и по-прежнему остается в числе традиционных продуктов питания нашего народа. Одно из его бытовых названий – домашний сыр, который ни в коем случае нельзя путать с сырами твердыми сычужными, где исходный белок весьма основательно переработан микроорганизмами, частично – до первичных аминокислот.

**Длительное** хранение обеспечивалось тем, что сухой творог плотно набивали в глиняные горшки, а сверху заливали топленным маслом. Горшки с такими сухими «консервами» ставили в погреб, даже ледника для этого не требовалось.

## Творожная разумность наших предков

В могучем сегодняшнем информационном потоке как-то забывается, что человеческий интеллект позволял и столетия тому назад физически выживать без мощного энергокомплекса и развитой техники, без электричества, без холодильников. Творог в данном случае – наглядное подтверждение достижений наших предков.

Белок, аминокислоты и микроэлементы (которые он ценен) требовалось надежно сохранять в течение длительного времени, чтобы можно было взять для питания с собой при появлении такой необходимости. Влага в любом продукте сверх 5% – это основа жизни плесени, поэтому, по аналогии с сухарями, творог после отпрессовывания также высушивали в остывающей русской печи. Достанут, разомнут, снова подпрессуют – и на следующий цикл мягкой сушки, раз за разом. Много позже наука подтвердила, что именно таким образом можно извлечь максимум влаги из капиллярно-пористых тел. Полученные сухие легкие питательные комки можно было брать с собой в любые странствия. Длительное хранение обеспечивалось тем, что сухой творог плотно набивали в глиняные горшки, а сверху заливали топленным маслом. Горшки с такими сухими «консервами» ставили в погреб, даже ледника для этого не требовалось.

Пожалуй, в настоящее время с достижениями минувших веков переключается сублимированный порошкообразный творог, к которому при необходи-

↓ Производство творога просто мечтает о рациональном руководителе процесса, который бы «выжал» из молока максимум сухих веществ (желательно вообще без потерь) из исходной их средней величины 12,5%, а не ограничивался половиной, сбрасывая другую половину без раздумий в канализацию, как это нередко происходит сейчас на многих молокозаводах.

↓ Разумная схема: летом выработать продукт, моментально заморозить и заложить в резерв на осенне-зимний период. А с октября и далее превращать творожный монолит в свежий творог, сырки и творожную массу, торгуя ими по более высокой осенне-зимней цене.

мости следует добавить воды и все перемешать. Превосходный продукт получается, надо заметить!

Кочевые народы, всегда жившие южнее племен славянских, выработывали курт – высушенный подсоленный творог кислотностью до 300-350 градусов Тернера (у нас 210-240 °Т), скатанный в небольшие шарики. Для адаптации к более сложной кочевой жизни (по сравнению с оседлой) через продукт питания человеку было необходимо усилить собственный иммунитет, что заложено в самом тюркском названии продукта. «Курт» – личинка, насекомое, червяк. Настоящий курт содержал в себе личинки мясной мухи – опарышей, собранных с подвешенного возле юрты куска сырого мяса. Ведь в составе организмов опарышей находятся сильнейшие укрепители иммунной системы. Иначе мухи не выжили бы вообще как вид насекомых среди отходов, в среде которых они постоянно воспроизводят самих себя.

Как нынешние лингвисты ни увертываются от точного перевода значения тюркского слова «курт» по отношению к творожному продукту – от него никуда не деться. Но если уж кто желает непременно «уточнить» автора данной статьи в диковатых фантазиях, погрузитесь в интернет. Проще всего найти подборку сайтов о происхождении названия паука «кара-курт», где четко дан перевод тюркских корней: «кара» – черный, «курт» – насекомое, личинка, червяк.

Как видите, биотехнологии существовали тысячелетиями. Конечно, при замешивании личинок в кислый подсоленный творог их раздавливали и тем самым останавливали процесс дальнейшего развития до состояния мухи. Зато в каждом шарике курта оставались иммуноукрепляющие вещества. В настоящее время эту странную на первый взгляд (но чрезвычайно продуктивную) истину о полезности опарышей для оздоровления и укрепления человеческого организма может подтвердить Лев Константинович Эрнст – вице-президент Российской Академии наук и по совместительству – отец всем известного генерального директора Первого телеканала.

Традиционный курт и сейчас производят в небольших количествах, но лишь в некоторых местах в Киргизии. А в России выращенные на пшеничных отрубях, высушенные затем в теплом воздухе и растолченные в порошок опарыши являются главным компонентом одного из ныне созданных эффективных медикаментозных средств.

## Мы говорим «творог», подразумеваем – сыворотка

Если выписать на чистый листок бумаги три основных процентных показателя сухих веществ в молоке (белки, жиры, углеводы), из которых готовят творог, получится довольно стабильная в пространстве и во времени триада. Наибольший процент приходится на молочный сахар – лактозу: 4,7% от массы молока, т. е. первое место на пьедестале почета. Несмотря на питательную ценность лактозы (за счет сахаров на Земле поддерживается жизнь во всех ее проявлениях), в тво-



Фото 1.  
Автоматизированный творогоизготовитель с пресующей ванной



Фото 2.  
Возврат теплоносителей в свои циркуляционные контуры

рог она почти не попадает, уходя с отечественной сывороткой большей частью куда-то в неизвестность (преимущественно в канализацию). Далее по процентному содержанию (3,4-4,2%) идет привилегированный молочный жир, за сохранность которого десятилетиями борются производители молока и его переработчики. На втором месте, а такое внимание! Но в обезжиренном твороге жира почти нет. Белок же в молоке по своему процентному содержанию с 3,0-3,2% занимает третье место по количеству, но не по важности, причем в творог попадает главным образом казеин (2,6-2,7%), а растворимые ценнейшие белки – альбумин, глобулины и др. – уплывают вместе с сывороткой.

Таким образом, в белковый обезжиренный творог попадает только пятая часть сухих веществ молока, поэтому норматив расхода молока на 1 тонну «обезжирки» выше 7 тонн.

Суммируем: из каждой тонны молока можно получить 100 кг сливок жирностью 35%, 140 кг обезжиренного творога – итого 240 кг. А остальное, т. е. большая часть, представляет собой сыворотку – бич нынешнего производства, потому что ее реализация проблематична. Разумеется, извлечь из сыворотки растворимые белки и лактозу можно, но удовольствие довольно затратно технически и при этом низкорен-

↓ *Спрос на этот качественный кисломолочный продукт не исчезнет еще несколько грядущих столетий. Поэтому при любых рыночных колебаниях его можно будет уверенно производить. Тем более что творог может выполнять полезную роль «буферной» продукции с длительными сроками хранения, смягчающей сезонные колебания в поступлении молока на переработку.*

↓ *Если белковый «живой» продукт – творог – производить из биологически «мертвого» СМ, как наивно предполагают некоторые начинающие бизнесмены, то больше половины от массы сухого молока растворится и уйдет с сывороткой. Да и денатурированный белок имеет не стопроцентную растворимость в воде.*

табельно экономически, особенно на районных предприятиях небольшой мощности. Вот и сбрасывают россияне сыворотку в канализацию десятилетиями, губя полезные микроорганизмы на очистных сооружениях малых городов, но не забывая при этом попутно рассуждать о необходимости внедрения современных технологий.

### Непростой путь молока к творогу

«Биография» творога – «живого» продукта – если считать ее от момента выдаивания молока, довольно продолжительна и не предполагает торопливости практически на всем пути. Прежде всего, следует отметить, что из парного молока творог не вырабатывают, так как молоко должно как минимум половину суток спокойно полежать без движения в емкости при температуре +10 °С. И это не примитивное хранение, а необходимая технологическая операция – созревание. Не будем забывать: молоко ведь живое за счет существующих и размножающихся в нем микроорганизмов, поэтому неизбежно претерпевает ряд изменений во времени. За 12-14 часов внутри охлажденного молока увеличивается количество молочнокислых бактерий с небольшим повышением кислотности всей массы на 1-2 °Т. Наряду с обогащением микрофлорой, во всем объеме накапливаются растворимые белковые соединения, необходимые для нормального темпа развития в последующих этапах молочнокислого процесса, изменяется дисперсность казеиновых частиц с укрупнением мицелл казеина, увеличивается содержание полипептидов. Фосфорнокислые кальциевые соли переходят из нерастворимого состояния в растворимое, увеличивается количество ионизированного кальция, происходит частичный гидролиз лактозы и повышение содержания водорастворимых азотистых соединений, изменяются коллоидно-химические свойства молока. Все это относится к естественному улучшению технологических свойств молока, предназначенного для выработки творога.

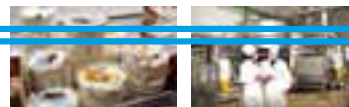
Если кратко обобщить, молоко в этот период адаптируется под творог за счет процессов в собственной микрофлоре, как среда для последующего развития заквасок и молокосвертывающих ферментов после их внесения.

Дальнейшая тепловая обработка созревшего молока закрепляет сформировавшийся комплекс. Но главной целью пастеризации при 72-76 °С и выше с выдержкой 15-25 секунд является снижение содержания в молоке патогенных и технически вредных микроорганизмов до уровня, при котором они при последующем нормальном ходе технологического процесса не могут нанести ущерба качеству готового продукта. Условием, ограничивающим параметры пастеризации (ее «жесткость»), является максимальное сохранение состава и физико-химических свойств молока, оказывающих влияние на выход и качество творога. К сожалению, полностью выполнить эти требования пока не удастся, так как даже минимальные режимы пастеризации вызывают изменения белковой фракции молока (снижение растворимых белков) и его солевого состава (осажде-

ние части ионов  $\text{Ca}^{2+}$ , играющих важнейшую роль в процессе образования сгустка), нарушая равновесие между разными формами солей кальция.

После пастеризации должен идти основной технологический процесс – сквашивание, которое в течение 4-6 часов осуществляют молочнокислые микроорганизмы специального назначения, вносимые в подготовленную молочную смесь. Живут и размножаются они в строго определенном температурном диапазоне 28-32 °С, который создают для них люди в ручном, или автоматическом режиме. Спорить с микробами-работниками бесполезно: забастовки, митинги и демонстрации в их среде не приняты. Условия подходят – они живут и сбрасывают часть лактозы в молочную кислоту, в противном случае – не работают так, как надо нам. Чем ниже температура, тем медленнее идет процесс сквашивания. При внесении в молочную смесь раствора хлористого кальция, сгусток сформируется плотнее, и наоборот.

Биологический процесс формирования сгустка микроорганизмами довольно сложен и продолжителен. Там присутствуют и расщепление отдельных веществ, и последующее образование геля с волокнистой сетчатой структурой. Но в итоге получается еще не творог, а только калье – некая сплошная однородная масса повышенной плотности по сравнению с исходным молоком. Творогом калье станет только после разре-



**Наибольший** выход дает раздельный метод выработки творога: получают обезжиренный творог, а уж затем его смешивают со сквашенными сливками.

зания сгустка на кубики с размерами ребра 12-15 мм, последующего небольшого подогрева всего объема смеси до 36-38 °С, а также после отделения сыворотки от образовавшихся казеиновых зерен.

С отделением сыворотки по времени тоже торопиться нельзя, так как при повышенном силовом воздействии растут потери белка, теперь уже как мелких частичек сформированного творога. Это легко наблюдается по замутнению отделяемой сыворотки, которая в идеале должна быть желтовато-прозрач-



↓ Соотношение «молоко-творог» технологически уже отстает от определения «современное», так как сопровождается отторжением больших объемов сыворотки белково-углеводного состава – до половины от исходного количества поступивших в переработку сухих веществ! Отсюда и невысокие экономические результаты у предприятий, занимающихся выпуском творога в больших объемах.

↓ Будем оптимистично полагать, что у творога впереди хорошие перспективы, которые наглядно и устойчиво демонстрирует нам соседняя Беларусь!

ной. В автоматизированном творогоизготовителе с прессующей ванной (фото 1) прессование происходит в течение 2-4 часов с постепенным усилением нажима на творожную массу за счет медленного перекачивания сыворотки из придонной зоны в верхнюю ванну.

После окончания прессования собранную в верхнюю ванну чистую сыворотку самотеком направляют в расположенный рядом танк (на снимке – справа). Но и это еще не все. Для замедления процесса нарастания кислотности в уже готовом продукте творог требуется охладить. В данном виде оборудования, где

**Единственный** вопрос, который можно здесь задать во весь голос: где вы – эффективные творожные менеджеры?

он располагается слоем во всем кольцевом зазоре между ванной для смеси и прессующей ванной, творог охлаждают посредством направления ледяной воды в рубашку охватывающей его ванны для исходной молочной смеси. Ледяную воду полагаются возвращать в исходный бак, что автоматика делает надежно с помощью отсечных клапанов на подаче, бака с датчиками уровня и насосом возврата на выходе отработавшего хладагента самосливом из водяной рубашки (фото 2).

Обрисованная выше модернизация имевшегося оборудования, выполненная при непосредственном участии автора данной статьи, обеспечила необходимую плавность процессов температурной обработки: переход на подогрев калье горячей технологической водой вместо пара, а также охлаждение готового продукта ледяной водой. Тепло-хладоносители автоматически возвращаются в свои циркуляционные контуры без потерь, что позволяет в полном объеме соблюдать алгоритм приготовления высококачественного традиционного творога, начиная от момента приема сюда пастеризованного молока при температуре сквашивания и до финальной операции понижения температуры.

## Почва для действий эффективного менеджера

В последние годы заимствованное из-за границы словосочетание «эффективный менеджер» стало употребляться с ироническим оттенком, потому что действия многих лиц, притворяющихся управленцами, зачастую сводятся к манипулированию техникой, персоналом и финансами с достижением тактических денежных выгод (порой на фоне пренебрежения качеством продукта) при уклонении от прочных стратегических достижений. Тем не менее, производство творога просто мечтает о рацио-



нальном руководителе процесса, который бы «выжал» из молока максимум сухих веществ (желательно вообще без потерь) из исходной их средней величины 12,5%, а не ограничивался половиной, сбрасывая другую половину без раздумий в канализацию, как это нередко происходит сейчас на многих молокозаводах.

Вероятнее всего, эффективный по-настоящему менеджер поступил бы следующим образом:

1. Сопоставил бы ежегодную кривую потребления творога населением с линией производства молока в его сырьевой зоне. Обнаружил бы при этом любопытную картину «ножниц»: резкое снижение летнего потребления питьевого молока и творога (с переходом к фруктово-овощному питанию) при столь резком росте молочного и более дешевого сырья в этот же период. И строго наоборот в зимние месяцы... Как доказательство отмеченной тенден-

↓ В последние годы заимствованное из-за границы словосочетание «эффективный менеджер» стало употребляться с ироническим оттенком, потому что действия многих лиц, притворяющихся управленцами, зачастую сводятся к манипулированию техникой, персоналом и финансами.

↓ Белок в сыром молоке – самый дешевый из легкоусвояемых белков, получаемых от домашних животных постоянно в период их собственной продуктивной жизни.

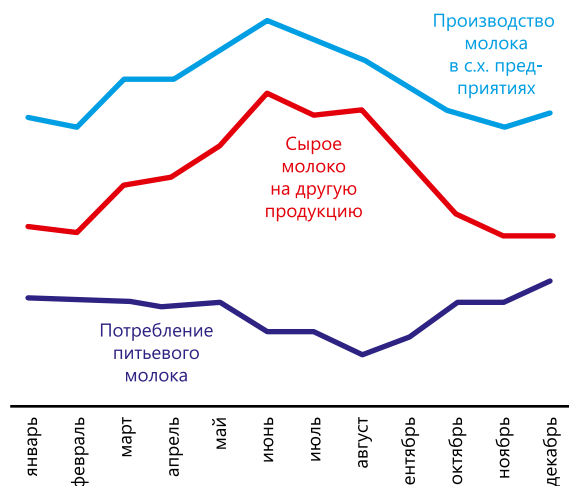
ции – график в целом по России (рис. 1). Тут же появилась бы самостоятельная неизбежная мысль: летом выработать продукт, моментально заморозить и заложить в резерв на осенне-зимний период. А с октября и далее превращать творожный монолит в свежий творог, сырки и творожную массу, торгуя ими по более высокой осенне-зимней цене. Но погружившись в информационное поле, восхищенный собою менеджер узнал бы, что именно так уже много лет подряд поступают в Беларуси.

2. Посчитав логистику перевозок сырья и готовой продукции, эффективный менеджер сразу натолкнулся бы на пропорцию 6,4:1, означающую, что масса творога жирностью 9% меньше массы исходного молока в 6,4 раза, а огромный объем образующейся в производстве биологически ценной сыворотки торговля не желает брать на реализацию. После такого обнаружения его обязательно бы посетила вторая здравая мысль. Что если в непосредственной близости от ферм поставщиков сразу отделять лактозную часть молока (80% по массе), возвращать «свежачок» на ферму и выпаживать ее все тому же мычащему поголовью без превращения в сыворотку? Молочный сахар – это же весьма питательная энергетическая составляющая часть в молоке, при этом естественная для телят. Значит, будет тройная выгода: животные получат часть питания, которое им биологически привычно, не потребуются жесть много топлива на перевозку сырья, можно мирно сосуществовать с партнерами «на хвосте» любой молокопереработки – очистными сооружениями канализации. Увы, и эта мысль, свежая для нашего эффективного менеджера, давно реализована на ряде ферм в некоторых странах Европы.

3. Обратившись к опытным технологам, этот менеджер ознакомился бы с информацией о том, что наибольший выход дает раздельный метод его выработки (получают обезжиренный творог, а уж затем его смешивают со сквашенными сливками). Более того, применяя мембранное ультрафильтрационное разделение обезжиренного молока на концентрат белка с содержанием сухих веществ 16% и лактозный фильтрат с содержанием в нем молочного сахара 4,7%, из 1 тонны той же исходной нормализованной по жиру молочной смеси получим не традиционные 150 кг 9%-го творога в соответствии с нормативами расхода сырья по ГОСТ Р 52096-2003, а примерно 260-277 кг натурального творога указанной жирности. Потребительские свойства продукта по новой технологии (усвояемость и биологическая ценность) выше традиционных за счет наличия натуральных сывороточных белков, что доказано современной медициной. Соответственно, резко возрастет выручка с сопутствующей ей прибылью и рентабельностью, позволяющей заметно снижать цену реализации и без проблем честно конкурировать с другими производителями. Это тоже не фантазии, а производственный факт, получаемый постоянно уже сейчас на одном из заводов в Поволжье.

4. Глубже изучив возможности мембранной технологии, эффективный менеджер задумался бы над таким фактом. Если отделенный на первой стадии желтый раствор лактозы

Рисунок 1.  
Сезонность производства и потребления молока



подвергнуть более тонкой фильтрации – нанофильтрации (название родилось полвека тому назад, еще до появления термина «нанотехнологии»), то вода, прошедшая через поры фильтра, будет биологически ценной по своему минерально-солевому составу. Ведь она сформирована клетками организма животного и составляет основу молока, предназначенного для роста и развития растущего аналогичного животного. Получив эту воду, разливаем ее в бутылки и выставляем на продажу. Не прошедший через фильтр раствор лактозы превращается в лактозный концентрат и тоже является неплохим товаром.

5. На основе вышеизложенного комплекса факторов эффективный менеджер создал и постепенно развил бы прибыльный безотходный бизнес по производству и реализации не только исключительно натурального вкусного и биологически ценного творога по всем регионам России, но также биологически ценной питьевой воды и лактозного концентрата, который можно дальше превращать в сладкую лактулозу, востребованную кондитерскими фабриками.

Единственный вопрос, который можно здесь задать во весь голос: где вы – эффективные творожные менеджеры? Вопрос риторический, потому что такие личности появляются в условиях существования сильного общественного спроса на перемены в производственной жизни. В политической жизни общества такой ветер перемен появился, а молочная промышленность, как видно, расположена в непродуваемом квартале.

↓ *Переработка отходов, неизбежно имеющих в устаревших технологиях, всегда затратна и низкорентабельна. Переход к новым технологиям, работающим прямо с «головы» – непосредственно от основного сырья, существенно прибыльнее.*

↓ *Молодые ученые нынешнего поколения не поверили давно известной истине об ущербе от выпуска творога из сухого молока и в истекшем году провели в Барнауле серию экспериментов.*

Таблица 1.  
Выработка творога и сметаны из 1000 кг молока по традиционной и новой схеме

Схема	Цена сырья	Стоим. переработки	Итого затрат	Количество 9% творога	Цена опт. реализации	Выручка	Количество сметаны	Цена опт. реализации	Выручка за сметану	Выручка всего	Прибыль	Рент. по отнош. к переработке
Ед. изм.	Руб.	Руб.	Руб.	Кг	Руб.	Руб.	Кг	Руб.	Руб.	Руб.	Руб.	%
Традиц.	14000	7500	21500	150	96	14400	107,5	90	9675	24075	2575	34,3
Новая	14000	9000	23000	260	96	24960	58	90	5220	30180	7180	95,7

Творожная экономика

То, что продукты питания с содержанием животного белка будут и дальше востребованы – вне всякого сомнения. Соответственно, их всегда будут покупать, причем цена на творог не будет заоблачной. Прежде всего, по той причине, что белок в сыром молоке – самый дешевый из легкоусваиваемых белков, получаемых от домашних животных постоянно в период их собственной продуктивной жизни.

С естественным постепенным уменьшением численности квалифицированных практиков-технологов в сфере переработки молока, сюда приходят бизнес-ориентированные молодые люди. Им поневоле приходится решать современные проблемы, чаще всего уже не технической, а организационно-экономической направленности. Типовая ошибка, которую они совершают, заключается в игнорировании базовой экономической закономерности: переработка отходов («хвостов»), неизбежно имеющих в устаревших технологиях, всегда затратна и низкорентабельна. Переход к новым технологиям, работающим прямо с «головы» – непосредственно от основного сырья, существенно прибыльнее. Далее это будет показано на числовом примере.

Для адекватного реагирования на запросы времени, следует вначале запомнить, что обезжиренное сухое молоко, широко представленное на рынке различными зарубежными производителями, – это сухая субстанция после энергозатратной переработки молока (сушки распылением), с содержанием в ней белков только 36%. Зато лактоза представлена 52%, 5% – влага, остальные 7% – минеральные соли и следы молочного жира. Да и предварительную стадию созревания такое молоко не проходило.

Если белковый «живой» продукт – творог – производить из биологически «мертвого» СОМ, как наивно предполагают некоторые начинающие бизнесмены, то больше половины от массы сухого молока растворится и уйдет с сывороткой. Да и денатурированный белок имеет не стопроцентную растворимость в воде. Посчитайте-ка при таком раскладе себестоимость получившегося продукта не первой свежести.

Молодые ученые нынешнего поколения не поверили давно известной истине об ущербе от выпуска творога из сухого молока и в истекшем году провели в Барнауле серию экспериментов, результаты которых опубликовали вместе со своим разочарованием в них в виде комментариев. Истина предыду-

щих поколений молокопереработчиков подтвердилась в очередной раз.

Тем временем мы подсчитаем по сокращенной схеме (три первых пункта из вышеизложенных размышлений эффективного менеджера) экономические возможности того, что может рассматриваться по минимуму для последующего внедрения в сопоставлении с традиционно сохраняющимся производством. Цифры для расчета сырья и реализуемой продукции берем усредненные в целом по России, чтобы выявить на этой стадии какую-то тенденцию (если она существует).

Творогу всегда сопутствует выработка сметаны, так как эти два продукта хорошо дополняют друг друга. Даже в одной семье кому-то нравится пожирнее, а другому – попостнее, что регулирует сметана, добавляемая к нежирному творогу. В данном случае в расчете учтен так называемый полужирный продукт 9%-й жирности (табл. 1).

Рентабельность рассчитана по отношению прибыли, полученной на каждый рубль собственных усилий, к затратам по переработке. Такой подсчет проявляет истинный смысл предпринимательства: я лично проработал идею, привлек к расчетам знающих людей, действую сам в выбранном направлении, плюс вкладываю рубль и получаю на него столько-то копеек прибыли. А если и обращаюсь за кредитом, то для обеспечения гарантий его возврата, рентабельность моего бизнеса должна быть истинно и заметно выше процентной ставки на заемные средства. Можно убедиться численно, что современный подход существенно эффективнее устоявшегося традиционного.

Но и это еще не все возможности переработки молока на творог. Подключив вышеупомянутый четвертый пункт расширенного выпуска продукции с питьевой водой и концентратом лактозы, есть реальный шанс еще больше повысить заводскую рентабельность.

Заметьте, в данной статье показываются горизонты получения на безотходной основе массы продукции



↓ *Взяв за основу «живое» молоко для получения «живого» кисломолочного продукта – творога, следует дополнить сырье такой последовательностью производственных операций (называемой технологией), при которой сохраняются плюсы исходных частей природной биологической жидкости.*

↓ *Современные технологии, прилагаемые к разнообразному природному сырью для переработки, опираются на максимальную степень извлечения из этого сырья полезных свойств.*



Творог «коде-вуют» перед его выходом к потребителю.

из свежего молока. Поэтому не затронуто само понятие «вторичное молочное сырье» – термин из уходящего типа мышления, пронизывающего всю молочную сферу: от научных школ до мастеров производственных цехов. Коль скоро наша прежняя логика допускала отходы от перерабатываемого молока (которое вообще-то все млекопитающие на планете Земля пьют без остатка), в ней закреплялась мысль о первичности и вторичности компонентов. Затем технологии фиксировали «нормальность» отходов, а производственники десятилетиями без нервных потрясений сбрасывали некоторые компоненты товарного молока в канализацию. И мирятся с подобным до сих пор, что не нормально. Как художественно выразился один современный российский полиглот, «вчерашпиль мне царапает глазавтра».

В противоположность здравому экономическому смыслу у нас пока что продуктом называют и торговые издержки. Что можно возразить? Только то, что слабое и неадекватное мышление не способно к практической отдаче с хорошими результатами.

**Творогу** всегда сопутствует выработка сметаны, так как эти два продукта хорошо дополняют друг друга.

## Закключение

Согласно одному из сохраняющихся по сей день определений из XIX века, земная жизнь есть способ существования белковых тел. И подобно тому, как для постройки и ремонта каменного дома нужны камни, для постройки и ремонта белковых тел нужны белки. Творог, как раз, и есть один из устойчивых видов белковых молочных продуктов, вырабатывавшихся на территории России в течение длительного времени. Спрос на этот каче-

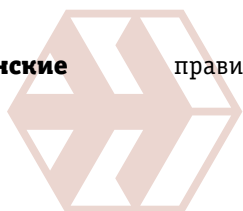
ственный кисломолочный продукт не исчезнет еще несколько грядущих столетий. Поэтому при любых рыночных колебаниях его можно будет уверенно производить. Тем более что творог может выполнять полезную роль «буферной» продукции с длительными сроками хранения, смягчающей сезонные колебания в поступлении молока на переработку.

