

MODERN BAKERY MOSCOW



ОФИЦИАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ К ВЫСТАВКЕ MODERN BAKERY MOSCOW 2015

21-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА ДЛЯ
ХЛЕБОПЕКАРНОГО И КОНДИТЕРСКОГО
РЫНКА / 22–24 АПРЕЛЯ 2015 /
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» / МОСКВА



14 РЫНОК

В ближайшие годы на российском кондитерском рынке будут пользоваться спросом шоколадные изделия, фасованное печенье и продукты, относящиеся к сегменту здорового питания.



22 ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРИМЕНЯЮТ ВЫЖИДАТЕЛЬНУЮ ТАКТИКУ

MODERN BAKERY MOSCOW 2015



ЭКСПОСФЕРА

8 ДЕЛОВАЯ
ПРОГРАММА
EVENT
PROGRAM

10 ПЛАН
ПАВИЛЬОНОВ
HALL PLAN

12 СЫРЬЕ
Обеспечение продовольственной безопасности возможно только при наличии в стране сырья для производства социально значимых продуктов, в том числе хлеба.

ХЛЕБ-РЕКОРДСМЕН ОТ КОМПАНИИ «КАРАВАЙ» ОПЯТЬ СТАНОВИТСЯ ЧЕМПИОНОМ



Самый первый в Санкт-Петербурге заварной хлеб для тех, кто любит мякиш

Хлеб действительно хорош, когда его не приходится очищать от надоедливых корочек и придумывать, куда девать жесткие горбушки, которые никто вовсе не собирался покупать – считает каждый преданный любитель спелого хлебного содержимого. Компания КАРАВАЙ услышала эти пожелания и принесла глобальные перемены на столы «мягких людей». Нежный «Бородинский», деликатный «Карельский» в новом формате – из одного мякиша – влекут к себе так, что невозможно оторваться. В общем-то без особой необходимости, ведь вы все равно уже никуда не денетесь.

Толстые корочки с горбушкой остались в прошлом. А как же все остальные качества любимых заварных хлебов? Они сохраняются неизменными, как и десятки лет назад.

Самый пряный

Легкий способ мгновенно перенестись в детство – вдохнуть душистый запах заварного хлеба. Теплый кориандровый, горьковато-тиминный, чистый солодовый смешиваются с легкими нотками кисломолочной закваски и создают оригинальный букет, заполняющий мякиш до последней поры.



* На правах рекламы

ОАО «КАРАВАЙ»,
Россия, 191167,

Санкт-Петербург, ул. Херсонская, дом 22
Тел: +7 (812) 339 83 00 Факс: +7 (812) 339 83 01
www.karavay.spb.ru | karavay@karavay.spb.ru

без горбушек | для тех, кто любит мякиш

Доверяй родному хлебу!

Весна – время для всего лучшего. Хочется пробовать новое, осуществлять задуманное, превосходить других и самих себя! Вот, например, взять и выпечь любимый из поколения в поколение хлеб так, как никто еще не делал. Первыми за всю историю изготовленных по традиционной технологии «Бородинского» и «Карельского». Первыми в городе.



Самый богатый витаминами

Доказано, что заварные хлеба – чемпионы по содержанию витаминов группы В, необходимых для правильной работы нервной системы и головного мозга. Это значит, что любимые мякиши от КАРАВАЯ становятся первейшими спутниками при перегрузках на работе, а также в те дни, когда и небо, и настроение особенно затянуты тучами.

Самый гибкий

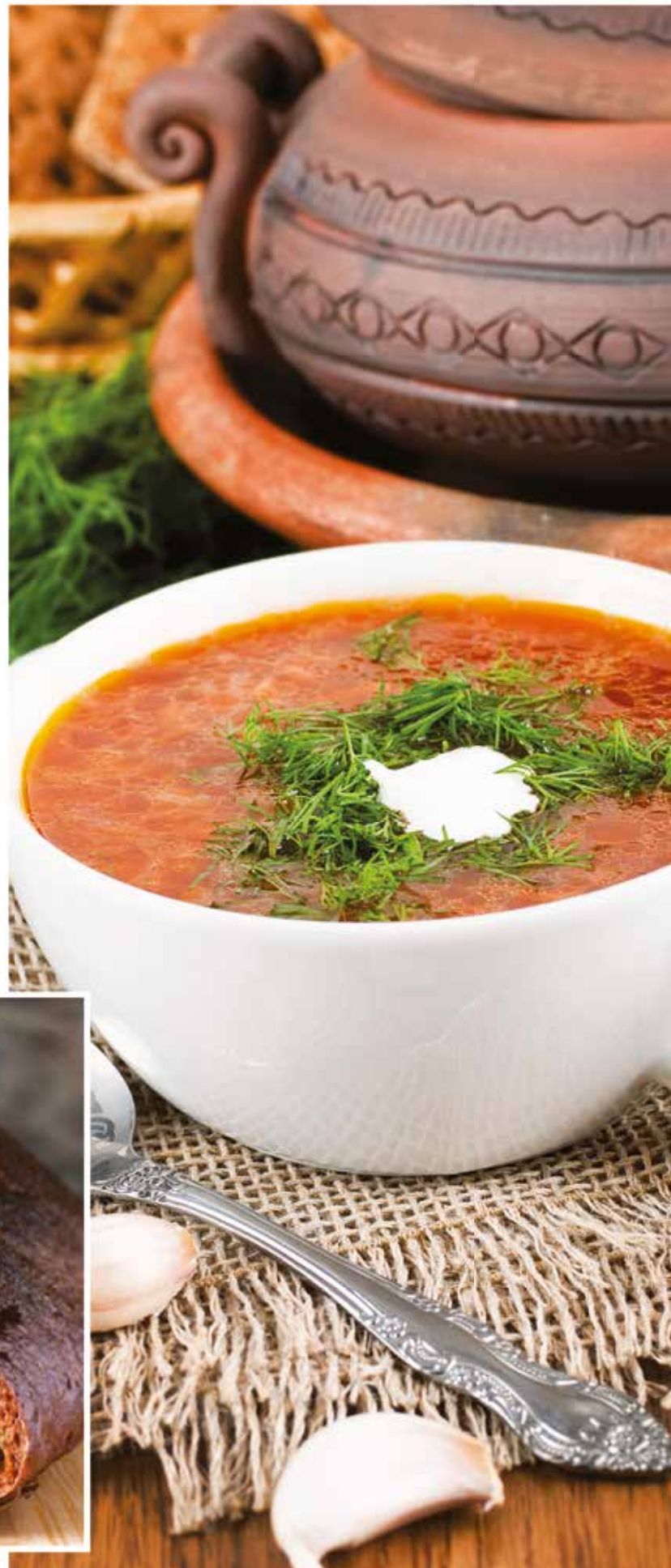
Рецептура «Карельского» хлеба разрабатывалась на основе густо-пряного старшего товарища «Бородинского» специально для того, чтобы учесть вкусы представителей противоположных лагерей. Любители острого и нежного, белого и черного, ржи и пшеницы, первых блюд и десертов, сладковатой кислинки и насыщенной сладости получили свой собственный идеальный мякиш.

Самый нечерствеющий

Есть еще одно свойство заварного хлеба от КАРАВАЯ, которое делает его идеальным для загородных пикников и дачных посиделок. По старинному русскому способу перед замешиванием теста мука «заваривается» (да, почти так же, как чай) очень горячей водой и несколько часов настаивается. Ржаной настой вызревает, пропитывается ферментами, отвечающими за свежесть мякиша и ваш прекрасный аппетит во время перекуса на залитой солнцем лужайке.

Самый счастливый

Первый ломоть после горбушки съесть – большим быть, второй съесть – богатым быть, третий съесть – удачливым быть... Наши предки верили, что хлебный мякиш приносит счастье. А с появлением новых «Бородинского» и «Карельского» больше не нужно оставлять для своих близких счастливые кусочки – счастья хватит на всех!





Профессиональные
решения

Маргарин высокожирный SolPro

СТОЛОВЫЙ МОЛОЧНЫЙ

TRANS FREE



Область применения:

Применяется при производстве мучных кондитерских и хлебобулочных изделий для изготовления сдобных, песочных и других изделий.

Функциональные преимущества

маргарина SolPro “Столового молочного” TRANS FREE:

- Универсальный маргарин.
- Готовые изделия обладают приятным вкусом и ароматом.
- Способствует образованию хорошей текстуры, высокого подъёма изделий, гарантирует мелкодисперсную пористость мякиша.
- Специально подобранный жировой состав и эмульгаторы, позволяют сохранять высокое качество готового изделия в течение всего срока годности.
- **Маргарин является продуктом TRANS FREE**

Холдинг «Солнечные продукты»:

«Жировой комбинат»

«Московский жировой комбинат»

«Новосибирский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000

Москва +7 495 777 55 01

Новосибирск +7 383 230 35 00

крупным планом



В ЭТОМ ГОДУ **MODERN BAKERY MOSCOW** ПРОДОЛЖАЕТ СОТРУДНИЧЕСТВО С БОЛЬШИНСТВОМ ПАРТНЕРОВ И СПОНСОРОВ ВЫСТАВКИ, ПРОШЕДШЕЙ В 2014. И ТАКИМ ОБРАЗОМ ПОДТВЕРЖДАЕТ, ЧТО ПОСТОЯНСТВО – ЗАЛОГ УСПЕХА.



СПОНСОРЫ ВЫСТАВКИ «СОВРЕМЕННОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ 2015»

Modern Bakery Moscow, единственная выставка на территории России и стран СНГ, представляющая весь спектр оборудования и ингредиентов для изготовления хлебобулочных и кондитерских изделий, уже более 20 лет собирает специалистов отрасли со всего мира.

ЗОЛОТОЙ СПОНСОР

RONDO
Dough-how & more.

RONDO DOUGH HOW & MORE

Вот уже более 60 лет компания разрабатывает и выпускает высококачественные машины и оборудование для изготовления самой разнообразной выпечки.

Тысячи производителей мучных изделий во всех странах мира, от небольших пекарен до крупных промышленных предприятий, ценят RONDO за надежность, оперативную техническую поддержку, а главное, за превосходное соотношение цены и качества.

СЕРЕБРЯНЫЙ СПОНСОР

DEBAG
DEUTSCHE BACKOFENBAU GMBH

DEBAG

С 1911 года компания произвела и поставила тысячи хлебопекарных печей по всему миру.

Debag предлагает инновационную, энергоэффективную и качественную технику для производства выпечки. Спектр продукции и услуг от предприятия включает в себя производство хлебопекарного и холодильного оборудования, а также аксессуаров для малых пекарен, филиалов, продуктовых магазинов, а также для гостиничного и ресторанного сектора. Компания DEBAG работает по всему миру и имеет представительства во Франции, Польше и России, а также сервисные центры в более чем 30 странах.

