

Кондитерская и хлебопекарная промышленность

4 (76) 2018

Фоторепортаж

В зависимости от вида продукции, за сутки линии в Горелово могут производить 6–8 тонн пряников, 5–7 тонн творожного печенья и до 18,5 тонны овсяного печенья.

34



аналитика / analytics

Текущий год стал исключительно удачным для кондитерской отрасли.

The current year has become extremely successful for the confectionary Market.



от слов к делу

Ирина Снегова, генеральный директор компании «Любимый Край»: «На сегодняшний день у нас в приоритете расширение ассортимента внутри страны. Мы видим здесь хороший потенциал: потребители готовы пробовать новое, есть возможность занять разные ценовые ниши».

Kaak Group proudly presents:

The Smart Baking Experience



Optimized baking results, consistency in process, lower costs and smarter production: that is what Kaak Group can help you achieve. We have been at the forefront of bakery automation for over a century now. Today we find ourselves on the digital highway, giving you the tools to control the heartbeat of your business. Come and visit us at IBA and we'll show you how!





ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ЖИРОВ
И МАРГАРИНОВ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ И ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
Официальный дистрибьютор - ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»
+7 (47234) 77-100, +7 (980) 32-77-100, food@efko.ru,
www.efko-ingredients.ru



на правах рекламы

Редакционная коллегия

В состав редколлегии ООО ИД «СФЕРА» входят профессионалы в различных отраслях народного хозяйства, ученые, общественные деятели. Редколлегия определяет приоритеты информационного сопровождения научных разработок и новых технологий в мировой и российской пищевой перерабатывающей отрасли.



**Джавадов
Эдуард Джавадович,**
доктор ветеринарных наук, академик
РАН, заслуженный деятель науки РФ.



**Глубоковский
Михаил Константинович,**
доктор биологических наук, директор
ВНИИ рыбного хозяйства и океанологии.



**Андреев
Михаил Павлович,**
заместитель директора «АтлантНИРО»,
доктор технических наук, член-
корреспондент Международной
академии холода.



**Забодалова
Людмила Александровна,**
доктор технических наук, профессор,
заведующая кафедрой прикладной
биотехнологии Университета ИТМО.



**Лисицын
Александр Николаевич,**
директор ВНИИЖ, доктор
технических наук.



**Доморощенкова
Мария Львовна,**
заведующая отделом производства
пищевых растительных белков
и биотехнологии ВНИИ жиров.



**Тимченко
Виктор Наумович,**
кандидат экономических наук,
почетный член Национальной
академии аграрных наук Украины.



**Ванеев
Вадим Шалвович,**
владелец, основатель и генеральный
директор агрокластера «Евродон».



**Савкина
Олеся Александровна,**
ведущий научный сотрудник, руководитель
направления заквасочных культур
и микробиологических исследований
НИИ хлебопекарной промышленности,
Санкт-Петербургский филиал,
кандидат технических наук.



**Маницкая
Людмила Николаевна,**
исполнительный директор РСПМО,
кандидат экономических наук,
заслуженный работник пищевой
и перерабатывающей промышленности.



**Егоров
Иван Афанасьевич,**
доктор биологических наук, профессор,
академик РАН, руководитель научного
направления по питанию птицы.



**Лоскутов
Игорь Градиславович,**
заведующий отделом генетических ресурсов
овса, ржи, ячменя, доктор биологических
наук, профессор биологического
факультета Санкт-Петербургского
государственного университета.

«Журнал «Кондитерская и хлебопекарная промышленность» входит в систему «Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)». Статьи, предлагаемые к публикации, проходят проверку в системе «Антиплагиат».

В случае обнаружения более 55 % текстовых заимствований без соответствующих ссылок статья отклоняется.

По итогам 2017 года профессиональные издания ИД «СФЕРА» – победители в номинации «Лучшие отраслевые СМИ» Всероссийского конкурса журналистов «Экономическое возрождение России», организованного Торгово-промышленной палатой РФ».

ДЛЯ ВАС

РАЗНООБРАЗИЕ ПРОИЗВОДСТВА НА СЕРИЙНОМ ОБОРУДОВАНИИ

ConfecECO-D

Нагрев, отливка, вибрация, ручной
съем форм

ConfecECO-DC

Нагрев, отливка, вибрация,
охлаждение, ручной съем форм

ConfecECO-DCM

Полностью автоматизированная
установка



ConfecECO

Установка с производительностью до 600 кг/ч

- **Гибкость,**
обусловленная модульной конструкцией
- **Перспективность**
благодаря заложенной возможности дооснащения
- **Многогранное производство**
разнообразнейших шоколадных продуктов
с начинками и без
**Теперь также для пектиновых,
помадных и тоффи масс**
- **Точное дозирование масс,**
гарантирующее получение заданного веса продукта
- **Компактное исполнение**
для эффективного производства на малых площадях

КОНФИГУРАТОР **ConfecECO**

www.confec-eco.com

Самостоятельная
конфигурация!



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

www.w-u-d.com

WDS
WINKLER und DÜNNEBIER
Süßwarenmaschinen

Содержание

34

Основными направлениями пищевой и перерабатывающей промышленности для Чувашской Республики являются: кондитерская (доля – 29,6 %), молочная (19,3 %), мясная (18,9 %), производство напитков (7,7 %), хлебобулочные изделия (6,7 %), мукомольно-крупяные изделия (5,6%).



- | | | |
|--|---|---|
| 6 Аналитика/Analytics
Потребление кондитерских изделий в России достигло исторического максимума / Consumption of confectionary in Russia has reached historic highs | 21 Ингредиенты
Используйте всю силу зерна! | 48 Событие
Итальянское упаковочное машиностроение: на пути к мировому лидерству |
| 12 Гость номера
Юрий Кацнельсон:
«Хлеб надо любить, иначе ничего не получится» | 22 Регионы
Чувашская Республика: максимум усилий для развития отрасли | 50 В фокусе
Нюансы сертификации кондитерских изделий |
| 16 Оборудование
КААК Group: линии успеха | 28 Бизнес/Business
Все вкуснее с хлебом / Everything tastes better with bread | 56 Маркировка
Порядок разработки маркировки пищевой кондитерской продукции |
| 18 СНОСОТЕСН приглашает на выставку | 34 Фоторепортаж
Что-нибудь к чаю | 62 Наука и технологии
Мучные кондитерские изделия с нутриентами: и польза, и качество |
| 19 Страсть к тесту: FRITSCH на выставке IBA 2018 | 40 От слов к делу / from words to deeds
Ирина Снегова: «Мы должны удивлять себя и других» / Irina Snegova: "We have to surprise ourselves and others" | |
| 19 Bühler и Haas: взаимовыгодный альянс | | |

Сфера

хлебопечение / кондитерская сфера
(кондитерская и хлебопекарная промышленность) №4 (76) 2018

Информационно-аналитический журнал для специалистов кондитерской и хлебопекарной индустрии
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о Регистрации СМИ
№ ФС77-46400 от 31 августа 2011 г.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Адрес редакции:
Россия, 197101, Санкт-Петербург,
ул. Мира, д. 3, литера А, помещение 1Н,
тел./факс: +7 (812) 245-67-70,
www.sfera.fm

Управляющий:
ИП Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела
продаж и маркетинга:
Анна Артемьева
a.a.artemieva@sfera.fm

Реклама:

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm
Екатерина Полищук
e.polishuk@sfera.fm
Оксана Перепелица
o.perpelitza@sfera.fm

Евгения Гненная
e.gnennaya@sfera.fm
Валерия Скиданова
v.skidanova@sfera.fm

Лилия Далакишвили
l.dalakishvili@sfera.fm

Екатерина Зенько
e.zenko@sfera.fm

Редактор:
Полина Макаренко
makarenkopolina@yandex.ru

Дизайн и верстка:
Анна Писанова
a.pisapova@sfera.fm

Корректор:
Галина Матвеева

Иллюстратор:
Нина Кузьмина

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

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

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии
и сертификаты.

Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.

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

Материалы, отмеченные значком **КХП**,
являются редакционными.

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 31.08.18
Тираж: 3 000 экз.



INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD

CREATING TOMORROW TOGETHER.

From grain to baked products –
competence from a single source.
Whether wafer, biscuits, bread or other
baked goods: at Bühler and Haas you
are right – complete systems from A to Z
tailored to your needs.



15.-20.09.2018
Munich/Germany

Visit us at our booth
A6.361 / A6.371

MORE IDEAS · MORE VALUE · MORE FLEXIBILITY

www.haas.com





Источник:
Центр исследований
кондитерского рынка

Source:
Confectionary Market
Research Center (CMRC)

ПОТРЕБЛЕНИЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИИ ДОСТИГЛО ИСТОРИЧЕСКОГО МАКСИМУМА

CONSUMPTION OF CONFECTIONARY IN RUSSIA HAS REACHED HISTORIC HIGHS

Текущий год стал исключительно удачным для кондитерской отрасли: увеличилось потребление более дорогих видов сладостей, а рост цен на кондитерские изделия отсутствует.

Продажи всех видов кондитерских изделий в России в первом полугодии 2018 года составили 493,2 млрд руб., что на 4 % больше, чем было за аналогичный период 2017 года, приводятся данные в материалах Росстата. При этом цены на сладости в России за этот же период снизились на 0,1 %. Рост продаж, по мнению экспертов, в первую очередь обусловлен увеличением

The current year has become extremely successful for the confectionary market, the consumption of more expensive kinds of sweets has increased with no rise in prices.

According to the data provided by the Federal State Statistics Service, sales of all kinds of confectionery products in Russia in the first half of 2018 amounted 493.2 billion rubles, which is 4 % more than it was for the same period in 2017. In the meantime, prices for sweets in Russia for the same period decreased by 0.1 %. According to experts, the growth in sales is primarily

P3RF3C7 C4NDY

CHOCOTECH® KITCHENS
THE KEY TO "PERFECT CANDY"



Please come and see us at:



Munich, Germany
15.09. – 20.09.2018
Hall A6
Booth A6/331



Chicago, USA
14.10. – 17.10.2018
South Building
Booth 2888

CHOCOTECH 

www.chocotech.de



6,2 %

Высока и динамика прироста в производственном секторе – за первые шесть месяцев 2018 года выпуск кондитерских изделий в России вырос на 6,2 % по сравнению с первым полугодием предыдущего года до 1,8 млн тонн.

due to the fact that Russians have started to spend more on confectionery products in whole and quit the lean consumption pattern which prevailed in 2015 and 2016. The abandonment of this model in its turn means that consumers will change over to more expensive kinds of confectionery products: chocolate, candies and foreign-made sweets.

The current year has been the most successful for the confectionery market in Russia since the latest crisis: domestic sales and consumption of more expensive sweets are growing, the presence of Russian confectionery products in foreign markets is expanding and their exports are growing at double-digit rates (+17 % in January – May 2018 to the same period of 2017). The growth dynamics in the manufacturing sector is also high – in the first six months of 2018 the production of confectionery in Russia has grown by 6.2 % to 1.8 million tonnes compared to the first half of the previous year.

расходов россиян на кондитерские изделия в целом и уходом от экономной потребительской модели, преобладавшей в течение 2015 и 2016 годов. Отказ от этой модели, в свою очередь, означает переключение потребителей на более дорогие виды кондитерских изделий: шоколад, конфеты, импортные сладости.

Текущий год для кондитерского рынка России наиболее удачный с начала последнего кризиса: растут продажи и потребление более дорогих сладостей внутри страны, заметно расширяется присутствие российских кондитерских изделий на внешних рынках, и их экспорт растет двузначными темпами (+17 % в январе – мае 2018 года к аналогичному периоду 2017-го). Высока и динамика прироста в производственном секторе – за первые шесть месяцев 2018 года выпуск кондитерских изделий в России вырос на 6,2 % по сравнению с первым полугодием предыдущего года до 1,8 млн тонн.

Потребление кондитерских изделий в России в настоящее время находится на своих максимальных исторических уровнях – 24,5 кг в год на человека. При этом продолжает меняться структура в пользу более дорогих шоколада и шоколадных кондитерских изделий. Если по итогам 2017 года потребление шоколада и шоколадных кондитерских изделий было на уровне 5 кг в год на человека, то к лету 2018-го оно составило 5,1 кг на человека в пересчете на год. Растет и потребление отдельных видов сахаристых кондитерских изделий, особенно тех, которые позиционируются как более натуральные и здоровые.

Наиболее крупный сегмент кондитерского рынка – мучные кондитерские изделия (длительных сроков хранения) – сохраняет своих потребителей. Эта продукция

Потребление кондитерских изделий в России в настоящее время находится на своих максимальных исторических уровнях – 24,5 кг в год на человека. При этом продолжает меняться структура в пользу более дорогих шоколада и шоколадных кондитерских изделий.

The growth dynamics in the manufacturing sector is also high – in the first six months of 2018 the production of confectionery in Russia has grown by 6.2 % to 1.8 million tonnes compared to the first half of the previous year.

The consumption of confectionery products in Russia has currently reached its historic highs – 24.5 kg per person per year. At the same time, the structure of market is changing in favor of more expensive chocolate and chocolate confectionery products. While by the end of 2017 the consumption of chocolate and chocolate confectionery products was 5 kg per person per year, by the summer of 2018 it was 5.1 kg per person annualized. The consumption of certain types of sugar confectionery products is also growing, especially those ones that are positioned as more natural and healthy.

Многие идеи изменяют мир...
Некоторые из нас устанавливают новые масштабы.

Как наши вафельницы, самые большие в своем роде: 1.000 x 350 мм*

Please come and see us at:



Munich, Germany
15.09. – 20.09.2018
Hall 6
Booth A6.411

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ
ПРЕВОСХОДСТВО

ПЕРЕДОВАЯ
ИНЖЕНЕРИЯ

ИННОВАЦИОННЫЕ
РЕШЕНИЯ



ФАБРИКА ИДЕЙ

* Устанавливать стандарты посредством продуманных идей – это наша традиция. Наша цель состоит в том, чтобы предлагать Вам реальные выгоды – например, в экономичности и надежности. Здесь задает стандарты наша вафельница максиформата 1.000 x 350 мм. Она гарантирует максимальную производительность при минимальной опорной поверхности и максимальный срок службы. Это только одна из многих идей для Вашего успеха.



HEBENSTREIT

ENGINEERED WAFERS AND SNACKS

остается наиболее доступной по цене по сравнению с другими видами сладкого и предоставляет для потребителей очень широкий ассортимент. В июне 2018 года в среднем россиянин съедал 9,6–9,7 кг на человека в пересчете на год.

В 2017-м расходы россиян на кондитерские изделия в среднем составили 7097 руб. на человека в год при потреблении 24,5 кг в год на человека. В структуре трат на сладости самую большую долю занимали шоколад и шоколадные кондитерские изделия – 38 %, на мучные кондитерские изделия длительных сроков хранения приходилось 24 %, сахаристые – 27 %, а на торты с пирожными – 11 %.

По итогам 2018 года расходы на кондитерские изделия могут вырасти в среднем до 7450 руб. в год на человека, притом что объемы потребления существенно не изменятся и увеличатся до 24,6–24,8 кг в год на человека в среднем.

«Потребление сейчас находится у своих максимумов (24,5 кг в год на человека), при этом идет некоторое замещение отдельных видов мучных кондитерских изделий сахаристыми и шоколадными, и больше растет потребление не в объемах, а в деньгах, – говорит Elizaveta Nikitina, исполнительный директор ЦИКР. – В сумме ожидается рост потребления до 24,8 кг в год на человека. Рост цен на кондитерские изделия сейчас в РФ отсутствует, и девальвация рубля пока не приводит к каким-то заметным изменениям, так как цены на основное кондитерское сырье, в том числе на какао-сырье, остаются на достаточно комфортном уровне.

Е. Никитина отмечает, что потребители прекрасно осведомлены о вреде чрезмерного потребления сладкого и стараются его контролировать. В России любят сладости, но характера зависимости это явление не носит, и в целом потребление сладкого заметно ниже, чем в развитых странах со сходными потребительскими привычками, где в сумме оно может достигать до 32–35 кг в год на человека (речь идет о северных западноевропейских странах, США). Тем не менее принципы здорового питания и образа жизни получают все большее распространение в повседневной жизни, и на такие продукты спрос растет. Хотя сама ниша пока невелика, это 1–3 % от продаваемых кондитерских изделий в зависимости от региона. К сожалению, очень мало информации о реальных потребительских свойствах многих продуктов. Известно, что любой healthy-, fitness-маркер на упаковке, это повод поднять цену на 20–50 % по сравнению с аналогами, говорит эксперт. Отдельно в нише «здоровых» сладостей отмечается взрывной рост – около 60 %, но в целом на рынке кондитерских изделий это, скорее, опять означает перераспределение спроса и замену одних сладостей другими. **КХП**



По итогам 2018 года расходы на кондитерские изделия могут вырасти в среднем до 7450 руб. в год на человека, притом что объемы потребления существенно не изменятся и увеличатся до 24,6–24,8 кг в год на человека в среднем.

The largest segment of the confectionery market – pastry (having long shelf life) – retains its customers. These products remain the most affordable compared to other kinds of sweets and consumers are offered a very large assortment of them. In June 2018, an average Russian consumed 9.6–9.7 kg per person annualized.

In 2017 the expenses of Russians on confectionery products averaged 7097 rubles per person per year with a consumption of 24.5 kg per person per year. In the structure of the expenses on sweets, chocolate and chocolate confectionery accounted for the largest share – 38 %, 24 % was accounted for by pastry of long shelf life, 27 % – by sugary products and 11 % – by tarts and cakes.

At the end of 2018, the expenses on confectionery products are likely to grow to an average of 7450 rubles per person per year, despite the fact that consumption volumes will not change significantly and will increase to 24.6–24.8 kg per year per person on average.

“The consumption has now reached its maximum level (24.5 kg per person per year), while some types of pastry are being replaced with sugary and chocolate products and consumption is growing in money, not in volumes”, – says Elizaveta Nikitina, executive director of the CMRC. – In total, consumption is expected to increase up to 24.8 kg per person per year. Now in Russia there is no rise in prices for confectionery products, the devaluation of the ruble has not led to any significant changes so far, as the prices for the main raw confectionery material including raw cacao stay at a fairly comfortable level.

E. Nikitina has noted that consumers are well aware of the harmful effect of excessive consumption of sweets and try to control it. Russians like sweets but it is not an addiction,

24.5 kg

The consumption of confectionery products in Russia has currently reached its historic highs - 24.5 kg per person per year. At the same time, the structure of market is changing in favor of more expensive chocolate and chocolate confectionery products.

in general the consumption of sweets is significantly lower than in developed countries with similar consumer habits, where in total it can reach 32–35 kg per person per year (this refers to the northern West European countries and the USA). Nevertheless, the principles of healthy eating and lifestyle become more common in everyday life and the demand for such products is growing. Although the niche itself is still small, it is 1–3 % of the confectionery products

At the end of 2018, the expenses on confectionery products are likely to grow to an average of 7450 rubles per person per year, despite the fact that consumption volumes will not change significantly and will increase to 24.6–24.8 kg per year per person on average.

sold, depending on the area. Unfortunately, there is very little information on the real consumer attributes of many products. It is well-known that any healthy-, fitness-tag on a package is a reason to raise the price by 20–50 % compared to analogues, the expert says. There is an explosive growth separately in the niche of “healthy” sweets (about 60 %) but on the whole in the confectionery market it rather means redistribution of demand and substitution of some sweets for others. **КСИП**

реклама



Международная конференция
«МЕЛЬКОМБИНАТ»
GRAIN AND MILL
13 - 14.09.2017, Санкт - Петербург
Отель «Новый Петергоф»

The complete production chain at your service

Today GEA can supply integrated lines from grain processing to bakery and confectionary production

GEA expertise and solutions span every stage of bakery product processing, from cereals handling and milling, to liquid and powder processing, control systems, refrigeration and packaging services. Proprietary technologies and full line integration capabilities mean that GEA can provide turnkey systems for a wide range of products, and all from a single source.

GEA has more than 100 years of combined experience in the bakery sector: thanks to the acquisition of Comas and Imaformi they can offer industry-leading equipment and complete production lines for cakes, pies, cookies, soft and hard biscuits, layer cakes, pastries, crackers, snacks and selected bread applications. With the recently acquired Golfetto Sangati, Pavan Group, GEA can complete their supply with complete flour mills and grain handling systems. Start exploring at gea.com

GEA engineering for
a better world

gea.com

Гость:



Юрий Кацнельсон,
президент Российской гильдии
пекарей и кондитеров

Юрий Кацнельсон: «НАДО ЛЮБИТЬ ХЛЕБ, ИНАЧЕ НИЧЕГО НЕ ПОЛУЧИТСЯ»



Юрий Кацнельсон – человек, который знает о хлебопекарной и кондитерской промышленности, наверное, все. Более 20 лет он бессменно руководит Российской гильдией пекарей и кондитеров, принимает самое активное участие в обсуждении актуальных отраслевых проблем, защищает интересы предпринимателей в сфере хлебопечения и кондитерского производства. Разговор с ним получился далеко не оптимистичным, но искренним.

– Юрий Менделевич, как в целом можно обозначить ситуацию с машиностроением в хлебопекарной и кондитерской отрасли?

– Ситуация сейчас не очень понятная. То хлебопекарное оборудование, которое у нас традиционно выпускалось еще со времен начала перестройки, продолжают выпускать. Но новых видов российского оборудования практически нет. Говорю «практически», так как все же есть несколько компаний, которые развивают это направление в России с учетом современных технологий машиностроения и методов управления машиностроительным производством. К огромному сожалению, их в буквальном смысле слова можно пересчитать по пальцам.

Но если потребности небольших пекарен и хлебозаводов мы так или иначе покрываем, то кондитерское оборудование было и до сих пор остается на 90 % импортным. И это неслучайно. Пищевое машиностроение, в частности – кондитерское и хлебопекарное, имеет дело с продуктами, которые неоднородны, меняют свои свойства в зависимости от температуры, влажности, давления и других параметров. Во всем мире это оборудование проектируется на осно-

вании многолетних исследований и многочисленных экспериментов. Огромный массив эмпирически полученных данных предоставляется в конструкторские отделы. Так работает все зарубежное машиностроение. У нас же ничего этого нет. Есть и другой вариант, когда компания продает лицензию на производство оборудования и передает все чертежи, или же оборудование собирается на месте из элементов. Но я не вижу всплеска такой деятельности.

Кроме того, у нас перестали готовить инженеров-механиков по пищевому оборудованию, и с кадрами просто катастрофа. Конструкторов нет! Невозможно начать проектировать оборудование со студенческой скамьи, этому нужно учиться, а не у кого. Советское поколение конструкторов почти ушло...

– Да, кадровая проблема именно в этом сегменте видна невооруженным глазом...

– Я вам приведу такой пример. Однажды меня пригласили для консультации на завод, который выпускает... спутники. Решили они наладить выпуск хлебопекарных печей. Я пришел, осмотрел спутники сначала – очень интересно. И вот печи стоят: красивые, блестящие. А что с ними не так, спра-

шиваю? Да вот, говорят, что-то они у нас не пекут. Я говорю, что надо провести испытания, конечно, но я уже сейчас вижу, что под печи возвышается над поверхностью пола. И это значит, что когда будет закатываться вагонетка, она неизбежно встряхнется и тесто опадет. Получится брак. А они просто не знали этого. Это я к тому, что пищевое машиностроение состоит из множества нюансов и огромного количества экспериментов. Почему на одной установке все получается, а на другой при тех же условиях нет? Чтобы в этом разобраться, требуется высокая компетенция.

– Возвращаясь к рынку машиностроения – какие еще проблемы тормозят его развитие? Сколько лет, по-вашему, понадобится, чтобы можно было говорить об импортозамещении?

– Проблем хватает. Например, в пищевом машиностроении очень востребована нержавеющая сталь. И в основном отечественным машиностроителям приходится закупать ее за рубежом. Это парадокс – сначала мы продаем составляющие для нержавеющей стали за границу, а потом ее там покупаем. Практически не развита индустрия комплектующих элементов для машиностроения. Да,

в Минпромторге недавно создали соответствующий департамент, охватывающий все направления машиностроения для АПК, а это более 40 отраслей. Как вы понимаете, хлебопечение и кондитерское дело там далеко не на первом месте. В приоритете комбайны. Я не жалуюсь, просто констатирую факт.

Еще одна проблема: до сих пор не проведена инвентаризация того, что уже существует и работает. Ведь прежде, чем двигаться дальше, надо разобраться, а что уже есть? А нам только присылают запросы – вы сообщите

В июне 2018 года Роскачество выпустило исследование нарезных батончиков 176 торговых марок из 62 регионов 8 федеральных округов. «Продукцией повышенного качества» были признаны 42 марки, 14 получили «Знак качества», 95 были признаны «качественными и безопасными». 21 товар, по данным Роскачества, был с нарушениями. В числе «проблемных мест» называли снижение количества жира, недостатки пористости мякиша, превышение содержания броматов и наличие семикарбазида (улучшителей муки). Подробные результаты исследований можно найти на портале Роскачества.