Взяв за основу «живое» молоко для получения «живого» кисломолочного продукта – творога, следует дополнить сырье такой последовательностью производственных операций (называемой технологией), при которой сохраняются плюсы исходных частей природной биологической жидкости. Название подобной последовательности – биотехнология. Это настолько просто и естественно, что дополнительные пояснения лишь ухудшают восприятие истины. Комбинирование творога с растительными компонентами сейчас модно, существенно расширяет ассортимент, но процент добавок обязан сохраняться в разумных пределах и не испытывать на прочность генетику наших собственных организмов.

Современные технологии в любой области человеческой деятельности, прилагаемые к разнообразному природному сырью для переработки, опираются на максимальную степень извлечения из этого сырья полезных свойств. Соотношение «молоко-творог» технологически уже отстает от определения «современное», так как сопровождается отторжением больших объемов сыворотки белково-углеводного состава – до половины от исходного количества поступивших в переработку сухих веществ! Отсюда и невысокие экономические результаты у предприятий, занимающихся выпуском творога в больших объемах.

В данном случае полезную информацию дало бы применение логики с расчетами возможных вариантов по всей цепочке товародвижения. А дальше – дело за использованием информации в производстве и реализации, к чему должен приложить руку современный менеджмент капиталистического направления. Ведь настоящий капитализм при рентабельности почти под 100% по отношению к собственным затратам на его выработку – это однозначные действия по немедленному инвестированию средств (собственных и заемных) в совершенствование, обновление и развитие данного типа производства, чего в отечественной молочной промышленности не наблюдается. Заметно лишь упаковочное разнообразие, вызванное жесткими требованиями повышения реализационного потенциала на потребительском рынке.

Все же будем оптимистично полагать, что у творога впереди хорошие перспективы, которые наглядно и устойчиво демонстрирует нам соседняя Беларусь. **mc**



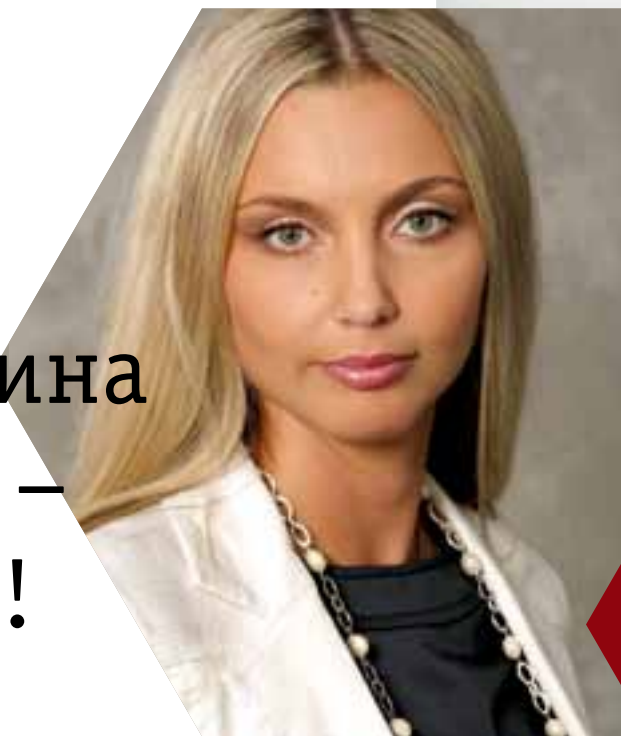
Гость:

**Наталья Бойкова,**  
заместитель генерального  
директора по  
информационной  
политике и социальным  
вопросам ЗАО «Сибирская  
Аграрная Группа»

Беседовала:

**Виктория  
Загоровская**

# Наталья Бойкова: Я считаю, что женщина в бизнесе – это норма!



1. Фамилия, Имя:  
Бойкова Наталья

2. Дата рождения:  
3 ноября 1976 года

3. Место рождения:  
Томск

4. Образование:  
журналистика ТГУ, маркетинг ТГУ  
(оба диплома с отличием); в настоящее  
время обучается в MBA ТГУ

5. Название компании, должность:  
ЗАО «Сибирская Аграрная Группа»,  
заместитель генерального директора  
по информационной политике  
и социальным вопросам

6. Сколько времени Вы работаете  
на руководящей должности:  
в целом 8 лет

7. Основные достижения в карьере:  
награды – «Лучший сотрудник  
компании-2005», «Благодарность  
губернатора Томской области-2007»,  
«Диплом Пресс-Служба года 2010»,  
«Диплом Акулы пера-2011»

8. Семейное положение:  
разведена, воспитывает 10-летнего сына

9. Хобби:  
вышивание

## Вы с детства были лидером в компании? Какие игры любили?

– Я всегда стремилась быть лидером, с третьего класса была старостой. Позже лидерство выражала неофициальными способами, скорее даже уклонялась от формального лидерства, предпочитая быть лидером неформальным. Никогда не любила играть в куклы, игрушки. Попросту их ломала, чтобы посмотреть, как они внутри устроены. Сломав, теряла к ним интерес. Предпочитала с раннего детства книги и активное общение с друзьями и одноклассниками.

## – У Вас характер отца? Назовите три главные черты.

– Мой характер – это «компромисс» характеров моих родителей: твердость и целеустремленность – от матери и дипломатичность и честность – от отца.

## – Из всех решений, которые пришлось принимать в жизни, какое Вы считаете самым важным?

– Выбор профессии – журналистика и PR, реклама и маркетинг.

## – В Вашей жизни был человек, которого Вы могли бы назвать своим Учителем?

– Я учусь постоянно у многих окружающих меня людей, и не только в профессиональном плане, но и во многих других. Многого достичь в профессии мне дала шанс главный редактор томской газеты «Красное знамя» Т. Е. Кондрацкая, «натаскал» как пишущего журналиста А. Б. Бережков, в рекламе прорывалась благодаря Н. В. Аршавской. Как руководитель сейчас очень многому учусь у своего генерального директора А. П. Тютюшева.

## – Какими качествами, на Ваш взгляд, должна обладать современная business woman? Что отличает женщину в бизнесе?

– Я считаю, что женщина в бизнесе – это норма. Современная business woman, прежде всего, должна обладать чувством собственного достоинства, иметь стержень, цель. Тогда и окружающие будут к ней относиться с заслуженным уважением. Уверена, что женщину отличает от мужчин



Никогда не любила играть в куклы, игрушки. Просто их ломала, чтобы посмотреть, как они внутри устроены. Словом, теряла к ним интерес.

Самое сложное для женщины-руководителя – это, во-первых, вписаться в агрессивный мир мужчин, оставаясь при этом женщиной, а во-вторых, не вызывать зависть у коллег своего пола.



большая дипломатичность, миролюбивость, гибкость, порядочность, возможность абстрагироваться и принимать взвешенные и продуманные решения.

– **Вы согласны с мнением, что мужчине быть руководителем легче, чем женщине? Что самое сложное для женщины-руководителя?**

– Нет, не согласна. Многие женщины отлично справляются с ролью руководителя, гораздо лучше коллег-мужчин. Прямо просятся слова Екатерины, главной героини из фильма «Москва слезам не верит»: «Научись управлять троими, а остальное – дело техники, и количество не имеет значения». Самое сложное, на мой взгляд, для женщины-руководителя – это, во-первых, вписаться в агрессивный мир мужчин, оставаясь при этом женщиной, а во-вторых, не вызывать зависть у коллег своего пола.

– **Что Вы считаете главным достижением за время своего руководства?**

– Формирование сплоченной команды.  
– **Подчиненные делают Вам скидку как женщине на плохое настроение, излишнюю эмоциональность?**

– Думаю, нет. Точнее надеюсь, что, нет. Я очень эмоциональный руководитель. Это и плюс, и минус одновременно.

*У меня есть безумная мечта – купить и научиться управлять мотоциклом!*

– **Бизнес – дело жесткое, и здесь, как говорится, не до сантиментов. Но, тем не менее, можете ли Вы позволить себе такую роскошь, как мягкость? В каких случаях?**

– Да, могу позволить и мягкость. Мягкость – это огромная сила, если пра-

вильно ею пользоваться. Уверена, что лучший стимул к работе – это не наказание и не материальное поощрение, а искренняя похвала за достойную работу. Сама по себе знаю, что от заслуженной похвалы просто горы хочется свернуть. Вот тут и уместна мягкость.

– **Дело «с большой буквы» изменило Вас как человека, внутренне как-то переформатировало?**

– Глобально, нет. Но я стала более системной, более конкретной.

– **Что Вам приносит в работе наибольшее удовлетворение?**

– Пусть прозвучит банально, но это прекрасный результат. Работа ради работы – не про меня, мне может нравиться процесс, но как возможность реализовать идею. Мне нравится видеть, когда тот или иной проект удастся. В каждый я действительно вкладываю душу, как и моя команда. Мы не ждем благодарности, но когда понимаешь, что проект удался и это признают окружающие, за спиной крылья вырастают, глаза горят, хочется снова и снова приносить радость и пользу людям. Это практически как наркотик.

– **Как Вы отбираете людей в свою команду?**

– Очень долго и непросто. Есть люди, которые работают со мной давно, есть те, с которыми я дружу по жизни, а есть те, которые пришли недавно и сразу «попали в яблочко», стали своими. А бывает, что кто-то уходит через три месяца сам.

– **Какие качества в людях Вы не принимаете? И каким нужно быть, чтобы Вам понравиться?**

– Не смогу простить лени, лицемерия и предательства. Чтобы мне понравиться, нужно быть честным, прямым, темпераментным, самостоятельным, надежным, верным.

– **Есть ли что-то, чему Вы в жизни еще хотели бы научиться?**

– Конечно! Это безумная мечта – купить и научиться управлять мотоциклом!

– **В семье Вы тоже босс?**

– Однозначно: дома я тоже босс.

– **Есть ли у Вас любимый стиль в одежде?**

– Да. Люблю сочетать классику с элементами других стилей.

– **Если бы Вам пришлось заниматься другим бизнесом – то каким?**

– Жизнь не любит сослагательного наклонения... «Если бы»... Но если бы я занималась другим бизнесом, то хотела бы стать очень хорошим врачом. **mc**





Гость:  
**Владимир  
Пономаренко,**  
генеральный директор  
компании Reich  
в Санкт-Петербурге

Беседовала:  
**Елена  
Максимова**

# Владимир Пономаренко: Убеждать легко, когда говоришь правду

досье



1. Фамилия, Имя:  
Пономаренко Владимир
2. Дата рождения:  
23 января 1978 года
3. Место рождения:  
Таллин, Эстония
4. Название компании, должность:  
Компания Reich в Санкт-Петербурге,  
генеральный директор
5. Работает в продажах:  
15 лет
6. Общая сумма заключенных контрактов:  
около 100 000 000 евро
7. Места, где был в командировках:  
все города России  
и многие города мира
8. Семейное положение:  
женат

## Как Вы начинали свою карьеру?

– Устроился механиком в фирму, продающую мясоперерабатывающее оборудование.

## – Помните ли Вы свою первую продажу?

– Первая продажа – она же самая значимая – произошла через год после начала моей работы. Это был замечательный клиент из Пензы, который, кстати, до сих пор покупает у меня оборудование.

## – Какие, на Ваш взгляд, качества характеризуют хорошего продавца?

– Главное качество продавца – это понимание того, что он делает и для чего он работает. Искусству продаж нигде специально не учился – только смотрел на других и впитывал в себя знания. Я – продавец от природы.

## – То есть родные с детства Вам прочили карьеру продавца?

Искусству продаж нигде специально не учился – только смотрел на других и впитывал в себя знания.

Для меня все клиенты равны, а каждый контракт уникален.

## День «в поле»

– В деловую поездку я обязательно беру с собой самое главное оружие продаж – себя.

– Находясь в пути, я стараюсь не думать о предстоящих переговорах и в основном предаюсь чтению.

– Собираясь на переговоры, всегда беру с собой подарки.

– Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу – я пью еще один кофе.

– Как правило, я могу определить, готов ли человек подписать контракт, на первой минуте общения.

– Хотя бывает, контракт с клиентом заключил, а предоплаты так и не дождался.

– После подписания договора мы, как ни странно, привозим клиенту наши камеры.

– Когда я был юн, мама сказала мне: «Ты будешь или юристом, или врачом». Так и вышло: одну половину времени я провожу с договорами, а другую – в белом халате.

– Вы легко убеждаете людей?

– Убеждать легко, когда говоришь правду и сам уверен в том, в чем убеждаешь.

– С чего Вы начинаете разговор с новым клиентом?

– Я с ним знакомлюсь. И мне нужно совсем немного времени, чтобы составить определенное мнение о новом человеке.

– Обращаете ли Вы внимание на пол клиента, общаясь с ним?

– Нет.

– Выделяете ли Вы особенных клиентов или особенно важные контракты?

– Для меня все клиенты равны, а каждый контракт уникален.

*Мама сказала мне:  
«Ты будешь или  
юристом,  
или врачом».  
Так и вышло:  
одну половину  
времени я провожу  
с договорами,  
а другую –  
в белом халате.*

– Вы любите «экстремальные» переговоры? Сколько времени Вы готовы потратить на них?

– Экстремальных переговоров не люблю. А самые длинные мои переговоры длились 4 года.

– Вам легко удается отключаться от работы?

– Нет. Я довольно часто обсуждаю свою работу в нерабочее время.

– Что Вам ближе: работа в офисе или «в поле»?

– В поле. Это моя стихия.

– Если бы Вы имели неограниченные ресурсы, что бы Вы подарили своему клиенту на юбилей?

– Самое лучшее, что есть в этом бренном мире, – камеру REICH.

– Что для Вас важнее всего в жизни?

– Семья. Еще очень люблю книги – без них не могу. **ms**

## К 2014 году рынок мороженого вырастет на 5%



До финансового кризиса российский рынок мороженого показывал уверенный рост на 2-3% в год, и за последние десять лет здесь не было отмечено серьезных падений.

Тем не менее, в связи с холодными сезонами 2008-2009 годов рынок стал показывать отрицательную динамику продаж. К неблагоприятному влиянию погодных условий добавился экономический кризис и, как следствие, подорожание сырья. По данным специалистов компании «Маркет Аналитика», производство мороженого в кризисные годы не упало, многие предприятия выдержали это испытание, а некоторым удалось даже нарастить свой потенциал. В 2010 году произошел резкий скачок объема производства, когда рост составил 13%. Увеличение наблюдалось ежеквартально, но самое заметное пришлось на III квартал из-за аномальной жары июля-августа 2010 года. По прогнозам экспертов, в период 2010-2014 годов рынок вырастет на 5% по сравнению с 2010 годом. Восстановление после кризиса всех показателей макроэкономики также не могло не повлиять на положительную динамику рынка.

Стоит отметить, что на него оказывает влияние ситуация на рынках сырья (рынок сухого и цельного молока, рынок тропических масел) и рынке упаковки. Увеличение стоимости молочного сырья и ограничение использования тропических жиров способствовали значительному удорожанию мороженого, цена на которое увеличилась более чем на 30% с 2008 года.

*РБК.Исследования рынков*

## Старт проектов в Московской области

Строительство пяти современных комплексов по производству молока планируется начать в Подмоскowie в 2012 году, в 2011 году предполагается ввести в строй два таких комплекса, сообщила в конце минувшего года пресс-служба Министерства сельского хозяйства и продовольствия Московской области.

«За период с 2006 по 2010 годы в Московской области в молочном животноводстве реализовано 42 проекта в области модернизации,

реконструкции и строительства новых современных, высокотехнологичных комплексов по производству молока на сумму около 5 млрд рублей. В 2011 году планируется ввод еще двух объектов», – говорится в сообщении. Первый объект – это молочный комплекс в ЗАО «Племзавод «Раменское» Раменского района, рассчитанный на 2,4 тыс. коров с цехами по переработке молока и производству органо-минеральных удобрений общей стоимостью 4,7 млрд рублей. С вводом этого объекта в IV квартале 2011 года на предприятии будут дополнительно трудоустроены 106 человек со среднемесячной заработной платой более 28 тыс. рублей. Производственная мощность комплекса составит 22 тыс. тонн молока в год.

Второй объект – молочный комплекс в ФГУП АПК «Непечино» Коломенского района на 1,2 тыс. коров. Общий объем привлеченных инвестиций составляет 430 млн рублей. Производственная мощность комплекса составит более 7 тыс. тонн молока в год.



В перспективе на 2012 год планируется начать строительство еще пяти молочных комплексов с общим объемом производства 27 тыс. тонн молока в год и объемом привлекаемых инвестиций в размере около 2 млрд рублей. **Министр сельского хозяйства и продовольствия Подмоскowie Николай Савенко** отметил, что ввод новых комплексов по производству молока в регионе способствует наращиванию объемов производства продукции животноводства и выполнению планов по обеспечению населения страны продовольствием собственного производства.

*dairynews.ru*

## Более 50% молока произвели ЛПХ

Накануне новогодних праздников **Первый заместитель председателя Правительства РФ В. А. Зубков** подвел основные итоги развития агропромышленного комплекса России в 2011 году на встрече с представителями Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР).

«Сегодня в личных подсобных и крестьянских хозяйствах производится более 50% от общего объема производства сельхозпродукции, в том числе около 22% зерновых, более 50% молока, 42% мяса, – сообщил Виктор Зубков. – Напомню, что Государственной программой

развития сельского хозяйства предусмотрено субсидирование процентных ставок по кредитам для малых форм хозяйствования в размере 95% ставки рефинансирования. На субсидирование процентных ставок федеральным бюджетом по кредитам для малых форм в 2011 году предусмотрено 5,3 млрд рублей, в 2012 году – 6,3 млрд рублей».



По словам Зубкова, в ушедшем году собран хороший урожай зерна – порядка 93 млн тонн, высокие показатели по другим культурам, по некоторым – рекордные, в том числе почти 47 млн тонн сахарной свеклы, 1,6 млн тонн сои. Россия восстановила позиции на мировом зерновом рынке, вошла в тройку крупнейших экспортеров пшеницы в мире. Объем экспорта, запланированный по итогам сельскохозяйственного года, составляет 24 млн тонн.

Сохранилась положительная динамика развития в животноводстве. Прирост производства мяса птицы превысил 300 тыс. тонн (увеличение на 12%), свинины – более 100 тыс. тонн (увеличение на 10%).

На 1 декабря действует свыше 160 тыс. таких кредитных договоров на общую сумму более 52 млрд рублей. При этом 74% суммы – кредиты Россельхозбанка. Банком также разработаны специальные программы финансирования фермерских хозяйств, сельскохозяйственных кооперативов и личных подсобных хозяйств.

В 2012 году продолжится реализация программы развития семейных животноводческих ферм. За год планируется создать и модернизировать еще 150 таких ферм. Всего до конца 2014 года будет создано или реконструировано 450 ферм.



Также фермеры уже сейчас имеют возможность компенсировать из бюджета половину расходов на оформление земель в собственность. Эта мера поддержки начала действовать, уже в этом году на эти цели направлено 120 млн рублей, в 2012 году будет выделено более 1,4 млрд рублей, что позволит оформить в собственность около 3 млн га земель.

С 2012 года начнется реализация и новой программы поддержки начинающих фермеров. Она предусматривает гранты до 1,5 млн рублей на создание крестьянского хозяйства и единовременную помощь

на бытовое обустройство начинающего фермера в размере 250 тыс. рублей. Реализация программы до 2014 года позволит создать около 7,7 тыс. новых хозяйств.

Продолжается доработка законопроекта, разрешающего фермерам вести строительство жилья на землях сельскохозяйственного назначения. В числе авторов законопроекта – глава АККОР Владимир Плотников.

Кроме того, с этого года АККОР будет принимать непосредственное участие и в программе обновления парка сельскохозяйственной техники, оператором которой также выступит «Росагроинжинг». Объем финансирования составит около 8,5 млрд рублей, включая 3,5 млрд рублей из федерального бюджета и 5 млрд рублей из собственных средств госкомпаний.

Еще одно ключевое направление работы Правительства – создание комфортных условий для жизни и работы в сельской местности. Федеральным бюджетом на 2012 год предусмотрено около 8 млрд рублей на финансирование целевой программы «Социальное развитие села». Около 6 млрд рублей будет выделено на строительство сельских дорог.

*ИА DairyNews*

## ФАС хочет увеличить штрафы для ритейлеров



Федеральная антимонопольная служба снова задумалась о введении оборотных штрафов для торговых сетей.

Идея оборотных штрафов активно обсуждалась в 2010 году. Депутаты тогда предлагали довести их размер для «рецидивистов» до 3% от выручки. К примеру, Х5 в случае повторного нарушения могла бы заплатить штраф в размере около 10 млрд рублей. Однако депутатское предложение было отклонено, и с конца 2010 года максимальный штраф за «порочный» договор поставки и игнорирование норм Закона «О торговле» составил 5 млн рублей. Тогда как, к примеру, оборот лидера рынка Х5 Retail Group в 2010 году достиг 342,6 млрд рублей. По мнению ФАС, штрафы должны быть чувствительными для торговли, чтобы повысить риски компаний при нарушении закона, заявил **начальник Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС Тимофей Нижегородцев**.

Прежде чем принимать решение, антимонопольное ведомство



хочет посмотреть, какая судебная практика сложится в рамках этой проблемы. Первой ласточкой станет Metro Cash&Carry. В конце ноября ФАС выявила в договоре немецкой сети противоречие ст. 13 Закона «О торговле» и обвинила ее в дискриминации поставщиков рыбы. В начале этого года **замруководителя антимонопольного ведомства Андрей Кашеваров** назначит штраф по этому делу.

Скорее всего, Metro Cash&Carry обратится в суд, чтобы оспорить решение ФАС. По крайней мере, до сих пор так поступали все ритейлеры, не нашедшие компромисса с регулятором в вопросах дискриминации. Именно в ходе процесса с Metro Cash&Carry ФАС получит факты, на основе которых сделает выводы, соразмерно ли наказание нарушению. Если наказание будет слишком мягким, антимонопольщики начнут выступать за увеличение штрафов. «Мы будем думать на тему, как восстановить принцип правовой соразмерности: в виде уточнения в действующий закон либо возвращения к идее оборотных штрафов», — отметил г-н Нижегородцев. — Торговая сеть должна платить штраф за нарушение закона в отношении каждого поставщика отдельно, а не по факту нарушения, которое может быть одновременно отнесено к сотне контрагентов». **Исполнительный директор Ассоциации компаний розничной торговли Илья Белоновский** не видит никаких предпосылок для возвращения к идее оборотных штрафов. «Сейчас ситуация абсолютно управляемая, ФАС штрафует компании в рамках Закона «О торговле» и КоАП», — пояснил он. «Оборотные штрафы абсолютно неправильны для ритейла, где чистая прибыль и так составляет всего 1-3% от оборота», — говорил ранее **совладелец «Магнита» Сергей Галицкий**.

RBC Daily

## Татарстан – лидер производства

По данным на 10 января 2012 года, сельхозпредприятиями республики за прошедшие сутки произведено 2898,7 тонн молока, что составляет 8% от общего объема молока, произведенного предприятиями АПК России.



По надоям и реализации молока Татарстан занимает лидирующее положение по сравнению с другими регионами РФ.

По республике надой на одну корову в среднем составил 11,8 кг, по России — 10,4 кг. В производстве молока лидируют работники живот-

новодческих комплексов Атинского, Сабинского, Актанышского, Кукморского и Балтасинского районов. У них надой на одну корову составил от 16,3 до 14,5 кг. Предстоит увеличить среднесуточный надой работникам ферм Тетюшского, Азнакаевского, Менделеевского, Лаишевского, Зеленодольского и других районов РТ, где от каждой коровы получают за сутки от 8,2 до 9,5 л молока.

С превышением уровня предыдущего года по валовому надою молока работают хозяйства Актанышского, Сабинского, Кукморского, Бавлинского и некоторых других районов. Значительно меньше, чем в прошлом году, надаивают животноводы Пестрчинского, Бугульминского, Зеленодольского и Спасского районов.

kazan24.ru

## Газовые разногласия отразились на сырном рынке

Спустя сутки после заявления Украины о сокращении закупок российского газа **главный санитарный врач России Геннадий Онищенко** высказал претензии к качеству украинских сыров.



«Сырный вопрос» во взаимоотношениях России и Украины вызревал достаточно давно. Представители российских союзов производителей молочных продуктов еще в прошлом году писали обращения в Минсельхоз с просьбой ограничить импорт украинских сыров. Они утверждали, что украинские компании под видом сыра ввозят в Россию так называемые «сырные продукты», изготовленные с добавлением пальмового масла. Подозрений россиянам добавлял и тот факт, что при существенном сокращении объемов производства молока Украина одновременно наращивала объемы поставок своего сыра в Россию. На официальном сайте Роспотребнадзора был опубликован документ «О мерах по обеспечению прав и законных интересов потребителей при поставках молочных продуктов из Украины». В документе выражается обеспокоенность качеством ввозимой с Украины продукции и содержится список из девяти предприятий, чьи сыры вызвали беспокойство у Геннадия Онищенко. Роспотребнадзор инициировал проверку украинской молочной продукции, которая может привести к тому, что через суд поставленные в Россию сыры отзовут. Украинские эксперты называют претензии российской стороны надуманными, а список недобро-

совестных поставщиков — «взятым с потолка». «Перечень украинских предприятий, чьи сыры вызвали подозрения у г-на Онищенко, нас удивил», — заявил **директор украинского отраслевого информгентства «Инфагро» Василий Винтоняк**. — Половина из приведенных в списке предприятий вообще не поставляют сыр в Россию. Одни по причине отсутствия разрешения на поставку, другие — потому что лишь недавно открылись и их деятельность еще не могли проверить, третьи и вовсе не производят сыр, специализируясь на других молочных продуктах.

По его словам, Украина действительно существенно увеличила производство сырных продуктов с содержанием растительных жиров. «Однако наши экспортеры не рискуют возить в Россию дешевые сырные продукты, этот рынок очень ценен, и никто не хочет его потерять», — отметил г-н Винтоняк. — Тем более что для сбыта сырных продуктов есть Казахстан и Молдавия, где к ним относятся лояльнее».

По данным информгентства «Инфагро», общий объем производства сыра (включая сырные продукты) на Украине в 2011 году составил порядка 193 тыс. тонн, из которых 61 тыс. тонн была экспортирована в Россию. По данным российского аналитического центра «Инфомолоко», доля украинских сыров на нашем рынке в 2011 году составила 8,5%, при этом объем импорта из соседней страны увеличился на 4,6% к 2010 году.

RBC Daily

## Итальянцы в России

Представители одной из итальянских компаний выступили с инициативой строительства в Пензенской области уникального для России животноводческого комплекса.

Итальянцы считают, что все российские фермы рассчитаны только на приобретение импортных животных, а селекционную работу на них вести невозможно. На них не предусмотрена возможность подраживания и должного ухода за телками и бычками, нет соответствующих помещений и оборудования.