БРОНЗОВЫЙ СПОНСОР

THE MECATHERM GROUP
Печи - Производственные линии

MECATHERM

Компания выпускает промышленные автоматические линии для хлебокомбинатов и предлагает комплексные решения «под ключ» для производства широкой номенклатуры мучных изделий.

Обеспечивая широкий ассортимент продуктов, линии применяются в осуществлении разных технологических процессов – от изготовления сырых замороженных тестозаготовок до производства свежеспекаемых изделий.

Mecatherm имеет уникальный технологический центр на 3 тыс. кв. м с четырьмя линиями и собственную лабораторию для контроля качества изделий.

SMARTEFFICIENCY ...

ДЛЯ ВАШЕГО ПРОИЗВОДСТВА

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

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

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ КОМПАНИИ ВИНКЛЕР УНД ДЮННЕБИР

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

SMARTCONSTRUCTION

например, исполнение „EasyClean“

Для быстрой промывки оборудования и перехода от одного продукта к другому

SMARTVISION

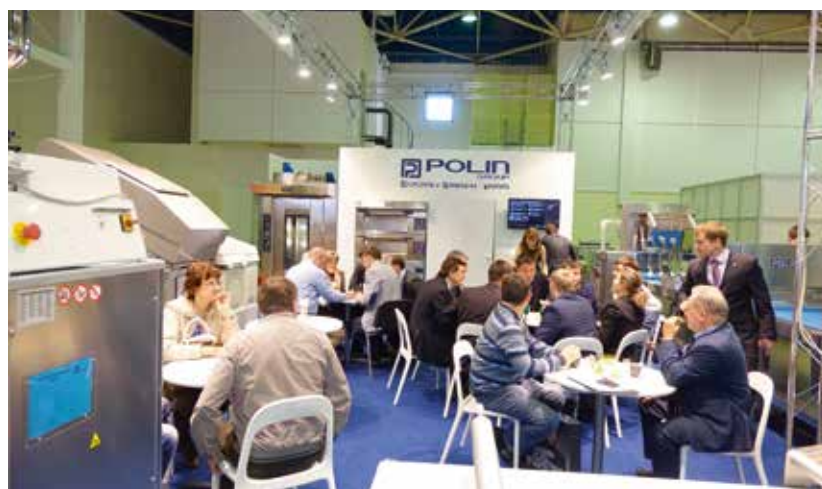
Ringstraße 1
56579 Rengsdorf · Germany
Тел. +49 2634 9676-200
Факс +49 2634 9676-269
sales@w-u-d.com

**WDS**
WINKLER und DÜNNEBIER
Süßwarenmaschinen

www.w-u-d.com

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

На сегодняшний день выставка Modern Bakery Moscow – одно из самых значимых деловых событий хлебопекарной и кондитерской отрасли во всем мире и, безусловно, ведущая специализированная выставка в этой отрасли в России и странах ближнего зарубежья.



22 АПРЕЛЯ 2015/ 22 APRIL 2015

10:30 – 11:00	Церемония официального открытия выставки Павильон 2, конференц-зал 1/ Official Opening Ceremony Pavilion 2, conference hall 1
11:30 – 13:30	Пленарное заседание «Хлебопекарная и кондитерская промышленность: проблемы и перспективы развития» Павильон 2, конференц-зал 1/ Plenary Session "The Russian bakery and confectionery industry: challenges & prospects" Pavilion 2, conference hall 1
14:00 – 17:00	Симпозиум «Хлеб – основа здорового питания» Павильон 2, конференц-зал 1/ Symposium "Bread as the basis of healthy nutrition" Pavilion 2, conference hall 1
14:00 – 16:30	Семинар «Новейшие технологии и оборудование в производстве глазури для мороженого» Павильон 2, конференц-зал 2/ Seminar "The latest technology and equipment in the production of glazes for ice cream" Pavilion 2, conference hall 2
14:00 – 16:00	Семинар «Пекарня 21 века: развитие концепта и бизнеса» Павильон 2, конференц-зал 3/ Seminar "Bakery of the 21st century: concept and business development" Pavilion 2, conference hall 3

23 АПРЕЛЯ 2015/ 23 APRIL 2015

10:30 – 13:00	Симпозиум «Практика применения технических регламентов при производстве хлебобулочных изделий» Павильон 2, конференц-зал 1/ Symposium "Application of technical regulations in bakery products production" Pavilion 2, conference hall 1
10:30 – 14:00	Семинар «Пищевые ингредиенты: вкусно, полезно, технологично» Павильон 2, конференц-зал 3/ Seminar "Food Ingredients: tasty, healthy, technological" Pavilion 2, conference hall 3
11:30 – 13:45	Семинар «Технологии глубокой заморозки в современном хлебопечении: от производства до продаж» Павильон 2, конференц-зал 2/ Seminar "Cooling and refrigeration technologies in the baked goods industry: from production to sales" Pavilion 2, conference hall 2

14:00 – 17:00	Научно-практическая конференция «Формирование условий укрепления конкурентного потенциала хлебопекарных предприятий» Павильон 2, конференц-зал 1/ Scientific-practical conference "Creating the conditions to strengthen the competitive potential of bakeries" Pavilion 2, conference hall 1
14:00 – 18:00	III Евразийский форум лидеров хлебопечения «Хлеб и здоровье планеты» Павильон 2, конференц-зал 2/ Third Eurasian Forum of Leaders in the Bakery Industry "Bread and the health of the planet" Pavilion 2, conference hall 2
14:00 – 17:30	Семинар «Маркировка кондитерских изделий: актуальные вопросы практического применения обязательных требований «первого» пакета технических регламентов Таможенного союза» Павильон 2, конференц-зал 3/ Seminar "Confectionery goods labelling: vital questions of compulsory orders application. "The first" letter of technical regulations of the Customs Union" Pavilion 2, conference hall 3

24 АПРЕЛЯ 2015/ 24 APRIL 2015

10:00 – 14:15	Деловой клуб «Лучшие региональные практики национального хлебопечения России» Павильон 2, конференц-зал 1/ Business Club "The best regional technologies of Russian national bread making" Pavilion 2, conference hall 1
10:00 – 18:15	Школа современного хлебопека и кондитера «Применение ингредиентов в инновационных технологиях хлебобулочных и кондитерских изделий. Законодательная база» Павильон 2, конференц-зал 2/ Further Education for Technologists "The use of innovative technologies for bakery and confectionery ingredients" Pavilion 2, conference hall 2
16:00 – 17:30	Круглый стол «Хлеб и здоровье населения» Павильон 2, конференц-зал 3/ Round table "Bread and health" Pavilion 2, conference hall 3



МАСТЕР-КЛАССЫ / КОНКУРСЫ MASTER CLASSES / CONTESTS

- | | |
|---|---|
| 22-23 апреля/
22-23 april | Всероссийский конкурс
«Лучший хлеб России – 2015»/
All-Russian Contest "Best bread
of Russia - 2015" |
| 22 апреля
10:00 – 17:00/
22 april | Народная дегустация
Павильон 2, стенд 23D5/
Bread tasting
Pavilion 2, booth 23D5 |
| 23 апреля
13:00 – 13:30/
23 april | Церемония награждения
Павильон 2, конференц-зал 1/
Award ceremony
Pavilion 2, conference hall 1 |
| 22-24 апреля
11:00, 13:00, 15:00/
22-24 april | Richemont мастер-классы
Павильон 2, стенд 22E1/
Richemont Master Classes
Pavilion 2, booth 22E1 |
| 22-24 апреля
10:00 – 18:00 /
22-24 april | Конкурс кондитерского искусства
Павильон 2, стенд 23D1.1/
Confectionery Art Cup
Pavilion 2, booth 23D1.1 |
| | Мастер-классы «Кофе и чай»
Павильон 2, стенд 23D7/
Master Classes "Coffee and Tea"
Pavilion 2, booth 23D7 |
| 23-24 апреля
10:00 – 17:00 /
23-24 april | Дегустационный конкурс
Павильон 2, стенд 23C4.3/
Tasting Contest
Pavilion 2, booth 23C4.3 |
| 24 апреля
13.:00 – 15:00 /
24 april | Мастер-классы по приготовлению
кондитерских и хлебобулочных изделий
Павильон 2, стенд 23C4.3/
Master-class on production of bakery goods
Pavilion 2, booth 23C4.3 |



MODERN
BAKERY
MOSCOW

XXII Международная специализированная
выставка для хлебопекарного
и кондитерского рынка