те быстро, что нужно и сколько. Нет статистики, предприятия не обязаны предоставлять данные, некоторые и вообще толком не знают, что у них там стоит, какое оборудование. А вы спрашиваете о том, сколько лет понадобится на импортозамещение...

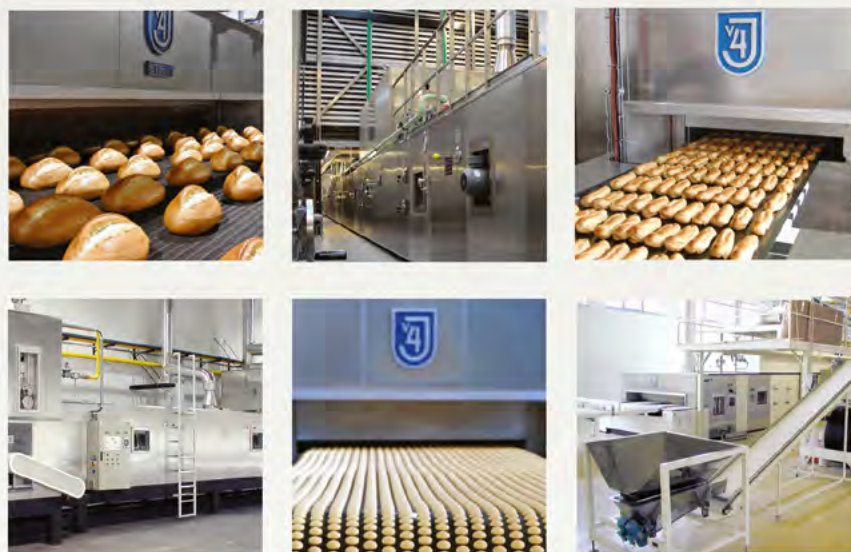
Вспомните, сколько сил, времени и денег государство и частный бизнес вложили и продолжают вкладывать в Ростсельмаш? И сейчас мы видим результат. В какой завод хлебопекарного или кондитерского оборудования были подобные инвестиции? А ведь этот рынок, я думаю, намного больше, чем рынок комбайнов. Предприятия есть, но существуют в общем-то сами по себе. Целенаправленной, выверенной программы для них нет.

Еще один фактор: ни для кого не секрет, что в отрасли туговато с деньгами. Поэтому покупают либо то, что уже хорошо известно и имеет хорошие отзывы, либо то, что очень дешево. Понятно, что если вам нужна машина, которая упаковывает макароны, вы, скорее всего, купите итальянскую – они считаются самыми лучшими, и весь мир на них работает. Если нужна мельница для шоколадных масс, так в мире всего две компании, которые их производят! И они не в России. Поэтому если у предприятия есть деньги, оно может купить любое оборудование, никаких барьеров для этого нет.

– Недавно Минсельхоз планировал поднять таможенные пошлины на импортное оборудование до 5 %...

– Мы выступаем против этого решения и считаем его неправильным по ряду причин. Во-первых, если введут

Мы строим печи для настоящих мастеров своего дела!



*Р / Мери,
РРР - Р / Приносящие
Р / Прибыль!*

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



Наши дилеры:

«СЭМЗ»
+7 (343) 37-37-171
37-37-121

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

ООО «УК Меркурий»
+7 (903) 794-76-91

Представительство J4 в РФ и странах СНГ

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

Наши партнеры:



www.j4.cz



ВЕДУЩАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
В СФЕРЕ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ,
КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ И ЗАКУСОК
15-20 СЕНТЯБРЯ 2018, МЮНХЕН
ПРИХОДИТЕ К НАМ: ПАВИЛЬОН А2, СТЕНД 451

таможенные пошлины, это не значит, что все бросятся покупать отечественное – тем более, как я уже сказал, для многих машин аналогов у отечественных производителей нет. Будут покупать дороже. Однако это не принесет государству миллиардов рублей. А во-вторых, новые пошлины обязательно скажутся на цене продукции для конечных потребителей.

– Пару месяцев назад РОСПиК и Росспецмаш подписали соглашение о сотрудничестве. На каком сейчас этапе находится ваша совместная работа?

– Я давно знаком с этой организацией, хорошо знаю Константина Бабкина (президент Ассоциации Росспецмаш. – Примеч. ред.), и поэтому подписал соглашение с удовольствием. Однако пока что не вижу большого интереса именно к пищевому машиностроению. Мы планируем весной будущего года устроить мероприятие, где собрались бы и пекари, и машиностроители, могли бы предметно обсудить какие-то вопросы.

– А что сейчас РОСПиК делает, чтобы помочь отрасли развиваться?

– В мае этого года мы подписали соглашение с АО «Росагролизинг», запустили специальную программу по лизингу хлебопекарного и кондитерского оборудования для членов Гильдии.

Пока что программа обкатывается на пилотных регионах – в Московской области, и вот недавно присоединился Ставропольский край. Уже есть два первых проекта. Ставка лизинга составляет всего 3,5 % годовых, а Министерство Московской области на конкурсной основе осуществляет денежную компенсацию лизингополучателю до 70 % от первого взноса (до 3 млн руб.). Размер авансового платежа составляет от 10 до 15 %, а при условии гарантийного обеспечения может быть и еще меньше.

Мы в рамках программы должны очень тщательно проверять лизингополучателей, а также тех, кто дает оборудование в лизинг, все должно быть безупречно. В этом году мы отработаем все процессы, рассчитываем еще примерно на десяток контрактов, и уже после этого широким фронтом подключим другие регионы, чтобы предоставить возможность тем, кто занимается хлебопекарным и кондитерским бизнесом, расширять ассортимент, модернизировать и реконструировать производство.

– Кадровой подготовкой вы тоже занимаетесь?

– В этом году мы откроем на ВДНХ школу пекарей и кондитеров, это будет современ-

ное образовательное учреждение международного уровня. Одновременно заниматься здесь будут до 30 человек. В пекарном и кондитерском классе можно будет обучаться конкретным вещам, например – как испечь кулич, как сделать ржаной хлеб и т. д. А в классе маркетинга слушатели будут учиться тому, как вести хлебный бизнес, продавать кондитерские изделия, и многому другому. Срок обучения разный, будет зависеть от выбранной слушателем программы – может быть и однодневный мастер-класс, может быть и несколько недель. Я думаю, когда все это заработает в полную силу, мы увидим качественный скачок в развитии отрасли. Конечно, не очень большой, но заметный.

– Вы активно выступаете против Роскачества и считаете, что их проверки качества российского хлеба неправомерны. Не могли бы вы подробнее рассказать о своей позиции?

«В России есть огромный рынок, но если мы не предпримем усилий, то от импорта не избавимся никогда. Это работа вдолгую, не на 5–6 лет, и надо очень любить хлеб и стремиться что-то для него сделать».

– Наша позиция очень простая: на бюджетные деньги эта новая организация существовать не должна. Есть Роспотребнадзор, Росстандарт и другие контролирующие органы, которые выполняют свои функции, следят за хлебопекарной отраслью с точки зрения качества и безопасности. Кстати, отмечу, что хлеб – это наиболее безопасная продукция, тут мы передовики производства. Что такое «повышенное качество», которое было присвоено некоторым видам продукции? Сделали булочку по ГОСТу, но положили в нее больше масла, сахара или дрожжей? Что это обозначает? ГОСТ – это не абсолют. Кто хочет производить продукцию по ГОСТу, делает это, и проверяющие органы уже есть. Если хотят что-то поменять, выпускают ТУ и производят продукцию по ТУ. Большая часть ассортимента в отрасли выпускается именно по ТУ, и эта

продукция априори безопасна, а кроме того, ее тоже есть кому проверять. У Роскачества нет своих лабораторий, они приносят образцы продукции в те же самые лаборатории Роспотребнадзора, где их обследуют анонимно, а затем сверяют полученные показатели с показателями по ГОСТу. Потом, что они проверяют, какие именно образцы? На завод, естественно, Роскачество не пускают, это прерогатива Роспотребнадзора. Значит, они берут образцы продукции, которая была оптом отгружена покупателю, но сразу ли она попала в розницу? Или какое-то время лежала на складе? Что с ней происходило? Их деятельность не выдерживает никакой критики! Жаль тратить государственные деньги на эти проверки.

– Вы знаете о каких-либо последствиях для тех предприятий, продукцию которых в ходе таких проверок признали некачественной?

– Насколько мне известно, последствий нет, но мы заявляем: если будут претензии к Роскачеству, мы готовы всячески поддержать производителей и возбудить судебные иски. Пока по большому счету никто не обращает серьезного внимания на такие «проверки» – мало ли кто и что обследует, есть еще вон Росконтроль, «Честная закупка» и так далее... Я думаю, что это отомрет постепенно, только потом надо бы обратиться в Судебную палату и посчитать, а сколько государственных денег было потрачено и с какой эффективностью?

– Время покажет, кто прав. И последний вопрос: расскажите о своем посещении зарубежных выставок, как представлено на них российское оборудование?

– Как-то Генри Форда попросили высказать свое мнение о первом советском автомобиле. И он сказал так: «Это уже не трактор, но еще не автомобиль». С российским оборудованием примерно та же история... Рынок пищевого оборудования очень тяжелый, на нем запредельно высокая конкуренция, и продемонстрировать что-то наравне с американцами, итальянцами, немцами исключительно сложно. Кроме того, набирает вес китайское оборудование – у них, откровенно говоря, есть все. Да, что-то вызывает улыбку, что-то сыровато пока сделано, но есть и очень достойные образцы. И они наступают, есть уже и в Европе, и в Америке... В России есть огромный рынок, но если мы не предпримем усилий, то от импорта не избавимся никогда. Это работа вдолгую, не на 5–6 лет, и надо очень любить хлеб и стремиться что-то для него сделать. Иначе ничего не получится. КХП

CLEXTRAL

Extrusion
Expertise
Excellence

ЛИДЕР ПО ПРОИЗВОДСТВУ ДВУХШНЕКОВЫХ ЭКСТРУЗИОННЫХ ЛИНИЙ

ЗАКУСКИ
ГОТОВЫЕ ЗАВТРАКИ
ХРУСТЯЩИЕ ХЛЕБЦЫ
СУХАРИКИ
ДЕТСКАЯ ЕДА
ФИБРИРОВАННЫЕ БЕЛКИ
ИНГРЕДИЕНТЫ И АРОМЫ
КУСКУС

WWW.CLEXTRAL.COM
contact@clextral.com

CLEXTRAL

РОССИЯ

CELEBRATES

10 YEARS

in Russia



BOOTH
81A88

Это не просто хлебoreзка



2018
15. – 20.09.
Munich
www.iba.de
A2.441

Autogrip

- автоматический захват
- безопасность
- эргономия
- удобство и быстрота в использовании

Сенсорная панель управления

- скорость и простота ввода настроек
- выбор толщины (от 5 до 25 мм) и количества ломтей
- нарезка поштучно, половины буханки или всей буханки

Аккуратная нарезка любого типа хлеба

- длиной буханки до 42 см, шириной до 28 см и высотой до 16 см
- теплого хлеба, с твердой коркой, влажным, воздушным или плотным мякишем

Это и есть

VARIA PRO

www.jac-machines.com





Компания:

KAAK Group
Varsseveldseweg 20a
7061 GA Terborg (NL)

Тел.: +31 315 339 111
E-mail: info@kaak.nl
www.kaakgroup.com

KAAK Group: линии успеха

KAAK Group – это всемирно известные производители оборудования для формования, расстойки, выпечки и охлаждения хлебобулочных изделий. Девиз компании – «От зернохранилища до хлебозова», а значит, KAAK Group предоставляет производственные решения под ключ для хлебопекарных предприятий любого масштаба. Это не только широчайший ассортимент качественного и надежного оборудования, но и круглосуточная техническая поддержка, а также строгое соответствие мировым стандартам безопасности и гигиены для пищевого производства.

На Международной выставке IBA 2018 компания представит самые современные линии оборудования для успешного хлебопекарного производства.

Высокоскоростной смеситель MDD100 от Benier

Производительность нового высокоскоростного смесителя MDD100 составляет до 2220 кг теста в час. Он подходит для смешивания различных механически подготовленных типов теста для формового хлеба, булочек, теста для пиццы и других изделий. Смеситель MDD100 обеспечивает высокоскоростное смешивание относительно небольших партий теста в условиях ваку-

ума или под давлением с постоянным уровнем качества. При смешивании в условиях вакуума конечную структуру теста можно обработать для получения тонкой клеточной структуры, а смешивание под давлением увеличивает степень присутствия кислорода в смесительной чаше, ускоряя тем самым процесс окисления.

Конструкция смесительной чаши в сочетании с высокоскоростным перемешивающим действием позволяет подготавливать тесто максимально быстро по сравнению с другими типами смесителей. Закрытая поворотная рама и крышка легко чистятся мойкой под низким давлением, обеспечивают чистоту всего смесителя и делают

его самым тихим смесителем в своей отрасли (уровень шума составляет всего 73 дБА).

Производство премиальных багетов

У хлебопекарных предприятий часто возникает необходимость выпускать багеты для повседневного использования и премиальные багеты одновременно. Благодаря новой модульной багетной системе от Benier пекарь может производить разные виды багетов на одной линии, без труда задавая необходимую производительность, промежутки времени для нахождения теста в покое, разные типы теста и различные структуры крошки.

Производительность нового высокоскоростного смесителя MDD100 составляет до 2220 кг теста в час. Он подходит для смешивания различных механически подготовленных типов теста для формового хлеба, булочек, теста для пиццы и других изделий. Смеситель MDD100 обеспечивает высокоскоростное смешивание относительно небольших партий теста в условиях вакуума или под давлением с постоянным уровнем качества.

Для изготовления классических багетов быстрого приготовления обычно используются короткие промежутки времени нахождения теста в покое. При изготовлении багетов премиум-класса необходимы более длительные промежутки времени для «отдыха» теста.

Традиционно период времени нахождения теста в покое после формовки был обусловлен длинными конвейерными лентами, на которых тесто «отдыхало». Компания Benier заменила конвейерные ленты пружером (шкафом для расстойки) с поворотным лотком.

Новая модульная система для багетов позволяет задать необходимый промежуток уже с момента пребывания теста в пружере. Пружер позволяет легко изготавливать несколько типов багетов на одной линии, поскольку на одном пружере может быть установлено несколько промежутков времени расстойки. Он также может обеспечивать тестом несколько формовочных машин. Это значительно увеличивает пропускную способность линии, и пекарь получает большую гибкость в настройке линии.

Благодаря множеству точек выхода продукции, пекарь может изготавливать багеты быстрого приготовления, премиальные и традиционные багеты на одной машине.

Однако, имея дело с премиальными багетами, важно не переутомить тесто. Поэтому компания Benier также оснастила линию роликовой платформой с устройством отображения, управляемым от ЭВМ, предназначенной для изготовления премиальных багетов только с помощью нажимных пластин, используемых при изготовлении багетов быстрого приготовления. Роликовая платформа удлиняет куски теста без давления и напряжения. Устройство отображения, управляемое от ЭВМ, контролирует положение кусков теста, используя датчики для обеспечения их правильного положения на конвейерной ленте для дальнейшей обработки. Это позволяет резать полоски теста на части и придавать им остроконечную форму.

Конвейерные системы от Multiparts

Компания Multiparts – деловой партнер компании КААК Group, специализирую-

щийся на конвейерных системах, которые уже более 60 лет известны в хлебопекарной промышленности своим высочайшим качеством и долгим сроком службы. Компания готова предоставить любые типы конвейеров из нержавеющей стали в кратчайшие сроки. Разумеется, под этим понимаются не только разные варианты прямых конвейерных систем, но и изгибающиеся конвейеры, поворотные конвейеры, спирали и др. Конвейерные системы могут комплектоваться стандартными шкафами управления, кабельными желобами из нержавеющей стали и множеством других имеющихся опций. Multiparts также готова разрабатывать индивидуальные конвейерные решения. Собственный инженерный отдел компании обладает многолетним опытом проектирования конвейерных систем для пищевой промышленности.

Модульные пластиковые конвейерные ленты КААК были пионерами в хлебопекарной промышленности и до сих пор применяются в этой отрасли во всем мире. Сегодня компания представляет новое поколение пластиковых лент Multi-X, соответствующее всем требованиям в отношении безопасности пищевых продуктов. При проектировании лент особое внимание было уделено открытой конструкции и «безопасности пальцев».

Изгибающиеся ленты Multi-Way Curve от Multiparts, благодаря уникальной конструкции с малым радиусом изгиба, идеально подходят для производственных площадей с небольшим пространством. В отличие от других гибких лент, для этой не нужны прямые входные и выходные секции. Эта лента легко чистится, что делает ее идеальной для пищевой промышленности. Конические звенья приводятся в движение ведущими колесами по всей ширине ленты. Изгибающиеся конвейеры могут быть оснащены передаточными роликами или модульными лентами с режущими кромками, если речь идет о транспортировке небольших продуктов. Эти конвейеры поставляются в течение одной недели в стандартных размерах и с углами изгиба 45, 90 и 180° со стандартным ради-

усом 767 или 942 мм. Ширина ленты начинается с 225 мм и достигает 1300 мм. При необходимости возможны также и другие размеры. Изгибающиеся ленточные конвейеры часто используются для транспортировки небольших нетвердых продуктов, таких как куски теста, шоколадные конфеты или сладости.

Ленточные конвейеры поставляются с лентами из пластмассы, резины. Пластмассовые ленты могут быть оснащены зубцами с внутренней стороны, что позволяет реализовать прямой привод с помощью приводных колес. Кроме того, возможно изготовление Z-образных конвейеров в сочетании с литыми зажимными вставками из пластика.

Ассортимент стандартных конвейеров состоит из простых и недорогих рам из нержавеющей стали с роликами из пластика или нержавеющей стали. При желании эти роликовые конвейеры могут приводиться в движение цепью или тросами.

Цепные конвейеры поставляются с одной или несколькими цепями из разных материалов (от одной до четырех). Цепи могут быть изготовлены из пластика, стали, нержавеющей стали или, например, с помощью магнитной цепи, используемой, среди прочего, для транспортировки форм или листов для выпечки.

Кордовые конвейеры, которые в основном востребованы в средах, где необходима влажная очистка, например при переработке мяса, рыбы, а также в хлебопекарной промышленности, используются совместно с водораспылителями, смазочными машинами, мукопосыпателями или разбрасывателями семян.

Помимо широкого ассортимента конвейерных систем и конвейерных лент, компания Multiparts также предоставляет целый ряд связанных с конвейерами изделий, выпускаемых по специальному заказу, например: накопительные конвейеры, наклонные или наклоненные конвейеры, спиральные желоба, гибкие конвейеры, конвейеры для пожароустойчивых дверей, подъемные транспортеры, горизонтальные и вертикальные переводы, сбрасыватели, блоки поворота на 90° и многое другое. ■

Компания: CHOCOTECH

CHOCOTECH ПРИГЛАШАЕТ НА ВЫСТАВКУ

CHOCOTECH GmbH, входящая в группу компаний Sollich KG, представит посетителям международной выставки IBA целую серию машин и информацию о технологии производства сахаристых и шоколадных изделий.

Компания CHOCOTECH производит варочные системы для желе, помады, карамели, фаджа, твердой карамели, жевательных конфет, фруктовых снеков, грильяжа, линий производства батончиков и сбивных изделий, а также системы CIP-очистки для этих установок. Предложение дополняется машинами для переработки шоколада: FROZENSHELL® для формования шоколадных оболочек, PRALIMAT® для формовки, заполнения начинками и отсадки, а также машинами CHOCOFORM® PSL для формования драже и глазировочными машинами.

Посетители стенда компании на выставке IBA познакомятся со следующими видами оборудования:

- Варочным аппаратом непрерывного действия SUCROTWIST®, который подходит для варки почти всех сахаристых или не содержащих сахара масс без протеинов. Компактная конструкция с большой теплообменной поверхностью сокращает время варки для идеального качества продукта. Варочный аппарат и растворитель кристаллов SUCROTWIST® рассчитан на длительные бесперебойные производственные циклы и может обрабатывать все гидроколлоиды (пектин, крахмал, агар-агар и др.).

- Аппаратом JELLYMASTER®, специально разработанным для эффективного приготовления мармеладных и жележных масс.

- Гравиметрической системой взвешивания и перемешивания JELLYMIX™, которая может обрабатывать до восьми различных красителей и ароматизаторов. Неаэрированные и аэрированные жележные массы с дополнительными ингредиентами, в том числе плодово-ягодные соки, бережно перемешиваются и подаются на могольную линию. Также при помощи JELLYMIX™ возможна переработка фармацевтических биологически активных добавок.

▶ Аппаратом JELLYMASTER®, специально разработанным для эффективного приготовления мармеладных и жележных масс.

Посетители выставки познакомятся с запатентованными процессами производства кондитерских изделий, гигиеничным дизайном оборудования, его энергосберегающими функциями и режимами быстрого запуска и остановки производства для минимизации производственных потерь.

- Устройством TORNADO для непрерывного производства сбивных масс. Машина оснащена темперируемой аэрационной головкой, которая позволяет интенсивно перемешивать массу с аэрационным газом, и устройством предварительного взбивания для аэрирования массы до однородного состояния и получения стойкой мелкоячеистой пены. Красители и ароматизаторы можно впрыскивать в аэрированную массу через несколько впускных патрубков, которые включены в стандартную комплектацию машины.

На экспозиции также будут представлены и другие, в том числе уникальные решения для кондитерской промышленно-



сти. Например, установка CARALITE® для производства молочных карамельных масс, которая работает в комплекте с растворителем кристаллов ECOGRAV®, вследствие чего динамический варочный аппарат SUCROFILM® не требуется. Это снижает сумму инвестиций и затраты на электроэнергию. В шоколадном сегменте посетителям продемонстрируют установку FROZENSHELL® для производства тонких шоколадных формочек, которые отсаживаются на конвейерную ленту туннеля охлаждения или непосредственно в блистерные формы. Высокопроизводительное оборудование CHOCOFORM® PSL используется для изготовления шоколадных драже, шариков и яиц. Быстрая смена формата обеспечивается благодаря простому выдвиганию пары формирующих вальцов.

Посетители выставки познакомятся с запатентованными процессами производства кондитерских изделий, гигиеничным дизайном оборудования, его энергосберегающими функциями и режимами быстрого запуска и остановки производства для минимизации производственных потерь. **Стенд CHOCOTECH на IBA будет расположен в павильоне А6 под номером 331. ■**

Компании: Bühler и Haas

BÜHLER И HAAS: ВЗАИМОВЫГОДНЫЙ АЛЬЯНС

Компания Haas, ведущий игрок на мировом рынке оборудования для изготовления вафель, печенья и кондитерских изделий, стала частью группы компаний Bühler, входящей в топ-лист производителей всевозможных шоколадных изделий.



Предприятие со 100-летней историей, семейная компания Haas, – всемирно известный производитель технологического оборудования для изготовления вафель, затяжного и бисквитного печенья, вафельных рожков для мороженого, пирогов, тортов и выпечки. Собственные производственные предприятия Haas находятся в шести странах мира. Швейцарская компания Bühler является одним из топовых предприятий мирового рынка в области производства пищевых продуктов – от пшеничного зерна и теста, какао-бобов и шоколадной массы до готовых вафель, кексов и шоколадных конфет с начинкой. Обе компании позиционируют себя как поставщики высококачественной продукции и обладают схожей корпоративной культурой, основанной на характерных для семейных предприятий ценностях – доверии и устойчивости развития.

Теперь Bühler откроет клиентам группы Haas доступ к мировой сети, состоящей из 100 станций технического обслуживания, и будет разрабатывать совместные решения для производства вафель, печенья и кондитерских изделий с шоколадом. А клиенты Bühler, в свою очередь, смогут воспользоваться экспертными решениями Haas в области высокотехнологичного пищевого оборудования.

– Наши продукты и услуги не дублируют, а идеально дополняют друг друга, – считает Штефан Шайбер, генеральный директор группы Bühler.

– Благодаря активной деятельности группы Bühler в Азии объединение открывает дополнительные новые возможности для производства вафель и печенья на этом растущем рынке, – говорит Гермар Ваккер, отвечающий за фирму Haas в составе группы Bühler.

Комплекс предложений для хлебопекарной и кондитерской промышленности, появившийся в результате объединения компаний, полностью покрывает потребности даже самых взыскательных клиентов. **Широкий спектр товаров и услуг для кондитеров и пекарей будет представлен на выставке IBA 2018, которая пройдет с 15 по 20 сентября в Мюнхене (Германия).** ■

Компании: FRITTSCH

СТРАСТЬ К ТЕСТУ: FRITTSCH НА ВЫСТАВКЕ IBA 2018



Для компании FRITTSCH 2018 год – особый. Компания приступила к реализации новой информационной концепции, и представит на выставке IBA 2018 в Мюнхене несколько инновационных решений, которые помогут клиентам максимально соответствовать рыночным требованиям. FRITTSCH продемонстрирует впечатляющие достижения в области технологии SoftProcessing.