Сейчас даже крупные молочные комплексы продают импортный высокопродуктивный молодой скот населению, а могли бы, доводя телочек до нетелей, ремонтировать свое стадо и продавать личный подсобным и крестьянско-фермерским хозяйствам по гораздо более высокой цене. Итальянцы предлагают исправить это недоразумение и вести селекционную работу с крупным рогатым скотом в России, а также гарантируют надой 40-44 л в сутки на фермах, построенных по их технологии.

ИА PenzaNews

## Алтайский край профинансирует молочников

В Алтайском крае утверждена ведомственная целевая программа «Развитие молочной промышленности Алтайского края» на 2012-2016 годы, сообщили в Управлении пищевой, перерабатывающей и фармацевтической промышленности Алтайского края.



Общий объем бюджетного финансирования мероприятий программы на период 2012-2016 годов составляет 212,0 млн рублей. Из них по годам: в 2012 году — 50,0 млн рублей; в 2013 году — 63,0 млн рублей; в 2014 году — 35,0 млн рублей; в 2015 году — 28,0 млн рублей; в 2016 году — 36,0 млн рублей.

«При написании программы целью стало создание условий для стабильного развития молочного животноводства в Алтайском крае на основе формирования инновационной молокоперерабатывающей отрасли. На протяжении последних пяти лет потребление молочных продуктов в регионе значительно превышает показатель, сложившийся в среднем по стране (показатель в 2010 году: Россия — 262 кг/год/чел., Алтайский край — 330 кг/год/чел.).

Для достижения необходимо уровня конкурентоспособности предприятия должны поддерживать высокие темпы изменения технологии и улучшения основных показателей выпускаемой продукции. В связи с этим задачами программы стали: техническое перевооружение отрасли; вовлечение в оборот вторичных ресурсов; повышение конкурентоспособности и продвижение продукции; повышение занятости и уровня жизни сельского населения», — говорится в сообщении Управления пищевой, перерабатывающей и фармацевтической промышленности.

«В прошлом году специальной программы, направленной именно на развитие молочной промышленности, не было, но был ряд краевых мероприятий на поддержку перерабатывающей промышленности в целом», — отметил **Евгений Ноздрачев, начальник сектора маркетинга Управления**. — В этом году в регионе ожидается увеличение в 2016 году (по сравнению с 2011 годом): объемов производства молочной продукции на 10,4%; доходов от реализации продукции на 50,1%. А также вовлечение в хозяйственный оборот 100% вторичных ресурсов, получаемых при переработке молока».

ИА DairyNews

## Цены на молоко останутся стабильными

Цены на молоко в России в 2012 году останутся стабильными. Об этом сообщил **председатель правления Национального союза производителей молока Андрей Даниленко** на пресс-конференции «Пищевые фальсификаты в России: первые результаты мониторинга».



По его словам, дефицита молочных продуктов в следующем году не будет. На сегодняшний момент в России самые стабильные цены на молоко за последние годы. Так, стоимость одного литра сырого молока составляет 14 рублей. По словам председателя Национального союза производителей молока, нет никаких причин для резкого повышения цен на молочную продукцию и в следующем году. Согласно прогнозам Даниленко, также не предвидится и недостатка молочной продукции в 2012 году. По его словам, ни последствия прошлогодней аномальной летней засухи, ни проводимые многочисленные инспекции в розничной торговле с целью выявления фальсификата в последние полгода не приведут к дефициту на молочные продукты.

IA DairyNews

## Реклама молока зальет Россию

Весной этого года начнется рекламная кампания, направленная на популяризацию молока. Инициатором ее проведения стал Национальный союз производителей молока.

Телевизионный эфир оплатят из бюджетных средств. Разработка рекламной концепции и все производство финансируется из средств членов «Союзмолоко».

«Мы планируем к весне 2012 года запустить на телевидении рекламные ролики. Помимо этого, мы будем использовать наружную рекламу и интернет, — рассказала **руководитель пресс-службы «Союзмолоко» Ксения Бурданова**. — Все это поможет изменить имидж молока и по-новому рассказать о его полезных свойствах». Рекламная кампания также начнется в блогах и социальных сетях. Возможно, в целях популяризации продукта будет разработано игровое приложение для смартфонов. При этом на первых этапах рекламная кампания будет рассчитана на мам детей в возрасте от 3 до 8 лет. «В будущем мы хотим охватить все категории населения. Но вначале сосредоточимся на одной. В этом возрасте дети уже питаются

«по-взрослому», но все еще трепетно слушают своих мам», — уточнила Ксения Бурданова. «Мы надеемся на финансовую помощь Минсельхоза. В государственной программе развития сельского хозяйства есть специальная статья о расходах на социальную рекламу. На эти средства мы бы хотели приобрести рекламный эфир на федеральных каналах», — сказала она. Увеличение доходов молочных компаний ожидается только через 3 года после запуска рекламы.

«В бюджете Минсельхоза предусмотрены средства на социальную рекламу товаров отечественного производства, — рассказал источник в пресс-службе ведомства. — О сумме пока речи не идет и конкретных решений пока не принято». При этом в бюджетах 2011 и 2010 годов таких трат предусмотрено не было, поскольку не запускались подходящие проекты.

«Несомненно, подобная социальная реклама очень важна в современном мире. Хотя сложно себе представить, что сегодня кто-то не знает о пользе молока, к примеру, для детей, — отмечает **пресс-секретарь Общества защиты прав потребителей Юлия Шарапова**. — Однако не стоит забывать, что молоко должно быть действительно молоком, а не суррогатом, разведенным порошком и т. д. Потребление натуральных продуктов вряд ли может принести пользу кому бы то ни было. Прежде чем финансировать многомиллионные проекты и помогать производителям увеличивать свои прибыли, государству необходимо навести порядок в сфере производства продуктов, ввести регламенты и установить штрафные санкции такого уровня, чтобы производить суррогат стало бы просто невозможно».

Напомним, что первая рекламная кампания молока была запущена в 2009 году. Тогда по центральным каналам транслировался ролик со слоганом «Время пить молоко». Она создавалась полностью на бюджетные средства. Был объявлен тендер на 105,1 млн рублей, который выиграла компания Smart Communications.



По мнению аналитиков, в этот раз на рекламную кампанию средств понадобится не меньше, а скорее больше. «Примерно 120 млн рублей понадобится на мероприятия. Значительная часть из этой суммы уйдет на оплату эфиров. Чтобы эффекты от рекламы были, нужно крутить ролик 5-6 раз в день. Причем в дневное время с учетом аудитории», — говорит **президент Ассоциации коммуникационных агентств России Владимир Евстафьев**.

dairynews.ru



## Рост производства сыра и творога в России

Согласно новому маркетинговому исследованию «Российский рынок сыра и творога. Текущая ситуация и прогноз», проведенному компанией Intesco Research Group, в 2010 году объем российского производства этих видов молочной продукции вырос на 9,3% и превысил 1 млн тонн. В 2011 году рост объема производства сыра и творога ожидается на уровне 1,9%.



В федеральной структуре производства сыра и творога крупнейшими федеральными округами являются Центральный, Приволжский, Сибирский и Южный федеральные округа. В Центральном ФО было произведено 44% всего отечественного сыра и творога, на Приволжский пришелся 21% продукции. Доли Сибирского и Южного округов составили соответственно 13% и 10% общего производства.

В региональной структуре производства сыра и творога лидирует Московская область. На ее долю приходится 13% объема производства. По 7% составили доли Краснодарского и Алтайского краев. От 3 до 6% распределились доли Башкортостана, Татарстана, Воронежской области и Москвы.

Крупнейшими отечественными предприятиями, производящими сыры являются: ЗАО «Янтарь», ООО «Хохланд Руссланд», ОАО «Рязанский завод плавlenых сыров», ТНВ «Сыр Стародубский», филиал ОАО «Вимм-Биль-Данн» в Рубцовске и «Карат», ЗАО «Московский завод плавlenых сыров». Крупнейшими производителями творога в России стали: ООО «Данон Индустрия», ОАО «Вимм-Биль-Данн», ООО «Молочное дело», ООО «Молочное дело — Алатырь» и Санкт-Петербургский молочный завод «Пискаревский».

Российский экспорт сыра и творога в 2010 году вырос на 1,4%, достигнув 21,7 тыс. тонн. В 2011 году рост может составить 4,0%, а объем поставок — превысить 22 тыс. тонн.

Российский сыр и творог приобретают Казахстан, Украина, Азербайджан, Узбекистан, Молдова, Киргизия, Грузия и Армения. Их крупнейшим импортером в 2010 году был

Казахстан, на долю которого пришлось 40% объема российского экспорта сыра и творога. Почти третью часть составил экспорт продукции в Украину, на Азербайджан и Узбекистан пришлось соответственно 11% и 3% совокупного объема экспорта.

Российский экспорт сыра и творога является сезонным. Максимальные объемы поставок наблюдаются в весенние и осенние месяцы. Минимум приходится на январь-февраль, а также на май-июнь. В натуральном выражении большую его часть занимают молодые сыры. С вступлением России в ВТО география отечественного экспорта сыра и творога расширится.

РБК. Исследования рынков

## Мировые цены на молочную продукцию снизились

И в Новой Зеландии, и в Австралии значительно увеличились объемы производства молока. По предварительным оценкам, общий объем производства молока и молочной продукции в обеих странах вырастет на 7,2%.

В августе объем производства молока в Европе вырос на 1,1% в годовом исчислении, а по оценкам экспертов сезон 2011 года стал рекордным за последние 5 лет. Производство молока в США также выросло на 1,6% за 2010 год, а с начала 2011 года его объем составил 88,9 млрд литров.



Устойчивый рост мирового производства молочной продукции привел к значительному падению цен на мировых молочных рынках. Цены на молоко снижаются уже 7 месяцев подряд. Спрос на молоко со стороны Китая и России немного снизился, а опасения по поводу экономической нестабильности продолжают оказывать негативное давление на мировые рынки. Однако несмотря на продолжительное падение, цены на молоко и молочную продукцию остаются сильными и даже реагируют повышением на определенные факторы. Так, в октябре цены на молоко выросли на 6,3% по сравнению с показателями предыдущего года и на 4,8% по сравнению со средним показателем за последние 5 лет. Единственная вещь, которая продолжает смущать участников мирового молочного рынка, это вопрос о том, насколько сильно увеличится объем производства молока в ЕС после отмены молочных квот в 2014 году.

milknet.ru



## ТС создаст единый механизм регистрации брендов

Страны Таможенного союза создадут единый механизм регистрации брендов, сообщил **руководитель УП «Белпатентсервис» Белорусской торгово-промышленной палаты Валентин Рачковский**.

«Вступая в Единое экономическое пространство, три страны будут работать в новом правовом формате по охране товарных знаков. Единый механизм регистрации уже на подходе», – сказал он. При этом он отметил, что трем странам, которые пока имеют свои системы защиты товарных знаков, на пути к созданию ЕЭП надо создавать «единое ведомство по регистрации товарных знаков».



Рачковский указал на то, что в странах ТС на сегодняшний день даже сроки регистрации товарных знаков разные. Так, если в Белоруссии он составляет 3,5–4 года, то в Казахстане в ускоренном режиме это можно сделать за полгода. «Страны Таможенного союза должны унифицировать законодательство для защиты своих брендов. Пока на про-

странстве ТС остаются проблемы, связанные с дискриминацией товаров, работ и услуг», – сказал в свою очередь **председатель ассоциации «Белбренд» Альберт Таипов**.

По его словам, на политическом уровне созданы условия для продвижения товаров на постсоветском пространстве, в рамках Таможенного союза есть меры в отношении движения товаров в третьи страны, однако на практике белорусские товары продвигаются не просто. При этом напомнил о так называемых «молочных» и «кондитерских войнах» при поставке продукции в Россию.

Он также указал на несовершенство законодательства в рамках ТС в сфере защиты интеллектуальной собственности. Единый механизм необходимо выработать и в борьбе с контрафактной продукцией, так как в каждой из трех стран само понятие контрафакта трактуется по-разному. Кроме того, не урегулированы отношения с поставками продукции, которая имеет советские бренды.

«Фактически общеизвестные советские бренды не допускаются на рынки трех стран», – сказал Альберт Таипов. Он считает необходимым принять соответствующий документ, который «позволял бы продвигать товары под этими брендами по территории стран ТС». «Работа по развитию брендинга в Белоруссии может положительно повлиять на формирование общего имиджа страны за рубежом», – сказал **пресс-секретарь МИД Белоруссии Андрей**

**Савиных**. По его словам, имидж страны формируется многими факторами, в том числе людьми, экономикой, культурой и, конечно же, брендами.

vz.ru

## Россия и Беларусь договорились

Под председательством Елены Скрынник и Михаила Русого в формате видеоконференции состоялось заседание коллегий Министерств сельского хозяйства Российской Федерации и Республики Беларусь.

По данным пресс-службы аграрного ведомства Беларуси, Республика планирует поставить в Россию в соответствии с разработанными балансами 3 млн 700 тыс. тонн молока и молочной продукции. При этом предусматривается распределение поставок согласованных объемов молочной продукции по кварталам в течение 2012 года с учетом сезонного (летнего) роста производства молока в целях предотвращения существенного снижения цен на поставляемую в этот период молочную продукцию.

Как отметила **Министр сельского хозяйства РФ Елена Скрынник**, «прогнозные балансы согласованы с отраслевыми союзами и профессиональными объединениями двух стран и полностью отвечают интересам национальных экономик». Эта работа

проведена в целях развития Единого экономического пространства и Таможенного союза. «Показатель по поставкам молока и молочной продукции согласован с небольшим увеличением и составит 3,7 миллиона тонн», – сообщила глава российского минсельхоза.



Кроме того, мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо) из Беларуси в РФ планируется поставить 270 тыс. тонн, сахара-песка 200 тыс. тонн. Распределение поставок сахара в течение 2012 года предусматривается равномерно по 50 тыс. тонн ежеквартально. Россия в Беларусь в следующем году намерена поставить 41 тыс. тонн молока и молочной продукции, 1,2 тыс. тонн мяса и мясопродуктов и 0,1 тыс. тонн сахара-песка. По данным пресс-службы российского Минсельхоза, торговля сельскохозяйственной продукцией и продовольствием в рамках Союзного государства России и Белоруссии сохраняет тенденцию к росту. По итогам 9 месяцев текущего года товарооборот аграрной продукции увеличился на 23% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и достиг 2,96 млрд долларов США.

dairynews.ru



Международная специализированная выставка технологий для производства продуктов питания и напитков



## За Вами Будущее.

«Снимите сливки»: посетите **нашу** международную выставку технологий для пищевой промышленности.

Познакомьтесь с новинками будущего – за 4 дня в одном месте – от переработки и упаковки продуктов до аналитической техники. (Кстати: в одном только **разделе «Технологии для молочной промышленности»** свои инновации презентуют 54% от 1300 участников.) Уже одно это является стимулом для посещения выставки Anuga Food Tec 2012.

Подготовьтесь к будущему:  
[www.anugafoodtec.com](http://www.anugafoodtec.com)

27.03 – 30.03.2012  
в Кёльне

Представительство Кёльнмессе в России  
ООО «Центр информации немецкой экономики»  
119017 Москва, 1-й Казачий пер., 5, Тел.: +7 495 730 13 47, Факс: +7 495 730 34 32  
Контактное лицо: Ольга Югова, директор по продажам, o.yugova@koelnmesse.ru





Автор:



**Зоя Гаврилова,**  
к. э. н., ст. науч. сотрудник  
отдела Предпринимательства  
и кооперации

Компания:

**ГНУ НИИ экономики и организации  
АПК ЦЧР РА Россельхозакадемии**  
394042 Воронеж, ул. Серафимовича, 26 А  
Телефон/факс: (473) 222-99-40, 226-30-45

www.niieoapk.ru

# Чем наука может помочь молочному производству?



**М**олочная промышленность является одной из ведущих отраслей в обеспечении продовольственной и экономической безопасности России. В общем объеме производства пищевых продуктов в стране она занимает третье место и является важной составляющей агропромышленного комплекса.

Молочная продукция играет важную роль в питании людей, поскольку молочные продукты содержат множество нужных организму веществ: белков, углеводов, жиров, витаминов. Академик И. П. Павлов говорил: «Между сортами человеческой еды в исключительном положении находится молоко... пища, приготовленная самой природой, отличающаяся легкой усвояемостью и питательностью по сравнению с другими видами пищи...».

Отметим, что объем мирового производства молока в 2011 году составит по прогнозу 724 млн тонн, что на 1,4% больше, чем в 2010 году (рисунок 1).

Молочная отрасль России имеет существенный потенциал улучшения своего состояния. Например, увеличение общего объема производства молока, сокращение сезонности, повышение товарности до уровня хотя бы 80%, улучшение качества до среднеевропейских показателей, особенно по содержанию

белка и микробиологическим показателям, при этом молоко должно иметь максимально конкурентоспособную цену.

Сегодня в отрасли есть такие проблемы, как весьма отсталая материально-техническая база большей части молочно-товарных ферм и перерабатывающих предприятий, требующая огромных средств и времени на модернизацию, кадровый голод, особенно среди специалистов, отсутствие эффективного банковского кредитования и т. д.

Россия в 2011 году, по прогнозам FAO, опустится с третьего на шестое место, произведя 31,1 млн тонн. Вместе с тем участники отрасли неоднократно отмечали, что реальное производство товарного молока в России меньше декларируемого на 7-10 млн тонн.

Данные об объемах производства молока в Воронежской области приведены в таблице 1.

Исследование информации о перспективах развития молочного рынка позволило выделить несколько основных факторов, влияющих на развитие молочной промышленности (рисунок 2).

Комментируя предложенный рисунок, надо отметить, что введение в действие Федерального закона «О техническом регулировании» привело к ужесточению контрольных мер по обеспечению безопасности молочной продукции со стороны государственных органов, а вопросы, связанные с качеством, в условиях жесткой конкуренции в большой степени перешли в сферу рыночных отношений. Основной задачей производителей стало удовлетворение потребителей и непрерывного улучшения качества.

Однако технический регламент внес существенные изменения в привычный процесс производства, переработки и торговли. Излишки сырья, которые каждую весну возникают из-за увеличения надоев, перерабатывающие предприятия раньше высушивали на зиму. Но теперь продукту из порошка под названием «молочный напиток» потребители отдают меньшее предпочтение, хотя прежде его охотно покупали со словом «молоко» на этикетке.

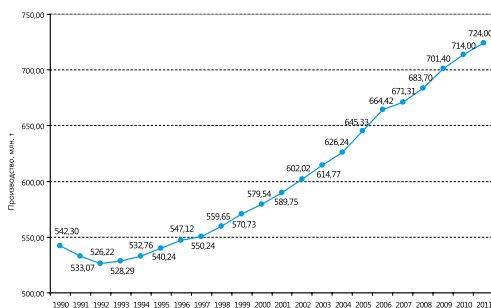
Кроме того, с одной стороны, в России самообеспеченность молочной продукцией снижается. Зависимость от импорта с каждым годом растет. Наблюдается снижение уровня самообеспеченности в таких растущих сегментах рынка, как сыр и сухие молочные продукты. За 11 месяцев 2010 года уровень самообеспеченности внутреннего рынка по этим продуктам составил 53% и 34% соответственно, что на 2% и 27% ниже показателей 2009 года.

С другой стороны, потребители все более сокращают потребление молока и молочных продуктов, несмотря на прогресс в их ассортименте.

**Таблица 1. Производство молока в Воронежской области, тыс. тонн**

В среднем за 1996-2000 гг.	В среднем за 2001-2005 гг.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	План на 2011 г.
791,9	727,2	619,8	641,5	647,3	675,0	664,0	713,4

**Рисунок 1.**  
Мировое производство молока



До сих пор не достигнута планка советского потребления молока на человека – 370 кг в год. Сейчас в Москве, где социальный статус населения выше, потребление молока в среднем составляет 300 кг в год, хотя в Башкирии – 360 кг, Алтайском крае – 330 кг.

Для решения существующих проблем сегодня необходима интеграция науки и производства.

В интеграции науки и производства можно выделить несколько основных направлений. Первое – использование разнообразных форм государственно-частного партнерства как института содействия инновационно-технологическому развитию бизнеса: государственно-частных кооперационных соглашений в области исследований и разработок, инновационно-технологических партнерств, кооперационных исследовательских центров промышленности и университетов регионов. Второе – расширение форм взаимодействия бизнеса, науки и высшего образования: научных парков, агентств по передаче технологий и др. Третье – формирование государственной научно-технической политики, в которой учитываются новые условия глобальной конкуренции, технологические вызовы будущего, образовательное и демографическое состояние трудовых ресурсов.

Для развития молочного производства научно-исследовательский институт экономики и организации АПК Центрально-Черноземного региона России может предложить:

1. Разработку целевой программы развития молочного производства и функционирования молочного рынка.
2. Разработку рекомендаций по государственному регулированию молочного рынка.
3. Разработку прогноза основных макроэкономических параметров развития молочного производства в регионах.
4. Разработку рекомендаций по созданию региональной маркетинговой службы.
5. Разработку рекомендаций по организации и развитию информационно-консультационных служб.

**Рисунок 2.**  
Факторы, влияющие на развитие молочной промышленности

**Глобализация.**  
Происходит постоянное совершенствование работы глобальных транспортных и логистических сетей. Становится возможным отправлять даже такие скоропортящиеся продукты, как молочные, почти в любое место на планете. Компании получают возможность охватить иностранные рынки гораздо эффективнее.

**Рост количества взаимозаменяемых товаров и услуг.**  
Увеличение количества похожих молочных продуктов приводит к появлению в разных отраслях товаров, которые все более взаимозаменяемы. В этих условиях сильный бренд служит единственной характеристикой, отличающей товар или услугу от предложений конкурентов.

**Интенсивное генерирование новых брендов.**  
Современные технологии позволяют легко трансформировать товар, добавляя в него новые характеристики. Ограничением является только пространство магазина. Поэтому производители заранее планируют, какой бренд уступит место новинке.

**Рост значимости «продавцов».**  
Это проявляется в концентрации дистрибуции в сфере стандартизированных потребительских товаров. С рынка уходят мелкие независимые розничные торговцы, интенсивно развиваются российские и иностранные сети. Именно продавцы контролируют точки контакта товаров с потребителями, проводя политику мерчандайзинга.

**Введение в действие Федерального закона от 12.06.2008 г. №88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию».**

**Гиперконкуренция.**  
Гиперконкурентные рынки характеризуются интенсивными и стремительными действиями конкурентов. Конкуренты вынуждены действовать очень быстро, постоянно совершая попытки разрушить конкурентное преимущество своих соперников, с тем чтобы опередить их.

**Повышение сложности.**  
Сегодня компании перестали продавать отдельный товар или услугу – теперь они продают решения. В этих условиях бренды могут стать важным инструментом для снижения подобной сложности и коммуникации основной и актуальной информации о товаре, услуге или предприятии.

**Высокое ценовое давление.**  
В высококонкурентной среде компании сталкиваются со значительным ценовым давлением. Они не могут продавать свои товары по более высоким ценам только потому, что предлагают особые функциональные преимущества. Бренды могут обеспечивать покупателям дополнительную ценность, поскольку включают в себя и коммуницируют как материальные, так и нематериальные факторы.

**Гиперфрагментация рынка.**  
Традиционный маркетинг стремится к поиску новых ниш или к узкому сегментированию рынка, в результате чего происходят гиперфрагментация рынка и развитие локального маркетинга. Выход индивидуального продукта на рынок требует индивидуальной маркетинговой программы, что резко увеличивает затраты на продвижение и снижает прибыль.

**Изменение менталитета потребителей.**  
Результаты исследований доказывают факт падения эффективности торговых марок в целом, усиление чувствительности покупателя к цене и сервису в противовес интересу к имиджу.

## МОЛОЧНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

**Снижение самообеспеченности и потребления молока.**

6. Разработку рекомендаций по проведению маркетинговых исследований молочного рынка.
7. Разработку рекомендаций по организации и развитию маркетинговой службы сельскохозяйственного предприятия.
8. Разработку рекомендаций по проведению маркетинговых исследований.
9. Разработку бизнес-плана предприятия.
10. Разработку маркетингового плана (стратегии) предприятия.
11. Проектирование экономического развития специализированного интегрированного формирования.
12. Проектирование формирования и развития кооперативно-интегрированной производственной структуры товаропроизводителей регионального АПК.
13. Методические положения по установлению внутренних расчетных и планово-учетных цен на производимую продукцию (оказываемые услуги) в интегрированном формировании.
14. Рекомендации по адаптации структуры управления сельскохозяйственных предприятий к условиям рынка. **МС**



*Рынок мороженого очень чувствителен к сезонным колебаниям. Именно поэтому умение контролировать производство в каждом отдельном сезоне является ключом к успеху.*



Автор:  
**Анастасия Птуха**,  
генеральный директор  
ГК Step by Step

Author:  
**Anastasiya Ptukha**,  
director general of STEP  
BY STEP GROUP

## Рынок мороженого

## Ice-cream market

Мороженое – продукт, к которому мы привыкли с детства. А поскольку основы личности закладываются именно в детстве, то и такая мелочь, как любовь к мороженому, растягивается на всю жизнь. Кто-то остается консерватором и придерживается излюбленных марок, начинок, форм, а кто-то с удовольствием отмечает разнообразие сортов.

### Основные характеристики

В советское время, из-за недостатка кондитерских изделий, мороженое особенно ценилось. Сейчас можно наблюдать широчайший выбор продукции. И все же остаются те, кто ищет «ту самую» лакомку, эскимо или пломбир. Это относится к одной из особенностей российского рынка. Еще одна особенность – высокая доля «импульсных» покупок, вызванная культурой потребления мороженого непосредственно на улице. Это не присуще европейским странам, что объясняет незначительный объем продаж «семейных» упаковок.

Ice-cream is product we all used to from the childhood. And as far as the personal foundation is laid in the childhood such trifle as love of ice-cream is extended to the whole life. Some people are conservatives and adhere to beloved marks, fillings, forms and some people stick variety of assortment with pleasure.

### General characteristics

In Soviet period due to the lack of confectioner's goods, ice-cream was of special value. Now one can see a wide variety of products. But still there are some who is looking for «the very same» «Lakomka», eskimo, or ice-cream. This is one of the peculiarities of Russian market. Another peculiarity is a high percentage of «impulse» purchases due to the culture of ice-cream eating right in the streets. This is not typical for European countries, and that explains rather small volume of «family packs» sales.

*The ice-cream market is very sensitive to seasonal fluctuations. That is why the possibility to control production in every season is a key to success.*



*The ice-cream market will see gradual production growth in 2012 to 2015, which is explained by the rising activity of consumers and increase of production capacities of the largest market players. The ice-cream production shall reach 417 thous. tons by 2015.*

Рынок мороженого очень чувствителен к сезонным колебаниям (в особенности в России). Именно поэтому умение контролировать производство в каждом отдельном сезоне является ключом к успеху.