Весна 2016
ЦВК «Экспоцентр»
Москва

XXII International Trade Fair
for Bakery and Confectionery

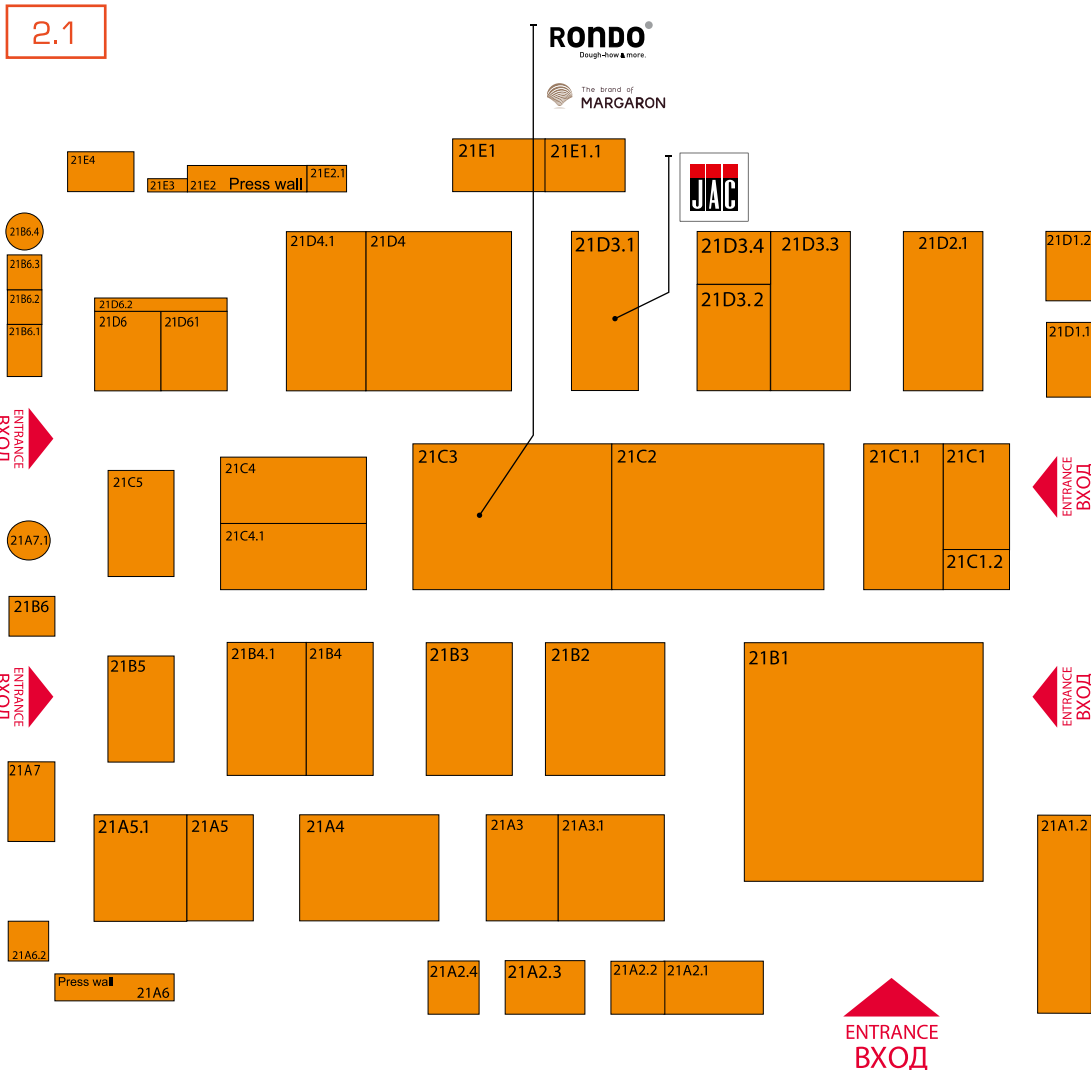
Spring 2016
IEC «Expocentre»
Moscow



Увидимся в 2016 году!
See you in 2016!

СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПО СТРАНАМ/ EXHIBITORS BY COUNTRIES

стенд/ stand	Компания/ Company
АВСТРИЯ/ AUSTRIA	
22B1	Атоллспид ГмбХ/ Atollspeed GmbH
22B1	Кольб Гез. м. б. Х/ KOLB Ges.m.b.H.
21B3	Кениг Машинен ГмбХ/ KÖNIG MASCHINEN Gesellschaft m.b.H.
РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ/ BELARUS	
22A9.5	Хлебонец/ Hlebonek
БЕЛЬГИЯ / BELGIUM	
21C1.1	Белдос Н.В. / BELDOS N.V.
21D3.1	Жак с. а./ JAC s.a.
21D3.4	Спироматик н.в./ Spiromatic NV
ГЕРМАНИЯ/ GERMANY	
22B1.1	Аннелизе Бактехник/ Anneliese Backtechnik GmbH
22B2	Айхингер/ AICHINGER GmbH
22B4.3	Брабендер/ Brabender GmbH & Co.KG
22B6.2	BEAR Mills & Tanks GmbH
22B2.1	Бернер Ладенбау ГмбХ & Ко. КГ/ Berner Ladenbau GmbH & Co. KG
22B5.2	Винклер унд Дюннебир Зюсваренмашинен ГмбХ/ Winkler und Dünnebir Süßwarenmaschinen GmbH
22B1	ВП Лебенсмительтехник РИЛЕ ГмбХ/ WP Lebensmitteltechnik RIEHLE GmbH
22B1.1	Висхой ГмбХ/ Wiesheu GmbH
22B1.1	Heuft Thermo-Oel GmbH & Co. KG
22B6.1	ГФБ Дипл. инженер Х. Гран/ GFB Gesellschaft für Betriebseinrichtung mbH
22B4.1	Дакснер-Интернешнл ГмбХ/ DAXNER INTERNATIONAL GmbH
21C2	Диосна Дирксунд Зене ГмбХ/ MIWE Michael Wenz GmbH
22D3.2	ИБА/ IBA
21D4	Кессебемер/ Kesseböhmer
22B6.3	Мессе Штутгарт/ Landesmesse Stuttgart GmbH
21C2	Миве Михаэль Венц/ DIOSNA Dierks & Söhne GmbH
22E1.0	Отраслевой журнал «Пекарня», Издательство Aspekt Medien/ Peкарня, Professional Magazine Aspekt Medien GmbH
22B1.1	ПС Мако ГмбХ/ PS-Mako GmbH
22B5.5	Sollich KG/ Sollich KG
22B5.1	Теегартен-Пактек/ Theegarten Pactec GmbH & Co. KG
21A1.2-21A1	Тулбокс Софтвэр ГмбХ/ Toolbox Software GmbH
22B2.3	Унифиллер Юроп ГмбХ/ Unifiller Europe GmbH
22A9.0	Ф2М Фуд Мультимедия/ f2m foodmultimedia GmbH
22B6	Фрич ГмбХ/ FRITSCH GmbH
22B1.1	Хойфт Термо-Ойл ГмбХ & Ко. КГ
23C4.5	Центральная специализированная школа германской кондитерской промышленности/ ZDS- The Academy of Sweets
22B5.3	Цеппелин Системс ГмбХ/ Zeppelin Systems GmbH
22B4.2	ООО «ЦСБ-Системс»/ CSB-System AG
22B5.4	Шокотек ГмбХ/ Chocotech GmbH
22B4	Шрутка-Пойкерт/ Schrutka-Peukert GmbH
ГРЕЦИЯ/ GREECE	
22A2	Гатзелакис К. & Сыновья А. К./ GATZELAKIS K. & SONS S.A.
22C3.1	Лаппас Джон Лтд./ J. LAPPAS LTD
ИСПАНИЯ/ SPAIN	
21A7	Сальва Индустриаль С.А./ Salva Industrial S.A.
ИТАЛИЯ/ ITALY	
21B4	Мондиал Форни
21A2.1	Пирон/ Piron
21D4.1	Полин/ Ing. Polin & C. s.p.a.
21A2.3	Пансистем Бейкери Экипментс Срл./ Pansystem S.r.l.
21A2.1	Сотторива/ Sottoriva S.p.a.

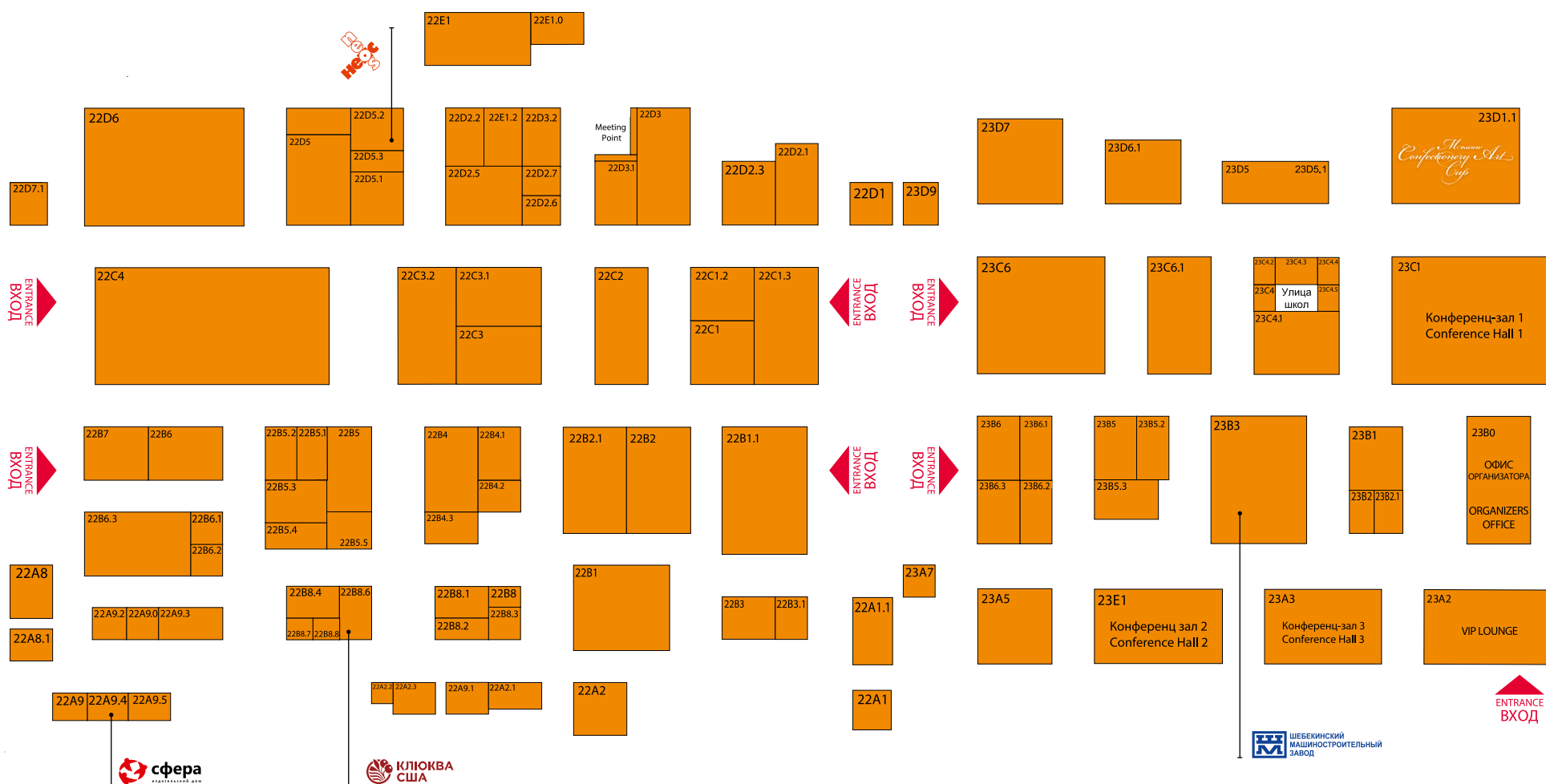


23A7	ТекнаАлиментария/ TecnAlimentaria - EDITRICE EDF TREND SRL
22C2	Текнопул/ Tecnopool S.p.A
23D9	Эдитриче Цеус/ Editrice ZEUS
21B4	Эшер Миксерз/ Escher Mixers S.r.l.
21B4	Mondial Forni S.p.A.
КАЗАХСТАН/ KAZAKHSTAN	
21D1.2	ИП «Верный Хлеб»/ Verniy Hleb
КИТАЙ/ CHINA	
22D7.1	Beijing Chaoqun Weiye International Co., Ltd
Нидерланды/ Netherlands	
22B1.1	Кома/ КОМА
22B5	Каак/ КААК B.V.
21B6	Колсон Юроп Б.В./ Colson Europe B.V.
22B5	Пцдата/ Pcdatа BV
22C3	Радемейкер Россия/ Rademaker BV
Польша/ Poland	
22B3.1	ОВО-ТЕХ/ OVO-TECH
РОССИЯ/ RUSSIA	
22B2	АйтиИ/ ITE
21C1.1	ЗАО «Антагро»/ Antagro, ЗАО
21E1	Айрин/ Irin
22B5	Антон Олерт/ Anton Ohlert GmbH & Co. KG
22B1.1	АЛИТЕТ-оборудование/ Alitet
22A8	ООО «АГРОИМПЭКС»/ Agroimpexs
22D2.3	АМФ Бейкери Системс РУС/ AMF Bakery Systems
23B1	Агрин/ Agrin
21D3.4	ООО «АИР-БЭЙН»/ Air-Bake
22D5.2	ООО «АГРАНА Фрут Московский Регион»
22A2.1	Анкад/ Анкад
21A7.1	ГК «Альтаир»/ Altair, GC
21D6.1	ООО «Берта НПП»/ Berta