Одним из таких инновационных решений является узел формования тестового полотна для мягкого теста (SDS). Учитывая тенденцию к здоровому питанию, пекари все чаще готовят более мягкое и созревшее тесто, которое сложно приготовить с помощью классических хлебопекарных машин. Благодаря особой компоновке конструктивных элементов, SDS может точно разделять на порции даже самое мягкое тесто и производить непрерывную тестовую ленту. Высокая точность взвешивания блоков теста, устранение капель и тонкое равномерное напыление слоя муки обеспечивают плавное производство в прямом смысле этого слова. Таким образом, традиционные хлебобулочные изделия на SDS получаются особенно хорошо, как если бы они выпекались вручную. Производительность варьируется от 800 кг до 5 тонн при выходе теста от 165 до 190 ТА, в зависимости от типа муки.

Также в экспозиции будут представлены соответствующие разработки для всех групп наших клиентов – от ремесленных пекарей и промышленных производителей до предприятий, которые ищут готовые решения под ключ.

Цифровизация постоянно предоставляет новые возможности, позволяющие предложить клиентам компании более качественные услуги. Интеллектуальные решения от FRITTSCH – они будут представлены на IBA 2018 – позволяют облегчить контроль и обслуживание производственных линий.

Новая концепция выставки IBA 2018 отлично отражает корпоративную философию компании и направлена на то, чтобы показать каждому клиенту, как страсть к тесту и технологиям мотивирует и побуждает к обеспечению высокой производительности. Цель компании – познакомить каждого посетителя с полным спектром машинного оборудования и сервисов FRITTSCH при помощи захватывающих интерактивных демонстраций на стенде и индивидуальных переговоров с экспертами. Помимо этого, в понедельник, 17 сентября, непосредственно у стенда будет организован вечерний прием для клиентов и партнеров FRITTSCH & Friends Evening. В этот вечер участники мероприятия поднимут бокалы за совместные успехи и долготлетние продуктивные партнерские отношения.

Новая информация об участии в выставке размещается на веб-сайте www.iba.frittsch-group.com. Не пропустите ни одного впечатляющего инновационного решения! **Стенд FRITTSCH будет расположен в павильоне A2 под номером 111.** ■



22-я Международная выставка
пищевых ингредиентов

19-22.02.2019

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



Организатор ITE Expo
+7 (499) 750-08-28
ingredients@ite-expo.ru

Генеральный
партнер



Получите бесплатный
электронный билет на сайте
www.ingred.ru

Промокод **Sfera**

реклама

Используйте всю силу зерна!



Трендовые концепции питания и популяризация здорового образа жизни мотивируют все большее количество людей пристальнее следить за составом потребляемых продуктов. Учитывая интерес современных потребителей к ингредиентам, содержащимся в хлебобулочных и мучных кондитерских изделиях, мы создали особую концепцию, объединенную слоганом «Сила зерна», в которой максимально подробно рассказали о составе и полезных свойствах компонентов, входящих в наши смеси.

Зерно – основа основ для всего человечества. Люди научились его возделывать, перерабатывать и производить из него великое многообразие продуктов еще многие тысячелетия назад. Зерновые культуры выращиваются на всех континентах планеты и являются основой рациона людей всего мира. Это обусловлено тем, что зерновые продукты имеют сбалансированный состав, богатый различными макро- и микроэлементами, а также витаминами.

Например, зерно пшеницы и продукты его переработки являются превосходными источниками растительного белка, углеводов, пищевых волокон, а также витаминов группы В; рожь и продукты ее переработки – источники ценнейшего белка и углеводов, являющихся поставщиками энергии для организма; продукт переработки ячменя является источником пищевых волокон, витаминов А, Е, витаминов группы В, макро- и микроэлементов; соя и продукты ее переработки – один из богатейших белком растительных ингредиентов, является рекордсменом по содержанию омега-3 жирной кислоты, характеризуются высоким содержанием витаминов и микроэлементов; продукты переработки овса являются важными источниками незаменимых аминокислот, эфирных масел, пищевых волокон и, кроме того, отличаются оптимальным процентным соотношением углеводов, белков, жиров и витаминов.

Зерновые продукты и продукты их переработки являются основой для хлебопекарной и кондитерской промышленности. Без их использования невозможно предста-



Применение смеси «Деревенская» гарантирует стабильное качество и позволяет получать привлекательные изделия с уникальным вкусом и ароматом.

вить себе ни одно хлебобулочное или мучное кондитерское изделие.

В линейке нашей продукции представлено более 20 наименований хлебопекарных смесей, в состав которых входят различные зерновые ингредиенты, объединенные концепцией «Сила зерна». В данном обзоре представлена лишь малая часть, более подробную информацию вы сможете получить на нашем сайте www.ireks.ru.

ДЕРЕВЕНСКАЯ – смесь для производства многозерновых ржано-пшеничных и пшенично-ржаных изделий содержит в своем составе зародыши пшеницы, ржаную муку, овсяные отруби и хлопья, мак, ячменный солодовый экстракт, ядра подсолнечника, семена льна, дробленую сою, кукурузную крупу, пшено, кунжут. Применение смеси **ДЕРЕ-**

ВЕНСКАЯ гарантирует стабильное качество и позволяет получать привлекательные изделия с уникальным вкусом и ароматом.

Уникальный продукт **ЗЕРНА И ЗЛАКИ** – 100 %-ная смесь для производства изделий без использования муки с высоким содержанием зерновых и масличных культур. Цельное зерно пшеницы, измельченное специальным способом в сочетании с овсяными хлопьями, семенами подсолнечника, тыквы, льна и кунжута, обеспечивает сбалансированный вкус выпечки. Изделия на основе смеси **ЗЕРНА И ЗЛАКИ** богаты пищевыми волокнами, не содержат лактозы и продуктов животного происхождения.

Пумперникель – долгохранящийся многозерновой хлеб из Вестфалии – по первоначальной рецептуре состоял из ржаного шрота и из цельных зерен ржи. Его популярность началась в раннем Средневековье, когда лекари стали использовать этот хлеб в качестве целебного средства. Считалось, что хлеб пумперникель оказывает благоприятное воздействие на пищеварительную систему человеческого организма. Сегодня использование 100 %-ной смеси **ИРЕКС-ПУМПЕРНИКЕЛЬ** позволяет вырабатывать данный вид изделий по усовершенствованной технологии, в том числе без добавления дрожжей. В состав смеси входит ржаная крупка, пшеничные отруби, ячменный солодовый экстракт. **И**

Компании «ИРЕКС» и «ТРИЭР» приглашают посетить нашу специализированную выставку хлебопекарной и кондитерской отрасли, которая пройдет 11 октября 2018 года в Санкт-Петербурге. Подробности на сайте www.hausmesse.ru


ТРИЭР
ГРУППА КОМПАНИЙ

ООО «ТРИЭР»
115516, Москва
Кавказский б-р, д.59, стр.1
РОССИЯ
тел.: +7 495 648-07-90
980-70-90
факс: +7 495 648-07-91
trier_msk@trier.ru
www.trier.ru

Группа Компаний ТРИЭР:
Санкт-Петербург: +7 812 740-10-77
Новосибирск: +7 383 292-17-41
Нижний Новгород: +7 831 217-02-70
Ростов-на-Дону: +7 863 237-24-93
Воронеж: +7 473 246-22-26
Казань: +7 843 524-74-05
Хабаровск: +7 4212 20-44-79

ООО «ИРЕКС»
115093, Москва
ул. Щипок, д. 18, стр. 3
РОССИЯ
тел.: +7 495 959-71-39
959-71-40
факс: +7 495 959-71-38
ireks@ireks.ru
www.ireks.ru


ИРЕКС

Чувашская Республика



Население –
1236,2 тыс. человек

в том числе **478,8 тыс.**
человек –
в сельской местности



Территория –
18,3 тыс. кв. км



6 крупных хлебопекарных
предприятий



Пищевая и перерабатывающая
промышленность включает
в себя **10** отраслей, объединяет
308 организаций



Чувашская
Республика



Подготовила:



Полина
Макаренко

ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА: МАКСИМУМ УСИЛИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Общая ситуация по АПК в регионе

Объем производства продукции агропромышленного комплекса Чувашской Республики в 2017 году в действующих ценах составил 75,3 млрд руб., в том числе:

- в сельском хозяйстве (во всех категориях хозяйств) – 45,2 млрд руб., индекс производства – 101 % к 2016 году;
- в пищевой и перерабатывающей отрасли – 30,1 млрд руб., индекс производства пищевой продукции – 101,3 %, напитков – 98,8 % к 2016 году.

Валовой сбор зерна в весе после доработки в 2017 году составил 698,7 тыс. тонн (114,7 % к 2016 году) – это рекордный за последние 20 лет урожай.

Как в этом, так и в прошлом году сельское хозяйство республики демонстрирует рост производства – индекс физического объема производства сельскохозяйственной продукции в январе – июне 2018 года составил 105 %.

29,6 %



Основными направлениями пищевой и перерабатывающей промышленности для Чувашской Республики являются: кондитерская (доля – 29,6 %), молочная (19,3 %), мясная (18,9 %), производство напитков (7,7 %), хлебобулочные изделия (6,7 %), мукомольно-крупяные изделия (5,6 %).

Пищевая и перерабатывающая промышленность является важной частью агропромышленного комплекса региона и тесно связана с сельским хозяйством – как поставщиком сырья, и с торговлей – как средством сбыта готовой продукции.

Индекс производства пищевых продуктов составил 102 %, напитков – 122,8 %.

Пищевая и перерабатывающая промышленность включает в себя 10 отраслей и объединяет 308 организаций, в отрасли занято 10,8 тыс. человек. Основными направлениями пищевой и перерабатывающей промышленности для Чувашской Республики являются: кондитерская (доля – 29,6 %), молочная (19,3 %), мясная (18,9 %), производство напитков (7,7 %), хлебобулочные изделия (6,7 %), мукомольно-крупяные изделия (5,6 %).

Анализ объемов закупок зерна и структуры поставщиков показывает, что доля местных сельхозтоваропроизводителей в общем объеме закупок составляет не более

50 %, остальной необходимый объем зерна закупается от прочих поставщиков зерна за пределами Чувашской Республики.

Основными покупателями на рынке зерна республики являются АО «Чувашхлебпродукт» и ООО «Продовольственный фонд Чувашской Республики».

В настоящее время в Чувашской Республике хлебопекарные предприятия республики, включая пекарни среднего и малого бизнеса, расположены во всех районах Чувашии, обеспечивая хлебом как городское население, так и жителей отдаленных и труднодоступных поселений.

Производство хлеба и кондитерских изделий

За 2017 год хлебопекарные предприятия республики произвели 69,5 тыс. тонн хлеба и хлебобулочных изделий. Производство кондитерских изделий составило 62,7 тыс. тонн.

Информация о динамике производства хлебобулочных и кондитерских изделий за 2013–2017 годы представлена в таблице

По данным на конец августа 2018 года, в Чувашской Республике зерновые и зернобобовые культуры предстоит убрать на площади 282,2 тыс. га.

Зерно прямо или косвенно (через корма) определяет потенциал трех продовольственных групп – хлебной, мясной, молочной.

Согласно предварительной оценке Минсельхоза России, урожай текущего года в целом по Российской Федерации составит 100 млн тонн. Этого объема достаточно, чтобы обеспечить внутреннее потребление в объеме порядка 76,6 млн тонн, из них 17,1 млн тонн – на продовольственные цели, 48 – кормовая база, 11,5 – семена. В Чувашской Республике в текущем периоде 2017/18 года зерна хватает с избытком, а вот на следующий период 2018/19 года при текущем производстве в объеме 595,2 тыс. тонн и запасе 39,3 тыс. тонн потребность составит 668,7 тыс. тонн, что выше на 34,2 тыс. тонн. Следовательно, его придется завозить из других регионов.

Ключевые предприятия отрасли

В Чувашской Республике функционируют несколько крупных хлебопекарных предприятий (ЗАО «Хлебокомбинат «Петровский», АО «Чебоксарский хлебозавод № 2», ООО «Чебоксарский хлебозавод № 1», ОАО «Алатырский хлебозавод», ОАО «Шумерлинский хлебозавод»), а также пекар-

Динамика производства хлебобулочных и кондитерских изделий за 2013–2017 годы

Отрасли	2013	2014	2015	2016	2017
Производство кондитерских изделий, тонн	59 231,7	60 251,47	60 015,12	58 118,51	62 779,70
Производство хлеба и хлебобулочных изделий, тонн	76 925,2	76 304,63	78 310,63	80 538,84	69 510,45

В Чувашской Республике функционируют несколько крупных хлебопекарных предприятий (ЗАО «Хлебокомбинат «Петровский», АО «Чебоксарский хлебозавод № 2», ООО «Чебоксарский хлебозавод № 1», ОАО «Алатырский хлебозавод», ОАО «Шумерлинский хлебозавод»), а также пекарни среднего и малого бизнеса, расположенные во всех районах Чувашии.

ни среднего и малого бизнеса, расположенные во всех районах Чувашии.

Кондитерская промышленность республики представлена крупным производителем АО «АККОНД», его доля в общем объеме производства кондитерских изделий составляет 87%. АО «АККОНД» сохраняет свои позиции на рынке как одно из ведущих и стабильных предприятий республики.

Кроме того, в республике широко известна кондитерская продукция ООО «Чебоксарская макаронно-кондитерская фабрика «Вавилон», ООО «Пряник Цивильского района» и других производителей.

Поддержка большого и малого бизнеса

В последние годы в общем объеме производства в хлебопекарной отрасли в республике растет доля малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. Их преимущества – мобильность и широта ассортимента, шаговая доступность от покупателя. Нетрадиционные сорта хлебобулочных изделий, как показала практика, более конкурентоспособны и более рентабельны.

В целях развития предпринимательства в пищевой и перерабатывающей отраслях существуют различные виды и программы государственной поддержки, которые востребованы субъектами малого предпринимательства, в том числе:

- льготные краткосрочные кредиты по ставке не более 5 % годовых;
- льготные инвестиционные кредиты по ставке не более 5 % годовых;
- строительство, реконструкция и модернизация предприятий мукомольно-крупяной, хлебопекарной, кондитерской, крахмало-паточной промышленности и приобретение оборудования для них;
- возмещение части процентной ставки по кредитам, в одобрении которых получен отказ (республиканский механизм);
- льготные кредиты по ставке не более 6,5 % годовых на приобретение основных средств (на срок не более 10 лет) и пополнение оборотных средств (на срок не более 3 лет);
- возмещение 50 % затрат на приобретение оборудования и др.

Через программы Министерства экономического развития, промышленности и торговли Чувашской Республики предоставляются:

- льготные кредиты по ставке не более 6,5 % годовых на приобретение основных средств (на срок не более 10 лет) и пополнение оборотных средств (на срок не более 3 лет);
- возмещение 50 % затрат на приобретение оборудования.



100 МЛН ТОНН

Согласно предварительной оценке Минсельхоза России, урожай текущего года в целом по Российской Федерации составит 100 млн тонн. Этого объема достаточно, чтобы обеспечить внутреннее потребление в объеме порядка 76,6 млн тонн, из них 17,1 млн тонн – на продовольственные цели, 48 – кормовая база, 11,5 – семена.

Какой хлеб и сладости любят в Чувашии

Потребность населения республики в хлебе удовлетворена по количеству и качеству. Однако за последние годы снижается потребление ржаных и ржано-пшеничных сортов хлеба, относящихся к функциональным продуктам, при этом растет потребление высококалорийных сортов хлеба из пшеничной муки высшего сорта и сдобных изделий.

Жители республики отдают предпочтение продукции, выпускаемой АО «АККОНД». Из кондитерских изделий наиболее востребованы шоколадные конфеты («Птица Дивная», Boletto Premium, Love Story, «Чернослив глазированный»), конфеты железные («Отважный комарик», «Зачарованные», «Зонтик»), жевательные конфеты, хрустящие, мягкие и многие другие. Кроме того, пользуются спросом у жителей республики и печенье, вафли, крекеры.

У многих пищевых и перерабатывающих предприятий республики есть собственные торговые сети как на территории региона, так и в других регионах. В кондитерской и хлебопекарной отрасли это, например, торговая сеть «АККОНД», «Калач» («Чебоксарский хлебозавод № 1»), «Каравай» (АО «Чебоксарский хлебозавод № 2»).

География сбыта

Основная доля произведенной хлебобулочной продукции реализуется на территории республики, кондитерские изделия АО «АККОНД» реализуются во всех регионах России.

Кроме того, более 80 % экспорта продукции приходится на кондитерские изделия производства АО «АККОНД», экспорт осуществляется в 22 страны мира.

Основными направлениями экспорта продукции Чувашской Республики являются Китай (38,9 % от общего объема экспорта), Украина (15,0 %), Казахстан (7,9 %), Германия (6,2 %), Туркмения (5,5 %), Азербайджан (5,3 %), Беларусь (4,9 %), Таджикистан (4,5 %). Доля этих восьми стран в общем объеме экспорта продукции агропромышленного комплекса Чувашской Республики занимает 88,3 %. Всего продукция АПК экспортируется в 26 стран мира.

Бакалейная продукция

На территории Чувашской Республики производством и сбытом бакалейных товаров занимаются более 20 предприятий, наиболее крупные из них:

- ООО «Чебоксарская макаронно-кондитерская фабрика «Вавилон» – производство макаронных изделий;
- АО «Чувашхлебпродукт» – мука;
- ООО «Чувашенькрахмал», ОАО «Порецкий крахмал», ИП Илюткин А.Л. – крахмал;
- ООО «Марининско-Посадский Маслозавод» – растительное масло;
- ИП Потапов Н.А. – производство травяных чаев «АВАН».

Сбыт бакалейных изделий осуществляется как через федеральные, так и региональные торговые сети. Кроме того, пищевые и перерабатывающие предприятия принимают участие в региональных ярмарках («Дары осени», «Весна», Ярмарки выходно-

го дня, Молочные ярмарки и т. д.) и на ярмарках в Москве и Московской области.

Интересы Чувашской Республики как организатора региональной ярмарки в Москве представляет Ассоциация региональных сельхозтоваропроизводителей.

Кроме того, бакалейная продукция реализуется в Республике Марий Эл, Татарстане, Башкортостане, Кировской, Самарской, Саратовской, Ульяновской, Челябинской областях, Нижнем Новгороде, Краснодаре, Владимире и др.

Из агрокласса – в агрокомплекс

Подготовку специалистов с высшим профессиональным образованием для агропромышленного комплекса республики осуществляет ФГБОУ ВО «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия». Здесь в 2017 году подготовлено 526 специалистов.

В рамках развития системы целевой контрактной подготовки специалистов для села в 2017 году по целевому направлению в ФГБОУ ВО «Чувашская государственная сельскохозяйственная академия» по очной форме обучения зачислено 16 выпускников сельских школ, в 2018-м в рамках данной программы по очной форме обучения выделено 75 бюджетных мест, в том числе по специальности «технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» – 8 мест.

Подготовку специалистов со средним профессиональным образованием для агропромышленного комплекса республики осуществляют аграрные техникумы

республики (Батыревский, Вурнарский, Цивильский, Ядринский). В прошлом году ими подготовлен 261 специалист.

В настоящее время в Чувашской Республике, как и в целом по стране, остро ощущается дефицит кадров в сельском хозяйстве. При этом в организациях агропромышленного комплекса имеется достаточно вакантных мест. В целях решения кадровой проблемы в 2017 году в общеобразовательных школах всех муниципальных районов создано 32 агрокласса с общим количеством учащихся 636 человек. В агроклассах школьники получают информацию о сельскохозяйственных профессиях, могут увидеть реальные условия работы аграриев и животноводов, посетив крупные передовые предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности, а также сельхозорганизации, фермерские хозяйства.

Отраслевая продукция – предмет гордости

Организации пищевой и перерабатывающей промышленности Чувашской Республики принимают активное участие во всероссийских, международных выставках, конкурсах, удостоиваются призовых мест.

Так, АО «АККОНД» участвовало на 47-й Международной выставке кондитерских изделий ISM в Кёльне (Германия), на которой проведены переговоры с существующими и с потенциальными партнерами. Продукция чебоксарской кондитерской фабрики получила множество положительных отзывов от профессиональных экспертов кондитерской индустрии. Также «АККОНД», «Чебоксарская макаронно-кондитерская фабрика «Вавилон» и другие перерабатывающие предприятия региона приняли участие на 24-й Международной выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «ПРОДЭКСПО-2017». Продукция компании «АККОНД» удостоилась высшей награды – Гран-при конкурса. АО «АККОНД» посетило также XI Международную конференцию «Кондитерские изделия XXI века», на которой предприятию присудили Гран-при за стабильно высокое качество и широкий ассортимент выпускаемых конфет. Кондитерские изделия АО «АККОНД» были также представлены на Международной выставке продуктов питания и напитков SIAL CHINA 2017 в Китае, Международной выставке продуктов питания WorldFood



Потребность населения республики в хлебе удовлетворена по количеству и качеству. Однако за последние годы снижается потребление ржаных и ржано-пшеничных сортов хлеба, относящихся к функциональным продуктам, при этом растёт потребление высококалорийных сортов хлеба из пшеничной муки высшего сорта и сдобных изделий.

Moscow 2017 и многих других. Продукция АО «АККОНД» в феврале 2018 года на Международной конференции «Кондитерские изделия XXI века» в рамках конференции на смотре качества мучных кондитерских изделий «Торты. Вафли. Печенье. Пряники-2018» была отмечена золотой медалью и дипломами.

«Чебоксарская макаронно-кондитерская фабрика «Вавилон» приняла участие в таких мероприятиях, как 3-я Международная специализированная выставка «Импортозамещение», «Агропродмаш-2017».

«Чебоксарский элеватор» – филиал АО «Чувашхлебопродукт» – принял участие на Международной конференции «Зернохранилища России. Как сохранить собранный урожай зерна», на которой специалисты посетили деловые форумы и выставочные стенды производителей отечественного и зарубежного оборудования для зернохранилищ. Компания удостоена высшей общественной награды, учрежденной для поощрения передовых предприятий за выработку высококачественной продукции, внедрение нового технологического оборудования и передовых технологий в номинации среди мельзаводов мощностью переработки свыше 500 тонн зерна в сутки.

Батон нарезной Чебоксарского хлебозавода № 1 по результатам проверки, проводимой Российской системой качества (Роскачество) в Приволжском федеральном округе в 2018 году, признан товаром повышенного качества и претендует на получение Российского знака качества.

Приоритетным направлением развития предприятий республики является расширение ассортимента и улучшение качества выпускаемой продукции.



698,7
ТЫС. ТОНН



Валовой сбор зерна в весе после доработки в 2017 году составил 698,7 тыс. тонн (114,7 % к 2016 году) – это рекордный за последние 20 лет урожай.

Как в этом, так и в прошлом году сельское хозяйство республики демонстрирует рост производства.

Поддержка и инвестиции

Основные мероприятия по развитию сельскохозяйственного производства реализуются в рамках государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Чувашской Республики».

Всего в 2018 году сельскохозяйственным товаропроизводителям и организациям агропромышленного комплекса предусмотрено направить 2,7 млрд руб., в том числе непосредственно на поддержку сельхозпроизводства – 2,4 млрд руб. За первое полугодие текущего года уже перечислено 919 млн руб.

В Чувашской Республике, благодаря государственной поддержке, строятся новые и модернизируются действующие производственные мощности в организациях агропромышленного комплекса. Это 71 инвестиционный проект на общую сумму 7,4 млрд. руб.

Ярмарки, продвижение местной продукции

В целях создания условий для реализации произведенной в республике продукции организованы 132 площадки, на которых оборудовано более 5 тыс. торговых мест, сельхозтоваропроизводителям торговые места предоставляются на льготных условиях и бесплатно.

На территории торговых комплексов, имевших ранее статус «розничный рынок», сельхозтоваропроизводителям также предоставляется более 2 тыс. торговых мест.

Органами местного самоуправления ежегодно утверждается перечень ярмарок, планируемых к организации в очередном календарном году. В 2018-м количество площадок для ярмарок увеличено. Во II квартале 2018 года проведено около 2,2 тыс. ярмарок, из них около 400 – сельскохозяйственных, на которых реализовано более 3 тыс. тонн сельскохозяйственной продукции.

В ярмарочных продажах активное участие приняли крестьянско-фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, граждане, ведущие личное подсобное хозяйство, сельскохозяйственные организации Аликовского, Батыревского, Ибресинского, Марпосадского, Моргаушского, Канашского, Ядринского, Урмарского, Чебоксарского и других районов, а также потребительские общества Чувашпотребсоюза.

В июне чувашские сельхозтоваропроизводители приняли участие в ярмарочных продажах сельскохозяйственной продукции в Москве.

А в августе во всех городах республики открылись ярмарки по продаже сельскохозяйственной продукции «Дары осени – 2018». Это возможность для аграриев реализовать свежую, качественную продукцию нового

урожая без посредников. Это возможность для горожан покупать свежие, качественные овощи и фрукты по доступным ценам.