В период с января по июнь 2011 года в России было произведено почти 173 тонны мороженого, что меньше уровня производства за аналогичный период прошлого года. Это объясняется тем, что в 2010 году в период аномальной жары отмечалось значительное увеличение потребления мороженого. Аналитики ГК Step by Step прогнозируют снижение объемов производства мороженого российскими предприятиями в 2011 году до уровня 373 тыс. тонн.

В целом на рынке мороженого ожидается постепенный рост производства в период с 2012-го до 2015 года, что объясняется повышающейся активностью потребителей, а также увеличением производственных мощностей крупнейших игроков рынка. Производство мороженого должно достичь 417 тыс. тонн к 2015 году, что превысит показатели производства в 2005 году.

В 2010 году основной объем производства приходился на три федеральных округа: Сибирский (97 тыс. тонн), Приволжский (88 тыс. тонн) и Центральный (76 тыс. тонн) федеральные округа. Сибирский ФО выпустил почти четверть общероссийского объема. Суммарно их удельный вес (Приволжского, Центрального и Сибирского ФО) составил 68% производства в целом по России.

По оценке экспертов, в 2010 году объем рынка мороженого в стоимостном выражении составил 46,38 млрд рублей (в ценах производителей). В сравнении с предыдущим годом объем рынка в денежном выражении вырос на 23%, с учетом того, что инфляция составила 8,8%.

Средние расходы на покупку мороженого составляют 887,3 рублей в год на потребителя. По данным экспертов рынка, мороженое в России потребляют 79,317 млн человек. Таким образом, объем рынка в розничных ценах можно оценить в 70,4 млрд рублей.

### Импорт и экспорт

Общий объем импорта в Россию составил 6,4 тыс. тонн, что в стоимостном выражении составляет 26,7 млн долларов.

Основными импортерами продукции являются Германия, Франция и Швейцария. Доли этих стран составляют 32,2%, 19,1% и 17,3% в натуральном выражении соответственно и 27,1%, 24,3% и 23,5% в стоимостном выражении.

The ice-cream market is very sensitive to seasonal fluctuations (especially in Russia). That is why the possibility to control production in every season is a key to success.

From January to June, 2011 Russia produced almost 173 tons of ice-cream, and this is less than as compared to the same period of last year. This is explained by the fact that in 2010 during the abnormal heat wave they noted considerable increase of ice-cream consumption. Analysts of Step by Step Group forecast decrease of ice-cream production volumes by Russian enterprises in 2011 to the level of 373 thous. tons.

In the whole the ice-cream market will see gradual production growth in 2012 to 2015, which is explained by the rising activity of consumers and increase of production capacities of the largest market players. By 2015 the ice-cream production volume shall reach 417 thous. tons which is over 2005 values of production.

In 2010 the major volume of production was accounted for three federal districts: Siberian (97 thous. tons), Volga (88 thous. tons) and Central (76 thous. tons). Siberian FD accounted for almost quarter of total Russian output. Totally their relative weight (Volga, Central and Siberian FD) accounted for 68% of output of Russian volume.

According to experts, in 2010 in terms of value the volume of ice-cream market amounted to 46.38 bln. rub (producer's market). As compared to the last year, the volume of the market in terms of value grew by 23% given that inflation amounted to 8.8%.

Average expenses for the ice-cream amount to 887.3 rubles a year per consumer. According to market experts, ice-cream in Russia is consumed by 79.317 mln. people. Thus, the market volume in retail prices can be valued at 70.4 bln. rub.

### Import and export

Total volume of import in Russia amounts to 6.4 thous. tons, i.e. in terms of value accounts for 26.7 bln. dollars.

The main importers are Germany, France and Switzerland. The shares of these countries amount to 32.2%, 19.1% and 17.3% in natural value respectively and 27.1%, 24.3% and 23.5% in terms of value.

The highest price of import in dollars per 1 unit is that of Switzerland (5.6 dollars/kg). The lowest import price is that of China (1.4 dollars/kg).

The major import producers for Russia are Germany and Switzerland. The shares of these countries amount to 32.2% and 17.3 % in natural value respectively and 27.1% and 23.5% in terms of value.

Total volume of export in Russia amounts to 7.6 thous. tons, i.e. in terms of value accounts for 20.1 bln. dollars.

The main exporters of products are Kazakhstan and Mongolia. The shares of these countries amount to 57.5% and 14.7% in natural value respectively and 49.7% and 18.6% in terms of value.

The highest is the export price to Ukraine (5.46 dollars/kg). The lowest export price is that of Kazakhstan and Abkhazia (2.3 dollars/kg).



*На рынке мороженого ожидается постепенный рост производства в период с 2012-го до 2015 года, что объясняется повышающейся активностью потребителей, а также увеличением мощностей крупнейших игроков рынка. Производство мороженого должно достичь 417 тыс. тонн к 2015 году.*

Наиболее высокой является цена импорта в долларах за 1 штуку из Швейцарии (5,6 долларов/кг). Наименьшая цена импорта из Китая (1,4 долларов/кг).

Основными странами-производителями импорта для России являются Германия и Швейцария. Доли этих стран составляют 32,2% и 17,3 % в натуральном выражении соответственно и 27,1% и 23,5% в стоимостном выражении.

Общий объем экспорта в Россию в 2010 году составил 7,6 млн тонн, что в стоимостном выражении составляет 20,1 млн долларов.

Основными экспортерами продукции являются Казахстан и Монголия. Доли этих стран составляют 57,5% и 14,7% в натуральном выражении соответственно и 49,7% и 18,6% в стоимостном выражении.

Наиболее высокой является цена экспорта в Украину (5,46 долларов/кг). Наименьшая цена экспорта в Казахстан и Абхазию (2,3 долларов/кг).

Особенностью рынка мороженого в России является невысокий внешнеторговый оборот: импортная продукция занимает не более 3% рынка. Удельный вес товаров, идущих на экспорт, тоже невелик. Из-за увеличения объемов внутреннего потребления, доля экспорта в объеме производства по итогам 2010 года немного снизилась.

### Производители продукции

На современном этапе можно выделить двух самых крупных производителей мороженого, конкуренция между которыми на российском рынке продолжается уже больше 10 лет: «Инмарко» и «Русский холод». «Инмарко» с 2008 года является частью Unilever, «Русский холод» самостоятельно развивается и постепенно продвигается на Запад (их продукция представлена в странах ЕС и США). Постепенно происходит сокращение количества мелких производителей в Центральной России, так как рынок все больше поглощается крупными концернами с развитыми торговыми марками.

Расширение ассортимента происходит постоянно в связи с техническими нововведениями, а также необходимостью создания отличительных сортов мороженого. Однако основной набор в виде рожков, стаканчиков, пломбир и фруктовых льдов остается неизменным.

Главной проблемой, касающейся производства мороженого, является плохое качество исходного материала, особенно остро встает вопрос применения растительных жиров, так как данный ингредиент, по мнению экспертов, уже превращает мороженое в качественно другой продукт – мелорин. Однако использование кокосового или пальмового масел на порядок дешевле использования сливочного масла, а значит, и производители, стремясь сократить затраты на производство, с трудом откажутся от заменителя сливочного масла в пользу чего-то более дорогостоящего.

Для крупных компаний характерна инновационная активность. Так, в числе новых предприятий можно назвать фабрики мороженого «Русский холод» (Московская обл.), «Талосто» (г. Шахты, Ростовской обл.). Компания «Калинов мост» (Ниже-

The peculiarity of Russian ice-cream market is a low external turnover: import products accounts for no more than 3% of the market. The relative weight of goods for export is low too. Due to the increase of domestic consumption, the export share in the production volume in 2010 also slightly decreased.

### Producers

At the current stage one can define two largest ice-cream producers the competition of which lasts for over 10 years in Russian market: Inmarko and Russki Holod. Inmarko is a part of Unilever from 2008, Russki Holod develops on his own and gradually extends to the West (their products are represented in EU countries and the USA). Central Russia sees gradual reduction of the number of small producers because the market is absorbed by the large holdings having developed trade marks.

The line extension is constant due to technical novelties as well as due to the necessity to create peculiar ice-cream types. However, the common set comprising cornets, wafers, ice-creams and fruit ices is the same.

The main problem attributed to the ice-cream production is a low quality of raw material. The issue of use of vegetable oil is especially acute because this ingredient, according to experts, transforms ice-cream into other product - melorine. But the use of cocoa or palm oil is cheaper than the use of milk fat, and the producers who want to cut costs of production will hardly refuse the substitute of milk fat in favor of something more expensive.

The large companies are characterized by innovation activities. Thus, the new enterprises include Russki Holod plant (Moscow region), Talosto (Shakhty, Rostov region). Kalinov Most (Nizhny Novgorod region) completes the construction of new plant and refrigerator, new refrigerator is launched in Omsk by Inmarko. In the long run Inmarko plans to construct an ice-cream plant in Tula with output of 45-50 thous. tons per year, investment will amount to 50 mln. dollars; Borodino plans to invest 8-10 mln. dollars into the production of ice-cream.

At the ice-cream market the producer strives to act also as a distributor and retail seller. This helps both to reduce commercial costs and accurately manage the production in the conditions of strong seasonality.

Except for Inmarko and Russki Holod the largest ice-cream producers are: Baskin-Robbins, Nestle, Chistaya Liniya and Iceberry.

### Competition at the market

Today one can see the trend of appearance of oligopoly at the ice-cream market. That is the large producers take over small plants, and this leads to appearance of 5-6 main producers. Ice-cream assortment is very wide but every producer tries to capture all new directions because there is demand for all types of products.



*Постепенно происходит сокращение количества мелких производителей в Центральной России, так как рынок все больше поглощается крупными концернами с развитыми торговыми марками.*

городская обл.) завершает строительство новой фабрики и холодильника, запущен новый холодильник компанией «Инмарко» в городе Омске. В перспективе «Инмарко» предполагает построить фабрику мороженого в Туле производительностью 45-50 тыс. тонн в год, вложив в нее около 50 млн долларов; компания «Бородино» планирует инвестировать 8-10 млн долларов в развитие производства мороженого.

На рынке мороженого производитель стремится выступать также в роли дистрибьютора и розничного продавца. Это помогает как снизить издержки на коммерческие расходы, так и более грамотно управлять производством в условиях сильной подверженности эффекту сезонности.

Помимо «Инмарко» и компании «Русский холод», наиболее крупными производителями мороженого на российском рынке можно назвать: Baskin-Robbins, Nestle, «Чистую линию» и «Айсберри».

### Конкуренция на рынке

Сегодня наблюдается тенденция к появлению олигополии на рынке мороженого, то есть крупные производители поглощают мелкие комбинаты, что приводит к выделению 5-6 основных производителей. Ассортиментный ряд мороженого очень широк, но каждый производитель старается охватить все основные направления, так как спрос существует на все виды продукции.

Основные производители на рынке мороженого – это крупные иностранные компании, имеющие свои производственные мощности на территории России. Данные компании стремятся либо открыть в России свои заводы, либо провести сделку слияния/поглощения с какими-либо крупными отечественными компаниями. В ближайшие несколько лет тенденция к консолидации рынка только усилится, что приведет к образованию нескольких крупных игроков, контролирующих до 90% рынка.

Среди наиболее успешных дистрибьюторов мороженого на российском рынке можно выделить:

- Tradeby;
- «Зимняя сказка»;
- «Замороженные продукты»;
- Dimarco-Trade;
- «Ледар».

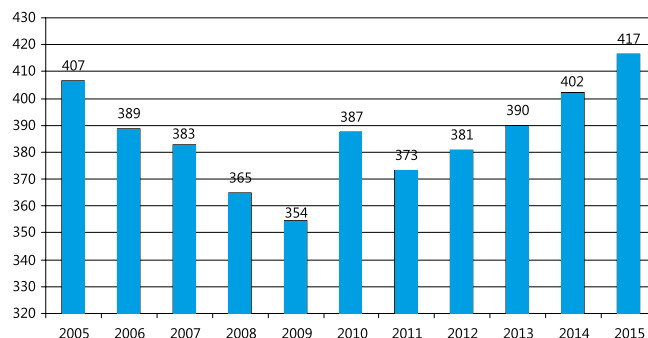
Сейчас работа дистрибьютора уходит на второй план, так как производители берут данную функцию на себя (ярким примером являются ларьки «Айсберри»), поэтому дистрибьюторам все сложнее привлечь клиентов. Из-за данных сложностей вырабатываются дополнительные функции, которые компании готовы предоставить клиенту. На рынке представлен широкий спектр дистрибьюторов, но в основном они делятся на поставщиков мороженого ресторанам/кафе и продуктовым магазинам.

Среди дистрибьюторов нет компаний, которые занимаются только реализацией мороженого. Это объясняется тем, что в силу сезонности продаж мороженого оборудование будет простаивать. Из-за этого в зимние месяцы оптовые компании увеличивают в ассортименте долю полуфабрикатов и заморожен-

Диаграмма 1/Diagram 1

Объем российского производства мороженого в 2005-2010 гг. и прогноз до 2015 г., тыс. тонн

Volume of ice-cream production in Russia in 2005-2010. and forecast by 2015, thous. tons



Источник:  
ГК Step by  
Step на основе  
данных ФСТС

Source: Step  
by Step Group  
based on  
FSSS data

The main producers at the ice-cream market are the large foreign companies which have their facilities at the territory of Russia. These companies try either to open their plants in Russia or to take over/merge with some large domestic companies. In the next years the tendency to market consolidation will only strengthen, and this will lead to creation of several large players controlling up to 90% of the market.

The most successful distributors of ice-cream at the Russian market are:

- Tradeby;
- Zimnyaya skazka;
- Zamorozhennyye produkty;
- Dimarco-Trade;
- Ledar.

Nowadays the work of distributors is in the middle distance because producers take up this function (the spectacular example is Iceberry booths) that is why it is more difficult for distributors to attract clients. Due to these complexities there are additional functions appear that are provided to clients by the companies. The market is represented by wide range of distributors but they generally are divided into the suppliers of ice-cream to restaurants/cafes and grocery stores.

Among the distributors there are no companies which deal only ice-cream. This is explained by the fact that due to seasonality of ice-cream the equipment will stand idle. This determines the situation when during winter months the wholesale companies increase the share of semi-finished product and frozen fruit-and-vegetable products in their assortment. Moreover, the majority of market producers try to act as distributors as well, and this makes the share of income of wholesale companies received from ice-cream insignificant.

### Consumption structure according to ice-cream types

The structure of ice-cream consumption differs in different cities. According to Proryv, in summer the



Central  
Russia sees  
gradual  
reduction of  
the number  
of small  
producers  
because the  
market is  
absorbed  
by the large  
holdings  
having  
developed  
trade marks.



ной плодовоовощной продукции. Кроме этого, большинство производителей на рынке стремятся выступать также в роли дистрибьюторов, что делает незначительной долю выручки от продаж мороженого в общей выручке оптовых компаний.

### Структура потребления по видам мороженого

Структура потребления мороженого в разных городах различается. По данным компании «Прорыв», в летние месяцы в регионах особым спросом пользуются вафельные стаканчики, эскимо и брикеты в вафлях. В Москве же спрос на различные сорта мороженого более равномерный, при этом лидируют в продажах рожки, вафельные стаканчики и эскимо. Однако если в регионах на вафельные стаканчики и эскимо приходится 38,7% и 22,3% соответственно, то в Москве данные продукты занимают 19% и 15% соответственно, в то время как на рожки приходится 20% продаваемой продукции.

В итоге можно отметить, что в Москве и других крупных городах потребители выбирают различные сорта мороженого, в то время как по России в целом можно отметить высокий уровень популярности недорогих видов мороженого.

### Степень активности в потреблении мороженого

Объем потребления мороженого в экономически развитых странах значительно выше, чем в России. Так, средний американец съедает в год 14,5 кг мороженого, а средний европеец – 9,5 кг; а в России этот показатель составляет всего 4,8 кг на человека в год.

По оценкам аналитиков, доля потребителей мороженого (людей, которые едят его не реже чем 1 раз в полгода) в России находится в пределах 53-56% от всего населения страны – 79-81 млн человек. В 2008-2009 годах потребление мороженого в России падало.

Доля тех, кто любит полакомиться мороженым, наиболее высока среди молодежи в возрасте от 18 до 24 лет – 86%. Среди потребителей мороженого более двух третей – представительницы слабого пола. Больше и чаще едят мороженое традиционно в более жарких, то есть южных, районах нашей страны. Тех, кто каждый день лакомится сладким десертом, в Южном регионе в два раза больше (17%), чем в среднем по России (7%). В Центральном и Северо-Западном регионах таких россиян уже намного меньше. В весенне-летний период, особенно в жаркую погоду, потребление мороженого увеличивается в 2-3 раза.

Потенциальный покупатель мороженого чаще всего принимает решение импульсивно, так как данный продукт не является частью его основного рациона. В России доля «импульсного» мороженого, по разным оценкам, достигает 75-80% в натуральном выражении, что почти в 2,5 раза больше доли продаж этой категории в США. Кроме того, сегмент мороженого импульсной покупки предлагает гораздо больший выбор вкусов и наполни-

demand of wafer ice-cream, eskimo and wafer bars is significant in regions. In Moscow the demand for the different ice-cream types is more unified; at this cornets, wafers and eskimo lead. However, if in the regions the wafers and eskimo account for 38.7% and 22.3% respectively than in Moscow the same is 19% and 15% respectively and cornets account for 20% of sales.

As a result, one can note that in Moscow and other large cities the consumers choose different types of ice-cream while in Russia as a whole the cheaper types of ice-cream are more popular.

### Level of activity in ice-cream consumption

The volume of ice-cream consumption in economically developed countries is much higher than in Russia. Thus, the common American eats 14.5 kg of ice-cream a year, and common European – 9.5 kg; and in Russia this value amounts to only 4.8 kg per person per year.

According to analysts, the share of ice-cream consumers (people who eat ice-cream at least once a half a year) in Russia is approximately 53-56% of the population – 79-81 mln. people. In 2008-2009 the ice-cream consumption in Russia decreased.

The share of those who like ice-cream is the highest with youth from 18 to 24 years old – 86%. Among the ice-cream consumers about two thirds is female persons. More substantial and more frequent is the purchase of ice-cream in more warm, i.e. southern, regions of our country. Those who eat ice-cream every day is twice more in South region (17%) than in Russia (7%). There are much less such people in Central and North-Western regions of Russia. In summer and spring, especially when it is hot, the ice-cream consumption increases 2-3 times.

Potential buyer of ice-cream often adopts decision on impulse because the product is not an every day part of his general meals. In Russia the share of «impulse» ice-cream, according to different estimations, reaches 75-80% in natural terms, which is almost 2.5 times more than the share of the category in the USA. Moreover, the segment of impulse purchase of ice-cream offers more choice of tastes and fillings than the segment for home consumption.

The wish to buy an ice-cream more often appears after overseen advertisement or other person with ice-cream. The visual feelings are accompanied with taste sensors which remind of the taste of ice-cream. This chain leads to the purchase.

### Places of purchase

The majority of ice-cream amateurs bought it earlier and continues to buy it in common shops in the neighborhood. For example, in 2006 73% of Russians behaved that way, in 2010 – 65%. This shows that ice-cream was and remains to be every day product for Russians. As well as four years ago, 17% of Russians tend to buy ice-cream in



*На рынке мороженого производитель стремится выступать также в роли дистрибьютора и розничного продавца. Это помогает как снизить издержки на коммерческие расходы, так и более грамотно управлять производством в условиях сильной подверженности эффекту сезонности.*

телей, чем сегмент мороженого для домашнего потребления.

Желание приобрести мороженое чаще всего появляется у потребителя после случайно увиденной рекламы или другого человека с мороженым. К зрительному восприятию подключаются вкусовые рецепторы, которые напоминают о вкусе мороженого. Эта цепочка приводит непосредственно к покупке.

### Места покупки

Большинство любителей мороженого покупали ранее и продолжают покупать его в обычных магазинах по соседству. Например, в 2006 году так поступали 73% россиян, а в 2010 году – 65%. Это говорит о том, что мороженое было и остается для россиян повседневным продуктом. Приобретать мороженое в специализированных киосках, как и четыре года назад, склонны 17% россиян. А вот количество тех, кто предпочитает покупать лакомство в супермаркетах, гипермаркетах и других крупных магазинах, растет. В 2006 году так поступали 10% любителей мороженого, а в 2010 году – уже 16%. Доля мороженого, потребляемого в кафе и ресторанах, по-прежнему невелика – 1-2% россиян.

Рост популярности предприятий современной торговли как мест совершения покупок обусловлен удобством формата самообслуживания, а также желанием покупателей сэкономить. Классические магазины у дома и продовольственные рынки, как правило, проигрывают ценовые войны крупным сетевым игрокам, особенно дискаунтерам и гипермаркетам – именно эти форматы предлагают потребителям наиболее низкие цены.

### Основные тенденции в потребительском сегменте

Растущая популярность здорового образа жизни и заботы о здоровье – основной тренд, который будет стимулировать развитие российского рынка молочной продукции и рынка мороженого, в частности, на протяжении ближайших 5 лет. Наиболее ярко влияние этого тренда отражается на выпуске новинок. Многие производители откликнулись выпуском низкокалорийных видов мороженого с пониженным содержанием жиров и с натуральными наполнителями из фруктов и ягод.

По прогнозам, в период с 2009-го по 2014 год подушевое потребление порционного мороженого на водной и молочной/сливочной основе вырастет соответственно на 23% и 7% в натуральном выражении.

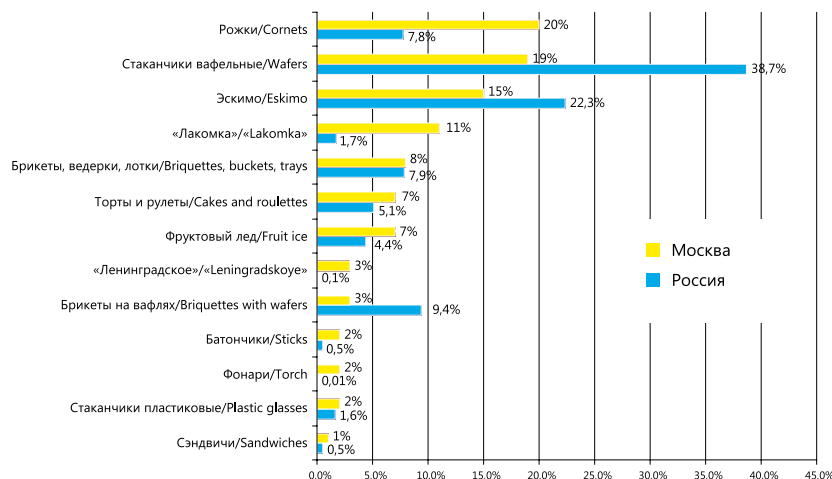
Постоянно растущая конкуренция также вынуждает производителей выпускать мороженое с новыми вкусами и полезными дополнительными свойствами – например, с содержанием витаминов или с ингредиентами, способствующими укреплению иммунитета.

К новым веяниям также можно добавить усиление позиций торговых сетей, для которых рынок мороженого выглядит достаточно привлекательно в качестве поля для развития частных марок. **mc**

Диаграмма 2/Diagram 2

Структура розничных продаж в Москве и России в 2010 г. (летние месяцы), %

Structure of retail sales in Moscow and Russia in 2010 (summer), %



Источник: компания «Прорыв», 2010 г./Source: Proryv, 2010

specialized booths. And the number of those who prefers to buy the dainty in the supermarkets, hypermarkets and other large stores, grows. In 2006 10% of Russians behaved that way, in 2010 - 16%. The share of ice-cream consumed in cafes and restaurants is still small - 1-2% of Russians.

The growth of modern trade enterprises popularity as places of purchases is stipulated by the convenience of the self-service formate and wish of the buyers to save money. Classic shops near the house and production markets, as a rule, lose price war to large chain players, especially to discounts and hypermarkets - these formates propose lower prices to the consumers.

### General trends of consumer segment

Growing popularity of healthy life-style and concerns about health is the main trend to stimulate development of Russian dairy market and, particularly, ice-cream market within the next 5 years. The brightest influence of the trend is reflected in the launch of novelties. Many producers launched low-calorie types of ice-cream with reduced volume of fats and with natural fillings of fruits and berries.

According to forecasts, from 2009 to 2014 the per capita consumption of portion ice-cream based on water and milk/cream will increase respectively by 23% and 7% in natural terms.

The growing competition will force producers to output ice-cream with new tastes and useful additional properties - for example, containing vitamins or with ingredients ensuring strengthening of immune resistance.

The new trends also include strengthening of commercial chains positions for which the ice-cream market is rather attractive as a field to develop certain marks. **ms**



*At the ice-cream market the producer strives to act also as a distributor and retail seller. This helps both to reduce commercial costs and accurately manage the production in the conditions of strong seasonality.*

## «Вологодское масло» защитило свой бренд

В палате по патентным спорам Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (ФСИС) в декабре минувшего года рассмотрели возражение представителей Вологодского Учебно-опытного молочного завода имени Верещагина против регистрации товарных знаков «Вологодское золото» и «Вологодские узоры», зарегистрированные на имя некоей вологодской фирмы в отношении молочных продуктов.

Данные регистрации были осуществлены неправомерно, так как не соответствовали требованиям законодательства РФ в области товарных знаков. Как рассказала **патентный поверенный Вологодской области Людмила Разумова**, товарные знаки были зарегистрированы на имя лиц, которые не производили продукцию, а тем более не имели никакого отношения к производству «Вологодского масла». Интересы вологодских производителей представляла Гильдия Вологодских маслоделов. В итоге, как сообщила Разумова, «было вынесено решение об аннулировании регистрации товарных знаков «Вологодское золото», «Вологодские узоры», так как оспариваемые товарные знаки



сходны с маркой «Вологодское масло». Они являются производными от наименования географического объекта – Вологодская область.

На протяжении десятилетий Вологодская область предпринимает большие усилия, чтобы сохранить бренд «Вологодское масло» и защитить интересы производителей настоящего вологодского продукта. Поэтому данное решение ФСИС – нужное и правильное, считают эксперты. Добавим, что наименование места происхождения товара (НМПТ) – одно из направлений интеллектуальной собственности, позволяющее в установленном законом порядке закрепить за производителем права на данное наименование. Основным отличием, например, от товарного знака является связь качества товара с регионом, где выпускается данный товар. Наиболее известными в мире НМПТ являются шампанское и бургундское вино, пармская ветчина и сыр пармезан. Теперь в этом достойном списке – знаменитое «Вологодское масло», которое производится на Учебно-опытном молочном заводе имени Верещагина.

volgda.mk.ru

## Глубокский комбинат отправит продукцию в Нью-Йорк

Глубокский молочно-консервный комбинат планирует выйти в 2012 году на новые рынки сбыта, сообщили на предприятии.