21B6.3	Бизнес пищевых ингредиентов/ Business of Food Ingredients
21D2.1	Бюлер АГ (Швейцария)/ Bühler AG (Switzerland)
22D5.2	ООО «Березовый мир»/ Berezoviy Mir
22D5.2	Agrana Fruit Moscow Region LLC
23D5.1	ООО «Ватель Маркетинг»/ Vatel Marketing JSC
23C4.4	ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет инженерных технологий» (ФГБОУ ВПО «ВГУИТ»)/ Voronezh State University of Engineering
22D2.2	Всероссийский научно-исследовательский институт кондитерской промышленности/ AllRussian Research Institute of Confectionery Industry
22B7	Вахтель ГмбХ/ Wachtel GmbH
22C4	ЗАО НПП фирма «Восход»/ Voskhod
22A2.2	Васильченко Роман Владимирович ИП/ Vasilchenko IP
23B6.3	ООО «Гостол Восток»/ Gostol-Goran
21D3.3	ООО «Гольфстрим»/ Golfstream
22A9.2	ООО «Дон Фудс Рус»/ DAWN FOODS RUS Limited
21D4.1	Диво/ Divo
22A9.1	Дальняя мельница/ AIT Ingredients
21B5	ДИТО ГРУП/ DITOGROUP
22D2.1	ООО «Дозитек»/ DOZITEK LLC
21C2	ООО «Диосна-МИВЕ»/ Diosna-MIWE 21C2
21D4	Дебаг/ DEBAG Deutsche Backofenbau GmbH
22B8.3	Дэлли Группа Компаний/ Dally Group
22A9	ООО «Европак-Иваново РР»/ Evropack Ivanovo
22B8.2	Инокс маркет/ Inoks Market
22B8.2	ClipWire
22B3	ЗАО НПО «Иртыш» /Joint Stock Company «Irtysk»
22B8.7	ИнБэйк.ру/ inBAKE.ru.
21B6.4	ИД «Информ Юнион Групп»/ Inform Union Groups, publishing house
21A6	Индустрия гостеприимства, ИД «Панорама»/ Industriya gostepriimstva, PH Panorama
21A6	Contract, Publishing House
21A6	Империя холода/ Empire of Cold

2.2

2.3



23B6.2	ООО «Инженерное бюро Альфа» / Alpha Engineering
22D5.2	Кима Лимитед/ Kima Ltd
22B8.6	ООО «Криспконсалтинг»/ U.S. Cranberry Markering Committee
22B8	ООО «Клипваир»
21B1	Корнфайл/ Kornfeil spol. s.r.o
21A6	ИД «Контракт»
22C3.2	ООО «Карья Фудс»/ Karya Foods
23D6.1	ООО «КБ-НС»/ KB-NS, ООО
21D6	ООО «Копвест Сервис»/ Copvest LTD
22D3.1	ООО «Крона»/ Krona Ltd
21D3.2	ЛЕСАФР/ LESAFFRE
21A4	ООО «Лейпуриен Тукку»/ Leipurien Tukku
23B2.1	Мессе Франкфурт/ Messe Frankfurt
23C4	Московский государственный университет пищевых производств, ФГБОУ ВПО/ Moscow State University of Food Production
23C4.3	Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского/ Moscow State University of technologies and Management named after K.G. Razumovskiy
23D5	Международная промышленная академия/ International Industrial Academy
21C1.2	Мучные технологии/ Flour Technologies
23B5.2	ООО «Дилайт» (Martellato)
22D5.2	ООО «Неос Ингредиентс» / Neos Ingredients Ltd.
22D6	ООО ПКФ «Нижегородский хлеб»/ Nizhegorodski Khleb
22A1.1	ЗАО «НТК-Контур»/ NTK-Kontur
21A5.1	ООО «Новакарт»/ Novacart
22D5.2	Протеин Плюс/ Protein Plus LTD.
22D5.1	ПАО «Петербургский мельничный комбинат»/ Saint Petersburg Milling Plant, JSC
22A8.1	Журнал «ПАРТНЕР: Кондитер, Хлебопек»/ PARTNER: Confectioner, Baker
21A6	Продуктовый бизнес/ Produktovy biznes
21E2	Профпресса/ PROFPRESSA
22D5.3	Издательство «Пищевая промышленность»/ Food industry, publishing house
22A2.3	МК «Полимер»/ Polimer МК
21A2.2	ООО «Пищепропродукт»/ Pisheproproduct

22A1	ЗАО ПК «Пакет-Сервис»/ Paket-Service
23D7	Ассоциация «РОСЧАЙКОФЕ»/ RUSTEACOFFEE, Association
21E2	Журнал «РестораторСHEF»/ RestoratorCHEF, magazine
22B1	Риле Рус/ RIEHLE-RUS
22B5	Ресторановедъ/ Restoranovedъ
22C1.2	Рикерманн Сервисес Лимитед, Московское Представительство общества/ Rieckermann
21C3	ООО «Рондо Русь»/ Rondo Rus
23C6	ООО «Русская Трапеза»/ Russkaya Trapeza
21B1	ООО «Ревент Рус»/ Revent-Rus
22B8.4	ООО «Сiesta»/ Siesta, LLC
22D5.2	Союз производителей пищевых ингредиентов/ Food Ingredients Producers Union (FIPU)
22A9.4	Издательский дом «СФЕРА»/ SFERA, Publishing House
23B5	Сандвик Процесс Системз АБ/ Sandvik Process Systems AB
22D5	ООО «Смег Россия»/ SMEG
21A3	ООО «Свеба Дален Рус»/ Sveba Dahlen Rus Ltd
21C4	ООО «Корпорация СЭМЗ»/ SEMZ
22B1	ТК Консалтинг Групп/ TK Consulting Group
22B8.1	Тверской завод пищевого оборудования/ Tver food equipment factory
22D1	Тэнтэ СИА/ ТЕНТЕ
22D2.3	Тромп Групп Россия/ Tromp Group B.V.
21A3.1	Таурас-Феникс, ЗАО/ Tauras-Fenix
23B6.1	ЗАО «Техлен»/ Tehlen, ЗАО
23C6.1	ЗАО «Унигра»/ Unigra SRL
23B5.3	ФГБНУ НИИ хлебопекарной промышленности/ State scientific Institution Research Institute of the Baking Industry
23C4.2	Филиал Северо-Кавказского федерального университета в г. Пятигорске/ Branch of the North Caucasus Federal University in Pyatigorsk
21A6.2	ФинКоутингСистемс/ FinCoatingSystems
21B4.1	ООО «Фаворит-Техпром»/ Favorit-Techprom
22B8.8	Журнал «Хлеб & Ю»/ BREAD & Co. Magazine
21B6.2	ХОРЕКА.РУ/ Horeca
21E2	ИД «Холодильная техника»/ Kholodilnaya Tekhnika, Publishing House

21E2	Журнал «Хлебопекарный и Кондитерский Форум»/ Baking & Confectionery Forum, magazine
21B6.1	Журнал «Кондитерское и Хлебопекарное производство»/ Confectionery and Baking Industry Magazine
21E2.1	Хлебопродукты/ KHEBOPRODUCTY
22A9.3	ООО «Хабазит»/ Habasit Ltd
23D1.1	Школа шоколада/ School of Chocolate
23B3	ОАО «Шебекинский машиностроительный завод» / Shebekinsky Engineering Plant
ТУРЦИЯ/ TURKEY	
21E4	Аролез Гида Санай ве Тикарет А.С./ AROLEZ GIDA
23B6	Гиришим Макина/ Girişim Mak. San Tic. Ltd. Sti
21E1.1	Загбил Пэкаджин Машинс Лтд./ Sagbil Packaging Machines LTD
21C5	Йездани Петроль Инсаат Отомотив Сан. Тик. Лтд. Сти/ Yezdani Petrol
22C1.3	Коринокс/ CORINOX
22D3	Матас Гида Макиналари/ Mataş Gıda Makinaları
22C1	Пак Ихражат А. Ш./ Pak Ihracat A.S.
21C4.1	Полен Фуд/ Polen un ve Gıda Katkı MAD
23C4.1	СГС Мутфак Экипманлари Лтд. Сти/ SGS Mutfak Ekipmanlari Ltd Sti
ФИНЛЯНДИЯ/ FINLAND	
21A5	Фазер Миль & Миксес/ Fazer Mill & Mixes
ФРАНЦИЯ/ FRANCE	
21D1.1	ВМИ/ VMI
21C1.1	Мекатерм/ MECATHERM S.A.
ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА/ CZECH REPUBLIC	
21B2	Й 4 с. р. о. / J 4 s.r.o.
21C1	Либерецкий машиностроительный завод/ Liberecke Strojirny S.r.o.
21C1	ООО «Скларске Строе Зноймо» / Sklarske Stroje Snjmo S.r.o
ШВЕЙЦАРИЯ/ SWITZERLAND	
22E1	Центр повышения квалификации Ричемонт/ Richemont



Автор:
Елена
Максимова

ОАО «Колос»,
фото: Татьяна
Путинцева,
ИД «Сфера»



ВОЗМОЖНО ЛИ ПРИМИРИТЬ
ИНТЕРЕСЫ ГОСУДАРСТВА,
ЗЕРНОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ,
МУКОМОЛОВ И ХЛЕБОПЕКОВ?

Зерно: поиск механизмов взаимодействия

К тому факту, что Россия – государство с сырьевой экономикой, экспортирующее сырье для изготовления технологически сложной продукции, в том числе и продовольственных товаров, за долгое время привыкли не только наши соотечественники, но и жители других стран. За рубежом наши сельхозпроизводители поставляют значительные объемы рыбы, масличных, сахара. И конечно, зерна, из которого, в свою очередь, изготавливается мука. Причем даже события, произошедшие в августе, не заставили российских зернопроизводителей по-новому посмотреть на внутренний рынок и на нем, а не на экспорте, сосредоточить свой бизнес.