В период проведения месячника на специальных торговых площадках всем производителям сельскохозяйственной продукции торговые места предоставляются бесплатно.

В ярмарочных продажах принимают участие сельскохозяйственные организации, крестьянско-фермерские хозяйства республики, граждане, ведущие личное подсобное хозяйство, организации системы Чувашпотребсоюза, представители садоводческих товариществ.

Во всех городах пенсионерам, ветеранам и инвалидам организована бесплатная доставка приобретенной сельхозпродукции.

Цели АПК

Основные приоритеты развития страны определены в Указе В. Путина от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», в соответствии с которыми национальная цель в аграрном секторе – создание высокопроизводительного экспортно ориентированного сектора, развивающегося на основе современных технологий и обеспеченного высококвалифицированными кадрами. В Республике Чувашия прилагают максимум усилий для решения этой задачи. КХП



Гости/
Guests:



**Дуччио Орландини /
Duccio Orlandini**

F&B-директор /
F&B Director



**Алексей Панов /
Alexey Panov**

директор по цифровому маркетингу,
ГК «Хлеб Насущный» / Digital Marketing Director

Все вкуснее с хлебом

EVERYTHING TASTES BETTER WITH BREAD

Чуть больше 10 лет понадобилось группе компаний «Хлеб Насущный», чтобы занять прочную позицию в сегменте кафе-пекарен премиум-класса. Представители компании утверждают, что, несмотря на большой ассортимент хлеба, выпечки и кондитерской продукции, гости приходят к ним не за этим. Свежесть, натуральность и качество – три кита, на которых компания принципиально строит свой бизнес. О планах и перспективах развития ГК «Хлеб Насущный» рассказывают F&B-директор Дуччио Орландини и директор по цифровому маркетингу Алексей Панов.

It took 10 years for Hleb Nasushny Group to achieve strong position within the premium bakery market. Representatives of the group claims that it is not only the bread, viennoiserie or patisserie that keep customers coming back for more. Rather, it is the three arrows of success – freshness, natural ingredients and quality of our products – upon which the company has built its reputation. Concerning plans for the further development of the Hleb Nasushny network, we asked F&B Director, Duccio Orlandini, and Digital Marketing Director, Alexey Panov, for their opinions:

Цифры и факты

ГК «Хлеб Насущный» вышла на рынок в 2007 году.

К 2018 году – 43 локации в Москве и Санкт-Петербурге, работающих под брендами «Хлеб Насущный» и «Филиппов».

31 вид хлеба, 30 видов слоек и круассанов, 113 видов кондитерских изделий.

В меню кафе-пекарен 70 позиций сэндвичей, супов и салатов.

Два собственных производственных комплекса, снабжающих кафе-пекарни в Москве и Петербурге.

1200 сотрудников работают в сети.

Facts and Figures

Hleb Nasushny first entered the market in the year 2007.

Since then, the company has developed a network of 43 different locations across Moscow and St Petersburg, trading under the brand names 'Hleb Nasushny' and 'Philippov'.

The network produces 31 varieties of bread, 30 viennoiserie and 113 varieties of patisserie items.

What's more, the network also produces 70 different types of sandwiches, soups and salads.

It also owns two large-scale production facilities, supplying the network across the Moscow and St Petersburg regions.

Hleb Nasushny now employs over 1200 staff members.



– Недавно вышел материал, в котором эксперты утверждали, что формат ваших кафе-пекарен в России оказался неудачным, но отметили выигрышное расположение заведений. Прокомментируйте, пожалуйста.

■ Алексей Панов:

– Мы продолжаем открывать кафе, демонстрируем рост выручки, поэтому не понимаем, на чем основаны заключения экспертов. В 2017 году оборот компании составил 2,5 млрд рублей, в 2018-м ожидается рост оборота.

– Планируете ли вы как-то расширять географическое присутствие, открывать локации в других городах-миллионниках?

■ Алексей Панов:

– Да, мы планируем открывать новые пекарни. Агрессивная экспансия намечена в первую очередь в Москве и Санкт-Петербурге. 16 из 43 наших заведений были открыты за последние два года – это доказывает большой потенциал сегмента премиум-пекарен в России, который мы планируем развивать в дальнейшем.

– Сколько заведений планируете открыть в 2018 году?

■ Алексей Панов:

– В этом году мы откроем примерно 6–7 пекарен, в следующем году – около 15.

– Сколько человек за год посещают ваши заведения? Можете ли вы проследить какую-то динамику за последние 2–3 года?

However, we realise that there is a lot to be done in Moscow and St. Petersburg. 16 of our 42 cafes opened at some stage over the past two years. This proves the huge potential for the expansion of our bakery concept in Russia and we will be moving forward into it.

Q: Recently, there have been some experts expressing criticism of the Hleb Nasushny bakery model within the Russian context. However, this criticism did also note the high-quality locations of each of your premises. Could you please say a few words on these comments?

■ Alexey Panov:

We are keep opening new stores and increasing revenue. So it is hard to say what the expert's opinion are based on. In 2017, Hleb Nasushny generated 2.5 billion roubles of sales and it will grow in 2018.

Q: Do you plan to open in Russian cities with a population of one million and over?

■ Alexey Panov:

Of course, we are looking at this possibility. However, we realise that there is a lot to be done in Moscow and St. Petersburg. 16 of our 42 cafes opened at some stage over the past two years. This proves the huge potential for the expansion of our bakery concept in Russia and we will be moving forward into it.

Q: How many new premises do you plan to open in 2018?

■ Alexey Panov:

In general, our aim is to open 6–7 new establishments this year and about 15 cafes are planned to be open the next year.

Q: Roughly, how many people visit your establishments in a year? What sort of trends, in terms of customer numbers, have you noticed emerging over the past 2–3 years?



■ Алексей Панов:

– Это где-то 3–3,5 миллиона гостей в год – цифра примерная, поскольку на данный момент открытия новых кафе-пекарен продолжается. Что касается динамики, то мы видим положительный like-for-like, в том числе по количеству транзакций.

– У вас большой ассортимент хлеба и выпечки. Это ваш основной драйвер?

■ Алексей Панов:

– Это действительно очень важная часть концепции пекарен премиум-класса. Мы вручную производим ар-тизанский хлеб и выпечку превосходного качества. Мы уделяем большое внимание и здоровому питанию, и новым фуд-трендам, что находит отражение в нашем тщательно подобранном и выверенном меню.

– Как часто обновляется ассортимент? Какие запуски вы можете назвать удачными или неудачными?

■ Алексей Панов:

– Мы следуем нескольким правилам при запусках. Главное – слушать своих гостей, а им интересна более здоровая, свежая, натуральная еда, и как можно быстрее. Второе – традиции, не нужно забывать свои корни. Мы любим часто обновлять ассортимент, но гости все же должны чувствовать себя комфортно с привычным набором продукции. Третье – постоянство и узнаваемость: одинаковая форма, одинаково высокое качество, одинаково отличный вкус каждый раз в каждом кафе-пекарне.

– Ваша принципиальная позиция – свежесть продукции. Что с ней происходит в конце дня? Например, с выпечкой, десертами?

■ Алексей Панов:

– Нераспроданные хлеб и выпечку в конце каждого дня забирают благотворительные организации. Десер-

Философия
нашего бизнеса
основана
на трех
фундамента-
льных
принципах:
свежесть
продукции,
устойчивое
развитие,
закупки
у местных
производителей.
С самого
первого дня
существования
мы закупили
на столько
много местных
продуктов,
на сколько
это было
возможно.

■ Alexey Panov:

It is about 3–3.5 million guests during the year. The number is approximate as we keep opening new locations. We see the positive like-for-like including in number of transactions.

Q: Hleb Nasushny is renowned for the great assortment of its baked goods. Would you describe the production of your various baked goods as the network's primary focus?

■ Alexey Panov:

We certainly take a special pride for our bakery. We seek to recreate such traditions, to reintroduce to our customers the lost secrets of Russian cuisine, all the time making use of traditional recipes. We produce artisanal bread and premium bakery. With each new season, we launch a new range of dishes, including amongst their number assorted low-calorie, vegetarian and vegan options.

Q: How often does the menu change? Which launches you can call successful and opposite?

■ Alexey Panov:

We follow certain rules launching the new products. 1. The most important thing is to always listen to the guests. Customers return when served healthy, fresh and natural food that arrives as quickly as possible. 2. Tradition. We must never forget our roots. As much as we like to experiment, we still need to feel at home with what we know. This is why our core range remain popular. 3. Consistency and familiarity. It is of the utmost importance that our products are the same thing, the same quality and the same taste every time.

Q: Your key business philosophy is the freshness of your produce. What happens to these products at the end of the day? For example, where do all the surplus pastries and desserts end up?

Главное – слушать своих гостей, а им интересна более здоровая, свежая, натуральная еда, и как можно быстрее. Второе – традиции, не нужно забывать свои корни.

ты и продукцию с кухни мы не можем передавать из-за скоропортящихся ингредиентов. Для того, чтобы списания были минимальными, мы выстроили жесткую систему управления остатками, которая дополняется вечерними скидками для гостей.

– Как сказался на вашей компании кризис 2014–2015 годов? Вам удалось полностью перейти на отечественное сырье?

■ Дуччио Орландини:

– Философия нашего бизнеса основана на трех фундаментальных принципах: свежесть продукции, устойчивое развитие, закупки у местных производителей. С самого первого дня существования мы закупали настолько много местных продуктов, насколько это было возможно. И мы продолжаем следовать этому принципу сейчас. Тем не менее есть некоторые специфические ингредиенты, например для десертов, которые недоступны в России, и для поддержания высокого качества наших десертов мы вынуждены их импортировать.

– А оборудование используете импортное?

■ Алексей Панов:

– Да, у нас есть импортное оборудование, используемое в большей степени для замеса теста и выпекания. Охлаждающее оборудование предоставлено локальными поставщиками.

– Раз уж мы упомянули о кризисе... делаете ли вы что-то с тем, что доходы населения падают? Как вы будете привлекать аудиторию, которая не может себе позволить высокий чек?

■ Дуччио Орландини:

– По мере развития кризиса рынок продуктов также претерпел изменения. Сейчас на рынке представлен более разнообразный локальный ассортимент. Наши цены никогда не были высокими. Однако в последнее время наравне с нашими традиционными продуктами в меню появляются более доступные блюда. При этом качество не страдает.

– Сейчас постоянно проходят всевозможные выставки, шоу и другие мероприятия. Ваша компания принимает в них участие?

■ Алексей Панов:

– У нас большое количество партнерских программ с организациями и локальными сообществами. Кроме того, мы организуем собственные мероприятия для детей, для любителей выпечки, для фуд-энтузиастов, организуем активности и по разным важным для нас поводам. Мы участвуем в выставках, посвященных выпечке, франчайзингу и других мероприятиях, но от случая к случаю.



The philosophy of our brand is sustainability, helping small businesses and freshness. Having this in mind from day one we have tried to build a quality brand around these guidelines and still use this principle.

■ Alexey Panov:

All bread and bakery are given away for charity in the end of the day. Unfortunately, desserts and kitchen preps we can't give for charity due to sensitive ingredients required special storage and transportation conditions. Almost all our bakery and dessert products have one-day shelf life. Of course managing this is very difficult and costly, but we built a strict system of wastage control which is supported with evening discounts for guests.

Q: How did the economic crisis of 2014-15 affect the company? Did you manage to switch completely to the use of only domestically sourced raw materials?

■ Duccio Orlandini:

The philosophy of our brand is sustainability, helping small businesses and freshness. Having this in mind from day one we have tried to build a quality brand around these guidelines and still use this principle. Nevertheless, there are some specific ingredients, for example, for desserts, which are not available in Russia and to support our desserts' quality, we need to import them.

Q: Do you make use of much imported machinery in the production of your goods?

■ Alexey Panov:

Yes, we have foreign machinery used mostly to mix the bakery dough and baking. Cooling equipment is given by the local vendors.

Q: Speaking of the crisis... average salaries continue to decline. What are you, as a business, doing to make your products more affordable?

■ Duccio Orlandini:

Crisis have impacted raw product market. Now it's a more various assortment of the local products. Our prices have never been high. However, recently, we have more affordable dishes together with our traditional products with no loss in quality.



Мы стремимся быть на волне изменений и развивать бренд соответственно. Наши гости проявляют большую лояльность к нам, и главным источником информации о нас остаются рекомендации друзей.

– Сталкивались ли вы с кадровыми проблемами?

■ Алексей Панов:

– Для любого бизнеса самой главной ценностью является человек. Особенно в сервисном бизнесе, связанном с обслуживанием гостей. Поэтому люди – сердце нашей компании. Мы делаем очень многое для развития сотрудников: реализуем образовательные программы, программы тренингов, предоставляем понятную карьерную лестницу. Но это не только связано с работой, например наша «Тренинг Академия» позволяет работникам улучшать и развивать свои личные качества.

В компании много тех, кто работает с основания или с первых лет ее существования. Дело в доброжелательной корпоративной культуре, которая похожа на большую семью. Персонал чувствует себя в безопасности, уверенным в завтрашнем дне и в возможностях развития, которые мы предоставляем.

– Как вы развиваете присутствие бренда в сети?

■ Алексей Панов:

– Жизнь меняется, запросы гостей меняются, продукция меняется и меняются способы донесения информации о ней. Мы стремимся быть на волне этих изменений и развивать бренд соответственно. Наши гости проявляют большую лояльность к нам, и главным источником информации о нас остаются рекомендации друзей. Наша же задача поддерживать высокое качество продукта. Конечно, мы активно ведем аккаунты в соцсетях, через которые рассказываем гостям о новинках, доносим основные ценности бренда. КХП

The most important thing is to always listen to the guests. Customers return when served healthy, fresh and natural food that arrives as quickly as possible.

Q: There has been a great increase in the number of food shows and exhibitions in the nation's capital in recent years. What is Hleb Nasushny's contribution to these events?

■ Alexey Panov:

We have many partner programs and local communities which we participate in and contact. We also have our own calendar of events for children, for bakery enthusiasts, for food cynosures and for good causes. We do participate in bakery, franchise and some other shows occasionally.

Q: Do you ever encounter personnel problems within your business model?

■ Alexey Panov:

A person is the main value of any business, especially in hospitality industry. That is why people are the heart of our company. We do much to develop the staff: implement educating programs, training courses, show the clear carrier ladder. But this is not only connected with the job itself, for example, our "Training Academy" lets the staff to improve and develop their personal qualities as well.

Around 20 % of employees staying with us for a period of 5 years or more because we prefer to develop our own talents. We are opening new premises and there are always new job opportunities and career development of those who have stayed with us.

Q: How exactly do you develop and maintain the brand presence of the network?

■ Alexey Panov:

Life is changing, guests' requests are changing, products are changing and the way of informing the people is also changing. We try to see these changes and develop brand due to them. Our guests show their great loyalty to us and the main information source is friends' recommendations. Our task is to support the high quality of the products. We are also extremely active on social media, which we use to keep guests informed of all our latest news, share photos of all our beautiful premises, and generally give a sense of our basic values and core corporate principles. КХП

caotech
grinding technology



Приглашаем Вас посетить
наш стенд:



Мюнхен, Германия
15.09.–20.09.2018
Зал А6
Стенд А6.465

ВАШ ПАРТНЕР ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ШОКОЛАДА, ГЛАЗУРЕЙ И ЖИРОВЫХ НАЧИНОК.



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

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

Предлагаем Вашему вниманию основные преимущества нашего оборудования:

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

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

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



Handelsweg 3 - 1521 NH Wormerveer - The Netherlands
phone +31 75 640 43 13 - info@caotech.com - www.caotech.com





Предприятие:
**Кондитерское объединение
«Любимый Край»**

Расположено:
Ленинградская область

Дата основания:
**1999 год – производственная
площадка в Отрадном
(Кировский район)
2015 год – производственная
площадка в Горелово
(Ломоносовский район)**

Специализация:
печенье и пряники

Годовой объем производства:
более 23 тыс. тонн





Текст:



Полина
Макаренко

Фото:



Нина
Слюсарева

ЧТО-НИБУДЬ К ЧАЮ

Первая фабрика «Любимого Края» в Отрадном начала выпускать овсяное печенье и пряники под брендом «Посиделкино» в 2001 году. Привычная всем упаковка коррекс для печенья появилась именно здесь, до этого овсяное печенье продавали только на развес. Компактная упаковка, которая позволяла сохранить лакомство и сразу поставить ее на стол, пришлась по душе покупателям. Уже в 2003 году компания начала производить более 1000 тонн продукции в месяц. Еще через год начался выпуск продукции с начинками, а также в шоколадной глазури. В 2009-м компания впервые стала победителем конкурса «100 лучших товаров России», и с тех пор неоднократно занимала топовые позиции в отечественных рейтингах. В 2013 году овсяное печенье «Посиделкино» признали брендом № 1 в России*, эту планку компании удается удерживать по сей день, занимая четверть рынка фасованного овсяного печенья. В 2015 году была открыта вторая фабрика в Горелово, где стали выпускать новые виды продукции. В 2017 го-

ду «Любимый Край» вышел на мощность 2000 тонн продукции в месяц, и останавливаться на этом не собирается.

Главное – попасть во вкус

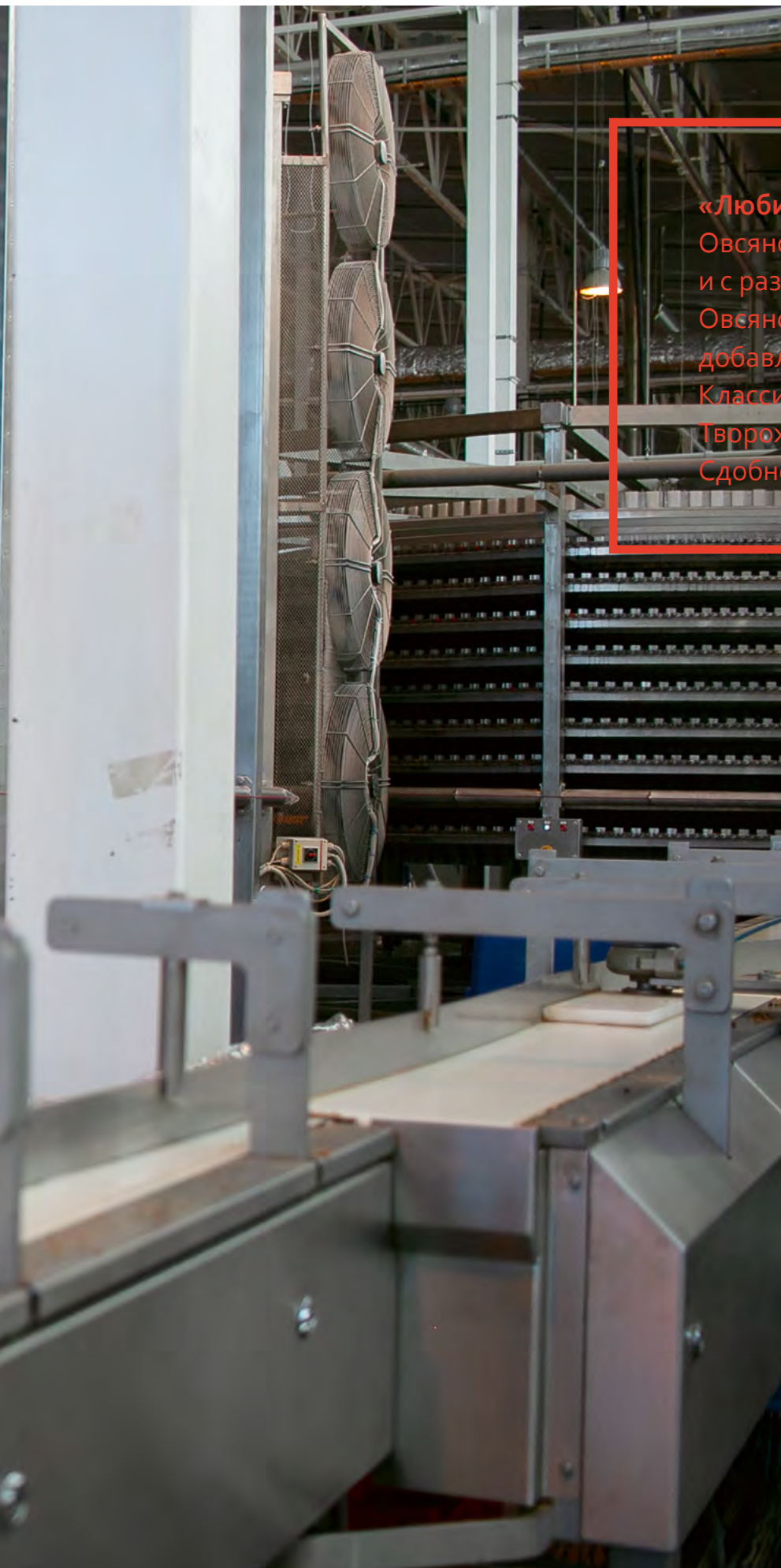
Широкие возможности площадки в Горелово с гордостью демонстрируют директор по производству Михаил Кабешкин и координатор производства Михаил Харламов. Под непрерывающийся шум машин они рассказывают, что для настройки и адаптации нового импортного оборудования потребовалось немало времени.

– Пришлось модернизировать упаковочную линию, специально настраивать ее под выпуск коррексов разного вида, – говорит М. Кабешкин.

– Когда руководство дало распоряжение выпускать фасованную продукцию, мы не совсем понимали, зачем это нужно, – вспоминает М. Харламов, работающий в «Любимом Крае» уже 18 лет, – ведь остальные компании спокойно выпускали печенье на развес. Торговых сетей, где мы сейчас видим фасованную продукцию, тогда еще

* По спонтанному узнаванию, потреблению и покупке, по данным исследовательской компании TNS, декабрь 2013 года.





«Любимый Край» выпускает:

Овсяное печенье классическое

и с различными наполнителями

Овсяное печенье на фруктозе и мальтитах без добавления сахара

Классические пряники и пряники с начинками

Творожное печенье с разными вкусами

Сдобное печенье с разными вкусами

не было. Зато сейчас мы выпускаем 80 % фасованной и лишь 20 % весовой продукции. Компании удалось построить внушительную сбытовую сеть, и сейчас наше печенье и пряники можно увидеть везде – от Петербурга до Сахалина, в большинстве стран СНГ, а также в 15 странах мира.

Сегодня фабрика работает круглосуточно, без выходных, в четыре смены выпуская печенье и пряники. Здесь оборудование позволяет производить основной ассортимент, а также быстро налаживать выпуск новинок, которые разрабатывает компания.

В последние два года в ассортименте «Любимого Края» появилось сразу несколько новых предложений: это ограниченные серии овсяного печенья «Посиделкино», рождественские коллекции пряников под брендом «Пряничное настроение», сдобное печенье «Штучки», печенье «Колечки» торговой марки «Мир на блюдечке», лимитированная линейка печенья «Овсяный перекус», выпущенная специально для футбольных болельщиков, и др.

– Знаете, что было самым сложным? – спрашивает координатор производства. – Добиться на новой фабрике точно такого же вкуса нашей основной продукции, как и в Отрадном, ведь, как говорится, новая сковорода по-другому печет. Не с первого раза, но «поймали» тот самый полюбившийся нашим покупателям вкус, теперь я и сам с огромным трудом могу отличить, на какой фабрике та или иная продукция сделана.

В задачу Михаила Харламова входит минимизация переходов с выпуска одного вида продукции на другой. Переналадка оборудования занимает немало времени, чем меньше переходов – тем эффективнее работают линии. В работе он опирается на мощную автоматизированную информационную систему, где в режиме реального времени видно все отгрузки, остатки на складах, планы производства и затраты, запасы сырья и себестоимость продукции по обоим фабрикам. Эта программа –



Бренды:
«Посиделкино»
«Мир на блюдечке»
«Штучки»
«Пряничное настроение»
«Хватай-ка»



собственная разработка компании, которая обеспечивает полную прослеживаемость продукции от сырья до магазина.

В зависимости от вида продукции, за сутки линии в Горелово могут производить 6–8 тонн пряников, 5–7 тонн творожного печенья и до 18,5 тонны овсяного печенья. А к 2020 году мощностей на фабрике добавится – здесь заработают еще две производственные линии.

Бережливое производство

За минимизацию потерь борется и Михаил Кабешкин, активно внедряя на фабрике систему бережливого производства, разработанную японскими специалистами.

– Преимущество нашего предприятия в гибком подходе к системе непрерывных улучшений и быстрой адаптации, – считает он. – Мы можем себе позволить внедрять инновации снизу, прямо с производственных участков, а не спускать стандарты сверху, как это часто происходит. Сейчас идет работа над базовыми улучшениями, например, если кому-то из сотрудников нужен стеллаж, мы всегда готовы рассмотреть его предложения. Промаркированы все рабочие зоны, и мы обсуждаем со всеми рабочими смены, можно ли зафиксировать маркировку. Но не все из системы бережливого производства нам подходят. Мы берем только те инструменты, которые приносят быструю и среднесрочную окупаемость и явный ре-

зультат – например, систему визуального менеджмента. Как в случае с оборудованием, мы адаптируем эту систему под себя.