В первом полугодии комбинат планирует отправить опытную партию молочных консервов в США. В Нью-Йорк отправится 21 тонна сгущенного молока в ассортименте. Продукция рассчитана в первую очередь на реализацию среди иммигрантов из стран постсоветского пространства. Договоренности о тестовой поставке с американскими партнерами уже достигнуты.

Также в 2012 году комбинат намерен осуществить пробную поставку продукции в Республику Бенин (Западная Африка) и увеличить поставки на освоенные рынки сбыта.

За 2011 год предприятие экспортировало продукцию на 43 млн долларов, что составило 102% к уровню 2010 года. Небольшой рост обусловлен значительной базой предыдущего года. Удельный вес экспорта в общем объеме реализации по итогам января-ноября составил 52,8%. Поставки осуществлялись в Россию, Казахстан (на эти рынки приходится основная доля экспорта, так как здесь действуют два собственных Торговых дома Глубокского молочно-консервного комбината с развитой товаропроводящей сетью), Украину, Армению, Израиль и другие страны.

belta.by



## Arla Foods расширяет бизнес в Шотландии

Arla Foods намерена увеличить свой бизнес в Шотландии и планирует создать новый технический центр близ Глазго для обработки дополнительного молока и молочных продуктов.

Как говорится в официальном сообщении Arla, кооператив планирует увеличить производственные мощности почти на 40%, что позволит компании удовлетворять растущий спрос на продукцию. Новые складские помещения будут иметь потенциал для реализации свежих мо-

лочных продуктов непосредственно в магазине, а также других продуктов для собственных клиентов и третьей участника через сети Arla.

**Пол Ллойд, вице-президент по операциям в Arla**, комментирует это следующим образом: «Это предложение соответствует стратегии роста Arla, новые технические центры в Шотландии создадут прочную основу для поставок свежего молока. К сожалению, в результате этих изменений небольшое количество персонала может быть сокращено, тем не менее, другие рабочие места будут созданы из-за увеличения мощности на производстве молочных продуктов. Рабочие, потерявшие места, будут тщательно проконсультированы, им будет оказана помощь в поиске работы». Проект по расширению в Шотландии Arla планирует начать в марте 2012 года.

IA DairyNews

## Украинский рынок ожидает громких сделок

Украинский молочный рынок начинает консолидироваться. Наиболее вероятный претендент на покупку украинских заводов – компания Lactalis



Участники украинского молочного рынка ожидают серию слияний-поглощений в ближайшие 5-7 лет. «Все приобретения будут определяться по уровню консолидации рынка. Например, в Дании и Швеции уровень консолидации рынка составляет более 80% – там уже точно никаких покупок не будет, потому что рынок контролируется одной компанией – Arla Food», – говорит **Вадим Чагаровский, председатель совета директоров Союза молочных предприятий Украины**. – Если говорить о рынке Польши, то там рынок тоже консолидирован, общая доля трех польских компаний – больше 35%».

В Украине консолидации рынка крупными игроками пока нет. Однако в ближайшие 5-7 лет здесь произойдут слияния и поглощения, прогнозируют эксперты. Сегодня в Украине работает 32 группы молочных предприятий, в состав которых входит больше 3 предприятий. В мировом масштабе наибольший консолидатор – компания Lactalis, которая за последние 5 лет осуществила 25 покупок. В Украине у Lactalis три предприятия – торговое предприятие и две производственные площадки. Доля рынка компании – 6%. «Зная об агрессивности этой компании, можно предположить, что она может начать поглощения и в Украине», – говорит Вадим Чагаровский.

Также среди активных консолидаторов в мировом масштабе – компа-

нии Arla Food и «Вимм-Билль-Данн». «Рабобанк» в исследовании стоимости компаний из Восточной Европы оценил и ряд молочных предприятий. Так, в начале 2011 года компания «Вимм-Билль-Данн» оценивалась в 2,740 млрд евро, «Укрпродукт групп» – 16 млн евро, «Галактон» – 22 млн евро, «Житомирский маслозавод» – 25 млн евро. «Если нас оценивают – значит, за нашим рынком следят», – говорит Вадим Чагаровский.

delo.ua



## «Русagro» может распродать молочное стадо

Вступление России в ВТО серьезно влияет на планы развития группы «Русagro», подконтрольной сенатору Вадиму Мошковицу. Три месяца назад она приостановила реализацию проекта по строительству крупного свиного комплекса в Челябинской области, а в скором времени может избавиться от молочного стада.

Сейчас норма рентабельности в этом секторе минимальна, а вступление в ВТО может сделать производство молока невыгодным.

Выступая в декабре минувшего года на «круглом столе» рабочей группы по АПК Общественной палаты, гендиректор «Русagro» **Максим Басов** заявил, что отдача от инвестиций в молочное животноводство существенно хуже по сравнению с другими подотраслями сельского хозяйства и, соответственно, группа не планирует инвестировать в это направление. Как рассказали два участника мероприятия, г-н Басов также заявил, что если государство не создаст дополнительных мер поддержки для молочного животноводства, то кроме энтузиастов этим бизнесом никто заниматься не будет, особенно с учетом вступления в ВТО. «Мы подождем вступления в ВТО и, если ситуация будет развиваться по негативному для нас сценарию, рассмотрим возможность продажи молочного стада, принадлежащего сейчас группе», – заявил г-н Басов.

В настоящее время «Русagro» владеет тремя молочными фермами в Белгородской области с численностью поголовья 6 тыс. коров. Полученное молоко реализуется местным молочным заводам. Этот бизнес не является основным для агрохолдинга. Профильными направлениями деятельности «Русagro» являются свиноводство, свеклосахарная и масложировая отрасли. Выручка группы за девять месяцев 2011 года составила 29,3 млрд рублей. В апреле 2011 года «Русagro» в ходе IPO на Лондонской фондовой бирже продала 22 млн GDR и привлекла 330 млн долларов.

Пожертвовать молоком будет легче всего: норма рентабельности



в молочном животноводстве ниже, чем в птицеводстве и свиноводстве, кроме того, отрасль заметно уступает другим направлениям по объему частных инвестиций и их возвратности, говорит **председатель правления Национального союза производителей молока («Союзмолоко») Андрей Даниленко**. «Банки очень мало кредитуют предприятия отрасли, даже крупные переработчики молока не делают масштабных инвестиций в развитие собственной сырьевой базы», — отмечает он.



Вступление России в ВТО подразумевает снижение пошлин на импортную молочную продукцию, в том числе на сухое молоко. Его стоимость — главный регулятор цен на сырое молоко в любой стране мира. Рост импорта сухого молока и более тяжелые условия для отечественных производителей — первый вывод из членства в ВТО, отмечает г-н Даниленко. По его словам, для поддержки молочного животноводства необходимо повысить его привлекательность для частных инвестиций. Во многих странах мира эта отрасль либо активно дотируется, либо поддерживается через механизм государственных закупок сухого молока, масла и сыра.

rbcdaily.ru



## ОПИН займется разведением коров

Интерес к сельскому хозяйству проявил Михаил Прохоров. Его девелоперская компания «Открытые инвестиции» (ОПИН) сообщила о поиске партнеров для реализации проектов в растениеводстве и молочном животноводстве в Подмосквовье и близлежащих областях.

Основой для агробизнеса станут земельные активы г-на Прохорова, размер которых составляет 40 тыс. га. Сейчас ОПИН владеет землями в Московской, Владимирской и Тверской областях. Из 40 тыс. га 15% зарезервированы под девелоперские проекты, 5% непрофильных участков компания планирует выставить на продажу, 10% предназначены под развитие производства строительных материалов, отмечается в сообщении ОПИН.

На базе оставшихся неиспользуемых земель компания приняла решение создать собственный аграрный бизнес в партнерстве с крупными российскими и международными игроками, говорится в сообщении. Управлять землями в сфере сельского хозяйства будет ООО «Агрорезерв» — эта компания получит

порядка 25 тыс. га. На данный момент она уже управляет 10 тыс. га в Рязанской области.

«Перед нами стоит задача, чтобы земельный портфель не только окупал себя, но и приносил стабильный доход», — заявил **заместитель гендиректора ОПИН Сергей Чернышов**. По его словам, часть земель сельхозназначения, принадлежащих компании, сейчас сдается в аренду различным агропредприятиям. Кроме того, ОПИН начала поиск крупных партнеров для совместного проекта в аграрном секторе. Направления могут быть самыми различными: молочное животноводство, мясное скотоводство, свиноводство, семеноводство, садоводство и овощеводство. Других подробностей выяснить не удалось.

По данным ОПИН, на текущий момент порядка 500 тыс. га подмосковных сельхозугодий сосредоточены в руках 20-25 землевладельцев. В основном это многопрофильные холдинги, которые приобретали землю под развитие девелоперских проектов. Из этого объема для сельхоздеятельности используется только 25%, или около 125 тыс. га.

По оценке Geo Development, общая площадь земельных угодий в Московской области составляет 4,6 млн га, из них порядка 1,4 млн га — земли сельхозназначения. Примерно 1 млн га находится в руках частных собственников и около 60% от этого объема обрабатываются, говорит **гендиректор компании Максим Лещев**. «Собственники в основной своей массе обрабатывают землю на минимальном уровне, чтобы избежать ее изъятия», — добавляет он.

В то же время благоприятные изменения, произошедшие в сельском хозяйстве в последнее время, в том числе меры господдержки, формируют интерес к нему крупного бизнеса, считает **гендиректор Института конъюнктуры аграрного рынка Дмитрий Рылько**. К примеру, в конце ноября стало известно о планах АФК «Система» Владимира Евтушенкова купить сельхозактивы в Ростовской области.

rbcdaily.ru

## Nutricia и «Юнимилк» обратились с жалобой в ФАС

Год назад производителя детского питания Nutricia не допустили к участию в тендере на поставку детских продуктов на молочные кухни столичных поликлиник. Производитель обратился в ФАС и арбитраж, где это дело до сих пор рассматривается.

В 2011 году условия аналогичного тендера оказались во многом схожими с прошлогодними. Nutricia и «Юнимилк», чья продукция не подходит под объявленные условия тендера, обратились с жалобой в ФАС, и антимонопольная служба потребовала изменить условия тендера.



Ежегодно департамент здравоохранения Москвы проводит тендер на поставки детского питания на городские молочные кухни. Тендер делится на две части: поставки сухих смесей и жидкой кисломолочной продукции для детей раннего возраста. В 2010 году компания Nutricia (подразделение детского питания Danone) предприняла попытку представить свою продукцию на конкурс в категории сухих молочных смесей, а также продукцию «Danone-Юнимилк» — в категории кисломолочного питания. В участии компаниям было отказано на основании несоответствия предложения тендерному заданию, говорит **представитель компании Danone Олеся Леонтьева**. Впоследствии представители Nutricia неоднократно обращались в департамент здравоохранения Москвы с просьбой о встрече с его руководителем, рассказала г-жа Леонтьева. Ответа на обращения не было получено.



В итоге аукцион выиграли компания «Вимм-Билль-Данн» (ВБД) и «Москва Златоглавая». В январе 2011 года Nutricia обжаловала в ФАС условия тендера, и антимонопольная служба отменила его. В мае Nutricia обратилась в Арбитражный суд Москвы, требуя признать госзаказ недействительным. Летом прошлого года решение ФАС оспорили в суде и компания-победители аукциона.

В ноябре департамент Москвы по конкурентной политике и ГУП «Столичные аптеки» в очередной раз объявили о проведении конкурсов на поставку детской молочной продукции. Заказчиками выступили 11 департаментов здравоохранения административных округов Москвы. Начальная сумма контракта по кисломолочным продуктам оценивается в 2,02 млрд рублей, по сухим молочным смесям — еще на 200 млн рублей. Изучив условия участия предстоящего аукциона, Nutricia и «Юнимилк» обнаружили, что они мало чем отличаются от прошлогоднего, рассказала г-жа Леонтьева. Обе компании даже не стали подавать заявки на участие в тендере и обратились в ФАС, требуя приостановить аукцион и внести в него изменения.

В жалобе «Юнимилка», направленной в ФАС, говорится, что технические условия тендера заужены по сравнению с действующим законодательством и ограничивают доступ к тендеру производителей детского питания. Так, в техническом задании к обогащенному витаминами молоку установлено требование на содержание в нем витамина С в диапазоне от 5 до 7% от суточной по-

требности. В то же время, согласно единым санитарно-эпидемиологическим требованиям, этот показатель установлен в диапазоне от 5 до 15% от суточной потребности. Также согласно техническим требованиям тендера, в биокефире, обогащенном пробиотическими культурами, кальция должно содержаться от 55 до 56 мг на 100 мл продукта, а энергетическая ценность установлена в пределах 60-90 Ккал. В то же время по действующему закону в обогащенном биокефире кальция может содержаться не менее 60-150 мг на 100 мл, а ограничение энергетической ценности и вовсе не предусматривается.

В декабре 2011 комиссия московского управления ФАС признала жалобы Nutricia и «Юнимилка» обоснованными в части ограничения количества участников размещения заказа и выдала предписание о внесении изменений в документацию. Антимонопольные органы потребовали разместить заказ на поставку детских молочных продуктов с соответствующими изменениями.

rbcdaily.ru

## «Юнилевер Русь» полностью заполучили «Инмарко»

ФАС через три года после сделки одобрила ходатайство международного гиганта о присоединении к нему российского производителя мороженого.

С момента покупки компанией Unilever сибирского производителя мороженого «Инмарко» прошло более 3 лет. И вот, наконец, компании вошли в финальную стадию интеграции бизнеса.

Российская антимонопольная служба удовлетворила ходатайство компании «Юнилевер Русь» о присоединении сибирского производителя. Покупкой «Инмарко» ранее интересовались многие игроки рынка, однако никто не смог договориться о цене с главой компании — Дмитрием Докиным.



Напомним также, что осенью 2011 года компания приобрела еще одного производителя мороженого — финскую Ingman. Поскольку сделка подлежит обязательному одобрению со стороны регулирующих органов, ее планируется завершить в начале 2012 года. Как полагают в компании, данное приобретение упрочит конкурентные преимущества Unilever в сегменте мороженого и идеально дополнит уже существующую линейку продукции компании, состоящую из таких сильных брендов, как Magnum, Cornetto и Carte d'Or.

sostav.ru

## Danone и Nestle приостановят заводы в Китае

Мировые производители продуктов питания – французская компания Danone и швейцарская Nestle – заявили, что в ближайшее время будут вынуждены приостановить или закрыть заводы в Китае, сообщил ряд зарубежных СМИ.

Как отмечают аналитики, это вызвано жесткой конкуренцией со стороны местных игроков молочного рынка. Danone намерен приостановить деятельность на одном из двух своих заводов по производству йогуртов, поставляемых в азиатские страны, в то время как Nestle намерен закрыть одно из трех предприятий по производству мороженого и замороженных овощей. По словам аналитиков, иностранные производители молочных продуктов боролись за рынок в Китае, где местные компании, такие как Sanyuan-group, Yili Industrial Group и China Mengniu Dairy производят продукцию по более низкой цене.



«Иностранные компании, производящие молочные продукты в Китае, не имеют конкурентное преимущество», – комментирует Ma Wenfeng, консультант Пекинской фирмы Beijing Orient Agribusiness Consultant Ltd. – Китайцы отдадут большее предпочтение продуктам местных компаний». В ответ на это представитель Danone в Китае г-н Сюй Цзе говорит, что сегодня компания работает над новым централизованным планом для реализации свежих молочных продуктов на китайском рынке. «Да, мы работаем в состоянии тяжелой конкуренции, но при этом ведем постоянные разработки по продвижению своей продукции», – отмечает он.

Нэнси Он, пресс-секретарь Nestle (China) Ltd, сообщила, что компания закрывает завод мороженого в восточной части Китая, а также приостановит розничные продажи в том же регионе, но при этом сосредоточится на севере и юге страны.

IA DairyNews

## «Галактика» перевооружается

В конце 2011 года подписано трехстороннее соглашение между правительством области, Фаленским районом и ООО «Галактика Вятка», сообщила пресс-служба регионального правительства.

Соглашение подписали губернатор Кировской области Н. Белых, глава Фаленского района В. Лысков и генеральный директор ООО «Галактика Вятка» С. Беляков. Его предметом стало сотрудничество сторон при выполнении мероприятий, направленных на развитие переработки молока и расширение ассортимента выпускаемой молочной продукции на территории Фаленского района, а именно: модернизация и техническое перевооружение завода, восстановительный ремонт инженерной инфраструктуры в п. Фаленки для обеспечения деятельности предприятия и создание на его базе Центра качества молока с целью повышения качества поставляемого на завод молока-сырья.



Губернатор области Никита Белых сообщил, что подписанное соглашение касается реализации инвестиционного проекта по реконструкции и запуску Фаленского молокозавода – предприятия, которое на сегодняшний день не работает и не является налогоплательщиком. В настоящее время имущественный комплекс бывшего завода приобрело ООО «Галактика Вятка» – юридическое лицо, входящее в крупный российский холдинг «Галактика». Соглашением, в частности, предусмотрены правовые и экономические механизмы поддержки данного инвестиционного проекта со стороны областной и муниципальной власти. «Благодаря понятной, открытой, деловой и структурированной позиции губернатора и правительства области выбор был сделан в пользу вашего региона», – подчеркнул И. Дю. – Убежден, что наш совместный проект обречен на успех. Только на первом этапе в него будет вложено порядка 150 млн рублей, после чего завод должен выйти на переработку 50 тонн молока в сутки, что позволит создать 50 новых рабочих мест. Открытие первой очереди Фаленского молочного комбината «Галактика Вятка» должно состояться 1 июня 2012 года.

IA DairyNews

## R&R Ice Cream укрепляет позиции в Европе

Крупнейший в Европе производитель мороженого, компания R&R Ice Cream, продолжила экспансию на европейском континенте, приобретая уставной капитал немецкой компании Durigon Gelato.



Приобретение позволит R&R Ice Cream значительно расширить предлагаемый ассортимент, а также получить дополнительные мощности, необходимые ей для обеспечения не-

давно заключенного контракта с компанией Kraft, на поставку мороженого. Джеймс Ламберт, генеральный директор R&R Ice Cream, сообщил, что компания уже получила устное разрешение от немецкого антимонопольного ведомства (German Federal Cartel Office) на проведение данной сделки. «Мы купили Durigon, потому что это хороший бизнес, с современным производством и квалифицированным персоналом», – отмечает он.

Штат Durigon Gelato составляет около 70 человек. Производство располагается в пригороде Бремена, недалеко от принадлежащего R&R Ice Cream предприятия, что также повлияло на принятие решения о покупке.

Помимо производства мороженого Durigon Gelato занимается производством этикетки и владеет сетью предприятий, осуществляющих розничную торговлю на всей территории ЕС. В планах R&R Ice Cream не только сохранить компанию Durigon Gelato, но и в ближайшем времени осуществить плановые инвестиции в завод для увеличения продаж. Данное приобретение укрепит позиции R&R Ice Cream в качестве второго крупнейшего игрока на Европейском рынке производства мороженого и даст возможность более эффективно конкурировать с лидером рынка – компанией Unilever.

FoodNewstime.ru

## Danone построит ферму на Украине

Дочерняя компания пищевой группы Danone (Франция) компания «Danone Украина» намерена построить кооперативную учебную молочную ферму в Покровском районе Днепропетровской области до 2013 года.



Об этом сообщил генеральный директор «Danone Украина» Дарио Маркетти. Проект будет финансироваться за счет средств фонда «Danone Экосистем» при участии фонда «Хейфер Интернешнл» (США) и Канадского Агентства Международного развития. Первую очередь фермы планируется сдать в эксплуатацию в мае 2012 года, вторую – до ноября 2012 года.

Сейчас, по данным Маркетти, для культивации земли, выращивания нетелей (молодых коров) для пополнения молочного стада, заготовки силоса, сена, концентрированных кормов ведется закупка оборудования – силосопаковальной машины, комбайнов, 5 тракторов, косилок. Для фермы ангарного типа также будет закуплено 120 коров. Стоимость проекта – 1,5 млн евро. Как сообщалось ранее, «Danone Украина» до 2012 года

планирует инвестировать 1 млн евро в поддержку мелких сельскохозяйственных производителей Украины для развития сырьевой базы завода «Danone Днепр».

delo.ua

## Китай:

Животноводческая компания из Китая CMCI, специализирующаяся на разведении коров и телят, производстве и реализации молока и продаже органических удобрений, завершила сделку по приобретению другой китайской компании – Shangzhi Yulong Ko.

Компания подписала соглашение о слиянии в передаче 100% акций компании из Shangzhi Yulong. Как сообщает пресс-служба CMCI, в связи с приобретением ожидается увеличение производственных мощностей по выпуску молока с 30 тыс. тонн в год до 110 тыс. тонн. Китайские животноводы ожидают, что в связи с приобретением смогут получить до 5 млн долларов чистой прибыли за 2012 финансовый год. Напомним, что с недавних пор Китай стал интересен на мировом рынке молока в качестве площадки для строительства там молочных ферм. Лидер рынка, новозеландский кооператив Fonterra в 2011 году подписал соглашение с китайскими властями о строительстве третьей и четвертой молочных ферм на территории КНР. Первая ферма Fonterra работает в Китае уже более двух лет.

IA DairyNews

## Латвия:

АО Rigas Piena Kombināts заключило договор с банком SEB о выделении займа в размере 6 545 тыс. евро для финансирования закупки нового оборудования по производству мороженого, сообщили в банке. Комбинат решил сделать инвестиции в модернизацию производства, чтобы начать изготовление нового мороженого и других молочных продуктов. «У Рижского молочного комбината на 2012 год достаточно амбициозные планы. В частности – сохранить позиции лидера на рынке мороженого в Латвии, поэтому мы и закупим новое оборудование. Новые технологии дают возможность расширить ассортимент мороженого», – пояснил председатель правления АО Rigas Piena Kombināts (РПК) Раймонд Миса. Планируется, что уже в апреле новое оборудование для мороженого начнет работать в тестовом режиме, оно позволит производить более широкий ассортимент мороженого, а также обеспечит стабильное и неизменное качество продукта. Новые виды мороженого будут интересными как по своей форме, так и по составу. Инновационные технологии позволяют производить такое мороженое, которого сейчас нет не только в Латвии, но даже в Европе. Как свидетельствуют последние доступные данные The Nielsen Company, несмотря на жесткую конкуренцию, РПК в прошлом году сохранил ведущие позиции в сегменте производства мороженого в Латвии и по-прежнему является лидером почти с 40% от общего рынка мороженого.

nasha.lv





в рамках VII ВСЕРОССИЙСКОГО ТОРГОВОГО ФОРУМА  
**14-16 февраля 2012**  
на выставке **ПРОДЭКСПО**  
Москва, Экспоцентр

На фото:

Центр Закупок Сетей™  
в рамках Форума  
на Продэкспо



# ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™

forum  
imperia

## ПРОВЕДИТЕ ПЕРЕГОВОРЫ С ЗАКУПЩИКАМИ 120 СЕТЕЙ!

Организатор: Конгрессно-Выставочная Компания «Империя»  
Тел./факс: (495) 730 79 06, (812) 327 49 18

Центр Закупок Сетей™ 15 февраля 2012  
[www.prodforum.ru](http://www.prodforum.ru)





Компания: «Глазов-молоко»

## Уникальный проект: сыворожка по стандартам ЕС

# Качество в сухом остатке

В конце 2011 года на предприятии «Глазов-молоко», расположенном в г. Глазов Удмуртской Республики, завершился второй этап реконструкции цеха производства сухих продуктов. В работу запущен участок баромембранных технологий. Реконструкция позволила создать второй по уровню оснащенности в России комплекс глубокой переработки сыворожки.

С 2007 года «Глазов-молоко», одно из старейших предприятий пищевой промышленности Удмуртии, входит в крупный агропромышленный холдинг

России – группу компаний «КОМОС ГРУПП». Сегодня агрохолдинг объединяет 12 предприятий – производителей продуктов питания в Удмуртской Республике и Пермском крае, в том числе 4 молокоперерабатывающих завода.

Первого декабря 2011 года **генеральный директор «КОМОС ГРУПП» Андрей Шутков** запустил в работу основной производственный участок баромембранных технологий. Конечный продукт – сухая деминерализованная сыворожка. Она используется для производства спортивного, детского питания, функциональных диетических продуктов, находит широкое применение в кондитерской, мясной и рыбной промышленности. Сухая деминерализованная сыворожка пользуется большим спросом не только в России и странах СНГ, но и во всем мире. Для того чтобы продукт «Глазов-молоко» был востребован на мировом рынке, он должен соответствовать высоким стандартам качества и при этом иметь конкурентную цену. Именно на это был ориентирован проект реконструкции, особенно актуальный накануне вступления

России в ВТО. Инвестиции агрохолдинга «КОМОС ГРУПП» во второй этап реконструкции составили 177 млн рублей. К реализации проекта были привлечены лучшие разработчики – ведущие российские ученые и передовые зарубежные компании. Специалисты из Чехии, Словакии, Дании, Украины и России работали единой и сплоченной командой профессионалов. В рамках этого проекта современное оборудование было поставлено не только на «Глазов-молоко», но и на ОАО «Кезский сырзавод», который также работает в составе агрохолдинга.

В результате реконструкции производственная мощность цеха увеличилась с 2 тыс. тонн до 5,55 тыс. тонн сухих продуктов в год. На этом оборудовании можно получать различные виды деминерализованной сыворожки согласно стандартам ЕС. «Благодаря внедренным технологиям в 4 раза сократилось время обработки 1 тонны сыворожки, энергозатраты уменьшились на 30%, – отмечает **управляющий компании «Глазов-молоко» Сергей Коновалов.** – Сегодня на нашем предприятии работает самое крупное отделение хранения сырья в Удмуртии общей мощностью 700 тонн. Новое оборудование позволяет перерабатывать разные виды сыворожки – подсырную, творожную, казеиновую – принимая сырье с предприятий Удмуртии и сопредельных регионов».

Предварительное концентрирование сыворожки происходит на самих предприятиях, где ее объемы уменьшаются



**Сергей Коновалов:**

«Сегодня на нашем предприятии работает самое крупное отделение хранения сырья в Удмуртии общей мощностью 700 тонн».

ПРЯМАЯ РЕЧЬ



1. Участок кристаллизации
2. Отделение хранения сырья
3. Электродиализная установка
4. Установка нанофильтрации

в 3 раза, что снижает затраты на транспортировку. Одним из основных участков технологической линии является установка нанофильтрации. Данное оборудование предназначено для концентрирования молочной сыворотки, что обеспечивает удаление около 70% влаги. Наличие установки нанофильтрации позволяет повысить качество готового продукта вследствие исключения температурной нагрузки на белки молочной сыворотки.