СТОЛКНОВЕНИЕ ЗЕРНОВЫХ ИНТЕРЕСОВ

Причины такой расстановки приоритетов игроками зернового рынка вполне понятны: иностранные пред-

Когда курс рубля по отношению к доллару и евро падает, наши предприниматели от зарубежных заказчиков получают более весомую прибыль, чем от российских предприятий.

приятия за зерно расплачиваются валютой и, когда курс рубля по отношению к доллару и евро падает, наши предприниматели от зарубежных заказчиков получают более весомую прибыль, чем от предприятий российских, которые платят по контрактам в рублях. Соответственно, для отечественных компаний зернопроизводители тоже поднимают цену – таковы правила экономики. Однако если задача бизнеса – заработать, то основная установка государства – обеспечение продовольст-

венной безопасности. И выполнение этой задачи возможно только при наличии в стране сырья для производства социально значимых продуктов, в том числе хлеба. А следовательно, зерно в значительных объемах должно оставаться в стране. При этом наши представители власти говорят и о поддержке предпринимательства – как в агросекторе, так и в сфере производства продуктов питания. Но возможно ли найти механизмы взаимодействия, которые были бы выгодны всем?

Самый простой вариант – законодательное сдерживание цен на зерно. В этом случае мукомолы смогут изготавливать для хлебопеков дешевую муку, а у производителей выпечной продукции, в свою очередь, появится возможность не повышать цену на свой товар. Однако в этом случае зернопроизводители будут в убытке. Необходимо искать другие варианты.

ГОСЗАКУПКИ

Один из способов хотя бы частично стабилизировать цены на зерно и не допустить их резкого скачка – госзакупки. Аграрный портал «Агроинфо» в конце марта сообщил, что государство увеличило закупки зерна в рамках интервенций в пять раз – до 45,8 тыс. т, что свидетельствует о балансе на рынке. В частности, 17 марта было закуплено 23,22 тыс. т зерна на 233,3 млн рублей, а 18 марта – 22,55 тыс. т на 219,5 млн рублей, при этом продавалась пшеница 3-го, 4-го и 5-го клас-

сов, а рожь – не ниже 3-го класса. Таким образом, зернопроизводители продают зерно по рыночной стоимости, а не по заниженной цене.

По замыслу, интервенционное зерно должно делиться между мукомольными и хлебопекарными предприятиями регионов, которые испытывают дефицит сырья. Однако в этом году было принято решение значительную часть зерна от госзакупок распределить между предприятиями Москвы и Московской области, чтобы позволить компаниям не повышать цены на мучную продукцию. Безусловно, хлебопеки и мукомолы из других регионов остались не довольны таким решением, ведь дешевое зерно могло бы стать хорошим подспорьем и для других регионов.

ПОВЫШЕНИЕ ПОШЛИНЫ

Представители власти нашли еще один способ стимулировать наших зернопроизводителей продавать сырье на внутреннем рынке: с 1 февраля была введена экспортная пошлина на пшеницу в размере 15% плюс 7,5 евро, но не менее 35 евро за тонну. Ее действие продлится до середины текущего года.



Интервенционное зерно должно делиться между мукомольными и хлебопекарными предприятиями регионов, которые испытывают дефицит сырья.

И такой шаг дал свои плоды: по данным Минсельхоза РФ, экспорт зерна из России с момента введения пошлины сократился более чем в два раза, тогда как в январе его темпы были значительно выше прошлогодних. Другие же специалисты говорят о том, что введенная экспортная по-

шлина изменила лишь структуру и географию российского зернового экспорта, а не отменила сам факт поставок сырья за рубеж. Об этом «Интерфаксу» сообщил заместитель директора департамента стратегического маркетинга ЗАО «Русагротранс» Игорь Павенский. По

его словам, в марте основным покупателем российского зерна стала Саудовская Аравия, которая является одним из ведущих мировых покупателей ячменя, а экспорт ячменя пошлиной не облагается.

По данным эксперта, в марте доля Саудовской Аравии в экспорте российского зерна составила 28% (499 тыс. т). На втором месте – традиционный крупный покупатель российской пшеницы Турция с долей в 25% (449 тыс. т).

Всего же в марте Россия экспортировала 1,78 млн т зерна против 1,24 млн т в феврале. Доля экспорта пшеницы в поставках снизилась до 30% с 37% месяцем ранее. Экспорт ячменя, напротив, вырос.

Таким образом, очевидно что, в первую очередь, представители бизнеса ищут возможности получения прибыли. И никакие барьеры здесь действовать не будут. Поэтому, чтобы не приобретать муку по завышенной цене в период дефицита - реального или созданного искусственно, хлебопекарным предприятиям стоит позаботиться о хорошем запасе сырья для производства выпечки. □

реклама

конференция

WORLD SOY-FEEDS

МИРОВАЯ СОЯ – КОРМА

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

Россия | Санкт-Петербург | Сокос Отель Palace Bridge

3-6 июня 2015



Организатор конференции:

Контакты:

Санкт-Петербург
Тел. +7 (812) 70-236-71

Регистрация и подробная информация на сайте
www.soya2015.sfera.fm

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



Автор:

Елена
Максимова

МИРОВОЙ РЫНОК СЛАДОСТЕЙ ОЦЕНИВАЕТСЯ В 150 МЛРД ДОЛЛАРОВ В ГОД. И 20-Я ЧАСТЬ ЭТОГО ОБЪЕМА ПРИХОДИТСЯ НА РОССИЮ. ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЛЮБОВЬ НАШИХ СООТЕЧЕСТВЕННИКОВ К КОНДИТЕРСКИМ ИЗДЕЛИЯМ ОЧЕВИДНА.

Тенденции рынка кондитерских изделий

По оценкам компании Euromonitor International, кондитерский рынок России с 2010 по 2014 год показывал положительную динамику, продемонстрировав прирост в натуральном выражении на 17%. При этом в России самыми популярными сладостями, по результатам исследований, остаются шоколад и шоколадные изделия.

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

Исследователи Euromonitor International отмечают, что за последние пять лет рост российского рынка упакованных кондитерских изделий



составил 17% в натуральном выражении. При этом рынок сахаристых изделий в России сократился на 1% за счет карамельных конфет. На фоне растущего ассортимента других сладостей, включая шоколад и печенье, а также за счет увеличившихся в 2010–2014 годах доходов населения, наблюдался отток потребителей в более интересные и менее консервативные категории.



Зачастую кондитеры предлагают любителям конфет не просто съесть лакомство, но и оунуться в историю Отечества.

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

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

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

Из результатов исследования можно сделать вывод, что в ближайшие годы на российском кондитерском рынке будут пользоваться спросом шоколадные изделия, фасованное печенье и продукты, относящиеся к сегменту здорового питания.

ВКУСНАЯ ПОЛЬЗА

Один из важнейших трендов продовольственного рынка в целом и рынка кондитерских изделий в частности – натуральность и польза. Именно поэтому на прилавках наших магазинов появляется все больше продуктов с «чистой» этикеткой, цельным зерном, натуральными соками, пищевыми волокнами, витаминными комплексами. В крупных супер- и гипермаркетах все чаще можно видеть специальные отделы с продуктами, позиционируемыми как «здоровые». Особо передовые производители кондитерских изделий добавляют в свою продукцию ингредиенты, ко-

Даже несмотря на сложную экономическую ситуацию, российские производители кондитерских изделий выпускают на рынок новинки в сегменте здорового питания, которые, благодаря натуральности компонентов и наличию полезных для организма функциональных ингредиентов, относятся к среднему и премиальному ценовым сегментам.

торые только начинают завоевывать популярность на российском рынке, например, семена чиа. Однако не у всех такие эксперименты пользуются успехом. Дело в том, что внешне семена чиа очень похожи на мак, однако стоят они в несколько раз дороже. И потребители, думая,

что в выпечку добавлен мак, а не чиа, считают цену на изделия завышенной и не покупают их. Это говорит лишь об одном: прежде чем создавать какой-либо продукт с добавлением современных дорогостоящих ингредиентов, необходимо изучить потребительские предпочтения.

Однако некоторым производителям кондитерских изделий удается создавать оригинальные и полезные продукты, которые завоевывают любовь потребителя. Для того чтобы сделать свою продукцию полезной, изготовители выпускают продукцию, содержащую максимум полезных ингредиентов и минимум сахара. Так, группа компаний «ГУД-ФУД» в конце прошлого года предложила российскому рынку хрустящие хлебцы торговой марки SANTE, произведенные в соответствии с технологией низкого уровня влажности. Это легкий пшеничный продукт, один хлебец содержит всего 18 ккал в отличие от обычного кусочка хлеба, калорийность которого – 65 ккал. Кроме того, продукт не содержит жира, консервантов и сахара.

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

$$\frac{1 + 1}{=} = 3$$

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



JAC



Ферментатор для жидких заквасок

TradiLevain + **TradiForm**

Делитель-формовщик

WWW.JAC-MACHINES.COM



Рынок сахаристых изделий в России сократился на 1% за счет карамельных конфет.

укреплению иммунитета. Еще одна компания – «Приморский кондитер» – в марте анонсировала выпуск ограниченной серии натурального мармелада на агаре с натуральными ягодами барбариса.

Таким образом, даже несмотря на сложную экономическую ситуацию, российские производители кондитерских изделий выпускают на рынок новинки в сегменте здорового питания, которые, благодаря натуральности компонентов и наличию полезных для организма функциональных ингредиентов, относятся к среднему и премиальному ценовым сегментам. А значит, потребительский спрос на такие продукты не падает даже в условиях снижения доходов населения.

МОДНЫЕ ВКУСЫ ТРАДИЦИОННЫХ ЛАКОМСТВ

Потребление мучных кондитерских изделий, как уже отмечалось, в нашей стране достаточно высокое. Их приобретают и в качестве десерта к чаю, и для быстрого перекуса. И зачастую российскому потребителю хочется себя не только побаловать, но и удивить, попробовав что-то новое. Пробовать новинки больше свойственно молодежи. А чтобы привлечь данную целевую аудиторию, и вкусы предлагаемых продуктов должны

Пробовать новинки чаще всего свойственно молодежи. А чтобы привлечь данную целевую аудиторию, и вкусы предлагаемых продуктов должны быть молодежными и модными.