На самом деле на фабрике нет ничего лишнего: стерильная чистота, отработанная технологическая схема движения сырья, быстрая навигация по производственному цеху. Основное сырье – сахар и муку – по трубопроводам подают в четыре тестомесильные машины, где, в зависимости от заданной рецептуры, замешивают тесто, в него добавляют необходимые ингредиенты. Затем готовое тесто отправляют на формовочные машины, где происходит отсадка тестовых заготовок на подовую ленту печи. Затем тестовые заготовки выпекают, если необходимо – покрывают глазурью, охлаждают и далее упаковывают. На двух линиях одновременно можно производить два разных вида продукции – например, нам повезло увидеть производство овсяного печенья с кусочками шоколада и пряников. Весь технологический процесс производства печенья и пряников проходит через встроенную систему контроля качества и безопасности выпускаемой продукции. Процесс идет непрерывно, и пока специалисты увлеченно рассказывают о производстве, упаковками с пряниками и печеньем наполняются еще несколько больших коробок, они скоро отправятся на склад, а затем поедут в магазины, чтобы все любители овсяного печенья и пряников могли купить их себе к чаю. **КХП**

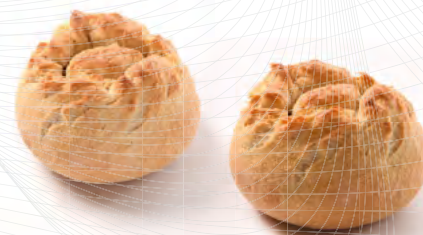
FRITSCH

Passion for Dough



Высочайшее качество

почти как домашняя.



С линией FRITSCH IMPRESSA bread производство натуральных продуктов с прекрасными вкусовыми качествами, выглядящих, как будто это домашняя выпечка - не проблема. Проверенная технология SoftProcessing обеспечивает очень бережную обработку мягкого теста и высокую производительность при абсолютно стабильном процессе. Для получения деревенской хлебопекарной продукции высочайшего качества используется новая, усовершенствованная система формования тестовой ленты Soft Dough Sheeter. Составьте впечатление о линии IMPRESSA bread на iba 2018. Больше информации на www.fritsch-group.com



Мы с нетерпением ждем встречи с вами в зале A2, стенд 111.



Гости:

Ирина Снегова,
генеральный директор
компании «Любимый Край»

Беседовала:

**Полина
Макаренко**



Ирина Снегова: «МЫ ДОЛЖНЫ УДИВЛЯТЬ СЕБЯ И ДРУГИХ»

IRINA SNEGOVA: “WE HAVE TO SURPRISE OURSELVES AND OTHERS”

Уже не первый год компания «Любимый Край» растет быстрее рынка, расширяя ассортимент, регулярно предлагая новинки потребителям и при этом сохраняя традиционные лакомства к чаю. Продукция компании экспортируется в 15 стран и широко представлена в отечественной рознице. Самый известный бренд компании – «Посиделкино», под ним выпускается овсяное печенье с различными наполнителями, но в ассортименте компании есть и творожное, и сдобное печенье, и пряники с начинками и без. О трудностях и радостях производителя овсяного печенья № 1 в России* рассказывает генеральный директор компании «Любимый Край» Ирина Снегова.

Lubimiy Krai has been growing faster than the market for a number of years, expanding the range of its products, regularly offering something new, and at the same time keeping its traditional product line. The company's products are exported to 15 countries and widely represented by Russian retailers. The company's most popular brand is Posidelkino oatmeal cookies with different fillings, but the product line also includes cottage cheese cookies, butter cookies, as well as gingerbread with or without fillings. Irina Snegova, Lubimiy Krai CEO, talks about the ups and downs of Russia's number one producer of oatmeal cookies.

— Печенье «Посиделкино» поставляется в страны дальнего и ближнего зарубежья, в частности в США, Израиль, Китай, Германию. Насколько хорошо там знают вашу продукцию и кто основной потребитель за границей?

— Posidelkino cookies are supplied in the CIS and other foreign countries, such as China, Germany, Israel, and the US. How well are your products known in foreign countries and who are the main consumers there?

* По потреблению и покупке, по данным исследовательской компании Kantar TNS (ЗАО «ТНС МИЦ», 01.03.2018)



– Традиционно российские продукты покупает русскоязычное население. Потребители покупают то, к чему привыкли, и русскоязычная диаспора – не исключение. Наша продукция активнее продается в специализированной рознице в русскоговорящих регионах. Хотя отмечу, что в последнее время к нам проявляют больший интерес европейцы и американцы. Курс доллара и евро вырос, а наши цены остались на прежнем уровне, поэтому они могут получить достойный продукт по более низкой цене. Мне казалось, что мы сможем поставлять за границу довольно узкий ассортимент, однако выяснилось, что, например, американцы и европейцы с удовольствием покупают у нас печенье на мальтите. Они трепетно относятся к продуктам, связанным со здоровым образом жизни, и наше печенье соответствует всем международным стандартам, более доступно по цене и часто вкуснее местных аналогов.

В странах бывшего СНГ наши основные потребители – это тоже русскоязычный сегмент, при этом они очень чувствительны к цене продукции – любое подорожание означает падение спроса. Так обстоит дело в Узбекистане, Армении, Беларуси, пожалуй, только Казахстан здесь исключение. Там вырос уровень жизни, появились европейские тенденции потребления.

– А в Китае, ОАЭ вашу продукцию также покупают русские?

– А вот в этих странах нашу продукцию больше покупают как раз местные жители. Для них наше печенье и пряники очень европеизированы по вкусу, качеству и по внешнему виду, и мы видим, что объемы поставок на этом направлении растут. В ОАЭ у нас очень хороший дистрибьютор, который помогает нам разобраться в предпочтениях арабских потребителей. Что касается Китая, то здесь нас несколько сдерживают сроки годности – для активной работы с китайской стороной нужны увеличенные до 12 месяцев сроки хранения. Тем не менее мы двигаемся в этом направлении.

– А в США?

– Дистрибуция здесь тоже прирастает, и количественно, и ассортиментом.

– Вы поставляете продукцию в 15 стран. Были ли какие-то направления, от которых пришлось отказаться, где ваша продукция «не пошла»?

– Пожалуй, нет. Дело в том, что прежде, чем начать регулярные поставки, мы делаем несколько пробных, анализируем итоги, и если с самого начала результат нас не устраивает, то мы отказываемся от дальнейшей работы в этом направлении. Мы не ставим перед собой задачу любыми способами продать продукцию – если она будет стоять на складе у дистрибьютора годами, нам это совершенно неинтересно. Поэтому мы осторожны и неагрессивны в плане зарубежных поставок, и до сих пор поставляем только в 15 стран, а иначе могли бы, наверное, уже писать, что в 35...

На сегодняшний день у нас в приоритете расширение ассортимента внутри страны. Мы видим здесь хороший потенциал: потребители готовы пробовать новое, есть возможность занять разные ценовые ниши. На сво-

В странах бывшего СНГ наши основные потребители – это тоже русскоязычный сегмент, при этом они очень чувствительны к цене продукции – любое подорожание означает падение спроса. Так обстоит дело в Узбекистане, Армении, Беларуси, пожалуй, только Казахстан здесь исключение. Там вырос уровень жизни, появились европейские тенденции потребления.

Our main customers in the CIS countries are also Russians, but they are more price-sensitive – every price rise leads to a fall in demand. This refers to Uzbekistan, Armenia, Belarus, and perhaps only Kazakhstan is an exception. The standard of living there has improved, consumption trends have grown to be more European.

– It is usually Russians who buy Russian products. Consumers usually buy something they are used to, and the Russian diaspora is not an exception. Our products are more often sold through specialized retail stores in Russian-speaking regions. Although Europeans and Americans recently became more interested in our products. The dollar and euro exchange rates have risen, but our prices haven't changed, so they can get a decent product at a lower price. I had thought that we would be able to offer only a narrow range of products in foreign markets, but it turned out that Americans and Europeans, for example, buy our cookies with maltitol with great pleasure. They are rather keen on products related to a healthy lifestyle, and our cookies comply with all international standards, are lower priced and often taste better than local equivalents.

Our main customers in the CIS countries are also Russians, but they are more price-sensitive – every price rise leads to a fall in demand. This refers to Uzbekistan, Armenia, Belarus, and perhaps only Kazakhstan is an exception. The standard of living there has improved, consumption trends have grown to be more European.

– Are those who buy your products in China and the UAE also Russian?

– In these countries, on the contrary, locals buy our products more. They consider the taste, quality, and appearance of our cookies and gingerbread very European, and we can see that the volume of sales to these countries is growing. We have a very good distributor in the UAE, which helps us to understand the preferences of Arab consumers. As for China, we are limited there by the shelf life of our products, it has to be increased by 12 months for us to be actively engaged with China. Nevertheless, we move towards this direction.

– What about the US?

– The distribution there is also expanding in terms of both quantity and product mix.

– You sell your products in 15 countries. Were there any markets you had to leave because sales didn't take off?

– No, not to my knowledge. The thing is that before we start regular sales, we conduct a few test sales, analyze the results, and if they are not satisfactory from the very beginning, we don't continue further work in this direction. We don't set a goal to sell the product by any means; there is no interest for us if it is kept at the distributor's warehouse for years. Therefore, we are careful and unaggressive when selling abroad, and we still sell only in 15 countries, otherwise the number could have reached 35 already...

For now, our priority is the expanding of our product line for internal consumption. We see a good potential here: consumers are willing to try something new, there is also an opportunity to occupy different price niches. It is easier to do it in your market: a well-organized distribution network is already working, there are many partners who know us, consumers who identify us. Then we will be ready to move on and look for another market to gain.

– Speaking of price niches, did you mean moving towards the premium segment?



ем рынке делать это проще: уже работает хорошо налаженная дистрибуция, много партнеров, которые нас знают, потребители, которые нас идентифицируют... Затем будем готовы двигаться дальше и смотреть, кого еще можно завоевать.

– Говоря о ценовых нишах, вы имеете в виду движение в сторону премиум-сегмента?

– Сейчас мы хорошо себя чувствуем в сегменте «средний+», у нас есть продукция и для массового сегмента и примерно полтора года назад мы вернулись к теме премиум. Многие помнят, что у нас в ассортименте были пряники и печенье «Штучки». Это и был как раз премиум – дорогая красивая упаковка, натуральные шоколад, цукаты, орехи и другими вкусные ингредиенты. Но в последние годы мы выпускали их только к праздникам. Сейчас по запросам покупателей, а также федеральных сетей и дистрибьюторов мы видим, что спрос на такие виды продуктов опять появился, и поэтому решили вернуть этот ассортимент.

– Это возвращение того, что уже было, или что-то новенькое?

– Это будет новая история. У нас уже есть лимитированная коллекция пряников «Пряничное настроение», которую мы традиционно выпускаем под Новый год, и их уже ждут. Секреты пока раскрывать не буду.

– Будем ждать. А пока поговорим о новых разработках в целом. Сколько времени это занимает? Расскажите о последних новинках?

– Мы очень много экспериментируем. Со стороны кажется, что сделать новый продукт очень просто – муки поменьше, сахара побольше, вот и новая печенюшка. На самом деле запуск нового продукта может длиться до двух лет. Собственно, сама разработка занимает, допустим, 2–3 месяца, но есть еще и сертификация. Поскольку у нас федеральная дистрибуция, мы закладываем продукцию на весь срок хранения (полгода) плюс один месяц в специальных компаниях. Только после этого получаем официальное заключение и сертификаты, которые прикладываем к нашей продукции при отгрузке.

Наша задача – показать, что даже консервативная категория, как овсяное печенье и пряники, может быть востребованной покупателями любого возраста, может быть вкусной и необычной. Вспомните, в советское время печенье и пряники – это было что-то очень дешевое... и сравните с тем, что есть сейчас. Любой продукт, если вы его покупаете много лет, в какой-то момент приедается. Поэтому у потребителя должно быть понимание, что он может побаловать себя чем-то новеньким, и при этом для него будут понятны и качество, и производитель. Это снижает опасение, что деньги на новый продукт будут потрачены зря.

В прошлом году мы начали активно вводить лимитированные линейки: продукцию, которая в продаже всего месяц или полтора. Это был риск, но нам было интересно посмотреть чувствительность людей к новинкам. Печенье с двойными вкусами, например с кусочками шоколада и изюмом, с кусочками шоколада и клюквы, стали настолько успешными, что в федеральных сетях стоят



В прошлом году мы начали активно вводить лимитированные линейки: продукцию, которая в продаже всего месяц или полтора. Это был риск, но нам было интересно посмотреть чувствительность людей к новинкам. Печенье с двойными вкусами, например с кусочками шоколада и изюмом, с кусочками шоколада и клюквы, стали настолько успешными, что в федеральных сетях стоят в основной матрице.

– Right now we are comfortable in the “middle+” segment; we offer products to the mass segment, as well as the premium one which we returned to working with about one and a half years ago. Many people remember that we used to produce Shtuchki gingerbread and cookies. It was a premium product – expensive beautiful package, natural chocolate, succades, nuts, and other tasty ingredients. But in the last years, we only produced them for holidays. Now, requests from buyers, as well as federal chains and distributors, have shown us that there is again a demand for such products, which is why we have decided to resume the production of this range.

– Is this something from the past, or something new?

– This will be a new story. We already have a limited collection of gingerbread, Pryanichnoe Nastroyenie, which we traditionally release to mark the New Year. I will not unlock the secrets for now.

– We will be waiting. In the meantime, let's talk about new developments in general. How much time does it take? Could you tell us about new products?

– We experiment a lot. On the surface, it seems that it is easy to create a new product – less flour, more sugar, and there is a new cookie. In fact, the launch of a new product can take up to two years. Let's say the development process alone takes 2–3 month, but there is also certification. Since we have a federal distribution, we produce goods for the whole shelf life (half a year) plus one month in certain companies. Only then we get the official opinion and certificates which we enclose with the shipment.

Our goal is to show that even conservative category, such as oatmeal cookies and gingerbread, can appeal to customers of any age, as well as be tasty and interesting. Recall how cheap Soviet cookies and gingerbread were... and compare them to those today. People get tired of a product if they buy it for several years in a row. That is why a consumer has to know that he can always try something new, and he will be familiar with the quality and the manufacturer of such product. This reduces concerns that the product won't be worth the money.



Со стороны кажется, что сделать новый продукт очень просто – муки поменьше, сахара побольше, вот и новая печенка. На самом деле запуск нового продукта может длиться до двух лет. Собственно, сама разработка занимает, допустим, 2–3 месяца, но есть еще и сертификация.

в основной матрице. Тогда же мы приняли решение расширить и сдобную группу, запустив новую марку сдобного печенья «Мир на блюдечке». Мы выбрали лучшее из собственных и мировых разработок, вкусы, которые очень понятны и близки нашим потребителям. В новой линейке сдобных колечек три вкуса: кокосовый, с молочным шоколадом и темным шоколадом. Эта новинка уже поступила в региональные и федеральные сети.

К чемпионату мира по футболу мы выпустили лимитированную коллекцию печенья «Овсяный перекус». Ведь не все пьют пиво, есть еще соки и вода, плюс молодежи и детям тоже хочется чем-то похрустеть. Мы придумали хрустящую структуру, которая не похожа на печенье, и запустили ее. Думали, что продадим тонн 30 по России, а в итоге продали почти 300! Те, кто любит снеговую структуру, с удовольствием ее едят, все же этот продукт лимитированный, он был для однократного выпуска, это такой своеобразный фан. Мы же должны удивлять себя и других.

– Ваша продукция для внутреннего рынка и на экспорт как-то отличается?

– Требования к качеству продукции у нас единые, мы соответствуем международным стандартам. Честно говоря, намного проще выпускать всю продукцию в соответствии с международными требованиями к качеству, чем разделять – что для российских потребителей, что на экспорт... Конечно, высокое качество требует больших затрат, и поэтому мы не можем себе позволить работать с дешевыми ингредиентами. Если шоколад – то настоящий, если изюм – то мы проводим чуть ли не конкурс красоты для изюма от наших партнеров.

– А насколько сейчас локализовано производство? Что конкретно вы закупаете у иностранных поставщиков, а какие ингредиенты – российские?

– Импортные ингредиенты – это шоколад, ароматизаторы, часть начинок, изюм... У российских производителей мы покупаем некоторые начинки – клюкву,



On the surface, it seems that it is easy to create a new product – less flour, more sugar, and there is a new cookie. In fact, the launch of a new product can take up to two years. Let's say the development process alone takes 2-3 month, but there is also certification.

Last year, we actively started to introduce limited product lines, which are sold only during a month or a month and a half. It was risky, but we were interested in how people react to new products. Cookies with double flavor, for instance, with chocolate chunk and raisins, or chocolate chunk and cranberry, have become so successful that the federal chains have included them in the main assortment matrix. That is when we decided to expand our pastry line by launching a new brand of butter cookie, Mir Na Blyudechke. We chose the best from domestic and global developments, flavors to which our consumers relate. There are three flavors in the new line of bagels: coconut, milk chocolate, and dark chocolate. The new line is already available in the regional and federal chains.

To mark the World Cup, we released a limited collection of cookies, Ovsyany Perekus. Not everyone drinks beer, there are also juices and water, plus children want to snack, too. We created and launched a crispy structure which is not like a cookie. We thought we would sell about 30 tonnes in Russia, but we ended up selling a whopping 300 tonnes. It was a kind of fun for those who like and enjoy the snack structure, as it was a limited edition for one release. We have to surprise ourselves and others.

– Is there any difference between products for the internal market and for export?

– Quality requirements are the same, we comply with international standards. To be honest, it is much easier to produce all products in compliance with international quality standards than separately for Russian consumers and for export... Of course, high quality requires higher cost, and we can't afford to work with cheap ingredients. If we use chocolate, it is natural, if raisins - then it is like a raisin beauty contest for our partners.

– To what extent is your production local? What do you buy from foreign suppliers and what ingredients are from Russia?



В первом полугодии 2018 года выручка компании «Любимый Край» выросла на 12 % и достигла 1,2 млрд руб. Объем продаж увеличился на 11,8 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 11,9 тыс. тонн продукции.



чернику, яблочную подварку, так как у нашей продукции длительный срок годности, предъявляем определенные требования по качеству. Поэтому мы много лет работаем с одними и теми же поставщиками, очень аккуратно их меняем, чтобы не было изменений. Нам важно, чтобы покупатель, открывая пачку печенья или пряников, через неделю, месяц, два или полгода получал тот же самый цвет, тот же самый аромат и тот же самый вкус. Любой пищевик знает, как сложно этого добиться. Наша служба качества работает с поставщиками, много объясняет, если сырье приходит не того качества, его не принимают.

К сожалению, есть вещи, которые в России еще долго не будут делать, тот же шоколад или изюм... да-да, даже изюм, у нас просто нет такого винограда. К счастью, появились российские производители ароматик, красителей, они производят безопасные и натуральные ингредиенты, и мы надеемся, что этот рынок будет расти и двигаться в сторону стабильности качества. Жиры, сахар, муку мы закупает отечественного производства, и эти предприятия под наши требования всегда подстраиваются, потому что мы закупается очень большими объемами.

– Кроме нестабильного качества российских и дорогих импортных ингредиентов, есть еще какие-то существенные проблемы, которые тормозят развитие производства, продвижение продукции?

– Конечно, есть! Например, очень актуальная проблема – логистика. Так как мы работаем с продуктами и у нас должны быть короткие сроки доставки, выстроить качественную логистику всегда сложно. И если автотранспорт, например, работает 24/7, то с железными дорогами все намного хуже, потому что есть выходные и государственные праздники, а еще – редкие маршруты, на которые сложно попасть. Наш продукт, уезжая на Дальний Восток, дорожает именно из-за очень сложной логистики.

На потреблении нашей продукции заметно сказывается неравномерность доходов и благосостояния населения. Есть целые регионы, в которых покупательская способность очень невысокая – Сибирь, Поволжье, Краснодар, например. Это сильное ограничение для продвижения продукции. Один и тот же продукт в го-



Last year, we actively started to introduce limited product lines, which are sold only during a month or a month and a half. It was risky, but we were interested in how people react to new products. Cookies with double flavor, for instance, with chocolate chunk and raisins, or chocolate chunk and cranberry, have become so successful that the federal chains have included them in the main assortment matrix.

– Foreign ingredients include chocolate, flavorings, some fillings, raisins... Some fillings, such as cranberry, blackberry, apple paste, are supplied by Russian manufacturers; since our products have a long shelf life, and we have to meet certain quality requirements. That is why we work with the same suppliers for many years, we switch suppliers very carefully to avoid changes. It is important that a customer gets the same color, the same flavor, and the same taste when he opens a pack of cookies or gingerbread after a week, month, two months, or half a year. Everyone in the food industry knows how hard to achieve this. Our Quality Assurance Department works with suppliers, provides a lot of explanations; if the quality of raw material is not sufficient, it is not accepted.

Unfortunately, there are things which won't be produced in Russia for quite some time, take chocolate or raisins... yes, yes, even raisins, we just don't have this kind of grapes. Fortunately, there are now Russian manufacturers of aromatics, colorants; they produce safe and natural ingredients, and we hope that this market will continue growing towards consistent quality. Our shortenings, sugar, and flour are provided by Russian manufacturers which always adjust to our requirements because we purchase in large volumes.

– Are there any other significant issues which hold up production and promotion, apart from the inconsistent quality of Russian ingredients and high prices of foreign ones?

– Of course, there are! For instance, a very challenging issue – logistics. Since we work with food and the delivery time has to be short, it is always difficult to set up logistics. While road transport, let's say, is available 24/7, the situation with railroads is much worse, because there are weekends, state holidays, and on top of that, rare routes which are hard to arrange. Our products delivered to the Far East are more expensive due to the complicated logistics.

The consumption of our products is significantly impacted by income and wealth inequality in society. There are whole regions where purchasing power is very low, such as Siberia, the Volga region, and Krasnodar. This is a major constraint to product promotion. The same product which sells very well in a city might be in a completely different situation 20 km from the same city, and Posidelkino for 60–70 rubles a pack will be considered very expensive there.



роде будет очень хорошо продаваться, а в 20 км от того же самого города ситуация будет уже совсем другой, и «Посиделки» со своей ценой в 60–70 рублей за пачку воспринимается как дорогое лакомство.

– А вы ощущаете господдержку? Участвуете ли в каких-то программах по поддержке бизнеса?

– Здесь все и просто, и сложно. С одной стороны, мы уже 20 лет в Ленинградской области, и нас хорошо знают в администрации, в Роспотребнадзоре и других органах. Когда мы строили фабрику в Отрадном, мы участвовали в государственной программе, получили некоторые налоговые льготы. С другой – как производителю мне всегда хочется больше поддержки. Например, у нас не очень благополучно с общественным транспортом, и поэтому мне приходится нанимать компанию-перевозчика для персонала. Есть вопросы, по которым нам не обойтись без помощи правительства города и области: это дороги, общественный транспорт, инженерные коммуникации и так далее. Конечно, хотелось бы пользоваться и льготным кредитованием, например, при инвестициях в оборудование.

– Так ведь такая программа есть.

– Программа есть, но проблема в том, что она работает для покупки российского оборудования. А нам нужно специфическое оборудование, в России такое пока не делают, а на импортное оборудование льготы по кредитованию не распространяются.

– Ирина, давайте поговорим о тех, кто у вас работает. Как вы мотивируете персонал, какие есть возможности для роста? Какие качества в сотрудниках у вас ценятся?

– Вы знаете, я думаю, что наша компания в каком-то смысле уникальна: у нас приоритет личных человеческих качеств над профессиональными. Если человек хочет расти, у него есть мотивация и он: доброжелательный, ответственный, порядочный, то мы его всему научим. У нас очень плохо приживаются конкурентные люди, потому что нам очень важен общий результат, и система мотивации у нас коллективная. Кроме того, у нас очень семейная атмосфера, очень маленькая дистанция между руководителем и подчиненным. Любой сотрудник может подойти ко мне и задать любой вопрос, но и я, в свою очередь, могу подойти к любому и спросить, как дела. У нас есть регулярные совещания со всеми отделами, есть ежегодная конференция, на которой опять же все сотрудники могут задать и решить любые вопросы. Чаще всего людей беспокоят вполне бытовые и понятные проблемы, с которыми мы стараемся быстро справляться. Это комфортные условия работы, спецодежда, развозка, питание и так далее. Были случаи, когда разбирались с невкусными котлетами в столовой, например. Поскольку у нас работают и люди «в возрасте», их волнуют проблемы со здоровьем. Сотрудники знают, что если у них появятся такие проблемы, мы всегда поможем, найдем варианты.

Что касается роста – он не очень быстрый, потому что у нас в целом нет такой динамики, мы не прирастаем каждый год площадками. Но рост, безусловно, есть,



Требования к качеству продукции у нас единые, мы соответствуем международным стандартам. Честно говоря, намного проще выпускать всю продукцию в соответствии с международными требованиями к качеству, чем разделять – что для российских потребителей, что на экспорт... Конечно, высокое качество требует больших затрат, и поэтому мы не можем себе позволить работать с дешевыми ингредиентами.