Концентрированная молочная сыворотка подвергается деминерализации на установках электродиализа с использованием ионоселективных мембран. Важный этап – кристаллизация сыворотки. Кристаллизация предназначена для формирования кристаллов лактозы с определенными размерами. Данный процесс осуществляется в кристаллизаторах, работающих в автоматическом режиме, что позволяет исключить «человеческий фактор». Кристаллизованная сыворотка не слеживается, обладает высокой сыпучестью и наиболее подходит для производства сложных комбинированных сухих молочных продуктов, смесей, а также при производстве продуктов, подвергающихся термической обработке.

К официальному открытию участка была приурочена международная научно-практическая конференция «Современные методы мембранной обработки молочного сырья». В конференц-зале «Глазов-молоко» собрались известные российские ученые – корифеи молочной промышленности, представители зарубежных компаний, руководители и специалисты молочного направления агрохолдинга «КОМОС ГРУПП». В течение двух дней заслушивались доклады, проводились «круглые столы». В числе гостей были руководители и ведущие специалисты предприятий Gea Filtration (Дания), Vzduchotorg (Словакия), Milking (Словакия), «МЕГА ПрофиЛайн» (Россия, дочерняя компания АО «Мега», Чехия).

«Установки, работу которых мы увидели в Глазове, это огромный научный труд, они создавались на базе исследований, начатых еще в 1980-х годах. Прошли годы, прежде чем теоретические разработки выросли до промышленного оборудования. Замечательно, что нашлась команда, которая поверила в этот проект, – выразил общее мнение **доктор технических наук, профессор СевКавГТУ Иван Евдокимов**. – В производстве использованы мембранные технологии, в результате себестоимость продукта существенно снижается. Но теперь наступает следующий этап. Я надеюсь, что с профессионалами «КОМОС ГРУПП» мы пойдем еще дальше – разделим конечный продукт, то есть получим сывороточные белки, лактозу, соли – такие продукты, которых на российском рынке пока нет. Оборудование, которое здесь установлено, позволяет получить различные виды деминерализованной сыворотки согласно стандартам Европейского Сообщества. В настоящее время данные продукты в России не производятся и поставляются на российский рынок из-за рубежа». По мнению участников конференции, «Глазов-молоко» может выйти на передовые позиции в стране как по объему переработки сыворотки, так по качеству и ассортименту продукции. Уже сегодня к продукции предприятия проявили интерес иностранные компании: Campina, Mars, Unilever, Hochland, Nutritek, Autspan International. ■

# МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ



**Дмитрий Володин**,  
к. э. н., директор  
компании «МЕГА  
ПрофиЛайн»  
(Россия):

– Данная технология – одна из самых передовых в мире – позволяет максимально использовать все составляющие части молока. Предприятия закупают основное сырье – молоко, и следовательно, перед ними должна стоять задача извлекать из него как можно больше прибыли. Работая с «КОМОС ГРУПП», я был приятно удивлен стремлением людей развиваться, чтобы стать самой передовой компанией в данном направлении в стране.



**Павел Мертин**,  
генеральный  
директор  
компании  
«Вздухоторг»  
(Словакия):

– В 70-х годах прошлого века «Глазов-молоко» стало одним из первых предприятий Советского Союза, где было установлено оборудование компании Vzduchotorg. Наше сотрудничество возобновилось 30 лет спустя. Считаю, что реконструкция была успешной. «КОМОС ГРУПП» выйдет на ведущие позиции в России как по объему переработки сыворотки, так и по качеству, ассортименту продукции.



**Лайф Харбо**,  
директор по  
продажам  
АО «ГЕА  
Филтрейшн»  
(Дания):

– Экскурсия по заводу показала, что все выполнено на очень высоком уровне. Оборудование работает без сбоев, а сроки запуска были намного короче, чем предполагалось изначально. Это предприятие ждет большое будущее. Качество продукции «Глазов-молоко» находится на уровне мировых стандартов. Выйти на европейские рынки – это сложная задача, однако технически здесь все для этого есть.



**Йозеф Штефанович**,  
директор ООО  
«Милкинг»  
(Словакия):

– Сотрудничество с «КОМОС ГРУПП» – первая работа «Милкинг» в России. Оно оказалось очень приятным и интересным, поскольку я встретил здесь профессионалов своего дела, заинтересованных в новых технологиях, – это видно как по менеджерам, так и по простым сотрудникам предприятия.



taste the quality

## Новая сенсация от REICH

Фирма REICH с 1 января этого года начинает принимать заказы на эксклюзивную линейку камер, не имеющих аналогов в мире.

Новая серия получила индекс IC (InterCooler). Уникальность примененной при ее разработке технологии заключается в следующем: процесс приготовления мясных, рыбных и сырных продуктов происходит в одной камере без перекатывания или перемещения между сегментами – то есть вы вкатываете «сырую» продукцию в камеру, проводите сушку, копчение, варку и даже запекание, и затем по готовности камера переходит к автоматическому интенсивному охлаждению, не передвигая тележки в отдельную зону охлаждения. В итоге вы выкатываете продукт, охлажденный до температуры упаковки и, соответственно, с минимальным бактерицидным фоном.



Камеры могут быть любого размера и исполнения, например, туннельными и тупиковыми. Исполнение в одном корпусе без отдела для охлаждения серьезно экономит площадь – камера в 2 раза меньше, чем подобные аналоги у конкурентов, и работает практически в 2,5 раза быстрее за счет новой запатентованной технологии. Камеры прошли испытания на нескольких европейских предприятиях и показали фантастический результат. **Р**

Более подробно о продукции можно узнать в представительстве компании REICH в Санкт-Петербурге по телефону: (812) 380-42-14 и на предстоящей выставке ANUGA в Кельне.

## Пакет-контейнер для молока

RPC Containers Market Rasen в конце прошлого года выпустил инновационную упаковку для молока. Новый контейнер Jugit создан из переработанных материалов и является многократно в плане дальнейшего использования.

После успешных испытаний молоко в контейнере Jugit стали продавать по всей Великобритании, а в настоящее время интерес к новой упаковке возник во всем мире.

Jugit совмещает в себе формат саше со специальным пластиковым верхом, который одновременно выполняет функцию закрепления мешка: у него есть ручка и открывающееся горлышко для удобного розлива. В упаковке используется значительно меньше материала, чем в обычных пластиковых контейнерах для молока, контейнер на 75% легче в сравнении с традиционными пластиковыми бутылками. Jugit может использоваться много раз – достаточно вновь залить молоко.

Пакет-контейнер Jugit очень прост в использовании. Мешок крепится к пластмассовой части при помощи встроенного зажима, а колпачок является частью всей крышки (или же верхней части упаковки), он держится на ней при помощи автоматического перфорированного крепления. После запуска в 2010 году упаковка получила широкое признание среди покупателей. Она появилась во многих магазинах Великобритании. Этому в немалой степени поспособствовали Служба клиентских услуг Dairy Crest и прямые поставки в розничные сети Sainsbury и Tesco.

Интерес к Jugit также проявляют зарубежные компании. В настоящее время упаковка экспортируется во многие страны мира, где развита молочная промышленность и упаковка молока в классические пакеты.

**Джон Мидлтон, старший бренд-менеджер Dairy Crest**, говорит: «Наши клиенты активно поддерживают запуск новой упаковки для молока. Они понимают, насколько эффективней Jugit в плане сокращения отходов и снижения углеродного следа при производстве по сравнению с пластиковыми бутылками».

RPC Design Team тесно сотрудничали с Dairy Crest, чтобы приспособить Jugit к требованиям удобства дизайна и функциональности. В результате в первый год продаж спрос на молоко в этой упаковке постоянно рос. **Брюс Марреттс, генеральный директор RPC Market Rasen**, отметил: «Разнообразие стран, которые заказывают упаковку Jugit, просто потрясает воображение. Это дает уверенность в том, что молоко в пакетах все еще имеет огромные перспективы для развития и что Jugit – это именно то предложение, которое точно работает».

«Мы рады успеху Jugit, очень интересно наблюдать за тем, как вне-



дряются наши инновации, а позже к ним растет интерес по всему миру. RPC проделал огромную творческую работу на всех этапах разработки Jugit и продолжает работать с нами в плане обмена идеями о том, как развивать этот успех», – делает вывод Джон Мидлтон.

upakovano.ru



## Особенные крышечки WalkiLid для порционных упаковок

Крышечки для йогуртов, сметаны и других молочных продуктов в стаканчиках должны защищать содержимое от загрязнения и попадания света, обеспечивать необходимую прочность и при этом еще легко устанавливаться и сниматься.

Финская компания Walki, один из ведущих производителей технических многослойных и защитных упаковочных материалов, выпускает особенные крышечки под маркой WalkiLid, которые отвечают всем требованиям промышленности, однако пригодны для вторичной переработки. Как отмечается в пресс-релизе Walki, материал для них изготавливается из бумаги и пластика, которые могут быть отделены друг от друга для дальнейшей отправки бумаги на обычную переработку. Крышка с покрытием, наносимым методом экструзии, отличается высокой износостойкостью, на ней легко выполнять печать и ее можно подгонять под разные размеры и формы. Самое важное, по мнению разработчиков, состоит в том, что потребитель может легко отсоединить бумажную составляющую крышки, не разорвав ее, и затем утилизировать ее вместе с другими бумажными отходами. «Сначала мы начали разработку крышек на волокнистой основе для упаковки молочных продуктов, поскольку считали, что они будут прочнее по сравнению с обычными крышками из алюминия», – говорит **Хейкки Лумме (Heikki Lumme)**, управляющий товарной линией упаковочных материалов в компании Walki. – Но сейчас аспект охраны окружающей среды приобрел такую же важность».

Крышка на бумажной основе, практически единственным производителем которой является компания Walki, характеризуется прочностью к проколам, что обуславливается ее структурой.

«Поскольку обычные крышки также было практически невозможно открыть, не разорвав их, мы увидели свободную нишу для крышек на бумажной основе, которые

были бы как прочными, так и удобными для открывания», – отмечает Хейкки Лумме. – В целом мы полагаем, что наша крышка усиливает уверенность потребителя в качестве продукта, который она защищает, что, по нашему мнению, улучшает доходность розничной торговли». К преимуществам крышечек из многослойного материала WalkiLid относятся хорошие печатные свойства. На них можно печатать сложные изображения современными полиграфическими способами. По данным компании, в последние годы производство крышек WalkiLid значительно увеличилось. В 2010 году рост составил 25%, а в 2011 году ожидается увеличение объема продаж на 15-20%.

«Основным рынком до сих пор были Скандинавские страны, но у нас есть клиенты в далеких Австралии и Африке. Это доказывает, что продукт является действительно международным», – говорит Хейкки Лумме. – Теперь, когда крышка доработана для использования с более широким спектром молочных продуктов, мы нацелены на рост, в особенности за пределами Скандинавии». Он подчеркивает, что крышка WalkiLid подходит для широкого спектра молочных продуктов, поставляемых в однопорционной упаковке. 70% сырья для этого материала составляет бумага. Поэтому, по мнению Хейкки Лумме, благодаря использованию материалов в разных сочетаниях можно избежать неблагоприятного влияния колебания цен на сырье на мировом рынке.

upakovano.ru



## Проект BASF и Cargill

Международные гиганты BASF и Cargill объединились в проекте, на который планируется потратить 100 млн евро для поставки генетически модифицированного рапсового масла, богатого Омега-3-формами EPA и DHA, на рынок к 2020 году.

Альянс возник после пяти лет детальных исследований и 50-миллионных инвестиций BASF Plant Science в потенциал ГМ-рапсового масла для достижения коммерчески приемлемых уровней DHA и EPA, которые могут состояться с морскими и водорослевыми источниками.

**Andy Beadle, руководитель проекта BASF по полиненасыщенным жирам (PUFA)**, сказал NutraIngredients, что лабораторные результаты были многообещающими и что временные рамки, истекающие



# 10-я международная выставка Молочная и Мясная индустрия

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



Москва, ВВЦ,  
павильон №75

Одновременно:  
**ingredients** 

13-16 марта  
2012 года

Организаторы:



Официальная поддержка

Официальный партнер



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

к концу десятилетия, являются больше регулирующей мерой, чем основанной на научных прогнозах, так как BASF существенно продвинулась вперед за счет использования техник интеграции генов водорослей в рапс для увеличения урожайности.

В свою очередь **Jenny Verner, президент Cargill Specialty Canola Oils**, отметил, что учитывая стремление к стабильности и снижению цен, можно быть уверенным в том, что EPA/DNA-рапсовое масло будет оценено изготовителями пищи, фармацевтической продукции и пищевых добавок по всему миру.

foodinnovation.ru

### «Золотая жила» диабетических продуктов

Продукты, отмеченные для диабетиков, являются неразработанной золотой жилой, которая может принести миллиарды фунтов, заявляют эксперты.



**Профессор Jeay Henry, ведущий научный сотрудник в области питания человека**, сказал: «По моему мнению, компания, которая первой выйдет на этот рынок, заработает миллиарды. Посмотрите на Китай и Индию. В них встречается двести миллионов случаев диагностирования диабета второго типа. На каждый диагностированный случай приходится три или четыре недиагностированных или предиабетных».

US Centers for Disease Control and Prevention предполагает, что к 2025 году 438 миллионов человек по всему миру – или 7,8% взрослого населения – будут поражены диабетом.

На данный момент количество пищевых продуктов для диабетиков ограничено неуверенностью в том, как их лучше продавать, и недостатком привлекательных ингредиентов, пригодных для диабетической пищи, говорит Henry.

«Как нам позиционировать эти продукты без определения их как «медиализованных» – главный вопрос. Это не научный, а скорее коммерческий вопрос или парадигма PR», – добавил он. Henry предсказывает, что хлеб и безалкогольные напитки будут первыми диабетическими продуктами, которые завоюют широкую популярность. Хлеб – это основа жизни в Европе, а безалкогольные напитки необычайно популярны. И те и другие обладают высоким глицимическим индексом, что значит, что они поднимают уровень сахара в крови.

Недостаток привлекательных натуральных ингредиентов также мешает продвижению диабетических продуктов. «Если вы хотите есть хорошее мясо (в отношении уровня сахара в крови), вам сначала надо съесть стручковые бобы и творожный пирог, что не очень привлекает людей. Но продукты вроде орехов и фруктов могут привлечь людей. Теперь вы сможете питаться не только полезными, но и вкусными продуктами».

foodinnovation.ru

### «Пармалат» выбрал инновационную упаковку «Тетра Пак»

Компания «Пармалат» стала первым производителем молочной продукции в России, выбравшим инновационную упаковку Tetra Brik Aseptic Edge 1000 ml с винтовой крышкой LightCap для выпуска ультрапастеризованного молока.

Это одна из последних разработок «Тетра Пак» в области упаковочных решений, обладающая целым рядом функциональных преимуществ и подчеркивающая премиальный характер бренда Parmalat.

Принимая решение о смене упаковочного формата, специалисты «Пармалат» в первую очередь уделяли внимание таким характеристикам, как функциональность и уникальность, которые позволяют выделить привычный потребителю продукт на полке. Форма упаковки TBA Edge полностью соответствует этим требованиям.

Впервые компания «Тетра Пак» представила упаковочный формат Tetra Brik Aseptic Edge в 2010 году, и некоторые производители на мировом рынке уже успели оценить возможности ее продуманного дизайна. Упаковку удобно держать в руке, уникальный формат предотвращает распыливание молока при наливании, а пластиковая крышка упрощает процесс использования открытого пакета.

Широкий диаметр крышки позволяет производителям использовать упаковку TBA Edge 1000 ml для вязких продуктов или продуктов с содержанием фруктов. Упаковка Tetra Brik Aseptic Edge 1000 ml с винтовой крышкой выделяет продукт на полке и привлекает к нему внимание потребителей, а верхняя грань предоставляет дополнительную площадь для размещения маркетинговой информации. При этом новая упаковка надежно сохраняет полезные и питательные свойства продукта в течение длительного времени и является экологичным



решением, так как на 3/4 состоит из картона, произведенного из возобновляемого материала – древесины.

«Разрабатывая упаковку Tetra Brik Aseptic Edge 1000 ml с винтовой крышкой, «Тетра Пак» опиралась на потребности покупателей молочных продуктов и свой многолетний опыт в области разработки упаковочных решений. Сегодня рынок молочных продуктов предъявляет высокие требования к экологичности и функциональности упаковки, и мы учитывали их при создании нового формата. Надеемся, что благодаря новой упаковке молоко Parmalat станет заметнее на полке и ближе российским потребителям», – комментирует **региональный директор компании Николай Васильев**.

По сообщению компании «Тетра Пак»



### В России создадут биоэнергетические фермы

Около 40 птицефабрик, свиноферм и молочных хозяйств, модернизированных при помощи биоэнергетических технологий, может появиться в России до конца 2012 года, сообщил **замгенерального директора Российского энергетического агентства Владимир Басков**.

«В России созданы 12 работающих биоэнергетических комплексов. В этом году разработана документация еще 20. К концу следующего года в пределах 40 комплексов будут либо уже работать, либо будет начато их строительство», – сказал Басков в ходе международной конференции по энергоэффективности, энергосбережению и возобновляемой энергетике.

Российское энергетическое агентство провело анализ более 50 птицефабрик и свиноводческих комплексов с целью создания на их территории биоэнергетических проектов, однако все упирается в первоначальное финансирование. В частности, от строительства одной биоэнергетической фермы требуют около 1,5 лет, при этом оно может вестись только в теплое время года, и окупаемость таких проектов составляет около 10 лет.

«В сельском хозяйстве эта тема новая: и молочные хозяйства, и свинокомплексы, и птицефабрики должны в конечном счете перейти на экологически чистое производство, перерабатывая все отходы. Они могут работать на собственной электроэнергии и в собственном тепле, плюс ко всему получают удобрения для выращивания кормов», – пояснил Басков.

По словам **председателя общественного совета при Министерстве сельского хозяйства РФ Андрея Даниленко**, благодаря биоэнергетическим фермам экономия в молочном производстве может доходить в капитальных затратах до 5-10% и в общей затратной части – до 5%.

«Ключевой сложностью здесь является то, что мы не можем потребить столько энергии, сколько будет вырабатываться от наших отходов. Здесь ключевыми вопросами являются выработка правильной финансовой схемы кредитования, субсидирования кредитов на эти объекты и, самое главное, продажа выработанной электроэнергии другим потребителям, в первую очередь близлежащим населенным пунктам. Избыточную энергию надо реализовывать по тарифам, которые позволяли бы в десятилетний срок окупать вложения», – сказал Даниленко.

РИА-Новости

### Чистота еще никому не вредила

В Европе мытье яиц класса А, которые подготовлены для употребления в пищу человеком, не поощряется с целью предотвратить повреждение тонкой кожицы и образование микротрещинок, позволяющих бактериям проникать внутрь яйца.



Однако, например, в США и Швеции яйца непременно очищаются перед поступлением в розничную продажу. Последнее исследование выявило, что санация яиц с соблюдением специальных норм не повреждает систему естественной защиты. Совместное исследование бельгийского Института исследования сельского хозяйства и рыболовства (Institute for Agricultural and Fisheries Research) в Мелле и шотландского Университета медико-биологических и ветеринарных наук в Глазго выявило, что санация яиц с соблюдением специальных норм не повреждает систему естественной защиты, при этом очищая скорлупу от многочисленных бактерий и загрязнений. В данном исследовании предлагается алгоритм, при котором яйца обрабатываются специальным раствором с красящим пигментом, который позволяет использовать визуальную проверку качества и сканирование электронным микроскопом. Резюмируя, ученые говорят: «Нет никаких оснований считать, что процесс мытья нарушает качество скорлупы яиц».

По материалам Journal of Animal Science



ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

**АГРОТЕХИМПОРТ**

Оптовые поставки.  
Низкие цены.

# «Особенности и перспективы ведения бизнеса в техническом оснащении молочного животноводства в России»

6 февраля 2012, Москва,  
гостиница Космос

Российская Федерация, г. Владимир  
ул. Матросова, дом 1  
8 800 200 11 22 (бесплатно)  
[www.agrotehimport.ru](http://www.agrotehimport.ru)



Автор:



Виктория Загоровская

# Настоящее и будущее российской сыворотки



**Нормальное** функционирование молочной отрасли России требует повышения эффективности производства. В первую очередь это касается ресурсосбережения, так как затраты на сырье достигают 80% себестоимости молочных продуктов. Проблема дефицита сырья может быть решена за счет использования молочной сыворотки.

## Не по дням, а по часам

По данным «Анализа рынка молочной сыворотки в России», подготовленного BusinesStat, в 2010 году российскими предприятиями было произведено более 1 млн тонн сыра и творога, что соответствует выработке около 6 млн тонн натуральной сыворотки. Приведенная оценка объемов производства отличается от данных официальной статистики, согласно которой производство молочной сыворотки составляет 1,9 млн тонн. Эта цифра сильно занижена производителями с целью увеличения показателя переработки сыворотки и уклонения от штрафных санкций за нарушение экологических предписаний.

Долгое время сывороточные продукты не находили широкого применения в российской промышленности. С 2006 по 2010 годы производство молочной сыворотки в стране ежегодно сокращалось. Однако, по оценкам специалистов, в 2011 году на фоне роста цен на молоко, а также из-за изменений в структуре спроса на молочные продукты произойдет рост производства сыворотки в России.

Рост цен на молоко заставил пищевые предприятия удешевлять себестоимость продукции. Отрасли, ранее использовавшие молоко (производство мороженого, йогуртов, шоколада), стали частично заменять сывороткой сухое цельное и обезжиренное молоко, что позволило значительно удешевить конечную продукцию.

В рамках Молочного форума-2012, прошедшего в ЛаКвинта (La Quinta), Калифорния, США, аналитики Rarobank отметили, что рост продаж в сегменте сыров в США, являющийся одним из ведущих показателей цены на молоко, в течение последних 40 лет замедлился почти до темпа улитки. В то же время спрос на сыворотку, побочный продукт производства сыра,

в настоящее время растет не по дням, а по часам. По мнению экспертов, это означает падение цен на сыр и рост цены на сыровотку в ближайшее время.

**Тим Хант, аналитик в секторе мирового производства молочных продуктов Rabobank**, заявил, что в 1970-е годы спрос на сыр рос на 5% в год. Благодаря этому ежегодный рост объемов составлял не менее 0,5%.

Однако, по его словам, мировые продажи будут расти на 1,5% в течение следующих 4 лет. В отличие от других молочных продуктов они вырастут на 2,7%.

Растущий спрос представители Rabobank объясняют, прежде всего, стремлением потребителя к здоровому и качественному питанию. Все это увеличило спрос на сыровотку и в обозримом будущем изменит матрицу ценообразования сыра и сыровотки.

«В первую очередь складывающаяся ситуация может поставить в тяжелое положение тех сыроделов, которые еще не инвестировали в развитие технологий, – предостерегает Тим Хант. – Больше всех выиграют крупные игроки, имеющие преимущество в технологическом плане».

### Технологии переработки сыровотки

Проблема дефицита сырья в значительной мере может быть решена за счет переработки и использования регулярных отходов от производства молочных продуктов. Так, по данным 2010 года, ресурсы молочной сыровотки в России превышают 5 млн тонн в год. Между тем используется только 20% молочной сыровотки.

В настоящее время известны два подхода по переработке сыровотки: полное использование сухих веществ и раздельное использование ее составных компонентов. Самым распространенным способом переработки сыровотки в России и мире является ее сушка, когда сухая сыровотка вырабатывается на основе молочной сыровотки путем сгущения и последующим высушиванием на распылительной сушильной установке.

По данным исследования, проведенного компанией «Аберкейд» в 2010 году, крупнейшими регионами-производителями сухой сыровотки являются Татария, Краснодарский и Алтайский края – на их долю приходится соответственно 20, 14 и 13% общероссийского объема производства.

В последние годы уделяется усиленное внимание глубокой переработке молочной сыровотки – получению производных из отдельных компонентов (гидролизаты молочного жира и белков, производные лактозы – лактулоза, лактитол, тагатаза,

галактоолигосахариды и др.). Производные лактозы – галактоолигосахариды и лактулоза – превосходные компоненты при составлении рецептов здоровой пищи, так называемых продуктов функционального питания. Все направления глубокой переработки молочной сыровотки связаны с биотехнологией, позволяющей получать широкую гамму продуктов. Следует подчеркнуть, что экономически выгодно получать из сыровотки высокоочищенные белковые компоненты. Например, мировая потребность только в одном из минорных белков – лактоферрине – оценивается в 5 млрд долларов США.

Одной из ведущих тенденций последних лет в развитии мировой молочной промышленности является широкое использование мембранных методов обработки. Они открыли возможности для получения новых видов молочных продуктов и повлекли за собой коренное изменение технологий переработки сыровотки.

Большинство отечественных производителей считают, что глубокая, многоступенчатая переработка сыровотки с получением более дорогих продуктов (лактозы, лактулозы, различных пребиотиков) – вопрос серьезных капиталовложений в оборудование. Если завод входит в холдинг, производящий также цельномолочную продукцию, то на основе сыровотки обычно начинают выпускать разные напитки. В остальных случаях ставят у себя сушильное оборудование, позволяющее извлекать из сыровотки белок альбумин, который используют для детского и диетического питания, нужд фармакологии и кормового производства.

Российский рынок молочной сыровотки имеет свою специфику. Во-первых, особенность России состоит в том, что у нее есть такой продукт, как творог, и как результат – творожно-кислая сыровотка, которая по составу более минерализована. Творожная сыровотка хороша тем, что после сушки поступает как сырье в хлебопекарную промышленность. Во-вторых, в стране много малых предприятий, производящих творог в относительно небольших количествах, что затрудняет территориальную централизацию переработки сыровотки. Согласитесь, никакая экономика не выдержит перевозки на большие расстояния сыровотки, состоящей на 94% из воды.

Отметим, что основными причинами неполного использования сыровотки являются резкая сезонность в ее получении, быстрая порча и недостаточная стойкость выработанных из нее продуктов, удаленность мест получения сырья от мест сбыта, сравнительно высокая стоимость кормовой единицы сыровотки и затруднения, связанные с транспортировкой.

### Уникальные инвестиционные проекты

Будущее, по мнению участников отрасли, за вертикально-интегрированными комплексами с полным циклом производства. Полученную сыровотку можно даже не сушить, а сгустить, обогатить ее минералами, витаминами и вернуть с предприятия в хозяйство для вскармливания скота. Похожий цикл производства существует в агрохолдинге «Красный Восток» в Татарстане.

Тем не менее, в России существуют реализованные проекты централизации переработки сыровотки. Например, на «Кузбассконсервмолоко» в сутки свозится до 200 тонн сыровотки из всего региона Кемеровской и других областей. Схожий проект реализован в компании «Трест Южный Сахар». В качестве централизованного предприятия по переработке молочной сыровотки был выбран Брюховецкий МКК, на который свозится сыровотка с сыродельных предприятий Краснодарского края. В 2009 году на «ГМЗ Лискинский» (Воронежская область) была успешно введена в эксплуатацию мембранная установка нанофильтрации для концентрирования молочной сыровотки. В этот же период была организована сушка подсырной сыровотки в ООО «Холод» Быстринского маслосырзавода.