быть молодежными и модными. Некоторые специалисты рынка считают, что молодым людям могут быть интересны кондитерские изделия со вкусами колы и популярных клубных коктейлей, таких как «Мохито» и «Космополитен». Поставщики ингредиентов уже активно предлагают производителям кондитерских изделий подобные наполнители и жировые начинки. Стоит отметить, что, согласно исследованию, которое компания Synovate Comcon проводила осенью прошлого года, большинство российских потребителей любит именно колу. Этот вкус предпочитают более 30% опрошенных. Поэтому логично предположить, что и сладости со вкусом колы нашим соотечественникам придутся по душе. Жировые начинки с необычными вкусами могут понравиться изготовителям вафель. Сегодня на прилав-

ках магазинов можно встретить широкий ассортимент данных продуктов. Как правило, это изделия со сливочным, шоколадным, кофейным, ореховым или цитрусовым вкусами. Только представьте, в какой восторг придут наши соотечественники, увидев рядом с традиционными вафлями новинки со вкусом колы, зеленого чая, мохито или космополитена! А если они еще будут дополнены яркой эмоциональной упаковкой, то их обязательно попробуют!

ПАТРИОТИЧНЫЕ ЛАКОМСТВА

Говоря о тенденциях современного кондитерского рынка, нельзя забывать и про социально-политический аспект. В последнее время все больше наших соотечественников доверяют политическому курсу, которого придерживается государство.

Об этом говорит спрос на одежду и аксессуары с символикой страны или портретом президента РФ. Производители продуктов питания, в том числе кондитерских изделий, тоже следят за общественными явлениями. Именно поэтому сегодня в магазинах можно встретить историко-патриотические конфеты от разных производителей. Зачастую кондитеры предлагают любителям конфет не просто съесть лакомство, но и окунуться в историю Отечества, напомнить о ярких событиях в жизни современной России. Например, к новогодним праздникам в Благовещенск была завезена партия конфет с провокационным названием «Крым. А ну-ка отбери». А линейка конфет «Тайны империи», также недавно появившаяся на прилавке, рассказывает о некоторых фактах из жизни руководителей Российского государства. В этой же серии – императорские и царские советники. Историческая информация располагается на внутренней стороне обертки.

Таким образом, предложить рынку актуальные и востребованные продукты производители могут только в случае, если они будут ориентироваться на потребительские предпочтения и современные тренды – как рынка продуктов питания, так и общественно-политические. ■

В РОССИИ КЛЮКВУ СЧИТАЮТ ТИПИЧНО «РУССКОЙ» ЯГОДОЙ. И НЕМНОГИЕ ЗНАЮТ, ЧТО США ЗАНИМАЮТСЯ ЕЕ КУЛЬТИВАЦИЕЙ И ПОСТАВЛЯЮТ ПО ВСЕМУ МИРУ.

Разнообразить ассортимент – легко!

Американская крупноплодная клюква (*Vaccinium Macrocarpon*) и обыкновенная, евразийская (*Vaccinium Oxococcus*) – это два разных вида. Они отличаются друг от друга внешне и по химическому составу. Из евразийской клюквы, которая растет на болотах, хорошо получают соки и морсы, но в сушеном виде она теряет всю свою сочность. Крупноплодная же ягода не такая сочная, поэтому она отлично подходит для засушивания и, соответственно, использования в производстве продуктов питания, в том числе в кондитерских изделиях. Сушеная клюква из США появилась на российском рынке относительно недавно, но несмотря на это она активно используется в хлебопечении и кондитерском производстве. В магазинах можно найти хлеб, разные виды печенья, фруктовые батончики, конфеты, нугу и снеки – все это с сушеной клюквой. Производители выбирают этот ингредиент по многим причинам: сушеная клюква очень проста в использовании, она не требует особых условий хранения. Кроме того, сушеная клюква обладает высокой диетической ценностью и доступна круглый год. Использование сушеной клюквы позволяет хлебозаводам, пекарням и кондитерским цехам расширить ассортимент продукции, обладающей повышенными потребительскими свойствами, и увеличить покупательский спрос.

СУШЕНАЯ КЛЮКВА В ВЫПЕЧКЕ*

В зависимости от выпечки сушеная клюква по-разному раскрывает свой вкус. Ее можно использовать при производстве ржаных и ржано-пшеничных сортов хлеба. В этом случае вкус сушеной клюквы можно оттенить кориандром или другими специями. Также сушеную клюкву, нарезанную на половинки, можно использовать при выпечке пшеничных сортов хлеба и при произ-



Сушеная клюква из США появилась на российском рынке относительно недавно, но несмотря на это она активно используется в хлебопечении и кондитерском производстве.

водстве хлеба из смесей. В сдобе вкус интересно раскрывается вместе с цитрусовыми нотками и шоколадом. Вносить ее в тесто лучше в процессе обминки или за две-три минуты до конца замеса. Расширить ассортимент кексов и маффинов возможно простой заменой изюма на сушеную клюкву в том же процентном соотношении. Кроме того, мелко нарезанную клюкву (1-3 мм или 3-5 мм) можно добавлять в отсадное, затяжное, сахарное печенье и крекеры.

ПОЛЬЗА КЛЮКВЫ

Клюква содержит огромное количество антиоксидантов и других фитонутриентов. По данным исследования, проведенного Министерством сельского хозяйства США, клюква входит в топ-5 продуктов с самой высокой концентрацией антиоксидантов в одной порции. В исследование были включены более 1,1 тыс. наиболее употребляемых



продуктов и напитков, и оно явилось крупнейшим систематизированным изучением продуктов питания на предмет антиоксидантов. Антиоксиданты защищают клетки нашего организма от окисления и действия свободных радикалов, которые по мнению экспертов вызывают болезни сердца, рак и другие заболевания. Исследования показывают, что антиоксиданты, поступающие с пищей, более полезны, чем диетические добавки. Они работают лучше всего в сочетании с другими антиоксидантами и питательными веществами, естественным образом присутствующими в продуктах питания. Таким образом, клюква, доступная в различных формах, включая сушеную, – прекрасный способ добавить антиоксиданты в ваш ежедневный рацион. ■

* Все предложения по использованию сушеной клюквы в выпечке носят рекомендательный характер.



Подготовила: **Елена Максимова**



ООО «ТРИЭР»
115516, Москва, Кавказский бульвар, д. 59, стр. 1
Тел.: +7 (495) 648-07-90, +7 (495) 980-70-90
Факс: +7 (495) 648-07-91
E-mail: info@trier.ru, www.trier.ru

ООО «ИРЕКС»
115093, Москва, ул. Щипок, д. 18, стр. 3
Тел.: +7 (495) 959-71-39, +7 (495) 959-71-40
Факс: +7 (495) 959-71-38
E-mail: ireks@ireks.ru, www.ireks.ru

Готовые решения для кафе-пекарен от «ИРЕКС» и «ТРИЭР»

Существует три способа производства свежей продукции в кафе-пекарне: изготовление выпечки по полному циклу, использование замороженных полуфабрикатов и приготовление изделий с использованием высокотехнологичных ингредиентов. О достоинствах и недостатках каждого из них, а также о решениях, которые позволяют владельцам кафе-пекарен изготавливать качественную продукцию, не используя сложных технологий, рассказывает директор по маркетингу ООО «ТРИЭР» Алексей Свешников.

– Алексей, расскажите об основных достоинствах и недостатках известных производителям способов изготовления выпечки.

– Плюсы производства по полному циклу в том, что вы всегда контролируете качество готовой продукции. Однако такое производство предполагает еще и огромные площади, а также затраты на оборудование, электроэнергию, воду.

Изготовление продукции хлебопекарных и кондитерских смесей – наиболее удачный вариант. Покупая такие смеси, наши клиенты не экспериментируют, а получают гарантированный результат. Многие кафе-пекарни отдают свои бизнес-процессы на аутсорсинг, например, бухгалтерию или ИТ. Выбирая же высокотехнологичные ингредиенты, заведение передает такие сложные задачи, как подбор, безопасность и контроль качества сырья, разработка ТУ профессионалам с большим опытом работы. Помимо перечисленных достоинств, мы не только можем предложить богатый ассортимент и стабильное качество готовых изделий, но и технологическую и маркетинговую поддержку. В сотрудничестве с нами, вы сможете больше времени посвятить созданию уникального и неповторимого концепта заведения, что несомненно оценят ваши гости.

– Для изготовления каких видов продукции лучше всего подходят данные ингредиенты?

– Если говорить именно о хлебопекарных смесях, то мы как поставщики данной продукции предлагаем ингредиенты для производства широкого ассортимента изделий: булочек, багетов, подовых и заварных хлебулочных изделий, обогащенных масличными и злаковыми культурами. Мы также занимаемся производством смесей для кондитерской промышленности.

– Расскажите о вашем ассортименте подробнее.

МНЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ:



Алексей Свешников,
директор по маркетингу ООО «ТРИЭР»:

«Выбирая хлебопекарные и кондитерские ингредиенты, предприятие передает такие сложные задачи, как подбор, безопасность и контроль качества сырья, а в некоторых случаях и создание неповторимого собственного стиля заведения профессионалам отрасли с большим опытом работы.»

– Для кафе-пекарни мы можем предложить готовую ассортиментную матрицу – минимальный перечень продуктов, которые должны быть представлены в заведениях в соответствии с их категорией. Это проверенные хиты, на которых можно действительно заработать. Смесь ЧИАБАТТА для производства специального итальянского хлеба, смесь БОН БАГЕТ для изготовления настоящих французских багетов, закваска ФЛЮССИГЗАУЭР для производства хлеба из ржаной и ржано-пшеничной муки, ФРУТЗАНД для изготовления различных видов кексов, масляных бисквитов, АСТРИ МАФФИН КОНЦЕНТРАТ для маленьких порционных маффинов и ШОКО РЮР для производства шоколадных кексов. Также сюда можно добавить ассортимент для сегмента HoReCa, если пекарня будет работать и в режиме кафе: смесь БОУ ДЕ КЕЖО для производства сырных булочек, ИРЕКС ПУМПЕРНИКЕЛ для изготовления традиционного немецкого хлеба, который можно использовать при приготовлении различных бутербродов и канапе, МЕЛЛА КРУАССАН для слоеных изделий, МЮРБКВИК для приготовления песочного теста.

– Какая выпечка сегодня пользуется в кафе-пекарнях максимальным спросом? Входят ли в ваш ассортимент смеси для производства данных изделий?

– Спросом пользуются мелкоштучные изделия, слойки, сдоба, маффины, пироги, профитроли,



Пример выкладки изделий.

эклеры, традиционные торты, снеки. Для всех видов этой выпечки мы можем предоставить не только ингредиенты, но и оригинальные рецепты, варианты сервировки, решения по выкладке товаров на витрине. Также мы можем создать фирменный стиль изделий, помочь в разработке печатной продукции (ценников, бандеролей для хлеба, упаковки) или в организации акции, например, на сезонный ассортимент.