– Do you receive government support? Do you participate in any business support programs?

– It is both simple and difficult. On the one hand, we've been working in Leningrad Region for 20 years, we are well known in the administration, the consumer watchdog Rospotrebnadzor, and other authorities. When we were building a factory in Otradnoe, we participated in a government program, received some tax benefits. On the other hand, as a manufacturer, I always want more support. For example, public transportation is not efficient, which is why I have to hire a carrier for my personnel. There are issues which can't be solved without the help of the city and region administration, such as roads, public transportation, utility lines, etc. Of course, we would also like to benefit from a kind of soft loan program, for example, for equipment purchases.

– But such program does exist.

– It does, but the problem is that it only applies to Russian equipment. We need specific equipment which is not produced in Russia, the soft loan program does not cover foreign equipment.

– Irina, let's talk about those who work for you. How do you motivate your personnel, what are career opportunities? What qualities are valued in your company?

– You know, I think that our company is unique in a way that personal human qualities have priority over professional qualities. If an employee wants to grow, he is motivated, friendly, responsible, and decent, we will teach him everything. Competitive people don't work in our company for long, because it is the overall result which is important for us, and our motivation system is collective. In addition, there is a family environment in the company, the distance between managers and employees is very small. Any employee can approach me and ask any question, and I, in my turn, can approach any of them and ask how things are going. We hold regular meetings with all departments, there is an annual conference at which every employee can ask any question and solve any issue. They usually have common and understandable concerns which we are trying to address quickly. Those include comfortable working conditions, uniform, transporting, catering, etc. There have



In 1H 2018, Lubimiy Krai revenues increased by 12 % to reach 1.2 billion rubles. Sales grew 11.8 % year-on-year to reach 11,900 tonnes of goods. As of the end of 2017, the company's sales had increased by 30 %; the overall growth of pastries market amounted to 4.9 %.

и если человек пришел работать оператором, а мы видим потенциал и желание учиться, он может стать руководителем участка, может уйти в офис на позицию менеджера и так далее. У нас есть люди, которые постоянно меняют свои позиции в компании. Есть человек, который начинал администратором, сейчас – трейд-маркетолог. У нас люди работают долго, и мы готовы в них вкладываться и обучать. Надо сказать, что у нас хорошие отношения с бывшими сотрудниками. Если человек говорит: я хочу идти дальше, я хочу что-то еще попробовать, мы не против. Наоборот: чем больше людей, которые понимают, как работает отрасль, тем лучше. Кстати, были и случаи, когда к нам возвращались обратно, наши двери открыты.

– Ирина, какие ценности компании совпадают с вашими личными? Что мотивирует вас работать?

– Мы много учимся. Каждое посещение какого-то мероприятия, конференции заканчивается новой интересной задачей. Конечно, не все они в итоге реализуются и не все есть смысл реализовывать, но думать про это важно.

Какие ценности? Ну, во-первых, у нас работают только те люди, которым интересно развиваться. Мы постоянно узнаем много нового, много учимся и много делаем. Конечно, это требует выхода из зоны комфорта. И мои ценности здесь совпадают с ценностями компании. А еще много творческих групп, почти все корпоративы с активным участием сотрудников превращаются в капустники. Это активность во всем и равнодушие. Ну и конечно, у нас уникальные люди в плане открытости, доброжелательности и возможности опереться друг на друга. Мы можем поспорить, но при этом каждый из нас знает, что в любой момент, если нужна поддержка, ее окажут. И зла за душой держать не будут. Что еще? Мы не боимся сложных задач. У нас скорее позиция: надо попробовать, даже если не получится, это лучше, чем ничего не делать. Что важно – у нас высокая внутренняя культура, и для партнеров мы всегда дисциплинированы, регулярны и надежны. **КХП**

Rather, we think that we should try, and even if we don't succeed, it's better than doing nothing. Although on the outside there are no arguments, and this is also very important, we have high internal culture and we are always disciplined, punctual, and reliable for our partners.

У нас скорее позиция: надо попробовать, даже если не получится, это лучше, чем ничего не делать. Что важно – у нас высокая внутренняя культура, и для партнеров мы всегда дисциплинированы, регулярны и надежны

been cases when we had to deal with tasteless cutlets in the canteen, for instance. Since the older generation work with us too, they are concerned about health issues. Our employees know that if they have such problems, we will always help, find a solution.

As to the professional development, it is not very fast, we don't have such dynamics in general, we don't introduce a new platform every year. But growth is definitely possible; if an employee started as an operator and we see potential and motivation to learn, he can become a site supervisor, he can move to the office as a manager, etc. Some of our employees constantly change their position in the company. There is a person who started as an administrator, now he is Trade Marketing Manager. People work with us for a long time, and we are willing to invest in and train them. I must say, we have good relationships with our former employees. If an employee says: I want to go further, I want to try more, we don't mind. On the contrary: the more people who understand how the industry works, the better. By the way, it has happened that former employees returned to us, our doors are kept open.

– Irina, what company's values are congruent with yours? What does motivate you at work?

– We learn a lot. Every event or conference ends with us setting a new interesting goal. Of course, not all of them will be accomplished and not all of them are worth of trying, but it is important to think about it.

What values? First and foremost, only those who are interested in development work for us. We learn something new all the time, we study and work a lot. Naturally, it means stepping out of a comfort zone. In this regard, my values are congruent with the company's values. We also have a lot of art groups, almost all corporate parties, with the active participation of employees, turn into humorous performances. This is a question of a proactive attitude to everything and personal involvement. And of course, our employees are unique in being open, friendly and supportive towards one another. We can have disagreements, but every one of us knows that he will get help when needed. No grudge holders. What else? We are not afraid of difficult unusual tasks. Rather, we think that we should try, and even if we don't succeed, it's better than doing nothing. Although on the outside there are no arguments, and this is also very important, we have high internal culture and we are always disciplined, punctual, and reliable for our partners. **КХП**



XXVII международная Продовольственная выставка «Петерфуд»

13-15 НОЯБРЯ 2018,
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЭКСПОФОРУМ

**Ваши лучшие
возможности
по входу на рынок
Северо-Запада**

**Примите участие в главной продовольственной выставке
Северо-Запада «ПЕТЕРФУД-2018»**

Главное событие продовольственного бизнеса одного из крупнейших регионов

- 200+ экспонентов из 20 стран
- 6 000 посетителей-специалистов
- более 200 закупщиков из 50 розничных сетей
и 100 оптово-дистрибьюторских компаний

Комплекс инструментов для входа в розничные сети Северо-Запада

- 6 500 переговоров о поставках в сети
в **Центре Закупок Сетей™**
- Каждый поставщик получил одобрение своего предложения
в среднем **от 5 сетей** (на выставке «Петерфуд-2017»)
- **Гарантированный контакт с закупщиками**
50 розничных сетей прямо на вашем стенде
(программа «Активные сетевые продажи»)

Информация из «первых уст» от руководителей розничных сетей

Узнайте о планах развития, ассортиментной политике,
критериях отбора, необходимых условиях заключения
контракта на **форуме «Торговля Большого Города»**



Коммерческий директор сети
РЕАЛЬ дегустирует продукцию
экспонентов



Переговоры с сетью **МАГНИТ**
в Центре Закупок Сетей™

**ЗАБРОНИРУЙТЕ ЛУЧШИЙ СТЕНД
на www.peterfood.ru**

Организатор:

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ

Тел./факс: (812) 327 49 18, (495) 730 79 06
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
www.peterfood.ru

Международный Союз
пекарей и кондитеров



Российская Гильдия
пекарей и
кондитеров



Ассамблея
народов
Евразии



Специальная поддержка:

Всемирная организация
здравоохранения (ВОЗ)



МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС «ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКОЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ» «ХЛЕБ – ЭТО ЗДОРОВЬЕ»

27-28 СЕНТЯБРЯ 2018 г. г. СТАВРОПОЛЬ.

Ставропольский государственный
медицинский университет, ул. Мира, 310



По вопросам участия в конгрессе обращайтесь:

тел: +7 (495) 755-50-35/38, e-mail: info@rospik.ru, www.breadbusiness.ru, www.bread-is-health.ru



События:
MEAT-TECH, IPACK-IMA 2018

Дата проведения:
29 мая – 1 июня 2018 года

Место проведения:
Милан, Италия

Деятельность:
Переработка и упаковка



ИТАЛЬЯНСКОЕ УПАКОВОЧНОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ: НА ПУТИ К МИРОВОМУ ЛИДЕРСТВУ

Глобальное событие для индустрии итальянского упаковочного машиностроения – международные выставки IPACK-IMA и MEAT-TECH состоялись в Милане и собрали профессиональную аудиторию. Это были самые успешные мероприятия в истории событий.

1503 экспонента (на 9,6 % больше, чем в 2015 году) приветствовали большое количество посетителей, прибывших в Милан. Выставочная площадь составила более 62 тыс. кв. метров, что на 11 % больше, чем в прошлый раз. Стоит отметить рост числа не итальянских экспонентов (+17 %). В общей сложности 68 802 человека посетили выставочный центр Fiera Milano в течение четырех дней, что более чем в два раза превышает количество посетителей в 2015 году.

Организаторы отмечают большое количество интернациональных посетителей: в общей сложности 18 577 профессионалов из-за рубежа, которые представляли 146 стран, 27 % от общего числа. 57 % посетителей прибыли из европейских стран, в частности из Германии, Швейцарии, Франции и Испании. Каждый четвертый посетитель был из Восточной Европы. Около 15 % от числа зарубежных посетителей прибыли из Средиземноморского региона,

из таких стран, как Алжир, Египет, Марокко, Тунис и др. Выставка приняла много гостей из Китая, Индии, Турции, России, США.

Эти важные для итальянской машиностроительной индустрии результаты сообщают организаторы в лице команды Ipack-Ima Srl, которые работали в тесном сотрудничестве с двумя организаторами выставочных событий – Ucima и Fiera Milano.

Оборот рынка итальянского упаковочного машиностроения достиг 7,19 млрд евро. Он является одним из самых динамичных производственных секторов Италии – его рост составляет 8,9 %. Экспортные продажи итальянского упаковочного оборудования в 2017 году составили 5,7 млрд евро, что на 7,5 % больше, чем в 2016 году. Пищевая отрасль является основным потребителем данного оборудования. По мнению экспертов, итальянская индустрия автоматического упаковочного оборудования продолжает укреплять свои позиции в мире.

Согласно данным, собранным исследовательским отделом Ucima, общий оборот 2017 года превысил 7 млрд евро, что на 8,9 % больше, чем в 2016 году. Этот рынок характеризуется сильным международным присутствием, а итальянские компании конкурируют не только между собой,

но и соперничают с немецкими коллегами на мировых рынках. Каждая пятая упаковочная машина, проданная в мире, производится в Италии.

Внутренний рынок также показывает высокие показатели с ростом на 14,4 % (до более 1,5 млрд евро). Соответственно, сектор зафиксировал положительный торговый баланс в размере 5,2 млрд евро, что дает рост на 7,1 %. Эти результаты были получены 634 компаниями, в которых занято 32 227 человек (на 8,6 % больше, чем в 2016 году).

Экспорт вырос на 7,5 % (до 5,7 млрд евро). Европейский союз остается самым важным рынком, на который приходится 37,4 % от общего оборота (1,905 млрд евро). Азия занимает второе место со стоимостью 1,112 млрд евро (21,8 % оборота).

Североамериканский рынок занимает третье место с 592,6 млн евро (11,6 %). Далее следуют Центральная и Южная Америка (532,8 млн евро, 10,4 %), Европа без ЕС (515,4 млн евро, 10,1 %) и Африка и Океания (439,5 млн евро, 8,6 %). Соединенные Штаты, Франция и Германия также остаются важными рынками, за ними следуют Мексика, Китай, Испания, Великобритания, Россия, Турция и Польша.

КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА



**Эрвен
Демирай**

региональный менеджер компании «Агрифлекс», производителя автоматизированных промышленных установок для хранения, транспортировки и дозирования твердых, порошковых или жидких форм сырья

– Эрвен, пара слов о выставке ИРАК-ИМА и о ваших ожиданиях.

– Это самая важная выставка в Италии! Все лидирующие итальянские производители должны быть здесь и рассказывать о производстве и упаковке хлебобулочных изделий, пасты и другой продукции. Сейчас здесь больше производителей, ориентированных на изготовление и упаковку пасты, но и другие компании, которые производят оборудование для производства хлебобулочных изделий, тоже есть.

– Ваша компания работает с Россией. Поделитесь последними проектами?

– Прошлый год для нас оказался очень успешным. Мы реализовали поставки известным компаниям: X5 Retail в Москве, комбинату кондитерских изделий «Агеевский» в Пензе, который снабжает сеть гипермаркетов «Лента». Последняя установка состоялась в конце апреля. Сейчас все работает в штатном режиме, мы полностью реализовали проекты.

– А что это было за оборудование?

– Наше стандартное оборудование, которое служит для автоматической подачи теста и сахара. Но не могу сказать, каким будет финальный продукт: наши системы подходят и для хлеба, и для выпечки, всего, что связано с сыром.

– Каковы ваши ожидания по работе в нашей стране в 2018 году?

– В этом году мы не ожидаем прошлогодних успехов в свете последних политических событий в мире. Я не чувствую какого-то кризиса на самом рынке, но сейчас сложилась такая обстановка, которая может повлиять на ведение бизнеса.

– Какие проблемы появляются из-за нестабильной политической ситуации?

– Проблема в том, что из-за нее инвестиции из России идут недостаточно быстро, банки и покупатели не могут проявить гибкость.

– А вы не планируете работать с близлежащими странами СНГ?

– Да, я уже немного работаю с близлежащими странами. Но это не значит, что мне неинтересна Россия: я нацелен на российский рынок, но не ожидаю таких результатов, какие были в прошлом году или какие бывают на европейском рынке. **КХП**

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В ШОКОВОЙ ЗАМОРОЗКЕ



- мониторинг технического состояния системы
- функция энергосбережения на сенсорной платформе
- пользовательские подсказки для оптимизации процесса

HEINEN

the freezing people.

www.heinen.biz/nextlevel



15 – 20 сентября 2018, Павильон А1, стенд А1.171

Текст:



**Виктория
Провкина,**
руководитель
отдела разработки
технической
документации
Центра
сертификации
«ГОСТ-маркет»,
www.gostmarket.ru



НЮАНСЫ СЕРТИФИКАЦИИ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Убеждение в том, что на кондитерские изделия нужно оформлять сертификат соответствия, скорее всего, осталось с тех времен, когда пищевые продукты действительно подлежали обязательной сертификации. На самом деле, после объединения России, Белоруссии и Казахстана в Таможенный союз в 2010 году, кондитерские изделия попали под действие Технического регламента ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции». Согласно этому документу, производители и импортеры сладостей в обязательном порядке должны оформлять не сертификаты соответствия, а декларации о соответствии.

Исключение составляет специализированная продукция – диетические, диабетические и другие изделия. На них необходимо оформлять свидетельство о государственной регистрации в Роспотребнадзоре.

Также нет необходимости оформлять декларации предприятиям общественного питания (кафе, ресторанам и т. д.), то есть заведениям, где потребление пищевой продукции происходит на месте ее производства. Вся остальная продукция, которая упаковывается и транспортируется до места потребления, подлежит декларированию.

Декларация сообщает о том, что продукция прошла все этапы подтверждения соответствия Техническому регламенту ТР ТС 021/2011.

Существуют следующие этапы декларирования кондитерских изделий:

- 1) формирование и анализ технической документации;
- 2) лабораторные испытания образцов;
- 3) регистрация декларации о соответствии;
- 4) нанесение маркировки на упакованный товар.

Рассмотрим каждый из этапов подробнее.

Формирование и анализ технической документации

В технической документации отражаются нормы и требования к продукции. Кондитерские изделия можно выпускать по одному из трех видов технической документации:

- Государственному стандарту (ГОСТ).
- Техническим условиям (ТУ).
- Стандартам организации (СТО).

ГОСТ – универсальный документ, которым можно пользоваться в добровольном порядке. В 2016–2017 годах были введены в действие следующие межгосударственные стандарты на кондитерские изделия:

ГОСТ 24901-2014 «Печенье».
 ГОСТ 4570-2014 «Конфеты».
 ГОСТ 6441-2014 «Изделия пастильные».
 ГОСТ 6442-2014 «Мармелад».
 ГОСТ 6478-2014 «Ирис».
 ГОСТ 6502-2014 «Халва».
 ГОСТ 14031-2014 «Вафли».
 ГОСТ 14033-2015 «Крекер».
 ГОСТ 15052-2014 «Кексы».
 ГОСТ 15810-2014 «Изделия пряничные».

Если какие-либо параметры ГОСТа не подходят под конкретное производство либо ГОСТ отсутствует, компании необходимо разработать собственный технический документ. Этим документом могут быть Технические условия или Стандарт организации.

При разработке ТУ или СТО необходимо пользоваться стандартизованными терминами, изложенными в следующих документах:

- ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».
- Классификаторы ОК 034-2014 (ОКПД 2) и ТН ВЭД ЕАЭС.
- ГОСТ Р 53041-2008 «Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения».
- ГОСТы на конкретные наименования продукции.

Официальные версии классификаторов ОК 034-2014 и ТН ВЭД ЕАЭС можно найти на сайте Минэкономразвития России: esopotu.gov.ru.

Это правило должно применяться при формировании общей группы продукции (например, «печенье»), а также при дальнейшем описании и классификации изделий. Например, при разработке технической документации на печенье согласно ГОСТ 24901-2014 рекомендуется уточнять:

ассортимент печенья в зависимости от рецептуры:

- сахарное;
- сдобное;
- овсяное;
- затяжное.

ассортимент печенья в зависимости от технологии изготовления и рецептуры:

- глазированное / неглазированное / частично глазированное;
- с добавлениями / без добавлений;
- с начинкой / без начинки;

Таблица 1. Структура ОКПД 2

Обозначение кода ОКПД 2	Наименование классификационной позиции
XX	Класс
XX.X	Подкласс
XX.XX	Группа
XX.XX.X	Подгруппа
XX.XX.XX	Вид
XX.XX.XX.XX0	Категория
XX.XX.XX.XXX	Подкатегория

Если какие-либо параметры ГОСТа не подходят под конкретное производство либо ГОСТ отсутствует, компании необходимо разработать собственный технический документ. Этим документом могут быть Технические условия или Стандарт организации.

- декорированное (с отделкой).

Таким образом, при разработке ТУ и СТО рекомендуется руководствоваться классификацией, изложенной в ГОСТах на аналогичную продукцию. А при отсутствии ГОСТ – пользоваться терминами из ТР ТС 021/2011, классификаторов продукции и др.

Перед заказом ТУ или СТО в центрах сертификации производителю рекомендуется точно определить ассортимент продукции. В том числе с небольшим заданием на будущее в рамках данной группы изделий. Например, в декларацию на печенье с малиновой, вишневой, чернич-

ной начинкой выгодно будет включить дополнительные виды начинок, которые могут войти в производство в ближайшем будущем: с абрикосом, лимоном, голубикой и т. п.

Отличие ТУ и СТО

По статистике ФГУП «Стандартинформ», в России 85 % продукции вырабатывается по Техническим условиям. ТУ должны быть подготовлены в соответствии с ГОСТ Р 51740-2016 «Технические условия на пищевую продукцию. Общие требования к разработке и оформлению». В этом документе дана четкая, максимально подробная инструкция по изложению всех данных.

Для разработки СТО есть более скромная «инструкция» – ГОСТ Р 1.4-2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты организаций. Общие положения». При этом оформление данного документа выполняется с учетом ГОСТ Р 1.5-2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты национальные Российской Федерации. Правила построения, изложения, оформления и обозначения».

Необходимо помнить, что с 01.01.2017 был введен в действие Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014 (КПЕС 2008). С этого момента шестизначные коды ОКП были заменены на девятизначные коды ОКПД 2. В табл. 1 приведена структура ОКПД 2.

Классификация по данной структуре помогает выделить группу продукции для разработки технической документации. Согласно п. 4.3.2 ГОСТ Р 51740-2016, в один ТУ допускается включать продукцию на уровне подкатегории (9 цифр), а при ее отсутствии – категории (8 цифр). Например, на торты бисквитные с ОКПД2 10.71.12.111 и на торты песочные с ОКПД2 10.71.12.112 нужно оформлять два отдельных ТУ.

Это важный момент, который определяет различие между ТУ и СТО. Преимущество СТО состоит в том, что его можно оформить на более широкий ассортимент однородной продукции. Например, в один СТО можно включить торты охлажденные (ОКПД 2 – 10.71.12.110) и торты замороженные (ОКПД 2 – 10.72.12.160).

Данное отличие ТУ отражается и в номере технических документов. Обозначение ТУ содержит код ОКПД 2 продукции, а СТО – нет. Пример: ТУ 10.71.12-140-09764868-2017 и СТО 09764868-002-2017.

Но у ТУ тоже есть свои «привилегии». Их можно добровольно зарегистрировать в единой базе технических условий «Продукция России» (разд. 6 ГОСТ Р 51740-2016). Для СТО возможности регистрации пока не предусмотрено.

Какой же документ выбрать? Ответ зависит от конкретного ассортимента продукции и дальнейшей его разбивки по кодам ТН ВЭД для декларирования. Иногда выгоднее сделать один СТО и несколько деклараций. А иногда лучше зарегистрировать несколько ТУ на уникальные продукты и для каждого оформить декларацию. В выборе и классификации могут помочь эксперты центров сертификации.

Готовые варианты технической документации

В центрах сертификации пищевой продукции есть вариант приобретения готовых ТУ или СТО, разработанных на актуальный, ходовой ассортимент кондитерских изделий. Такой документ сэкономит время и бюджет на декларирование. Для приобретения готовых ТУ оформляется договор передачи прав пользования нормативно-технической документацией от держателя ТУ – заказчику.

Стоит отметить, что технологическая инструкция (ТИ) с рецептурами не входит



Перед заказом ТУ или СТО в центрах сертификации производителю рекомендуется точно определить ассортимент продукции. В том числе с небольшим заделом на будущее в рамках данной группы изделий. Например, в декларацию на печенье с малиновой, вишневой, черничной начинкой выгодно будет включить дополнительные виды начинок, которые могут войти в производство в ближайшем будущем: с абрикосом, лимоном, голубикой и т. п.

в текст технических условий. В ТУ приводятся нормы на продукцию, а ТИ – это отдельный документ, где описывается технология изготовления изделий. При покупке готовых ТУ возможно наличие технологической инструкции в комплекте либо ее разработка с учетом особенностей конкретного производства, используемого сырья, применяемого оборудования и т. д.

Лабораторные испытания

Лабораторные испытания образцов продукции проводят на соответствие технической документации. Испытательная лаборатория должна иметь аккредитацию в системе Росаккредитации или в добровольной системе. Исследования проводят по таким показателям, как токсичные элементы, микотоксины, микробиология и др. Тестировать образцы по органолептическим и физико-химическим показателям для декларирования можно в добровольном порядке.

Регистрация декларации о соответствии

При положительных результатах испытаний можно приступить к оформлению декларации о соответствии. Она реги-



стрируется в электронном реестре «Декларации о соответствии» (www.pub.fsa.gov.ru/rds/declaration). В бумажном варианте декларация представляет собой выписку из реестра на листе А4, заверенную печатью и подписью руководителя организации.

Какие виды продукции можно включить в одну декларацию? Вокруг этого вопроса существует много мифов. Например, что для тортов с различными начинками необходимо оформлять разные декларации. Или, наоборот, что в одну декларацию можно включить и торты, и зефир. Истина, как всегда, где-то посередине. В целом декларация о соответствии выдается на группу однородной продукции. При оформлении декларации однородность продукции определяется, главным образом, первыми четырьмя цифрами кода ТН ВЭД ЕАЭС. Дополнительным признаком однородности может служить принадлежность изделий к одной группе продукции в ТР ТС 021/2011 и ГОСТах на соответствующую продукцию, а также одинаковые показатели безопасности для этой группы изделий.

Также существует практика разбивки и объединения деклараций вне зависимо-

Стоит отметить, что технологическая инструкция (ТИ) с рецептурами не входит в текст технических условий. В ТУ приводятся нормы на продукцию, а ТИ – это отдельный документ, где описывается технология изготовления изделий. При покупке готовых ТУ возможно наличие технологической инструкции в комплекте либо ее разработка с учетом особенностей конкретного производства, используемого сырья, применяемого оборудования и т. д.

сти от самой продукции. Например, декларации необходимо оформлять отдельно, если:

- производителями одной и той же продукции являются разные юридические лица, даже если они находятся условно на одной территории;
- продукция выпускается по разной технической документации.

В одну декларацию можно включить:

- разные адреса производственных площадок одного юридического лица. При этом необходимо провести лабораторные испытания образцов с каждой площадки отдельно;
- различные торговые марки или зарегистрированные товарные знаки, под которыми может производиться продукция.