Белебеевский молочный комбинат (Башкирия), один из крупнейших производителей твердого сычужного сыра в России, входящий в группу компаний «Нерал», запустил линию по производству сухой деминерализованной молочной сыровотки. Мощность линии – 40 тонн в сутки. В 2010 году предприятием произведено 4,5 тыс. тонн сыровотки, в 2011 году – более 5 тыс. тонн.

Производство сухой деминерализованной сыворотки на Белебеевском молочном комбинате основано на применении мембранных методов обработки. В процессе переработки используются современные технологии: нанофильтрация и обратный осмос, которые позволяют получить сыворотку высокого качества, осуществить максимальное использование всех составных частей молока-сырья и обеспечить экологическую безопасность технологического цикла переработки молока. Первоначально предполагалось, что удаление из сыворотки минеральных солей составит 35-40%. Фактически удалось добиться уровня деминерализации 50%, что подтвердили проведенные исследования образцов в испытательном центре независимой лаборатории и Роспотребнадзора.

ТнВ «Сыр Стародубский» – одно из крупнейших сыродельных предприятий России – еще в 2005 году установил оборудование для производства сухой молочной сыворотки. В 2008 году ассортимент молочной продукции компании дополнился линейкой сывороточных напитков. А в марте 2010 года был реализован проект по переработке молочной сыворотки с использованием нанофильтрации. Запущена в эксплуатацию датская установка нанофильтрации NF с обратным осмосом производительностью 20 м³/час фирмы «GEA Процессный инжиниринг». Нанофильтрация позволяет получить освоенную от минеральных солей сыворотку. Значительно улучшаются ее органолептические показатели. Это позволяет повысить качество готового продукта, снизить затраты, а также создать экологически чистое, безотходное производство. Сегодня объем производимой на предприятии сухой молочной сыворотки составляет 350 тонн в месяц.

Экологические программы, которые все чаще становятся конкурентным преимуществом предприятий Алтайского края, включают в себя внедрение современных безотходных технологий, в первую очередь по переработке подсырной сыворотки. В результате их использования компании не только избавляются от необходимости сбросов побочного продукта в канализационные сети или на поля фильтрации, но еще производят ценный продукт. В 2010 году предприятия Алтайского края переработали около 180 тыс. тонн подсырной сыворотки, образующейся при производстве сычужных сыров, при этом более 75% ее объема направлено на вторичную переработку.

В конце 2010 года ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» объявил о запуске крупнейшей за Уралом линии по

производству сухой молочной сыворотки. Линия создана на Рубцовском молочном заводе (РМЗ) – одном из наиболее современных и крупных сыродельных предприятий в России, выпускающем твердый сыр «Ламбер».

На производстве применены инновационные технологии молекулярного фракционирования. Мощность новой линии, построенной с использованием оборудования ЗАО «Калиновского машиностроительного завода» (Украина) и GEA WestfaliaSurge (Германия), составляет 800 тонн сухой сыворотки в месяц, что делает ВБД одним из крупнейших производителей сыворотки в России. Общая стоимость инвестиционного проекта – более 7 млн долларов.

Продукт нового производства используется на собственных площадках ВБД и поставляется внешним клиентам – национальным операторам рынка сухих молочных продуктов.

**В 2011 году** на фоне роста цен на молоко, а также из-за изменений в структуре спроса на молочные продукты произойдет рост производства сыворотки в России.

Летом 2011 года крупнейший сыродельный холдинг «Киприно» (Барнаул) запустил еще один уникальный инвестиционный проект. На территории «Троицкого маслосырзавода», входящего в его состав, был построен самостоятельный завод по сушке молочной сыворотки, оснащенный как отечественным, так и иностранным оборудованием. Планируемый объем производства и сбыта составляет 300 тонн в месяц при максимальной загрузке производства и 200 тонн в месяц при минимальной загрузке, которая будет варьироваться в зависимости от сезона. Поставки сырья для производства сухой молочной сыворотки осуществляются с заводов группы компаний «Киприно» – «Третьяковского маслосырзавода», «Кипринского молочного завода». Заявленные рынки сбыта – Алтайский край, Новосибирская, Кемеровская области, Красноярский край, Томск, Омск, Челябинск, Екатеринбург и Дальний Восток.

В сентябре минувшего года фирма «Калория» запустила комплексную линию по деминерализации кислой сыворотки. На ее основе компания планирует продолжить выпускать сокодерживающие напитки с применением новых, улучшенных технологий.

«Традиционно молочная сыворотка имеет невысокую цену. Неудачи при реализации некоторых уже разработанных напитков были обусловлены, прежде всего, наличием сывороточного запаха и вкуса, непривычного для потребителей. Этот вкус в сыворотке вызван присутствием минерального комплекса. Для максимального ослабления сывороточных тонов во вкусе и запахе нами было принято решение о подготовке сыворотки путем ее деминерализации, – рассказал представитель «Калории». – Использование в сокодерживающих напитках сыворотки деминерализованной до 50% полностью исключает наличие неприятных запахов и привкусов. В нашем случае было решено перерабатывать сыворотку с применением мембранных процессов: электродиализа и нанофильтрации».

А в декабре минувшего года на ОАО «Глазов-молоко», работающем под управлением «КОМОС ГРУПП», завершился второй этап реконструкции цеха производства сухих продуктов. Реконструкция позволила создать второй по оснащенности в России комплекс глубокой переработки сыворотки. Ее стоимость составила 177 млн рублей. В результате реконструкции производственная мощность цеха увеличилась с 2 тыс. тонн до 5,55 тыс. тонн сухих продуктов в год. На новом оборудовании можно получать различные виды деминерализованной сыворотки согласно стандартам ЕС. Оно позволяет перерабатывать разные виды сыворотки (подсырную, творожную, казеиновую), принимая сырье с предприятий Удмуртии и других регионов. По мнению экспертов, теперь «КОМОС ГРУПП» выйдет на передовые позиции в России, как по объему переработки сыворотки, так по качеству и ассортименту продукции.





МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА



**Сергей Коновалов,**  
управляющий  
ОАО «Глазов-молоко»:

– Как можно оценить объем производства молочной сыворотки в России и его динамику?

– Объем производства сырой молочной сыворотки в России по неофициальным экспертным данным (исходя из объема производства сыра, творога, казеина) составляет около 3,5 млн тонн и ежегодно растет.

– Какова специфика российского рынка молочной сыворотки? С чем она связана?

– К специфике российского рынка молочной сыворотки можно отнести ряд особенностей:

– низкая доля переработки сырой сыворотки, особенно кислой сыворотки (по разным данным составляет 35%);

– крайне низкое качество сырья. Традиционно молокоперерабатывающие предприятия относятся к данной продукции как к отходу молочного производства. И это является риском при реализации подобных проектов;

– невысокое качество готовой продукции вследствие технической отсталости производств;

– низкая глубина переработки.

– Расскажите о дополнительных возможностях, которые открывает для молокопроизводителей производство сыворотки. Почему такие проекты не привлекают большинство молочных компаний?

– Комплексная переработка сыворотки позволяет решить две основные задачи. Первая – утилизация молочных отходов, сокращение вредного воздействия на окружающую среду. Вторая – получение дополнительной прибыли при решении первой задачи. Величина прибыли будет зависеть как от масштаба производства, так и от глубины переработки сырой сыворотки.

Проблема состоит в том, что большинство молокоперерабатывающих предприятий не в состоянии вложить крупные инвестиции в подобные проекты. А для того чтобы окупить подобные проекты необходимо большое количество сырья: так, по примеру многих стран, проекты по переработке менее 1 тыс. тонн сырой сыворотки в сутки не рассматриваются вообще. Добавьте сюда логистические затраты и т. п. на объем 1 тыс. тонн в сутки! В России же пытаются реализовывать проекты от 100 тонн в сутки, но ясно, что сильного развития

у таких проектов не будет. По нашему мнению, стабильно работающим проектом в России можно назвать от 400 тонн сыворотки в сутки, с перспективой увеличения объема.

– Каковы самые распространенные способы переработки сыворотки в России и в мире? Что можно сказать о рентабельности установки соответствующего оборудования?

– Большинство российских компаний производят сухую, не деминерализованную сыворотку, либо сыворотку с низким уровнем деминерализации (до 30%). В мире основной упор делается на производство высокодеминерализованной сыворотки и ее производных.

Среди передовых компаний России и иностранных компаний особых отличий нет, все технологии и оборудование идентичны.

В целом же, повторюсь, главное отличие – глубина переработки. Сыворотка – это кладезь составляющих. И причина опять же в объеме переработки: содержание некоторых компонентов в сырье настолько ничтожно, что для промышленного производства 500 кг в сутки, необходимо перерабатывать несколько тысяч тонн сырой сыворотки в сутки, вот и представьте объем инвестиций в такой проект!

Соответственно, о рентабельности таких проектов говорить сложно: она сильно зависит от глубины переработки и масштабов производства.

– С Вашей точки зрения, как можно оценить перспективы производства сухой сыворотки на ближайшие 2-3 года?

– Тема переработки сыворотки стала очень привлекательной, поэтому ближайшие 2-3 года я бы охарактеризовал как годы, в которые будут запускаться много мелких проектов по России, что приведет к росту конкуренции на рынке готовой продукции.

Несомненно, влияние окажет и ВТО, и ЕТС. Крупные, стабильно работающие молокоперерабатывающие предприятия будут объединяться в единые проекты переработки, думаю, даже на уровне межхолдинговых и межкорпоративных. За такими проектами будущее, они смогут составить достойную конкуренцию иностранным производителям. ■

Гость:



**Айрат Баширов,**  
президент ЗАО «Данафлекс»

Беседовала:



**Виктория Загоровская**

# Инновационный проект «Данафлекс»



*В ноябре прошлого года состоялось торжественное открытие нового завода по производству гибкой упаковки с использованием нанотехнологий ООО «Данафлекс-Нано».*

**danaflex nano**



Фото: www.danaflex.com, www.kazakhstan.ru

**Н**овый завод – совместный проект ЗАО «Данафлекс» и ОАО «РОСНАНО». Это крупнейшее в Европе производство гибкой упаковки. Продукция завода – высокобарьерные пленочные материалы – не имеет аналогов в России. Первая партия упаковки с использованием нанотехнологий была выпущена непосредственно во время проведения церемонии открытия.

Это важное событие для республики еще раз подчеркивает намерения Татарстана выйти в лидеры по внедрению и реализации инновационных проектов. Также это событие республиканского масштаба

имеет большое значение и для развития российской экономики в целом, так как предприятие способно заменить импортную продукцию, потребляемую сейчас российскими производителями.

Об истории становления «Данафлекс» и сегодняшнем развитии, связанном с разработкой и внедрением нанотехнологий, мы поговорили с **президентом компании Айратом Башировым.**

– Айрат Робертович, расскажите, как Вы пришли в этот бизнес, с чего началась история Вашей компании?

– На первый взгляд, случайно, хотя ничего случайного не бывает. Я руководил успешной казанской инвестиционной компанией «Диалог-инвест», когда мне предложили инвестировать средства в упаковочный бизнес. Поначалу дела у созданного с нуля предприятия шли не очень хорошо, и потребовались дополнительные средства и участие в управлении,

чтобы компания вышла на безубыточный уровень и начала получать прибыль.

Позже я полностью оставил работу на фондовом рынке, отдав предпочтение новому бизнесу. Я увидел в нем большие перспективы и не ошибся.

– «Данафлекс» – новая компания? Или Вы появились на базе какого-то старого предприятия?

– Мы совершенно новая компания, девять лет назад здесь ничего не было. Когда мы подыскивали помещение, на этом месте был старый цех с разбитыми окнами. Мы начали с того, что приобрели первую печатную машину и стали учиться на ней работать. У нас не было ни технологии, ни имени на рынке. Мы не знали, как на нем работать, чтобы завоевать какие-то позиции. Успех пришел не сразу. Нам приходилось учиться на своих ошибках – это очень дорого стоило.

– Какие были ошибки?

– Ошибки были каждый день. Чтобы напечатать упаковку, нужно сделать дизайн, разделить картинку на восемь цветов, правильно расположить их друг за другом на клише, совместить, задать точки и так далее. И так как опыта не было, не было ни одного заказа, чтобы он встал на машину и напечатался без проблем. Всегда что-нибудь возникало. Еще большей была проблема признания на рынке – никто не хотел работать с компанией, которая сегодня появилась и ничего не умеет. Ушло много времени, чтобы убедить первого заказчика доверить нам заказы.

– А кто был первым заказчиком?

– Первой была казанская компания «Холод». Мы для них печатали упаковку для мороженого. Как сейчас помню, это было мороженое «Батыр». Можно сказать, мы на них учились, было много ошибок, но через это нужно было пройти.

– Судя по результатам деятельности «Данафлекса», Вам с успехом удалось преодолеть все трудности.

– Да. Сегодня «Данафлекс» занимает порядка 10-12% российского рынка гибкой упаковки. Мы выстояли в кризис. Залог устойчивости подобного производства – его привязка к пищевой промышленности, где сокращение спроса идет очень медленно. Верным решением стала концентрация на производстве инновационных продуктов. Нам удалось собрать очень сильную команду людей, большинство из них работает здесь по сей день. Они поверили, что мы сможем стать луч-



#### Визитная карточка компании:

ЗАО «Данафлекс» создано в 2001 году в Казани. Основное направление деятельности – производство гибких упаковочных материалов. Предприятие осуществляет полный технологический цикл производства упаковки методом флексо и глубокой печати: от экструзии ПЭ и разработки уникального оригинал-макета до изготовления готового упаковочного материала. Компания является крупнейшим производителем гибкой упаковки на российском рынке, имеются региональные представительства в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске. Группа компаний «Данафлекс» занимает 12% в общем объеме российского рынка гибкой упаковки. Выручка от реализации готовой продукции в 2011 году составила 3,49 млрд рублей. Рост компании по отношению к 2010 году составил 41%. Объем выпуска готовой продукции в 2011 году составил 18 900 тонн гибкой упаковки и 7 900 тонн ПЭ.

За годы работы ЗАО «ДАНАФЛЕКС» разработало и вывело на рынок инновационные виды упаковок, которые стали лидерами в своих сегментах, а также оценены наградами крупнейших международных и российских конкурсов. Основа развития бизнеса «ДАНАФЛЕКС»: гибкость в работе со своими клиентами, высокое качество продукции, технологические и продуктовые инновации. В 2009 году Наблюдательный совет «РОСНАНО» одобрил проект промышленного производства гибкой упаковки нового поколения. Для реализации проекта в июне 2009 года создана компания ООО «Данафлекс-Нано», участниками которой являются «РОСНАНО» (49%) и ЗАО «Данафлекс» (51%). Общий объем инвестиций за 2009-2011 годы – 3,1 млрд рублей. Планируемый объем инвестиций на 2012-2014 годы – 1,6 млрд рублей.

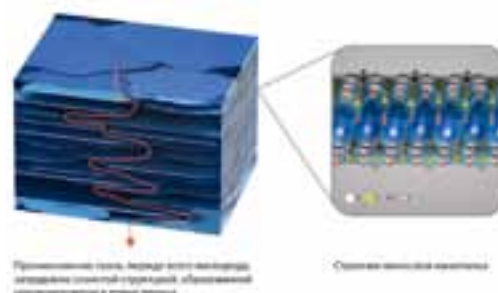


Схема строения полимерной пленки с добавлением нанокмппозитов (в частности, силикатной наноглины), повышающих барьерные свойства упаковочного материала

шей компанией в России. Именно такую цель мы поставили себе. Хотя некоторые и не верили в то, что вырасти за шесть лет в 15 раз возможно.

– Неужели вы выросли в 15 раз за 6 лет?

– Да, и сегодня, когда мы перешли этот психологический барьер, видим, что и сейчас у нас есть возможности для дальнейшего развития. Тогда это выглядело утопично. Но эта амбициозная цель нас сплотила, дала силы, чтобы сделать невозможное.

– А что для Вас означает слово «инновационность»?

– Инновационный продукт – самый лучший на рынке и самый привлекательный для клиента по цене. У нас создано специальное подразделение – отдел новых продуктов. В нем работают самые светлые головы предприятия, специалисты, имеющие большой опыт практической деятельности в сферах прикладных научных исследований полимерных материалов и технологий производства гибкой упаковки.

– Дальнейшее развитие «Данафлекса» связано с разработкой и внедрением нанотехнологий. Что такого нанотехнологичного может быть в обычной упаковке?

– Мы открыли новый завод по выпуску гибкой упаковки с использованием нанотехнологий ООО «ДАНАФЛЕКС-НАНО» 11 ноября 2011 года. Финансовым соинвестором создания производства выступило «РОСНАНО».



Продукция нового предприятия – высокобарьерная полимерная пленка и гибкие упаковочные материалы на ее основе – предназначена преимущественно для упаковки продуктов питания, бытовой химии, косметических средств и кормов для животных.

Основными достоинствами гибкой упаковки являются ее малый вес, безопасность для потребителя, более низкое энергопотребление при производстве. Кроме того, она не требует использования больших складских площадей, а расходы при транспортировке существенно ниже в сравнении с другими видами упаковки. Барьерные свойства пленок, препятствующие проникновению кислорода и других газов, большинства встречающихся в быту химических соединений, влаги, масел, жиров, микроорганизмов и ультрафиолетового излучения, обеспечивают сохранение качества продуктов. Важнейшим преимуществом новой гибкой упаковки с использованием нанотехнологий является возможность существенного снижения использования консервантов и увеличение сроков хранения продуктов питания и другой продукции, упакованной с применением такой пленки. Гибкая упаковка нового поколения без использования фольги позволяет подвергать продукцию температурной обработке и разогревать, не распаковывая, в СВЧ-печах.

Я убежден в том, что все производители заинтересованы в том, чтобы увеличить срок жизни своего товара как на полке магазина, так и после его приобретения.

– А что из себя представляет новый завод?

– Завод – крупнейшее в Восточной Европе предприятие по выпуску гибкой упаковки – построен на территории технополиса «Химград» в Казани.

Проектная мощность нового завода составляет 46 тыс. тонн пленки и упаковки в год. Ожидаемая выручка от реализации продукции проекта в 2015 году оценивается более чем в 6 млрд рублей. В настоящее время уже создано 320 новых рабочих мест, а в будущем их количество возрастет до 600.

На новом заводе установлено самое современное оборудование немецкой фирмы Windmüller & Hölscher. В частности, плоскошелевой экструдер Filmex для производства высокобарьерных полимерных пленок с использованием нанотехнологий позволяет производить пленки, состоящие из 17 слоев. Благодаря этому повышаются их физико-механические свойства, и появляется возможность получения пленок с уникальными качествами. В печатном



цехе смонтированы две машины глубокой печати (с возможностью печати до 10 и 12 красок). Это единственное в России оборудование с технологией нанесения холодного клея в один прогон, инлайн ламинации и возможностью печати на оборотной стороне пленки. Кроме того, на заводе установлена самая высокоскоростная в России машина флексографической печати. Для производства полимерных пленок в цехе выдувной экструзии используются высокопроизводительные трехслойные и пятислойные экструдеры.

Мы поставили себе достаточно амбициозную задачу – нарастить объем продаж в 3 раза за семь лет.

*«Сегодня компания экспортирует свою продукцию в Казахстан и Белоруссию, но мы нацелились на западно-европейских потребителей».*



– За счет чего будет достигнут такой рост?

– Новый вид упаковки даст нам новые возможности. Сегодня наша компания экспортирует свою продукцию в Казахстан и Белоруссию, но мы нацелились на западноевропейских потребителей. Пока у предприятия не было достаточных мощностей, оно стремилось утвердиться на отечественном рынке. Но стратегия развития предусматривает увеличение доли экспорта с нынешних 4 до 20-30% через 5-7 лет.

Мы будем предлагать своим партнерам инновационную продукцию, по качеству не уступающую западным аналогам, но по более привлекательной цене. В Западной Европе, например, цены на упаковочные материалы на 15-20% выше, чем в России, при этом сырье стоит одинаково. Доля оплаты труда в стоимости продукта западного производителя – 25-30%, российского – менее 10%. Эта огромная разница и позволяет продавать отечественную упаковку гораздо дешевле даже с учетом логистических расходов.

– В России таких заводов еще нет?

– Нет, и сомневаюсь, что появятся в ближайшем будущем. Потому что инвестиции в проект огромные – более 100 млн долларов. Мало кто из компаний сегодня может на это решиться.

– Сколько рабочих мест позволит создать новый завод?

– Мы посчитали, что когда мы выйдем на полную загрузку, у нас будет тысяча рабочих мест. Сейчас в компании работает порядка 730 человек.

– Не могли бы Вы назвать основные принципы управления бизнесом?

– Я делаю ставку на своих сотрудников, доверяю им, даю возможность реализоваться. Компания может себе позволить набирать лучших: зарплата у нас на 40% выше, чем в среднем по Казани и соответствует зарплатам специалистов в Москве и Санкт-Петербурге. Так что текучка кадров отсутствует. Есть много великих людей, к трудам которых я прибегаю. Теория менеджмента Питера Друкера лежит в основе управления компанией. Ряд мировых бизнес-лидеров мне близки по духу. Например, Уоррен Баффет, его принципы управления. Правда, в этом году потерял много, но, думаю, это не скажется на долгосрочных результатах деятельности его компании. Для меня важно ставить и перед собой, и перед моими сотрудниками четкие и понятные цели.

– На сайте Вашей компании есть философские высказывания, принципы Вашей компании. Расскажите, в чем они заключаются?

– Важной отличительной чертой нашей компании являются принципы, из которых мы сформулировали ключевую идеологию. Она позволила нам развиваться, создавать культуру нашей компании. Эти принципы можно видеть не только на сайте, но и везде в нашей компании – на входе, в столовой и так далее. Основные принципы мы разрабатывали все вместе – собирались и думали, что для нас важно. Невозможно иметь множество готовых решений на все случаи жизни, важно чем-то руководствоваться при принятии решений на любом уровне. Мы приняли эти принципы и стараемся их придерживаться. Среди них – постоянное совершенствование, обучение, честность и ответственность перед сотрудниками, перед руководством.

– Кажется, что на Вашем предприятии практически уже сделано все, что только можно, что ничего более нового не может быть. Что Вы думаете о будущем компании «Данафлекс»?

– Это только начало. Наш второй завод, который мы открыли, – не последний. Впереди еще очень много работы! **мс**



### Айрат Баширов:

*«Завод – крупнейшее в Восточной Европе предприятие по выпуску гибкой упаковки – построен на территории технополиса «Химград» в Казани».*

#### Справка:

**Айрат Робертович Баширов** – президент ЗАО «Данафлекс». Родился и вырос в Казани, получил высшее финансовое образование. Имеет степень МВА. До 2001 года владел успешной казанской инвестиционной компанией «Диалог-инвест». С 2001 года возглавляет компанию «Данафлекс». Является членом Общественной палаты РФ. Женат, имеет троих детей.



#### Паспорт проекта:

**Цель проекта:** производство высокobarьерных упаковочных материалов с применением нанотехнологий

**Продукция проекта:** высокobarьерная полимерная пленка и гибкие упаковочные материалы на ее основе

**Сфера применения:** предназначена преимущественно для упаковки продуктов питания, бытовой химии, косметических средств и кормов для животных

**Уникальность:** продукция с такими высокими качественными показателями соответствует лучшим мировым стандартам и способна заменить более дорогие импортные пленки

**Старт проекта:** 2009 год

**Начало производства:** 2011 год

**Выход на проектную мощность:** 2011-2013 годы

**Сроки реализации проекта:** 2009-2016 годы

**Место размещения производства:** Казань

**Прогнозируемый объем годовой выручки «Данафлекс-Нано» к 2015 году:** 6 млрд рублей

**Количество новых рабочих мест:** 800 человек

#### Конкурентные преимущества высокobarьерных упаковочных материалов:

- замена традиционной консервной банки;
- возможность, при необходимости, подвергать продукцию температурной обработке и разогревать, не распаковывая, в СВЧ-печках;
- существенное снижение использования консервантов в продуктах питания;
- увеличение сроков хранения продукции;
- упрощенный состав упаковочного материала;
- сокращение технологического цикла производства в 7 раз (с 14 до 2 дней);
- меньшая стоимость единицы упаковки по сравнению с традиционными аналогами;
- меньший вес упаковочного материала;
- экологичность материала, возможность вторичной переработки.

# Опережая тренды: Низконасыщенный ЗМЖ от ГК «НМЖК»



ЗМЖ серии С309 с пониженным содержанием НМЖК и отсутствием ТЖК идеально применим в производстве мороженого, спредов, творожных и сырных изделий.

«Победа вкуса и пользы» – под таким флагом для ГК «НМЖК» пролетел 2011 год, который стал свидетелем многих успешных решений и достижений в области разработок и производства инновационных продуктов для пищевой промышленности.

Этот год начинается не менее амбициозно. ГК «НМЖК» представляет новый продукт для молочной промышленности – заменитель молочного жира с низким содержанием насыщенных жирных кислот и отсутствием трансизомеров ЖК. Вкус и польза продукции остаются основными трендами и потребительскими приоритетами населения. Взгляд на состав становится все чаще определяющим при выборе. Применение полезных,

понятных ингредиентов делает продукт конкурентно способным и привлекательным.

Технологии производства ингредиентов для пищевой промышленности ГК «НМЖК» соответствуют российским и европейским стандартам качества и основным тенденциям. Выпуск нового продукта для молочной промышленности с низким содержанием насыщенных жиров и отсутствием трансизомеров еще одно тому доказательство.

Европейское Управление безопасности пищевых продуктов придерживается следующего мнения относительно потребления насыщенных ЖК: «Насыщенные жирные кислоты синтезируются организмом человека и требуются в рационе питания. Таким образом, не установлены популяционные эталонные величины потребления, средняя потребность, нижний порог потребления, адекватное потребление. Законодательства, ограничивающего содержание насыщенных жирных кислот, в Европе и мире нет, однако есть общие рекомендации производителям маргаринов и жиров снижать содержание насыщенных ЖК и, соответственно, необходимость снижения потребления НЖК в готовых продуктах. Потребление насыщенных жирных кислот должно быть, насколько возможно, низким в рамках полноценной диеты с точки зрения питательности».

ЗМЖ серии С309 с пониженным содержанием НМЖК и отсутствием ТЖК идеально применим в производстве мороженого, спредов, творожных и сырных изделий.

Имея свой центр разработок и инноваций и поддерживая связи с ведущими европейскими и азиатскими научными институтами, ГК «НМЖК» непрерывно ведет работу по производству новых полезных продуктов.