– Расскажите про ваши принципы и стратегию работы с российскими кафе-кондитерскими. Какие нюансы вы учитываете, работая с данным сегментом рынка?

– Главный принцип: клиент всегда прав! Мы готовы консультировать даже при старте с нуля. И стремимся стать для наших клиентов источником, который позволяет почерпнуть необходимую информацию, постоянно пополняется новым опытом и идеями со всего мира.

Справка

Компания «ИРЕКС» была основана в середине 19 века и уже более 155 лет производит качественные ингредиенты для хлебопекарной и кондитерской промышленности. Закрытая, полностью автоматизированная система гарантирует высокий уровень качества и безопасности.

К ДНЮ ПОБЕДЫ – СЛАДОСТИ В ЮБИЛЕЙНОМ ДИЗАЙНЕ

Весь мир 9 мая будет отмечать героическую дату в истории нашей страны – 70-летие Победы в Великой Отечественной войне. К священному празднику холдинг «Объединенные кондитеры» выпустил ограниченные партии кондитерских изделий в специальном юбилейном дизайне. Это станет знаком искренней благодарности и признательности всем ветеранам и участникам Великой Отечественной войны.



Многие фабрики холдинга «Объединенные кондитеры» стали непосредственными участниками суровых испытаний военных дней.



С 1 апреля коробки конфет «Подмосковные вечера»®, «Ассорти букеты», шоколад «Русский шоколад»®, «Гвардейский»® и «Слава»® поступили в продажу на всей территории России. Предприятия Холдинга выпустят около 90 т кондитерских изделий в праздничной упаковке. Представленные изделия выбраны не случайно: они отражают суть праздника и у многих ассоциируются именно с Днем Победы. Новый дизайн традиционных кондитерских изделий соответствует атмосфере праздника. Многие фабрики холдинга «Объединенные кондитеры» стали непосредственными участниками суровых испытаний военных дней. Мужчины уходили защищать Родину, а на предприятиях оставались трудиться женщины и дети. Несмотря на тяжелое время, некоторые заводы не меняли профиль, а продолжали изготавливать сладкие продукты, обеспечивая потребности фронта.

CANDYNET.RU

КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА «ГЛОБУС» ОТКРЫЛА ДВА НОВЫХ ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНА В УЛЬЯНОВСКЕ

В Ульяновске открылись новые фирменные магазины кондитерской фабрик «Глобус». Широкий ассортимент кондитерских изделий по низким ценам фабрики «Глобус» теперь доступен жителям Ульяновска по двум новым адресам.

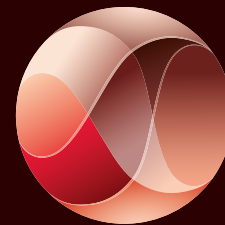


В Ульяновске открылись новые фирменные магазины кондитерской фабрик «Глобус».



В магазинах представлен большой выбор продукции не только кондитерской фабрики «Глобус», но и других производителей. Покупатели магазина могут приобрести здесь как понравившееся изделия, ставшие брендом, так и вкусные новинки. В магазинах постоянно проводятся акции по снижению цены «Купи выгодно», «Товар недели», «День поставщика», а также предоставляются скидки пенсионерам.

SWEETINFO.RU



MASTERLINE®
Cocoa Based Know-How

КОНДИТЕРСКИЕ ГЛАЗУРИ
MASTERLINE Kondi

ГЛАЗУРИ ДЛЯ МОРОЖЕНОГО
MASTERLINE Ice

Уверенность
в результате
Стабильность показателей от
партии к партии

Индивидуальные
продукты
Разработка продуктов в соответ-
ствии с индивидуальными
запросами Клиентов для реше-
ния конкретных задач

(+7 812) 321-01-00
sales@dvtrading.ru

ПЕЧИ, СДЕЛАННЫЕ «С УМОМ»

АО «Шебекинский машиностроительный завод» (ШМЗ) – один из ведущих производителей и поставщиков современного оборудования для хлебопекарной и кондитерской отрасли, начиная с оборудования для мини-пекарен и до оборудования для промышленного производства хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий.



Новая серия печей от «ШМЗ» соответствует лучшим образцам технического и технологического решения.

Желая быть первыми в области производства оборудования для мини-пекарен и опираясь на опыт продаж печей ротационных марки ПР различных моделей, специалисты завода разработали новую серию печей ПР-140, которая соответствует лучшим образцам технического и технологического решения. Печь может поставляться в собранном виде или состоящей из нескольких блоков. Конструктивные и технологические решения, в частности применение фиксаторов, позволяют легко и быстро монтировать поставляемую в блоках печь.

Улучшенное освещение в пекарной камере и большое смотровое окно в двери печи позволяют наблюдать за процессом выпечки по времени и по высоте тележки.

После исследования маршрута тепловых потоков и их влияния на процесс выпечки было выбрано оптимальное распределение, угол направления и скорость воздушного потока, которые обеспечивают выход из печи идеальной выпечки множественной номенклатуры. Конструкция панелей распределения горячего воздуха, расположенных на противоположной стороне от теплового блока, позволяет рационально направить горячий воздух на тестовые заготовки.

Конструкция печи предусматривает многослойную качественную теплоизоляцию, которая позволяет сократить тепловые потери и оседание изоляционного материала.

Ознакомиться с новинками АО «ШМЗ» приглашаем на выставке «Современное хлебопечение – 2015». Наш стенд 23В3.

АО «ШМЗ» ■

NESTLE И DEPOT WPF ПРЕВРАТИЛИ ТОРТЫ В ШОКОЛАД

Компания «Нестле Россия» представила новый продукт под брендом «Россия – щедрая душа!» – шоколадные плитки «Любимые десерты» со вкусами «Орехового» и «Киевского» тортов. Дизайн упаковки для них разрабатывало брендинговое агентство Depot WPF. Напомним, в рамках линейки «Любимые десерты» выпускается молочный шоколад и конфеты со вкусами знакомых с детства десертов. «Ореховый» и «Киевский» торты нашли воплощение в новых шоколадных плитках. Они выполнены в форме торта, который легко можно разделить на порционные куски. Новинка уже появилась в продаже.

Над дизайном упаковки традиционно работали специалисты Depot WPF. «Сюжеты иллюстраций, обыгрывающих продуктовую зону, стали логичным продолжением истории, которую мы рассказали на коробках конфет. На этот раз на упаковке изображены кондитеры, работающие над огромными тортами: таким образом, мы делаем акцент и на форме шоколадных плиток, и на их вкусах», – отметил творческий директор агентства Алексей Фадеев.

SOSTAV.RU



В рамках линейки «Любимые десерты» выпускаются сладости со вкусами знакомых с детства десертов.

РОССИЯ В МАРТЕ РЕЗКО СНИЗИЛА ИМПОРТ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

В марте, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, наша страна резко сократила импорт продовольствия. Однако, как сообщает Федеральная таможенная служба, по сравнению с февралем поставки выросли.



Так, в марте этого года по сравнению с мартом 2014 года стоимость импорта молочных продуктов сократилась в 5,1 раза (до 47,1 млн долларов), рыбы – в 2,2 раза (до 96 млн долларов), мяса и субпродуктов – в 1,9 раза (до 156,3 млн долларов), овощей – на 38,7% (до 227,2 млн долларов), сахара – на 36,8% (до 51,8 млн долларов), фруктов – на 36,7% (до 330,2 млн долларов), растительного масла – на 17,3% (до 91,2 млн долларов).

Большая часть этой продукции находится под продовольственным эмбарго, которое Россия ввела 7 августа прошлого года в отношении США, ЕС, Канады, Австралии и Норвегии из-за антироссийских санкций этих стран.

Кроме того, поставки зерновых культур снизились в 1,8 раза.

В целом стоимость импорта продовольственных товаров в марте этого года по сравнению с аналогичным месяцем 2014 года снизилась на 38,8%. В том же в марте по сравнению с февралем наблюдается преимущественно обратная динамика. Так, импорт сахара увеличился в 3,1 раза, овощей – на 41,2%, мяса и субпродуктов – на 32%, рыбы – на 19,7%, растительного масла – на 17,9%, фруктов – на 17%, молочных продуктов – на 12,3%.

Вместе с тем стоимость ввоза зерновых культур снизилась на 17,4%.

ИНТЕРФАКС



Стоимость импорта продовольственных товаров в марте этого года снизилась на 38,8%.

НОВАЯ КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА «КДВ ВОРОНЕЖ» ПОЛУЧИТ НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ

Как следует из документов регионального департамента экономического развития, проект «КДВ Воронеж» включен в программу социально-экономического развития области на 2012-2016 годы. Экспертный совет по реализации программы решил поддержать предприятие через установление льгот по налогу на имущество и налогу на прибыль в части, подлежащей зачислению в областной бюджет.

Напомним, группа компаний «Кондитерский дом «Восток» (КДВ) реализует в Рамонском районе Воронежской области проект кондитерской фабрики. Объем инвестиций оценивается в 14,6 млрд рублей, проектная мощность – 180 тыс. т продукции в год.



Проект «КДВ Воронеж» включен в программу социально-экономического развития области на 2012-2016 годы.

ЗВЕЗДНАЯ СЕТЬ ФАСТФУДА

Братья-режиссеры Андрей Кончаловский и Никита Михалков просят федеральные власти оказать содействие в создании национальной сети общественного питания, которая, как предполагается, станет альтернативой западным сетям фастфуда.



На запуск пилотного проекта по открытию сети кафе-кулинарий под брендом «Едим дома!» партнерам необходимо 971,8 млн рублей. В письме руководству страны Андрей Кончаловский и Никита Михалков говорят, что окупить эти затраты можно будет за 4,8 года. Бренд «Едим дома!» принадлежит супруге Кончаловского – актрисе и телеведущей Юлии Высоцкой, ее авторы проекта предлагают сделать лицом новой сети. Цель данного проекта – способствовать импортозамещению и созданию альтернативы западным сетям фастфуда.

Кулинарии «Едим дома!» должны будут работать в формате небольших магазинов, совмещенных с кафе. При этом приготовление блюд будет происходить на региональных фабриках-кухнях, а меню на 30-40% будет состоять из продуктов местного производства.

В крупнейшей в России иностранной сети фастфуда McDonald`s не боятся появления конкурента. «У российского рынка питания большой потенциал для развития», – сообщили в пресс-службе московского офиса McDonald`s.

КОММЕРСАНТЪ

В БЕЛАРУСИ ОТМЕНЕНЫ ПРЕЖНИЕ ПРАВИЛА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Правила ценообразования, которые были введены на продукцию местных и иностранных поставщиков с 20 февраля совместным письмом Минторга и Минэкономики РБ, больше не действуют. Однако любое повышение цен должно быть экономически обоснованным.