Нанесение маркировки на изделия

Оформив декларацию, необходимо помнить еще об одном документе – проекте маркировки. Это совокупность данных, которые должны быть указаны на упаковке с кондитерскими изделиями. Содержание этого документа установлено в ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

За отсутствие вышеперечисленных документов или неправильное их оформление КоАП РФ предусматривает следующие административные штрафы для юридических лиц:

- ст. 14.44: недостоверное декларирование продукции – штраф до 300 тыс. руб. А если оно повлекло за собой причинение вреда жизни или здоровью либо создало угрозу причинения вреда жизни и здоровью, то штраф до 1 млн руб.;
- ст. 15.12: производство и продажа товаров без маркировки или с нарушением порядка маркировки – штраф до 300 тыс. руб. с конфискацией предметов административного правонарушения.

Кроме того, неправильно оформленная документация может повлечь за собой отказы в приеме продукции предприятиями торговли, задержку поставок товаров, жалобы потребителей и т. д.

После того как производитель или импортер получил весь пакет документов по декларированию, можно оформить добровольный сертификат соответствия. Для

Чек-лист для исключения типичных ошибок при декларировании:

- данные о продукции однозначно ее идентифицируют и полностью соответствуют друг другу во всех четырех документах. Например, наименование, торговая марка / товарный знак, вид и масса нетто упаковки;
- в декларации есть обозначение и наименование актуальной технической документации. Например, ТУ 10.71.12-178-09764868-2018 «Торты охлажденные»;
- в номере ТУ, разработанном 01.01.2017, указан код ОПКД 2 продукции. При этом допускается использование ТУ со старым кодом ОКП до их пересмотра или отмены. Например, ТУ 9123-141-09764868-2016;
- группа продукции соответствует стандартизованным терминам. Например, «Изделия кондитерские мучные», «Сахаристые восточные изделия типа мягких конфет» и т. д.;
- орган по сертификации и испытательная лаборатория имеют аттестаты аккредитации. В области аккредитации есть кондитерские изделия;
- протокол испытаний выдан на соответствие ТР ТС 021/2011.

Чек-лист для проверки маркировки продукции на наличие типичных ошибок:

- указано точное наименование и местонахождение изготовителя, а также адрес производства;
- расписан состав многокомпонентных ингредиентов и функциональное назначение пищевых добавок;
- нанесены знак ЕАС, петля Мёбиуса, знак упаковки, предназначенной для контакта с пищевой продукцией;
- энергетическая ценность представлена в ккал и кДж;
- при поставке продукции в страны ЕАЭС информация должна быть нанесена на русском языке и на государственном языке государства – члена ЕАЭС (при наличии соответствующих требований в законодательстве государства-члена).

В целом, процедура «сертификации» кондитерских изделий сейчас проста как никогда. Минимальный комплект документов, отсутствие необходимости согласований с Роспотребнадзором и отсутствие инспекционного контроля делают процесс декларирования максимально быстрым и легким.

этого необходимо провести дополнительные испытания на соответствие продукции требованиям технической документации. Например, по органолептическим и физико-химическим показателям. На основании такого протокола испытаний оформляется добровольный сертификат соответствия. Он дает обладателю конкурентное преимущество и возможность наносить на упаковку всем известный знак – РСТ.

Новый порядок декларирования

С 1 июля 2018 года вступило в силу Решение Коллегии ЕЭК от 20.03.2018 № 41 «О порядке регистрации, приостановления, возобновления и прекращения действия деклараций о соответствии продукции требованиям ТР ТС ЕАЭС».

Данное решение устанавливает новые правила декларирования. Одним из самых существенных нововведений можно назвать то, что заявитель обязан предоставить в орган по сертификации документы одним из следующих способов:

- в виде электронных отсканированных копий, заверенных цифровой подписью;
- в виде копий бумажных документов, заверенных печатью и подписью руководителя организации, заказным почтовым отправлением с описью вложения и уведомлением о вручении.

Также обратим внимание на п. 15, в котором сказано, что заявителю допускается не обновлять декларацию, если изменился номер телефона и/или адрес электронной почты, а также код ТН ВЭД ЕАЭС.

В целом процедура «сертификации» кондитерских изделий сейчас проста как никогда. Минимальный комплект документов, отсутствие необходимости согласований с Роспотребнадзором и отсутствие инспекционного контроля делают процесс декларирования максимально быстрым и легким. Оформив декларацию сроком действия до пяти лет, производитель имеет право реализовывать продукцию в любых торговых точках на территории Евразийского экономического союза. **КХП**

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*



ПРОД ЭКСПО

**11–15
февраля 2019**



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



Организатор:



При поддержке Министерства
сельского хозяйства РФ

Под патронатом ТПП РФ

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.prod-expo.ru

**Проверенные рецепты
для успешного бизнеса**

* Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее о рейтинге — www.exporating.ru.

реклама

10+

Реклама





Текст:



Людмила Панасюк,
консультант по стандартизации,
Калининград

ПОРЯДОК РАЗРАБОТКИ МАРКИРОВКИ ПИЩЕВОЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ

В кондитерской отрасли собственный регламент по нормированию безопасности продукции, технологического процесса и в том числе по маркированию кондитерской продукции и хлебобулочных изделий отсутствует. Процедура маркирования конфет, пряников, зефира, тортов и других многочисленных и разнообразных кондитерских, а также хлебобулочных изделий осуществляется согласно требованиям следующих законодательных документов:

- «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011) [1];
- «О безопасности упаковки» (ТР ТС 005/2011) [2];
- «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» (ТР ТС 029/2012) [3];

Представлять или не представлять обозначения документов по стандартизации ГОСТ, СТО или ТУ на этикетке кондитерского изделия решает автор макета (изготовитель продукции).

- «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания» (ТР ТС 027/2012) [4].

Перечисленные регламенты имеют общий характер, то есть распространяются на всю пищевую продукцию.

Перечень маркировочных реквизитов, присутствующих в обязательном порядке на этикетках любых кондитерских изделий (по ТР ТС 022/2011):

- наименование изготовителя;
- адрес изготовителя;
- наименование кондитерской продукции;
- состав;
- пищевая ценность;
- масса нетто;

- срок годности (или дата окончания срока годности);
- условия хранения (условия хранения после вскрытия упаковки – при необходимости);
- дата изготовления и упаковки;
- сведения о наличии в продукции компонентов ГМО (в случае превышения допустимого уровня в продукте – более 0,9 %);
- единый знак обращения продукции на рынке Таможенного союза (Евразийского экономического союза);
- информация об упаковочном материале, предназначенном для контакта с пищевой продукцией;
- штрихкод в соответствии с требованиями международной системы ЮНИСКАН (графическое и цифровое изображение).

Далее по техническому регламенту «О безопасности упаковки» (ТР ТС 005/2011) в приложениях № 3 и 4 мы находим необходимые данные для характеристики упаковочных материалов, в которые расфасованы кондитерские или хлебобулочные изделия, – будь то целлофан пакета потребительской упаковки с бубликами или жесть сувенирной коробки для конфет ручной работы (ТР ТС 005/2011, ст. 6. Требования к маркировке упаковки (укупорочных средств, п. 1 и 2).

При этом не следует забывать также и об укупорочных средствах – пробках, крышках и т. д., вернее, о материалах, из которых они изготовлены.

Маркировочная информация в виде знаков, надписей, пиктограмм и символов может присутствовать в трех вариантах:

- только на упаковке и укупорочных средствах с продукцией;
- только в пакете сопроводительной документации;
- одновременно и на потребительской упаковке, и в пакете сопроводительной документации.

Из прил. 3 разработчиком макета на кондитерские и хлебобулочные изделия выбирается цифровое обозначение и/или буквенное обозначение (аббревиатура) материала, из которого изготавливается упаковка или укупорочные средства.

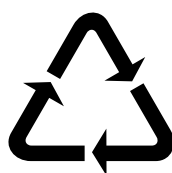
Из прил. 3 разработчиком макета на кондитерские и хлебобулочные изделия выбирается цифровое обозначение и/или буквенное обозначение (аббревиатура) материала, из которого изготавливается упаковка или укупорочные средства.

Из прил. 4 для этикетки выбираются пиктограммы и символы, а именно:

- пиктограмма – упаковка (укупорочные средства), предназначенные для контакта с пищевой продукцией;



- пиктограмма – возможность утилизации использованной упаковки (укупорочных средств) – петля Мёбиуса.



Следует помнить, что для потребительской упаковки экологический знак «Беречь от загрязнений окружающую среду!», зача-



стую выносимый на банки и пакеты с продукцией, является необязательным, и на этикетку с любой пищевой продукцией, а значит, и с кондитерской, наносится по желанию изготовителя продукции. Аргументированное обоснование – ГОСТ 14192-96 «Маркировка грузов», прил. Ж. Данный стандарт распространяется на транспортные тару и упаковку, являющиеся грузами, поэтому экологический знак обязателен только для транспортной упаковки с кондитерской продукцией, например для ящиков или коробов из гофрированного картона.

Технический регламент «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» (ТР ТС 029/2012) предлагает авторам макетов на кондитерскую продукцию следующие позиции:

- перечень пищевых добавок, разрешенных для применения при производстве пищевой продукции (прил. 2);

- пищевая продукция, для которой установлены как перечень пищевых добавок, используемых согласно «ТД», так и допустимые уровни их применения (прил. 18).

Из вышеуказанных приложений разработчики маркировочной текстовой комбинации на кондитерскую продукцию находят индекс пищевой добавки (например, «Е100»), ее наименование (соответственно, «куркумин»), основные технологические функции пищевой добавки (соответственно, «краситель»), а также ее максимальный (допустимый) уровень в продукции.

Следующий этап моделирования макета маркировки – формирование реквизита «Наименование кондитерской продукции». Помимо требований, указанных в Технических регламентах, следует напрямую работать с ГОСТами на кондитерскую продукцию, например ГОСТ 4570-2014 «Конфеты. Общие технические условия», ГОСТ 15052-2014 «Кексы. Общие технические условия», ГОСТ 6442-14 «Мармелад. Общие технические условия», ГОСТ 6441-2014 «Изделия пастильные. Общие технические условия» и иные. Данные для маркировки в перечисленных документах следует искать в разделах «Маркировка», «Классификация» и «Термины и определения».

Некоторый анализ межгосударственных стандартов новейшего поколения, то есть стандартов, введенных в действие в период 2013–2018 годов – действие Технических регламентов, – свидетельствует о тотальной ссылке в плане маркировки на общий регламент, так называемый горизонтальный – ТР ТС 022/2011.

К сожалению, в кондитерской отрасли отсутствует также и ГОСТ категории «Упаковка и маркировка», где можно было бы познакомиться с едиными правилами процедуры маркирования кондитерских продуктов. Это значительно облегчило бы работу авторов макетов маркировки в плане систематизации и единообразия.

Аналогичные стандарты имеются в иных отраслях агропромышленного комплекса, например в мясной отрасли ГОСТ 13534-2015 «Консервы мясные и мясосодержащие. Упаковка, маркировка и транспортирование» или в рыбной отрасли – ГОСТ 7630-96 «Рыба, морские млекопитающие, морские беспозвоночные, водоросли и продукты



их переработки. Маркировка и упаковка» и ГОСТ 11771-93 «Консервы и пресервы из рыбы и морепродуктов. Упаковка и маркировка».

Таким образом, исключительно все маркировочные особенности и нюансы находятся именно в конкретных стандартах на то или иное кондитерское или хлебобулочное изделие. Например, в ГОСТ 6442-14 «Мармелад. Общие технические условия» из раздела 4 «Классификация» в зависимости от применяемого сырья, технологии изготовления, способа формования и рецептуры выбираются те или иные необходимые данные (термины) для разработки наименования этого сахаристого кондитерского изделия:

«4.1. Мармелад в зависимости от сырья, применяемого в качестве студнеобразующей основы, изготавливают:

- **фруктовый** (овощной) на основе железирующего фруктового и/или овощного сырья;
- желеино-фруктовый (желеино-овощной) на основе студнеобразователя в сочетании с железирующим фруктовым и/или овощным сырьем;
- желейный, жевательный на основе студнеобразователя.

4.2. В зависимости от способа формования мармелад изготавливают:

- формовой (в том числе пат), формуемый отливкой мармеладной массы в формы;
- пластовой, формуемый отливкой мармеладной массы в упаковку;

К сожалению, в кондитерской отрасли отсутствует также и ГОСТ категории «Упаковка и маркировка», где можно было бы познакомиться с едиными правилами процедуры маркирования кондитерских продуктов. Это значительно облегчило бы работу авторов макетов маркировки в плане систематизации и единообразия.

- резаный, формуемый отливкой мармеладной массы с последующим резанием на отдельные изделия.

4.3. В зависимости от технологии производства и рецептуры мармелад изготавливают:

- с обсыпкой сахаром, кокосовой стружкой, какао-порошком и др.;
- неглазиранный;
- глазированный;
- глазированный частично;

- гляncованный;
- многослойный;
- с начинкой;
- с крупными добавлениями».

Таким образом, выстраивается следующая текстовая комбинация для этикетки: «Сахаристое кондитерское изделие. Мармелад фруктовый резаный многослойный». Моделирование реквизита маркировки «Наименование продукта» является достаточно сложным и выполняется строго по ТР ТС 022/2011 – ст. 4 ч. 4.3 и в соответствии с требованиями стандартов на кондитерские изделия.

Еще один пример наименования наиболее распространенных кондитерских изделий – конфет (ГОСТ 4570-2014 «Конфеты. Общие технические условия»).

По разделу 4 «Классификация» в зависимости от технологии производства, рецептуры и вида конфетных масс определяется конкретика реквизита «Наименование конфет» того или иного ассортимента:

«4.1. Конфеты в зависимости от технологии производства и рецептуры подразделяют:

- на неглазированные – без покрытия корпуса глазурью, в том числе гляncованные;
- глазированные – полностью или частично покрытые глазурью;
- с начинками;
- без начинок;
- с комбинированными конфетными массами.

4.2. Для изготовления конфет применяют следующие конфетные массы:

- помадную (сахарную);
- помадную молочную (в том числе помадную молочную крем-брюле);
- помадную сливочную (в том числе помадную сливочную крем-брюле);
- помадную фруктовую (овощную, фруктово-овощную);
- молочную (в том числе мягкую карамель);
- сбивную;
- грильяжную твердую;
- грильяжную мягкую;
- фруктово- (овоще-, фруктово-овоще-) грильяжную;
- халвичную;
- фруктовую (овощную, фруктово-овощную);
- желейную;
- фруктово- (овоще-, фруктово-овоще-) желейную;
- марципановую;
- пралине;
- типа пралине;

- кремовую;
- из взорванных круп;
- из сухофруктов, цукатов и орехов (в том числе целых);
- на основе жиров;
- **ликерную**;
- из заспиртованных фруктов (овощей);
- шоколадную массу для производства конфет».

Таким образом, может быть сформировано следующее наименование продукта: «Кондитерское изделие сахаристое. Конфеты с начинкой ликерные «Лето».

А вот для пряников (ГОСТ 15810-2014 «Изделия кондитерские. Изделия пряничные. Общие технические условия») информация для разработки реквизита «Наименование продукта» выбирается из разделов 3 и 4.

Раздел 3. Термины и определения:

«В настоящем стандарте применены следующие термины с соответствующими определениями:

«3.1. Пряничное изделие: мучное кондитерское изделие на основе муки (с содержанием муки в выпеченном полуфабрикате не менее 30 %), сахаров и/или меда, с содержанием пряностей или без них, разнообразной формы с выпуклой поверхностью, с оттиском рисунка на поверхности или без него, массовой долей влаги от 8,5 до 20 %, массовой долей общего сахара не менее 24 %, массовой долей жира не более 15 %.

3.1.1. Пряник: единичное пряничное изделие с добавлением или без добавления меда, с выпуклой верхней поверхностью (за исключением пряников, имеющих оттиск рисунка или надписи на поверхности) и ровной нижней поверхностью толщиной не менее 12 мм.

3.1.2. Медовый пряник: пряничное изделие с добавлением меда, с выпуклой поверхностью (за исключением пряников, имеющих оттиск рисунка или надписи на поверхности) и ровной нижней поверхностью, массовой долей меда не менее 10 %.

3.1.3. Коврижка: пряничное изделие высокой плоской формы, состоящее из пластов выпеченного пряничного полуфабриката толщиной не менее 30 мм (в каждом слое), прослоенных начинкой или без нее».

Раздел 4. Классификация:

«В зависимости от технологии производства и рецептуры пряничные изделия могут быть сырцовыми и заварными, с начинкой или без начинки, глазированные или неглазированные».



Следует помнить, что для потребительской упаковки экологический знак «Беречь от загрязнений окружающей среду!», зачастую выносимый на банки и пакеты с продукцией, является необязательным, и на этикетку с любой пищевой продукцией, а значит, и с кондитерской, наносится по желанию изготовителя продукции.

И в данном случае наименование продукта может выглядеть следующим образом, например: «Мучное кондитерское изделие. Пряник медовый заварной с начинкой глазированный «Медведка».

В последних примерах в моделировании маркировочного реквизита «Наименование кондитерского продукта» разработчиком использованы так называемые придуманные названия пищевой продукции – «Лето» и «Медведка» – в строгом со-

ответствии с требованиями основного технического регламента по маркировке:

«придуманное название пищевой продукции – слово или словосочетание, которые могут дополнять наименование пищевой продукции. Придуманное название пищевой продукции может не отражать ее потребительские свойства и не должно заменять собой наименование пищевой продукции» (ТР ТС 022/2011, ст. 2 «Определения»).

В процессе разработки макета этикетки следует обратить внимание на следующую особенность, имеющую место именно в кондитерской отрасли: такие маркировочные составляющие, как «Идентификационный номер партии (или иной идентификационный код продукции)» и «Обозначения документа (ов) по стандартизации, в соответствии с которым (ми) произведена и может идентифицироваться кондитерская продукция», являются дополнительными (ТР ТС 022/2011, п. 3 ст. 4 ч. 4.1). Представлять или не представлять обозначения документов по стандартизации ГОСТ, СТО или ТУ на этикетке кондитерского изделия решает автор макета (изготовитель продукции).

В иных отраслях пищевой промышленности – мясной и рыбной – например, обозначения документа (ов) по стандартизации на этикетке является обязательной опцией согласно требованиям отраслевых регламентов либо стандартов на продукцию.

Выводы

1. Маркировка кондитерских и хлебобулочных изделий разрабатывается в соответствии с требованиями Технических регламентов Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011), «О безопасности упаковки» (ТР ТС 005/2011), «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» (ТР ТС 029/2012) и «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания» (ТР ТС 027/2012).
2. Моделирование маркировки осуществляется одновременно согласно требованиям межгосударственных и национальных стандартов на продукцию.
3. При создании маркировки необходимо учитывать понятийный аппарат перечисленных выше нормативных и законодательных документов.

Также для разработки этикетки кондитерских и хлебобулочных изделий следует руководствоваться требованиями стандартов категории «Термины и определения». В кондитерской отрасли их три:

Кондитерские изделия и кондитерские полуфабрикаты:

– ГОСТ Р 53041-2008 «Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения».

Хлебобулочные изделия:

– ГОСТ 32677-201 «Изделия хлебобулочные. Термины и определения»;

– ГОСТ 16814-88 «Хлебопекарное производство. Термины и определения».

В заключение обращаем внимание, что требования по маркировке кондитерских изделий для диетического питания осуществляют в соответствии с требованиями технического регламента «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания» (ТР ТС 027/2012).

Для диабетических кондитерских изделий дополнительно на этикетке размещают:

– содержание (расчетное) в 100 граммах продукта: ксилита, сорбита и/или иных подсластителей, общего сахара (в пересчете на сахарозу);

– суточную норму потребления ксилита, сорбита и/или иных подсластителей – не более 30 граммов;

– надпись «Диабетический» – для продуктов, отнесенных к группе диабетических изделий.

А например, для продуктов диетического питания указывают суточную дозу (количество штук для одно-временного потребления), назначение и условия применения. **КХП**

Литература

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», утвержденный Комиссией Таможенного союза от 09.12.2011 № 881.
2. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки», утвержденный Комиссией Таможенного союза от 16.08.2011 № 799.
3. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств», принят решением Совета Евразийской экономической комиссии от 20.06.2012 № 58.
4. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 027/2012 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания», принят решением Совета Евразийской экономической комиссии от 15.06.2012 № 34.

Ключевые слова: технический регламент, межгосударственные стандарты, кондитерские изделия, хлебобулочные изделия, маркировка, этикетка, термины, определения, классификация.

rosmould

Международная выставка производственных технологий нового поколения

18–20 июня 2019

МВЦ «Крокус Экспо», Москва

От идеи до готового изделия



Дизайн и проектирование изделий



Аддитивные технологии



Формы, пресс-формы и штампы



Сырье и материалы



Оборудование и оснастка



messe frankfurt



Messe Frankfurt Group

АГРО ПРОД МАШ

www.agroprod mash-expo.ru

МИНПРОМТОРГ
РОССИИ



ТПП РФ



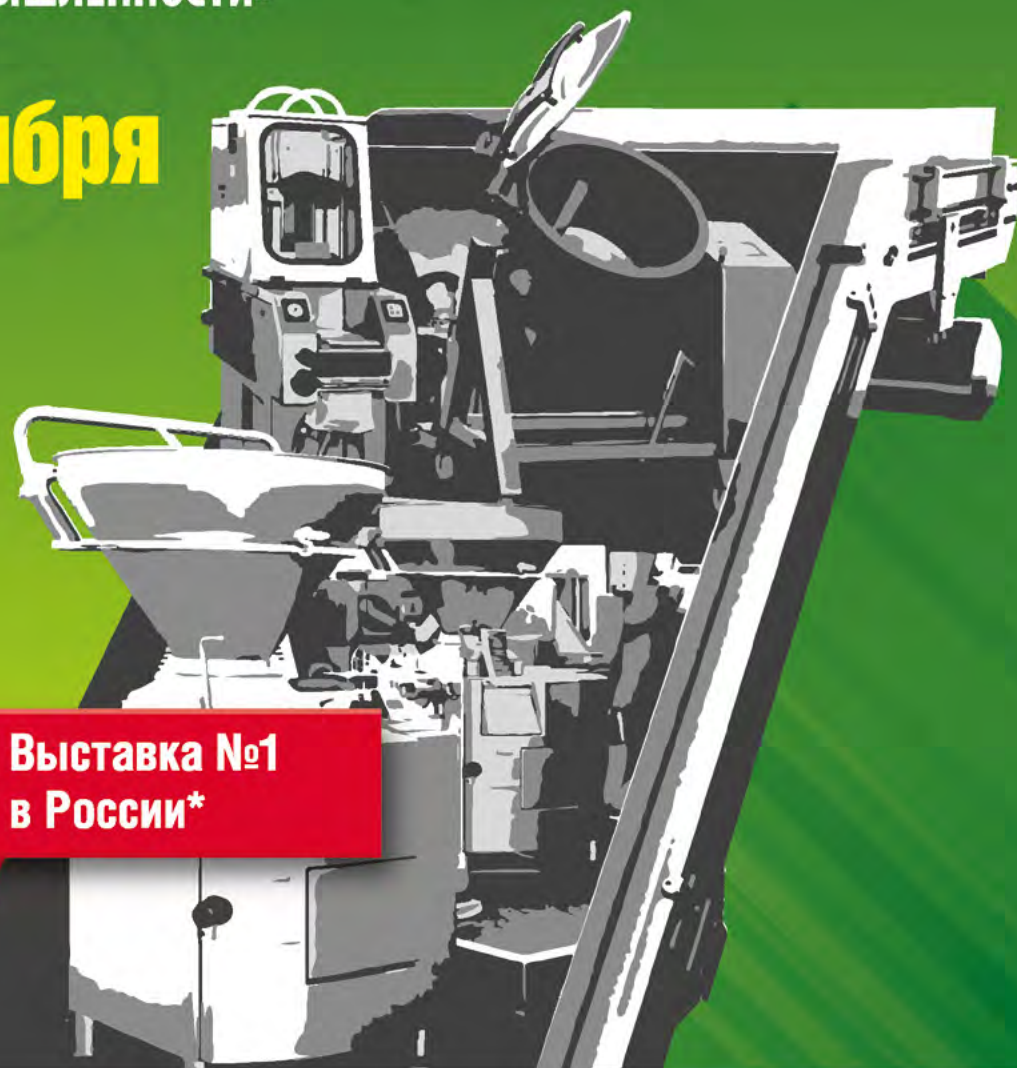
Expo Rating



23-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА «ОБОРУДОВАНИЕ,
ТЕХНОЛОГИИ, СЫРЬЕ И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

8–12 октября
2018

Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



Выставка №1
в России*

Организатор:

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МОСКВА



При поддержке:

- Министерства промышленности и торговли РФ
- Министерства сельского хозяйства РФ

Под патронатом ТПП РФ

*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.
Подробнее — www.exporating.ru.