Со всеми новинками можно ознакомиться, посетив стенд компании на выставке «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности» 13-16 марта 2012 года (проходит параллельно с выставкой «Молочная индустрия»). **Р**

## Физико-химические показатели

Наименование показателя	ЗМЖ С309	нд
Массовая доля жира, %, не менее	99,7	ГОСТ Р 52179-2003
Массовая доля влаги и летучих веществ, %, не более	0,3	ГОСТ Р 52179-2003
Кислотное число, мг КОН/г, при отгрузке, не более	0,2	ГОСТ Р 52110-2003
Перекисное число, ммоль S O/кг, при отгрузке, не более	1	ГОСТ Р 51487-99
Температура плавления, °С	31-34	ГОСТ Р 52179-2003
Трансизомеры, %, не более	<1	ГОСТ Р 52179-2003
Содержание твердых триглицеридов (%) при температуре:	10 °С	27-33
	20 °С	13-18
	30 °С	3-9
	35 °С	1-4
Жирнокислотный состав	Насыщенные	Не более 35%
	Мононенасыщенные	63-67
	Полиненасыщенные	24-26
Энергетическая ценность 100 г продукта, ккал	897	СанПиН 2.3.2.1078-01

## Трансизомеры жирных кислот

ТЖК играют отрицательную роль в изменении метаболических параметров организма человека, связанных с ишемической болезнью сердца. Кроме того, было проведено несколько исследований влияния ТЖК на риск возникновения сахарного диабета 2 типа, некоторых видов онкологических заболеваний, паралича и пищевой аллергии.





15 - я Московская международная выставка  
Пищевые ингредиенты, добавки и пряности

Одновременно:



# ingredients

RUSSIA

13 - 16 марта 2012

ВВЦ, Павильон 75, Зал Б  
Москва, Россия



*Важный ингредиент для развития  
бизнеса*



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

Автор:



**Виктор Капранчиков,**  
к. т. н., начальник бюро по ОТС  
компании «ЭФКО»

# Заменители молочного жира

## в технологии производства мороженого с растительным жиром

**П**роизводство мороженого с растительным жиром в России продолжает развиваться, хотя и сталкивается с многочисленными трудностями.

Усиление конкуренции как среди коллег, так и в смежных отраслях требует от каждого предприятия новых технологических решений. Одним из возможных решений в сложившейся ситуации является расширение ассортимента, снижение себестоимости производимой продукции за счет приобретения сырья по минимальным ценам. К сожалению, дешевое сырье зачастую оказывается не лучшего качества.

Мировой опыт снижения себестоимости мороженого в совокупности с расширением ассортимента за счет использования растительных жиров нашел применение и в России.

Введенные ограничения по использованию моножиров в составе мороженого с растительным жиром «отодвинули в сторону» кокосовое масло, которое не только отлично заменяет традиционное в России сливочное масло, но и придает продукту привлекательные потребительские качества. Подтверждение тому – темпы импорта кокосового масла, которые в силу всем известных причин в последнее время значительно сократились. Однако производители «сладкого лакомства» с трудом переходят на «законодательную альтернативу» в лице заменителя молочного жира и, по-прежнему, используют в качестве жировой основы кокосовое масло в различных соотношениях.

В настоящее время кокосовое масло достаточно широко представлено на рынке, но качество его оставляет желать лучшего. Компания «ЭФКО» провела исследования ряда образцов кокосового масла. В некоторых случаях оно не просто плохое, а даже представляет опасность для жизни.

Возьмем, к примеру, хроматографические исследования по остаточному содержанию полициклических ароматических углеводородов (ПАУ) в поставляемом на рынок России кокосовом масле и, для сравнения, образцах кокосового масла, прошедших технологическую обработку

**Хроматографические исследования по остаточному содержанию ПАУ в кокосовом масле и образцах после технологической обработки**

Полициклические ароматические углеводороды	Допустимый уровень, мкг/кг * (ЕС № 1881/2006)	Образец кокосового масла	Образец после технологической обработки	
			1 схема	2 схема
Benzo(a)anthracene	2	5,52	2,19	0,6
Benzo(b)fluoranthene	2	2,21	0,73	0,25
Chrysene	2	9,68	4,23	0,58
Benzo(k)fluoranthene	2	0,75	0,25	< 0,2
Benzo(a)pyrene	2	3,4	0,45	0,25
Сумма (a+b+k+a)		21,56	7,85	1,88

\* Регламент комиссии (ЕС) №1881/2006 от 19 декабря 2006 года, устанавливающий максимальные уровни некоторых загрязнителей в пищевых продуктах

в условиях производственной площадки компании «ЭФКО». Полученные результаты заставляют задуматься.

В большинстве исходных образцов количество полициклических ароматических углеводородов превысило допустимый уровень в 8 раз. Предельно-допустимые концентрации (ПДК) в странах ЕС для масел и жиров составляют 2 мкг/кг, определяются возможностями средств измерения. Общий уровень по тяжелым ПАУ превысил допустимые нормы в 3,5 раза (таблица 1). Концентрация benzo(a)pyrene выше допустимой нормы в несколько раз (его минимальное содержание в исследуемых образцах было на уровне 3,4-4 мкг/кг). Он является типичным химическим канцерогеном и представляет опасность для человека даже при малой концентрации. Эффект биоаккумуляции benzo(a)pyrene и мутагенное действие – тоже доказанный факт.

Безусловно, такое жировое сырье не должно использоваться в составе любимого продукта.

Есть ли альтернатива? Есть. Использование в составе рецептур заменителя молочного жира.

Отличительными особенностями данных продуктов являются минимальное содержание трансизомеров, высокое содержание полиненасыщенных жир-

ных кислот (в отличие от кокосового масла, в котором уровень насыщенных жирных кислот более 94%), что придает мороженому прекрасные потребительские свойства.

Жирнокислотный состав приближен к составу «идеального» жира для мороженого, по ряду показателей подобен молочному жиру и учитывает технологические особенности производства мороженого. Температура плавления продукта составляет 28-34 °С.

Весьма распространено мнение, что мороженое на основе заменителя молочного жира уступает мороженому на кокосовом масле. Между тем, всем известно, что качество зависит, прежде всего, от качества сырья, санитарных условий, способов приготовления смеси, вида стабилизационных систем и т. д. Сравнить физико-химические свойства кокосового масла и ЗМЖ не имеет смысла. В большей степени кривые плавления напоминают молочный жир, а по технологичности заменитель молочного жира превосходит его. Поэтому некорректно сравнивать технологичность ЗМЖ и кокосового масла.

Таким образом, использование заменителя молочного жира группы «Экоайс» в составе мороженого с растительным жиром позволяет получить не только вкусный, но и полезный продукт. **MC**



Профессиональные  
решения



## Жир специального назначения «СолПро» заменитель молочного жира 718 -

это профессиональное решение для полной или частичной замены молочного жира в молокоперерабатывающем производстве. Предназначен для замены молочного жира во всех видах молочной и молочносодержащей продукции. Может применяться в производстве кондитерских изделий.

## Лауриновый высококачественный специализированный растительный жир ЗМЖ 718 «СолПро»:

- Позволяет заменить в рецептурах молочный жир.
- Имеет сбалансированный жирнокислотный состав.
- Обеспечивает желаемые консистенцию и вкус готовых изделий.



Холдинг «Солнечные продукты»:

«Жировой комбинат»

«Московский жировой комбинат»

«Новосибирский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000

Москва +7 495 777 55 01

Новосибирск +7 383 230 35 00





Профессиональные  
решения

Автор: **Вячеслав Мельников**,  
руководитель группы  
получения полуфабрикатов  
и технической продукции

Компания:

**ЗАО «Жировой комбинат»,  
предприятие Холдинга  
«Солнечные продукты»**

410065 Саратов,  
пр. 50 лет Октября, 112 А  
тел.: +7 (8452) 459-000  
www.solpro.ru



# Современные технологии производства ЗМЖ

Вертикально интегрированный холдинг «Солнечные продукты» – это современная, динамично развивающаяся компания, занимающая лидирующие позиции на масло-жировом рынке России.

В состав холдинга входят масложировые комбинаты, два маслоэкстракционных завода, а также предприятие по обработке и хранению подсолнечника. Предприятия холдинга производят специализированные жиры

и маргарины, растительные масла, майонезы и соусы.

В январе 2009 года на предприятии «Жировой комбинат», Саратов (Холдинг «Солнечные продукты»), был возобновлен выпуск заменителей молочного жира (ЗМЖ). В последнее время проводились глубокие лабораторные исследования и работы по его улучшению.

Это связано с тем, что непрерывное развитие рыночной экономики требует от производителей постоянной работы по усовершенствованию и разработке новых видов продукции. В молочной промышленности ежегодно разрабатывается большой ассортимент новых видов изделий, требующих применения специальных жиров со сбалансированным составом, высокой устойчивостью к окислению и хорошими органолептическими и физико-химическими свойствами. В настоящее время в молочной промышленности жиры специального назначения – заменители молочного жира – являются востребованными: они применяются для снижения себестоимости продукции, улучшения структурно-реологических свойств и повышения физиологической ценности.

При разработке рецептур жиров специального назначения необходимо уделять особое внимание составлению жировой основы, которая опре-

деляет качество готового продукта, его потребительские свойства. Для получения оптимальной структуры жира его жировая основа должна содержать в себе широкий ассортимент жиров. В рецептуру возможен ввод гидрогенизированных или переэтерифицированных жиров, тропических масел (пальмовое, кокосовое, пальмоядровое) и их фракций, жидких растительных масел. В связи с этим большое внимание привлекают процессы модификации жиров, поскольку от них зависят физические и химические свойства жиров. К числу наиболее известных процессов модификации относятся гидрогенизация, переэтерификация и фракционирование. Все эти процессы объединяет то, что они изменяют физические свойства масла либо путем физического отделения составляющих триглицеридов, либо путем изменения ненасыщенности ацильных групп, либо путем перераспределения жирных кислот внутри и между различными составляющими триглицеридов.

В течение долгого времени одним из самых распространенных методов модификации жиров была гидрогенизация.

Смысл гидрогенизации заключается в увеличении устойчивости к окислению и/или изменению температуры плавления масла путем уменьшения ненасыщенности.

Ассортимент саломасов обычно состоит из гидрогенизированных продуктов нескольких типов, которые имеют широкий диапазон показателей, что позволяет использовать их как в качестве самостоятельного продукта, так и при смешивании получать продукты с необходимой консистенцией.

Достижение желаемой степени гидрогенизации масложирового продукта обычно оценивается по содержанию твердых триглицеридов, которое характеризует содержание твердых веществ в жире при разных температурах. При использовании одного



*В молочной промышленности ежегодно разрабатывается большой ассортимент новых видов изделий, требующих применения специальных жиров со сбалансированным составом.*

и того же вида сырья на качественные характеристики гидролизованного жира можно оказывать влияние, изменяя параметры процесса (температуру, давление водорода, тип катализатора, время процесса). В настоящее время обсуждаются многочисленные вопросы о том, как процесс гидрогенизации влияет на пищевые свойства масел.

Предположение о том, что трансжирные кислоты могут отрицательно сказываться на здоровье заставляет производителей уменьшать содержание трансизомеров в жирах.

*«Смысл гидрогенизации заключается в увеличении устойчивости к окислению и/или изменении температуры плавления масла путем уменьшения ненасыщенности».*

По этой причине в последнее время широкое распространение при составлении рецептов жиров специально назначения получило использование тропических масел: пальмового, пальмоядрового, кокосового, а также их фракций. Это же послужило толчком к активному развитию фракционирования и переэтерификации жиров.

Жиры и масла могут быть разделены на фракции с целью получения новых видов сырья. Фракции масел обладают функционально-технологическими свойствами, отличными от натуральных продуктов. Пищевые жиры являются сложными многокомпонентными смесями триглицеридов с различными температурами плавления.

Для получения фракционированных жиров в промышленных масштабах используют три различных процесса фракционирования:

- сухое фракционирование;
- фракционирование с растворителем;
- водное фракционирование с детергентом.

Недостатками фракционирования для получения жиров с низким содержанием трансизомеров являются ограниченный набор природных твердых жиров и, как следствие, небольшое количество получаемых при фракционировании продуктов. Решить проблему получения жиров без трансизомеров можно с помощью переэтерификации.

До некоторого времени Саратовский Жировой комбинат, входящий в структуру холдинга «Солнечные продукты», являлся единственным, где была освоена технология энзимной переэтерификации. В России СЖК – не самый крупный производитель заменителя молочного жира, но покупатель все больше понимает качество и улучшенные характеристики ЗМЖ, полученного методом энзимной переэтерификации.

Переэтерификация на сегодняшний день является наиболее перспективной технологией модификации жиров.

Переэтерификацией жиров называют обмен радикалов жирных кислот между сложнэфирными группировками триглицеридов. В процессе переэтерификации сложнэфирные связи разрываются и вновь восстанавливаются, в результате чего происходит направленное изменение консистенции, физических свойств (температуры плавления, твердости) и создание устойчивой кристаллической структуры жира и смеси жиров (см. рис. 1). В переэтерифицированных жирах происходит улучшение триглицеридного состава и физико-химических показателей – снижение температуры плавления, повышение пластичности, однородности, улучшение фазового состава.

Переэтерификация смесей природных жиров и масел позволяет получать пластичные и твердые пищевые жиры, близкие по структуре к природным, со сбалансированным по физио-

логическим данным соотношением между диненасыщенными, мононенасыщенными и насыщенными кислотами. Поскольку при этом полностью сохраняется линолевая кислота и в меньшей степени, чем при гидроировании, разрушаются другие биологически ценные компоненты жиров, переэтерифицированные жиры, в отличие от гидроированных, обладают высокой биологической ценностью. Обмен остатками жирных кислот в смесях тугоплавких жиров с жидкими растительными маслами обеспечивает наибольшую степень превращения трудно усваиваемых организмом высокоплавких глицеридов в низкоплавкие, что повышает пищевую ценность жировой смеси.

Наиболее перспективным методом получения жиров без трансизомеров сейчас считается сочетание всех трех методов модификации жиров:

- полная гидрогенизация жидкого растительного масла;
- переэтерификация смеси жидкого и полностью гидрогенизированного масла;
- фракционирование переэтерифицированного жира.

Смесевые ЗМЖ без содержания трансизомеров на рынке присутствуют, но они не обладают теми технологическими свойствами, которые нужны производителям молочной продукции.

Именно так, сочетая различные способы модификации жиров, на производственных площадках холдинга «Солнечные продукты» разрабатываются различные варианты заменителей молочного жира, сочетающих в себе высокие функционально-технологические свойства, повышенную биологическую ценность (высокое содержание ненасыщенных жирных кислот, баланс Ω3:Ω6, отсутствие холестерина), низкую себестоимость и быструю возобновляемость сырьевой базы. ■

Рисунок 1.  
Обмен радикалов жирных кислот между группировками триглицеридов под действием фермента



Компании: **Национальный союз производителей молока (СОЮЗМОЛОКО), Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ)**

# Честная полка

В рамках Всероссийской программы стимулирования потребления отечественной сельхозпродукции при Общественном совете Министерства сельского хозяйства была создана Межведомственная рабочая группа по вопросам мониторинга качества продуктов питания.

*Илья Якубсон: «Системный подход к искоренению психологии обмана партнеров и потребителей поможет нам не только сделать магазинные полки более честными, но и покупателя значительно более довольным».*

В рабочую группу входят представители Министерства сельского хозяйства, ФАС, Роспотребнадзора, Россельхознадзора, СОЮЗМОЛОКО, других отраслевых союзов и торговых сетей.

Участники молочного рынка неоднократно выражали свою обеспокоенность ситуацией с неправомерным использованием растительных жиров тропического происхождения при производстве молочной продукции. Недобросовестные производители систематически грубо нарушают требования Федерального закона от 12.06.2008 №88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию» и Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», заменяя молочные жиры растительными, не отображая соответствующую информацию на упаковке готовой молочной продукции. Фальсифицированная молочная продукция по демпинговым ценам все чаще вытесняет с рынка натуральную, нанося тем самым колоссальный ущерб экономике производителей. Производители натуральной молочной продукции не способны конкурировать по цене с производителями дешевого фальсификата. В то же время использование компонентного состава, несоответствующего требованиям Технического регламента, может нанести ущерб здоровью потребителей.

В связи с чем отечественная молочная продукция стала первым направлением долгосрочной работы по выявлению пищевых фальсификатов. Контрольные закупки проводятся по всем категориям

молочной продукции для последующих независимых лабораторных исследований.

Первым этапом в августе прошлого года стал мониторинг качества молочных продуктов в Москве и Московской области. В настоящее время осуществляются региональные проверки. Так, уже проведены

контрольные закупки в магазинах 15 торговых сетей и многочисленных объектах несетевой розницы в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, в Новосибирске и Краснодаре. Следующие контрольные закупки планируется провести в Липецке, Пензе, Туле и Владивостоке.

Основная задача данной работы – обеспечить безопасность и высокое качество продуктов для потребителя, а также правильную маркировку в соответствии с требованиями Технического регламента на молоко и молочную продукцию.

По результатам мониторингов качества молочной продукции, реализуемой в различных розничных каналах, СОЮЗМОЛОКО получил следующие данные: более 50% образцов сливочного масла, более 60% сгущенного молока с сахаром, более 30% сметаны и творога, более 70% плавленых сыров – не соответствуют требованиям Технического регламента на молоко и молочную продукцию в части содержания растительных жиров тропического происхождения.

Соответствующие материалы были переданы в Федеральную антимонопольную службу, Роспотребнадзор, торговые сети и нарушителям. По результатам обращений СОЮЗМОЛОКО в ФАС уже возбуждено 9 дел о нарушении антимонопольного законодательства в 7 регионах страны (Санкт-Петербург, Москва, Смоленская, Ивановская, Орловская, Владимирская и Калининградская области).

Стоит отметить, что по итогам вынесенных рабочей группой преду-

жедений ряд производителей уже привели в соответствие рецептуру продукции и информацию, размещаемую на упаковке. Некоторые нарушители, понимая неизбежность дальнейших проверок и публичного оглашения результатов, взяли на себя обязательства исправиться в ближайшее время.

Гарантом исполнения этих обещаний должно также стать то, что на основании предоставленной информации о выявленных СОЮЗМОЛОКО нарушениях Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ) оперативно проводит проверку полученных фактов в отношении следующих производителей и продуктов:

- продукт сырный плавленый колбасный копченый, ООО «Омский завод плавленых сыров»;
- плавленый сыр сливочный, ООО «Маслосырбаза «Энгельсская»;
- молоко цельное сгущенное с сахаром, ЗАО «Верховский молочно-консервный завод»;
- молоко цельное сгущенное с сахаром, ОАО «БЕЛМОЛПРОДУКТ»;
- масло сливочное натуральное, ОАО «Аньковское»;
- масло сливочное традиционное, ООО «ПК Ильинское 95».

В случае если данные производители в дальнейшем допустят несоответствие продукции заявленным качествам, АКОРТ будет вынужден предложить розничным сетям, входящим в состав ассоциации, вывести из ассортимента продукцию недобросовестных производителей.

В настоящее время Рабочая группа продолжает проверки, подключая в зону внимания новые категории. Недавно Ассоциация производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз», входящая в состав Рабочей группы, инициировала проверки качества в бакалейной и консервной отраслях 4 регионов. Их результаты будут объявлены в I квартале 2012 года.

Рабочая группа открыта для присоединения новых участников из числа отраслевых ассоциаций, общественных объединений и государственных учреждений.





МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА



**Андрей Даниленко,**  
председатель Правления Национального союза производителей молока (СОЮЗМОЛОКО):

«Для эффективной борьбы с фальсифицированной продукцией должны быть предусмотрены серьезнейшие последствия за такие нарушения. Публичная потеря репутации и расторжение договоров с торговыми сетями повлекут за собой серьезные финансовые последствия, во много раз превышающие экономию за счет применения дешевых заменителей молока. Потребитель должен знать, что он покупает и самостоятельно принимать решение, хочет ли он сэкономить или нет. Без тесного взаимодействия с сетями искоренить фальсификат невозможно, поэтому мы будем активно продолжать совместную работу, охватывая новые категории продуктов».



**Илья Якубсон,**  
председатель Президиума АКОРТ:

«Розничные сети всегда стремились тщательно следить за качеством товаров на полках наших магазинов. Мы все прекрасно понимаем, что невозможно проверить каждую упаковку, приходящую от поставщика. Поэтому совместная работа с отраслевыми союзами так важна для нас. Системный подход к искоренению психологии обмана партнеров и потребителя поможет нам не только сделать магазинные полки более честными, но и покупателя значительно более довольным, поскольку решение о том, что покупает, он будет принимать сознательно, а не под влиянием этикетки, вводящей его в заблуждение».



**Максим Протасов,**  
председатель Правления «Руспродсоюза»:

«Мы рассчитываем на то, что самоорганизация продовольственной отрасли и систематизация работы в области проверок качества продуктов питания сделают переговоры о цене продукта на полке между поставщиком и ритейлером объективными, а конкуренцию между производителями – добросовестной, что, в свою очередь, повысит конкурентоспособность наших товаров по сравнению с импортными аналогами». **МС**

## Официальный туроператор выставок



# S-Continental

Travel Company

**Эксклюзивное предложение  
от компании «С-Континенталь»:**

- СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ  
на бронирование  
номеров в гостиницах.
- БЕСПЛАТНЫЙ трансфер на выставку.
- БЕСПЛАТНАЯ сим-карта  
с исходящими  
вызовами по Москве и области.
- БЕСПЛАТНАЯ визовая поддержка.

А также:

- Информационное сопровождение  
24 часа в сутки.
- Услуги переводчика.
- Билеты в театры и на концерты.
- Экскурсионное обслуживание.

+7 (812) 318-30-30

8 (800) 55-55-001

info@scontinental.com

www.scontinental.com

(звонок по России бесплатный)



# УПАКОВКА/ УПАК ИТАЛИЯ 2012

20-я международная специализированная выставка  
Машины и оборудование для производства упаковки.  
Упаковочные машины. Машины для производства и упаковки  
кондитерских изделий. Упаковочные материалы, тара,  
вспомогательные упаковочные средства. Логистика

**24 – 27 января 2012**

Москва, ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне

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

Информационные партнеры:

ТАРА  
И УПАКОВКА

Роскартон

КОШЕ & ЧАЙ

ПАКЕТ

УПАКОВКА

RUSSIAN  
PACKAGING

УПАКОВКА

УПАКОВКА

abonud.info

ОТРАСЛЕВЫЕ  
ВЕДОМОСТИ

УПАКОВКА

Молочная

УПАКОВКА

УПАКОВКА

сфера

УПАКОВКА

В сотрудничестве:



При поддержке:



Поддержка по развитию  
экспортных операций ТПП РФ



Ассоциация производителей  
упаковки  
и переработки  
оборудования «УПАКОВА»



Национальный  
ассоциация производителей



Примечательна Россия

При поддержке:



Messe Düsseldorf GmbH  
P.O. Box 10 33 56  
D-40001 Düsseldorf  
Germany  
Phone: +49/211/45 60-01  
Fax: +49/211/45 50-40  
[www.messe-duesseldorf.de](http://www.messe-duesseldorf.de)

ООО «Мессе Дюссельдорф Москва»  
521100 Россия  
Краснопресненская наб., 14  
Тел.: +7 (495) 795 29 44  
(495) 405 11 00  
Факс: +7 (495) 795 29 40  
(495) 405 12 01  
E-mail: [klaymar@messe.ru](mailto:klaymar@messe.ru)  
[www.messe-duesseldorf.ru](http://www.messe-duesseldorf.ru)

  
Messe  
Düsseldorf

  
Messe  
Düsseldorf  
Moscow





АГРОПРОДМАШ

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

# АГРО ПРОД МАШ

ЦВК «Экспоцентр», Москва, Россия

**8-12 октября 2012**



**ПЕРВЫЙ  
В ИННОВАЦИЯХ**

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

Организатор:  
 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

123100, Москва,  
Краснопресненская наб., 14  
E-mail: [centr@expocentr.ru](mailto:centr@expocentr.ru)  
[www.expocentr.ru](http://www.expocentr.ru), [экспоцентр.рф](mailto:экспоцентр.рф)



# ПРОД ЭКСПО

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

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»  
Москва, Россия

13–17 2012  
ФЕВРАЛЯ



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

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

Организатор:  
ЗАО «Экспоцентр»

При поддержке:  
Министерства сельского  
хозяйства РФ



**ВСЕ ГЕНИАЛЬНОЕ ПРОСТО**  
**ВКУСНО И ПОЛЕЗНО**



# НОВЫЙ ПРОДУКТ

ЗАМЕНИТЕЛЬ МОЛОЧНОГО ЖИРА MARGO® С 309  
С ПОНИЖЕННЫМ СОДЕРЖАНИЕМ НАСЫЩЕННЫХ ЖК  
И ОТСУТСТВИЕМ ТРАНСИЗОМЕРОВ ЖК

Наименование показателя		Низконасыщенный ЗМЖ	НД
Перекисное число, ммоль ½ О/кг, при отгрузке, не более		1	ГОСТ Р 51487-99
Температура плавления, °С		31-34	ГОСТ Р 52179-2003
Трансизомеры жирных кислот, %, не более		<1	ГОСТ Р 52179-2003
Содержание твердых триглицеридов (%) при температуре	10 °С	27-33	ГОСТ Р 52179-2003
	20 °С	13-18	
	30 °С	3-9	
	35 °С	1-4	
Жирнокислотный состав	Насыщенные	Не более 35%	ГОСТ Р 51487-99
	Ненасыщенные	63-67%	
	Полинасыщенные (в составе ненасыщенных)	24-26%	

## ОПЕРЕЖАЯ ТРЕНДЫ

### МНЕНИЕ ЕВРОПЕЙСКОГО УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ ОТНОСИТЕЛЬНО ПОТРЕБЛЕНИЯ НАСЫЩЕННЫХ ЖК

Насыщенные жирные кислоты синтезируются организмом человека и требуются в рационе питания. Таким образом, не установлены Популяционные эталонные величины потребления, Средняя потребность, Нижний порог потребления, Адекватное потребление. Законодательства, ограничивающего содержание насыщенных жирных кислот в Европе и мире нет, однако есть общие рекомендации производителям маргаринов и жиров снижать содержание насыщенных ЖК и, соответственно, необходимость снижения потребления НЖК в готовых продуктах.

Потребление насыщенных жирных кислот должно быть насколько возможно низким в рамках полноценной диеты с точки зрения питательности.

### ТРАНСИЗОМЕРЫ ЖИРНЫХ КИСЛОТ:

ТЖК играют отрицательную роль в изменении метаболических параметров организма человека, связанных с ишемической болезнью сердца. Кроме того, было проведено несколько исследований влияния ТЖК на риск возникновения сахарного диабета 2 типа, некоторых видов онкологических заболеваний, паралича и пищевой аллергии.