Кулинарии «Едим дома!» должны будут работать в формате небольших магазинов, совмещенных с кафе.



Любое повышение цены местным производителем или экспортером должно быть экономически обоснованным.

«Любое повышение цены местным производителем или экспортером должно быть экономически обоснованным. Все цены должны быть конкурентоспособны. Работа производителей и импортеров должна быть направлена на снижение издержек производства и издержек, связанных с поставкой продукции на потребительский рынок», – заявил представитель Минторга РБ Павел Филиппов, комментируя отмену известного постановления Совмина, принятого перед 40% девальвацией белорусского рубля.

Подготовлено совместное письмо Минэкономики и Минторга, которым разъясняется, что правила формирования цен, которые действовали с 20 февраля, после вступления в силу постановления №250 не применяются. В настоящее время субъекты хозяйствования должны руководствоваться общими подходами в законодательстве, которые касаются ценового регулирования.

AFN.BY



ШЕБЕКИНСКИЙ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ
ЗАВОД

ВЕДУЩИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ХЛЕБОПЕКАРНОГО И КОНДИТЕРСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ:

Хлебопекарные и кондитерские печи:

- тоннельные,
- тупиковые,
- ротационные,
- конвекционные.

Тестоподготавливающее и тестоформирующее оборудование;

Поточно-механизированные технологические линии для производства.

АО «Шебекинский машиностроительный завод»

Россия, 309291, Белгородская область, г. Шебекино, ул. Октябрьская, 11
Тел./факс: +7 (47248) 2-54-65, 2-54-35, 2-56-70
www.shemz.ru, e-mail: shemz31@yandex.ru

Гости:



Павел Полачек,
специалист
по проектам – J4 s.r.o.



Анна Сунд,
руководитель
представительства J4 s.r.o.
в России



Подготовила:

**Елена
Максимова**

ОАО «Колос»,
фото: Татьяна
Путинцева,
ИД «Сфера»



**КАКОМУ ОБОРУДОВАНИЮ
ОТДАЮТ ПРЕДПОЧТЕНИЕ РОС-
СИЙСКИЕ ХЛЕБОПЕКИ И ЧЕГО
ХОТЯТ ОТ ПОСТАВЩИКОВ?**

Производители применяют выжидательную тактику

Российский рынок хлебопекарного оборудования достаточно насыщенный. Однако главные его игроки – иностранные компании, в основном европейские. Следовательно, стоимость машин для изготовления мучной продукции напрямую зависит от курса валют. О том, как данный фактор повлиял на отношения российских производителей хлебобулочной продукции и поставщиков установок для ее производства, и о тенденциях рынка оборудования для хлебопечения мы поговорили со специалистом по проектам – J4 s.r.o. Павлом Полачком и руководителем представительства J4 s.r.o. в России Анной Сунд.

– Павел, изменилась ли, на ваш взгляд, структура спроса на хлебопекарное оборудование со стороны российских производителей в связи с ростом курса доллара и евро? Каким образом?



Павел Полачек,
специалист
по проектам – J4 s.r.o.:

«Сохраняется высокий интерес производителей к автоматизации производств на основе первоклассных европейских решений».

П.П.: Нельзя не отметить вполне объяснимую «выжидательную» тактику российских хлебопеков, по меньшей мере в реализации крупных промышленных проектов. При этом по-прежнему сохраняется высокий интерес производителей к автоматизации производств на основе первоклассных европейских решений. И это объяснимо – уход от ручного труда позволяет добиться существенной экономии на производстве. Однако претворение в жизнь планов разумно откладывается до появления определенности в экономической ситуации и, будем надеяться, до нормализации процентных ставок на привлеченное финансирование.

– Какие решения вы предлагаете производителям мучных изделий сегодня? Появились ли в вашем ассортименте какие-либо новинки? Как они могут помочь производителям оставаться конкурентоспособными на рынке?

А.С.: Производителям массовых сортов хлеба рекомендуем обратить пристальное внимание на РПА – расстоечно-печные агрегаты производства нашего завода, которые уже с успехом применяет ряд предприятий в России и Белоруссии. Данное решение сочетает в себе все преимущества автоматизированной линии на основе тоннельной печи: надежность, простоту в уходе и эксплуатации, минимум трудовых затрат в работе. И при этом является довольно экономичным как в отношении занимаемой площади, так и, что особенно важно сегодня, в отношении стоимости линии.

Отметим, что переход на поточное производство гарантированно дает производителю мощное конкурентное преимущество – стабильность качества и однородность продукции, и в результате – рост спроса на конечный продукт.

Интересные решения мы предлагаем изготовителям мучных кондитерских изделий совместно с итальянскими производителями для автоматизации процесса производства эклеров и профитролей, разного вида печенья и пряника. А также, это особенно интересно и перспективно, установки для автоматизации процесса изготовления неизменно популярного в России сухаря. Наше решение дает возможность широко варьировать ассортимент – от классического сдобного сухаря до более европейского тостового изделия при экономии трудовых ресурсов и гарантированном высочайшем качестве конечного продукта.

– *Изменились ли механизмы взаимодействия иностранных поставщиков оборудования с российскими клиентами в связи со сложной экономической ситуацией?*

П.П.: Для Чешской Республики экспорт – одно из приоритетных направлений экономики страны. И эта установка подкрепляется практикой в виде господдержки производителей-экспортеров в разных формах, в том числе, в части финансирования сделок. В этой связи чешский завод J4 s.r.o. всегда имеет наготове привлекательные финансовые схемы для реализации сделок, подразумевающие рассрочку платежей.

– *Универсальное оборудование – это миф или реальность? Могут ли производители мучной продукции сэкономить, купив долговечные линии, на которых можно изготавливать широкий спектр продукции и которые стоили бы не очень дорого, или таких чудес не случается?*

П.П.: Долговечность – это безусловный козырь чешского оборудования. Так, печи РРР и «старшая» вер-



Хлеб – тот удивительный продукт, который нужен всегда вне зависимости от стрелки валютно-политического барометра.

сия РРС десятилетиями работают на сотнях предприятий, не требуя капитального ремонта или реконструкции. Нормативный срок их службы – от 20 лет и выше. И эти «долгожители» позволяют производителям изготавливать довольно широкий ассортимент продукции.

Если же говорить об универсальном оборудовании, то один из его примеров – формовые мультилинии, позволяющие заменять секции форм листами или кассетами одинакового периметра и получать ассортимент от формового хлеба разного размера до круглого подового на листах и изделий в кассетах. На таких линиях можно изготавливать и мучные кондитерские изделия в широком ассортименте.

– *Смогут ли, на ваш взгляд, через какое-то время российские производители хлебопекарного оборудования и изготовители из стран, например, Азии составить конкуренцию европейским ведущим компаниям? Если смогут, то по каким позициям и сколько на это может потребоваться времени?*

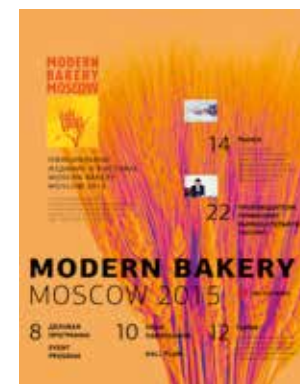
А.С.: Конкуренция на рынке уже существует, так как спрос рождает предложение. Сейчас азиатские производители покрывают сегмент оборудования эконом-класса. Однако такие машины, скорее всего, будут проблемными как в плане качества, так и в части сервиса. Европейские

же производители оборудования находятся в верхней части среднего сегмента и в классе премиум. Исходя из этого, разница очень существенна, и вряд ли азиатские поставщики смогут быстро подтянуть качество своих машин до нужного уровня.

– *Каковы ваши прогнозы дальнейшего развития российского рынка мучных изделий? Поменяются ли в ближайшее время потребительские предпочтения?*

П.П.: Хлеб – тот удивительный продукт, который нужен всегда вне зависимости от стрелки валютно-политического барометра. Потребительские же предпочтения находятся в прямой взаимосвязи с уровнем жизни населения, поэтому вопрос о прогнозе дальнейшего развития рынка и предпочтений равносильен просьбе спрогнозировать дальнейший ход развития экономической ситуации в стране.

В любом случае, для производителя-хлебопека правильная стратегия в какой бы то ни было ситуации заключается в эффективной организации производства со ставкой на надежное оборудование с хорошими экономическими показателями, дающее стабильное качество продукции. Безусловно, при покупке оборудования стоит предусматривать возможности вариативности ассортимента, как раз с учетом изменчивости потребительских предпочтений. □



Modern Bakery Moscow 2015


/ЭкспоСфера

Информационно-аналитическое издание для участников и посетителей выставки Modern Bakery Moscow 2015

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации
П/И № 77-48025 30.12.2011

Использование информационных и рекламных материалов газеты возможно только с письменного согласия редакции. Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

Материалы, отмеченные значком , публикуются на коммерческой основе. Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции. При оформлении использованы материалы Интернета.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 14.04.15.
Тираж: 7 000 экз.



Хотите разместить рекламу в «ЭкспоСфере»?
Звоните: +7 (812) 702-36-70

ЭКСПОСфера

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

www.exposfera.com

Издатель:
ООО «ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:
Алексей Захаров

Заместитель генерального директора по административным вопросам:
Лариса Цораева
l.tsoraeva@sfera.fm

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

Арт-директор:
Павел Хан
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:
Виктория Паленова
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Наталья Баранцева
n.barantseva@sfera.fm

Анастасия Кочеткова
a.kochetkova@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Елена Максимова
konditer@sfera.fm

Дизайн и верстка:
Нина Слюсарева

Корректор:
Анна Бойцева

**Эмульгаторы / пасты
для взбивания**

**Пекарские порошки
и фосфаты**

**Средства для продления
срока свежести**

**Закваски и хлебо-
пекарные улучшители**

**Разделительные
смазки**

**Оборудование
для нанесения смазок**

Желе для декора

**Оборудование
для нанесения желе**

Пищевая химия



НЕОС ИНГРЕДИЕНТС

www.neos-ingredients.ru

Поставки на российский рынок высококачественных пищевых ингредиентов и оборудования для кондитерской, хлебопекарной, мясной и молочной промышленности, а также для производства безалкогольных напитков.

Москва
+7 (495) 229 28 79
info@neos-ingredients.ru

Краснодар
+7 (861) 200 68 19
krasnodar@emulgator.ru

Кемерово
+7 (923) 608 27 47
sibir@emulgator.ru

Алматы
+7 (727) 269 65 04
asia@emulgator.ru



Приглашаем посетить
наш стенд 22D5.2,
павильон 2, зал 2,
ЦВК «Экспоцентр»