Реклама 12+



Авторы:



Наталья Лаврентьева,
старший научный сотрудник направления научно-прикладных и технологических разработок хлебобулочных изделий на основе ржаной муки



Лина Кузнецова,
главный научный сотрудник,
Санкт-Петербургский филиал ФГАНУ НИИ
хлебопекарной промышленности



МУЧНЫЕ КОНДИТЕР- СКИЕ ИЗДЕ- ЛИЯ С НУТРИ- ЕНТАМИ: И ПОЛЬЗА, И КАЧЕСТВО

В Санкт-Петербургском филиале НИИ хлебопекарной промышленности разработали новую технологию производства и ассортимент кексов и слоеных изделий. Предложенные специалистами рецептуры позволяют сделать мучные изделия более полезными и сохранить их высокое качество.

Иллюстрация: Нина Кузьмина



Использование масла растительного вместо маргарина в рецептуре кекса позволило исключить из технологического цикла длительную стадию размягчения маргарина и сбивания его с сахаром до образования пышной массы, продолжительность которой может меняться в зависимости от сезона года и, следовательно, температуры маргарина.

Мучные кондитерские изделия пользуются стабильно высоким спросом у населения, особенно у детей. По данным Росстата, производство всех видов мучных кондитерских изделий (МКИ) в России в 2017 году выросло до 1,85 млн тонн, что оказалось на 5,7 % выше объема выпуска этих изделий в предыдущем году. Существенным недостатком этих изделий является практически полное отсутствие в них таких важных биологически активных веществ, как витамины, пищевые волокна, макро- и микроэлементы [1]. Поэтому актуальной задачей является использование в рецептуре МКИ сырья с высоким содержанием эссенциальных нутриентов. К таким видам сырьевых компонентов можно отнести прежде всего ржаную муку, солодовые экстракты и подсолнечное масло. Ржаная мука содержит больше, чем пшеничная, лизина, в среднем на 39 %, аргинина – на 44, валина – на 11, треонина – на 17 %, пищевых волокон – в 3,5 раза, калия и железа – в 2,9 раза, магния – в 3,8 раза; витаминов В₁, В₂ – в 2–3,3 раза [2]. Подсолнечное масло богато линолевой кислотой (омега-6), содержание которой достигает 67,5 % [3]. Солодовый экстракт содержит 70,9 мг % магния, витаминов: В₂ – 0,32 мг %, РР – 7,1 мг %, что превышает содержание этих микронутриентов в ржаной муке на 18, 146 и 610 % соответственно [4].

В Санкт-Петербургском филиале НИИ хлебопекарной промышленности разработаны технологии и ассортимент кексов на химических разрыхлителях и слоёного полуфабриката из ржаной и смеси ржаной и пшеничной муки.

Исследования по разработке технологий и рецептур кексов на химических разрыхлителях показали, что при полной замене маргарина на масло подсолнечное возможно использовать в рецептуре 100 % ржаной

Рисунок 1. Влияние дозировки ржаной муки и вида жиросодержащего компонента на удельный объем кекса на химических разрыхлителях

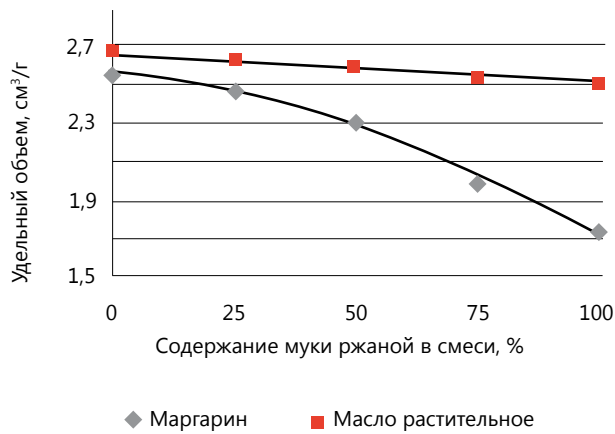


Таблица 1. Органолептические показатели качества кексов на химических разрыхлителях

Наименование показателей	Показатели качества кексов	
	из пшеничной муки «Ароматный»	из ржаной обдирной муки
	с содержанием сахара, % к массе муки	
	65	50 с содержанием солодового экстракта – 12,5 % к массе муки
Вкус	Сладкий	Менее сладкий, с приятным кисло-сладким привкусом
Запах	Свойственный данному наименованию изделия, без посторонних запахов	Выраженный солодовый аромат
Форма	Свойственная данному наименованию изделия, соответствует выпекаемой форме	
Вид в изломе	Пропеченное изделие без закала и следов непромеса, светло-желтого цвета в разрезе	Хорошо пропеченный, без закала и следов непромеса, светло-коричневого цвета в разрезе



муки при сохранении качества готовых изделий (рис. 1).

Использование масла растительного вместо маргарина в рецептуре кекса позволило исключить из технологического цикла длительную стадию размягчения маргарина и сбивания его с сахаром до образования пышной массы, продолжительность которой может меняться в зависимости от сезона года и, следовательно, температуры маргарина.

С целью обогащения изделий витамином и микроэлементами, а также снижения доли сахара в рецептуру кекса был введен солодовый экстракт «Малтакс 10». Результаты исследований показали, что внесение солодового экстракта в количестве 12,5 % к массе муки не оказывало существенного влияния на органолептические и физико-химические показатели (табл. 1). Кроме того, использование солодового экстракта, содержащего общего сахара 72–75 % на сухое вещество, позволяет снизить дозировку сахара-песка в рецептуре с 65 до 50 % к массе муки.

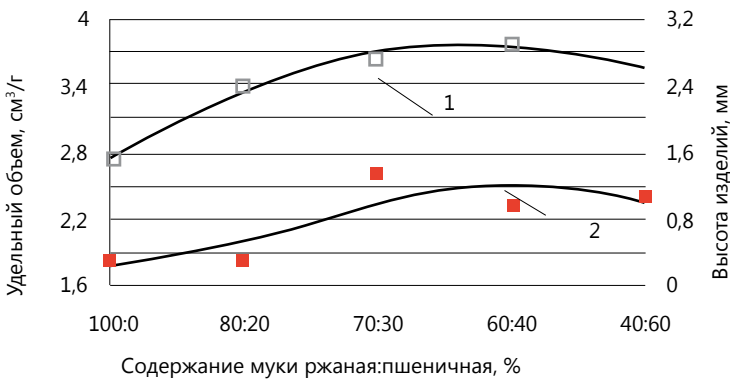
Отмечено, что замена в рецептуре кекса муки пшеничной на ржаную приводит к увеличению крошковатости изделий вследствие особенностей белково-протеиназного и углеводно-амилазного комплексов муки. Для снижения крошковатости кексов и замедления черствения часть ржаной муки (10 %) вносили в виде густой закваски влажностью 50 %. Установлено, что общая деформация мякиша кекса с закваской через 16 часов хранения после выпечки была незначительно ниже, чем у кекса без закваски. Однако по истечении 12 суток хранения значение этого показателя у кекса с закваской было выше, чем у образца без закваски, на 52 %, что свидетельствует о положительном влиянии закваски на сохранение свежести изделий в процессе хранения (табл. 2).

Актуальным является и расширение ассортимента мучных кондитерских изделий для детского питания, в том числе кексов. Согласно Единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям к продукции (товарам), подлежащей санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю), в 100 граммах мучных кондитерских изделий должно содержаться белка не менее 10,0 г; жира – не более 25,0 г; углеводов – 45,0–68,0 г. Кроме того, для производства изделий на поточно-механизированной линии предъявляются особые требования к вязкости теста.

Таблица 2. Физико-химические показатели качества и изменение структурно-механических свойств мякиша в процессе хранения кексов на химических разрыхлителях

Наименование показателей	Значение показателей качества кексов		
	из пшеничной муки	из ржаной обдирной муки	
	«Ароматный»	без использования закваски	с использованием густой ржаной закваски
Массовая доля влаги, %	20,0 ± 0,5	21,0 ± 0,5	21,5 ± 0,5
Массовая доля общего сахара, % на СВ	30,4 ± 1,0	27,4 ± 1,0	27,4 ± 1,0
Массовая доля жира, % на СВ	24,9 ± 0,8	18,6 ± 0,8	18,6 ± 0,8
Удельный объем, см³/г	1,9 ± 0,1	2,1 ± 0,1	2,1 ± 0,1
Крошковатость, %	46,6 ± 3	56,0 ± 3	46,3 ± 3
Общая деформация мякиша:			
– через 16 часов после выпечки	Нет данных	2,1	2,06
– через 3 суток хранения	Нет данных	1,31	2,16
– через 6 суток хранения	Нет данных	1,23	2,07
– через 9 суток хранения	Нет данных	1,56	2,29
– через 12 суток хранения	Нет данных	1,45	2,19

Рисунок 2. Влияние соотношения муки пшеничной 1-го сорта и ржаной обдирной на удельный объем (1) и высоту (2) слоеного полуфабриката



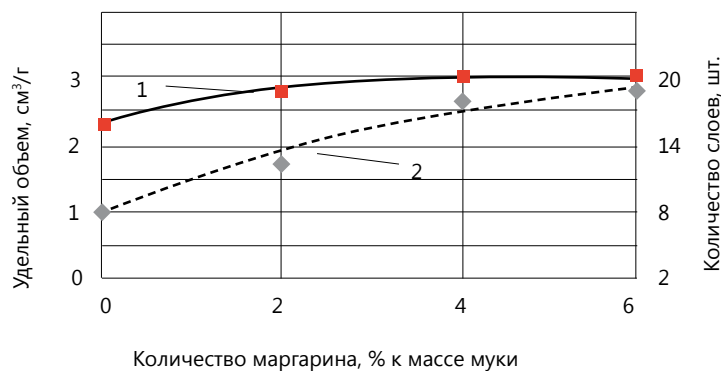


Отмечено, что замена в рецептуре кекса муки пшеничной на ржаную приводит к увеличению крошковатости изделий вследствие особенностей белково-протеиназного и углеводно-амилазного комплексов муки. Для снижения крошковатости кексов и замедления черствения часть ржаной муки (10 %) вносили в виде густой закваски влажностью 50 %.

Таблица 3. Пищевая ценность 100 г кексов на химических разрыхлителях

Наименование показателей	Содержание микронутриентов в кексе	
	из пшеничной муки «Ароматный»	из ржаной обдирной муки
Белки, г	6,5	7,2
Жиры, г	20,7	14,7
Углеводы, г	52,9	48,9
Пищевые волокна, г	1,3	5,6
Энергетическая ценность, ккал	424	356
Витамины		
B ₁ , мг	0,1	0,2
B ₂ , мг	0,1	0,2
PP, мг	0,5	0,9
Минеральные вещества		
Na, мг	61,4	118,7
K, мг	78,3	206,9
Mg, мг	8,9	33,7
P, мг	72,5	130,2
Fe, мг	1,0	2,2

Рисунок 3. Влияние количества маргарина на изменение удельного объема (1) и слоистости (2) слоеного полуфабриката с использованием ржаной муки



Использование в рецептуре кекса муки ржаной обдирной, солодового экстракта, масла подсолнечного позволило увеличить содержание в готовых изделиях пищевых волокон на 77,6 %, полиненасыщенных жирных кислот – на 67,9, витаминов B₁ и B₂ – на 50, PP – на 44,4 %, минеральных веществ: натрия – на 54,4 %, калия – на 63,9, кальция – на 30,4, магния – на 74,8, фосфора – на 46,9 и железа – на 56,5 % по сравнению с кексом «Ароматный», который был выбран в качестве контрольного образца (табл. 3). Кроме того, солодовый экстракт придает изделиям более интенсивную окраску, а в сочетании с ржаной мукой изделия приобретают приятный кисло-сладкий вкус и аромат.

В результате исследований был разработан пакет документов (ТУ, ТИ, три рецептуры) на кекс «Ржаное диво».

Достаточно высоким спросом у населения пользуется слоеный полуфабрикат, который используется для приготовления изделий с начинками, в том числе пиццы. Исследования, проведенные в нашем филиале, показали, что при замене 70 % муки пшеничной на ржаную обдирную, внесении в тесто 4 % маргарина и 5 % сухой пшеничной клейковины возможно получить слоеный полуфабрикат не только с выраженным вкусом, но и с хорошей слоистостью (рис. 2, 3).

Учитывая, что внесение ржаной муки приводит к снижению эластичности теста, было исследовано влияние способа слоения на качество готовых изделий. Установили, что наиболее выраженные слои и максимальный удельный объем изделий обеспечивает способ слоения с 81 слоем жира (табл. 4).

Слоеный полуфабрикат, приготовленный с использованием ржаной муки, отличается повышенной пищевой ценностью, так как содержит в 2,7–4 раза больше пищевых волокон, чем в полуфабрикате из



пшеничной муки, в 2–1,2 раза больше витаминов В₁ и РР, минеральных веществ (калий, магний, железо, фосфор) – в 2; 3; 2,3 и 1,6 раза соответственно (табл. 5).

Слоеные изделия с использованием ржаной муки могут вырабатываться на существующем оборудовании без начинки, с обсыпкой или с начинками преимущественно гастрономическими. Разработана техническая документация на изделия слоеные из смеси ржаной и пшеничной муки, а также на смесь хлебопекарную «Житная» для приготовления этих изделий.

Актуальным является и расширение ассортимента мучных кондитерских изделий для детского питания, в том числе кексов. Согласно Единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям к продукции (товарам), подлежащей санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю), в 100 граммах мучных кондитерских изделий должно содержаться белка не менее 10,0 г; жира – не более 25,0 г; углеводов – 45,0–68,0 г. Кроме того, для производства изделий на поточно-механизированной линии предъявляются особые требования к вязкости теста.

В качестве белковых обогатителей использовали творог, овсяную муку и сухое молоко. Для снижения вязкости теста и придания ему текучести в рецептуре изделий использовали растительное масло и сухой соевый лецитин. Динамическая вязкость теста для кексов с творогом, овсяной мукой и сухим молоком представлена на рис. 4.

На основании исследований установлено оптимальное соотношение рецептурных компонентов и влажности теста, обеспечивающих его вязкость в пределах 12,5–18,0 Па × с (при скорости сдвига 4,5 с⁻¹), что позволяет вырабатывать изделия на поточно-механизированной линии. Опытные образцы кексов, выработанные по трем рецептурам («Кекс молочный», «Кекс творож-

Учитывая, что внесение ржаной муки приводит к снижению эластичности теста, было исследовано влияние способа слоения на качество готовых изделий. Установили, что наиболее выраженные слои и максимальный удельный объем изделий обеспечивает способ слоения с 81 слоем жира.

Таблица 4. Влияние способа слоения (количество слоев жира) на показатели качества слоеного полуфабриката

Количество слоев жира	Значение показателей качества слоеных бездрожжевых изделий	
	Удельный объем, см³/г	Органолептическая оценка
81	3,6	Хорошо пропеченные с явно выраженными, отделяемыми друг от друга слоями
108	3,2	Хорошо пропеченные с выраженными, но плохо отделяемыми друг от друга слоями
256	2,5	Хорошо пропеченные с низким подъемом, с плохо выраженными слоями (избыточное выделение жира)

Таблица 5. Пищевая и энергетическая ценность 100 граммов слоеного полуфабриката

Наименование показателей	Значение показателей для изделий, вырабатываемых с использованием муки		
	пшеничной высшего сорта	ржаной обдирной, при содержании ее в рецептуре, %	
		70	50
Белки, г	7,5	10,6	9,8
Жиры, г	17,1	17,5	17,4
Углеводы, г	47,4	43,2	44,1
Пищевые волокна, г	2,3	6,7	5,6
Энергетическая ценность, ккал	373	373	372
Витамины			
В ₁ , мг	0,1	0,2	0,2
В ₂ , мг	0,1	0,1	0,1
РР, мг	0,8	0,9	1,0
Минеральные вещества			
Na, мг	425,2	425	425,2
K, мг	90,5	208,3	185,3
Ca, мг	21,0	29,7	28,3
Mg, мг	11,8	38	35,8
P, мг	68,2	122,2	112,3
Fe, мг	1,3	3,0	2,7



Опытные образцы кексов, выработанные по трем рецептурам («Кекс молочный», «Кекс творожный», «Кекс овсяный»), получили положительную оценку при их дегустации.

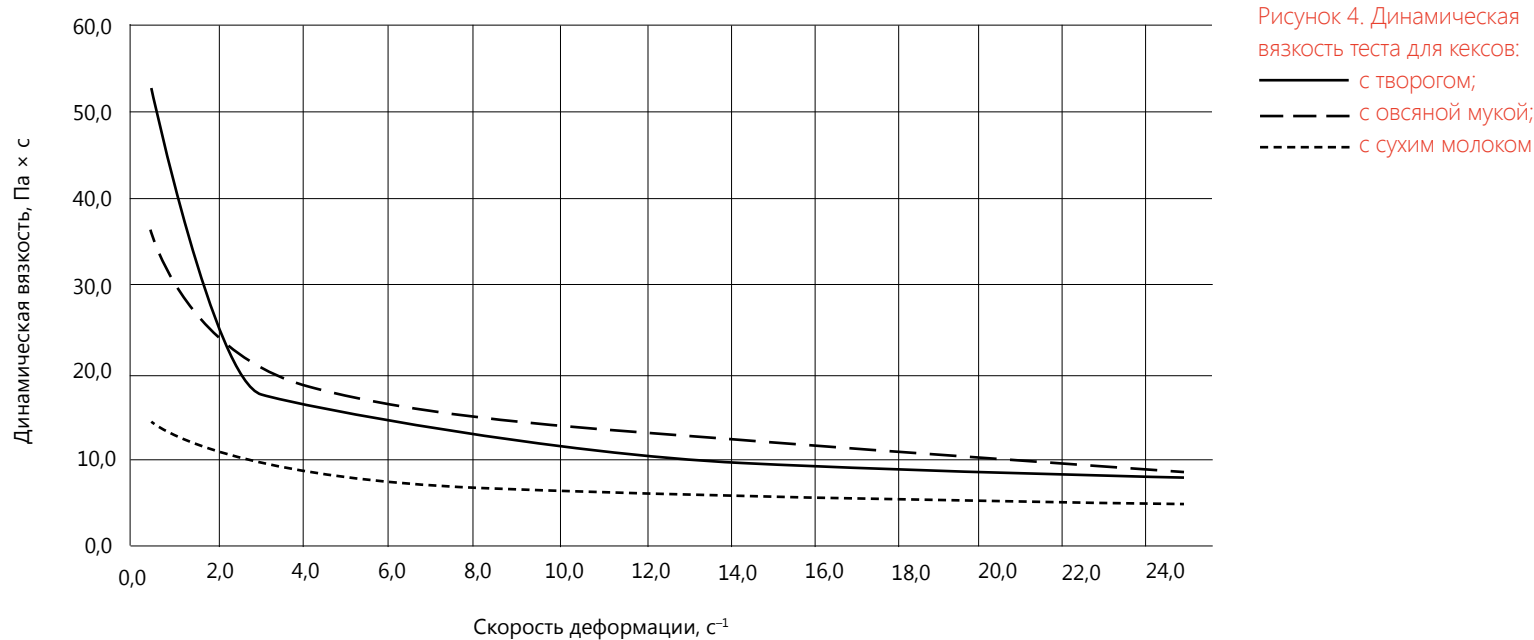


Таблица 6. Пищевая и энергетическая ценность кексов для детского питания

Наименование показателей	Значение показателей для кексов				
	на химических разрыхлителях			на дрожжах	
	с сухим молоком	с творогом	с овсяной мукой	с пшеничными зародышевыми хлопьями	с овсяной мукой
Белки, г	10	11	10	11	10
Жиры, г	21	20	19	17	12
Углеводы, г	46	45	48	46	50
Энергетическая ценность/калорийность, кДж/ ккал	1742/416	1680/401	1670/399	1594/381	1443/345

ный», «Кекс овсяный»), получили положительную оценку при их дегустации.

Кроме того, для выработки изделий на полумеханизированных линиях разработаны две рецептуры кексов на дрожжах – с овсяной мукой и с пшеничными зародышевыми хлопьями. На указанный ассортимент кексов разработана техническая документация. **КХП**

Литература

1. Кузнецова Л.С. Анализ рецептур, технологии производства и пищевой ценности кексов / Л.С. Кузнецова, М.Ю. Сиданова // Кондитерское и хлебопекарное производство. 2009. № 10. С. 6–8.

2. Химический состав российских пищевых продуктов: Справочник / Под ред. члена-корр. МАИ, проф. И. М. Скурихина и академика РАМН, проф. В.А. Тутельяна. М.: ДеЛи принт, 2002. 236 с.

3. О'Брайен Р. Жиры и масла. Производство, состав и свойства, применение / Р. О'Брайен. СПб.: Профессия, 2007. 752 с.

4. Кочетов В.К. Солодовый экстракт – улучшитель вкуса и заменитель химических разрыхлителей / В.К. Кочетов // Известия вузов. Пищевая технология. 2011. № 4. С. 42–44.



**24–25
октября
2018**

Санкт-Петербург

III Международная конференция

МАСЛОЖИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ

переработка маслосемян
масла и жиры



Организатор конференции:
Издательский дом «СФЕРА»
+7 (812) 245 67 70

Сайт конференции:
sfm.events



1.97г



2.25г



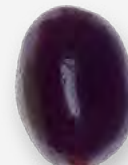
2.31г



2.42г



2.36г



2.47г



2.39г

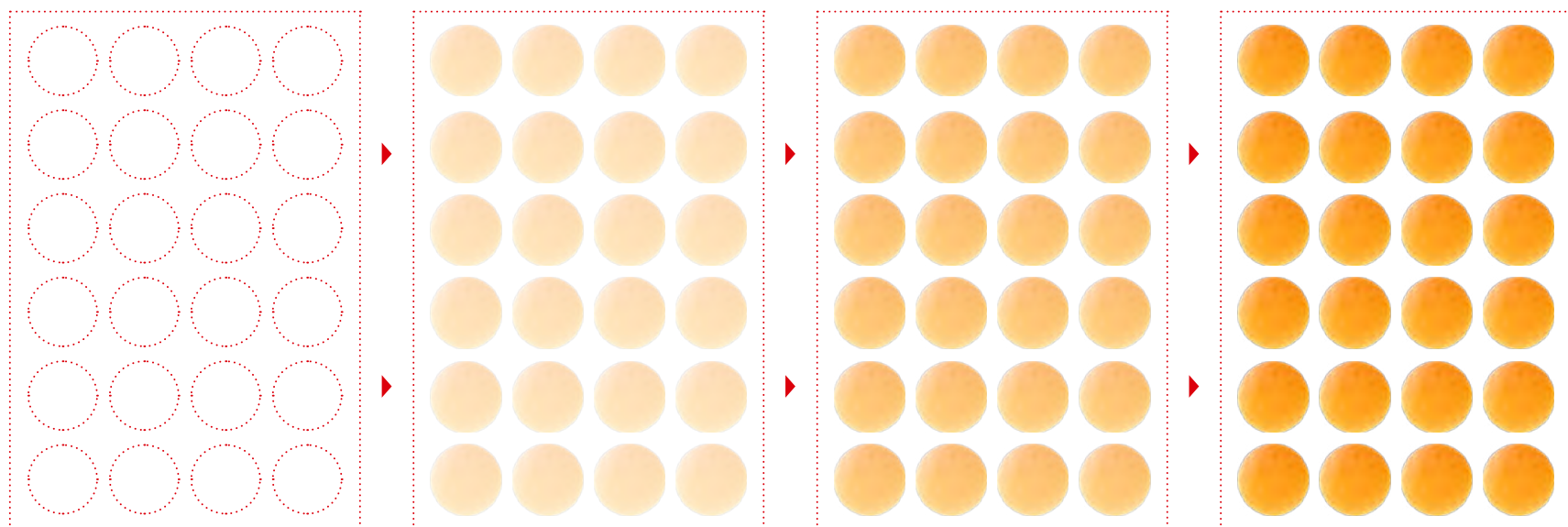


► Совершенство взвешивания и упаковки

Эффективность упаковочного процесса на вашем предприятии не должна зависеть от скорости работы линии. Ведущие в мире технологии от Ishida сочетают в себе непревзойденную точностью взвешивания с надежностью и долговечностью оборудования. Благодаря нашим решениям Вы можете существенно снизить потерю продукта на перевес и одновременно повысить эффективность производственного процесса.

Работать в гармонии - вместе с Ishida.

ishidaeurope.com



Perfection. Pan in, pan out.

AMF's **BakeTech Continuous Proofer and Oven Systems** are designed so each pan of product travels one behind the other exposing products to identical conditions, producing the most uniform baked products. The oven's individual temperature zones with repeatable baking profile memory promote product uniformity every baking cycle.

Your bakery is our world.



Join us at iba for a unique, immersive Augmented Reality experience:



Munich, Germany
15. - 20. 9. 2018
Booth B1-330



COMPLETE SYSTEM SOLUTIONS | WWW.AMFBAKERY.COM | SALES@AMFBAKERY.COM



A MARKEL FOOD GROUP COMPANY