

ПЛОЩАДКА / СПИСОК УЧАСТНИКОВ / ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

MODERN BAKERY MOSCOW 2020

Как выжить
производителю
кондитерских
изделий в эпоху
сверхконкуренции?
Следовать трендам!

14

Голоса рынка:
участники выставки –
о будущем
индустрии.
Мнение практиков

18

ОЙ, МОРОЗ, МОРОЗ:
КАК БУДЕТ РАСТИ
И РАЗВИВАТЬСЯ
РЫНОК ЗАМОРОЗКИ
В КОНДИТЕРСКОЙ
И ХЛЕБОПЕКАРНОЙ
ОТРАСЛИ.

28**MODERN
BAKERY
MOSCOW****17-20 МАРТА 2020**

ОФИЦИАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ
К ВЫСТАВКЕ MODERN BAKERY
MOSCOW 2020



Кажется, что все круассаны так похожи, но даже мельчайшая деталь может повлиять на выбор покупателя! А мы знаем как и из чего сделать правильный круассан и не наделать ошибок.

*...let's bake
together...*



А еще мы знаем как правильно сделать **цветное слоёное тесто**, чтобы заинтересовать вашего клиента и рассказываем об этом здесь на **мастер-классе 19 марта с 15:00 до 18:00** в зоне мастер-классов в **Павильоне 2, 21Е10**

www.dvtrading.ru



/ dvtrading

/ dv.ingredients

sales@dvtrading.ru
(+7 821) 320-01-61



DV Trading

Complex Ingredient Solutions

ПАВИЛЬОН 2.1



MARGARON®
The Margarine Expert

Пав. 2.1,
Стенд 21E10

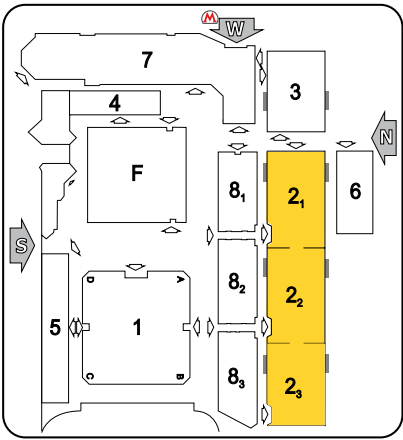
LESAFFRE

Пав. 2.1,
Стенд 21C25

CEPI

Пав. 2.1,
Стенд 21B45

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



ПАВИЛЬОН 2.2



AMF
BAKERY SYSTEMS

Пав. 2.2,
Стенд 22D30

Kaak Group

Пав. 2.2,
Стенд 22B60

ПАВИЛЬОН 2.3



Партнеры выставки

Спонсор
регистрации

Берта
группа компаний

Официальный поставщик
сливочного масла

UNIFOOD
DAIRY PRODUCTS
FROM NEW ZEALAND

Официальный поставщик
дрожжей

LESAFFRE

Официальный поставщик
печей

MIWE

Технические партнеры

DIOSNA
DoughExperts

Abat
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ КУХОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Стратегический партнер
«Конфекс.
Кондитерская экспертиза»

BÜHLER

ЛЮБОВЬ К СВОЕМУ ДЕЛУ НАЧИНАЕТСЯ С

ТЕХНОЛОГИИ НОВУ-ХАУ



У КАЧЕСТВА ЕСТЬ ИМЯ

ЯВЛЯЯСЬ ОДНИМ ИЗ ВЕДУЩИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, МЫ ХОРОШО ЗНАЕМ ТРЕБОВАНИЯ РЫНКА И ЕГО ДИНАМИКУ.

С ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ЛИНИЯМИ WDS ПРАКТИЧЕСКИ НЕТ ОГРАНИЧЕНИЙ В ИЗГОТОВЛЕНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ.

КОМБИНИРУЙТЕ НЕОБЫЧНЫЕ ФОРМЫ С РАЗЛИЧНЫМИ МАССАМИ И СОЗДАВАЙТЕ УНИКАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ, ВЫДЕЛЯЮЩИЕСЯ НА РЫНКЕ.

УСТАНОВКИ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА

- ШОКОЛАДА
- МАРМЕЛАДА И ЖЕЛЕ
- ПОМАДКИ, ТОФФИ
- ТВЁРДОЙ КАРАМЕЛИ
- ВЫСОКОВЯЗКИХ МАСС



На первом международном бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза» обсудят тренды развития кондитерского рынка

17 марта в рамках выставки Modern Bakery Moscow впервые пройдет международный бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза», на котором соберутся лидеры кондитерской отрасли.

Потребитель становится все более разборчивым: 74% покупателей в России внимательно изучают состав продуктов питания и напитков перед их покупкой, а 39% – ограничивают количество сахара и жиров в рационе. Требования к безопасности продукции становятся все жестче, конкуренция возрастает. Что в этой ситуации делать производителю? Как понять, чего хочет современный потребитель, и как соответствовать изменяющимся запросам рынка и предвосхищать ожидания целевой аудитории? Эти и другие вопросы эксперты кондитерской отрасли, владельцы и представители крупнейших кондитерских предприятий обсудят на бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза».

«Я думаю, что такие мероприятия, как международный бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза», дают возможность компаниям поделиться своим опытом и рассказать, что стоит за самим брендом. Также позволяют обменяться мнениями с другими лидерами на рынке кондитерских изделий и обсудить тренды», – говорит Сантьяго Гонзалес Кампило, генеральный директор ООО «Риттер Спорт Шоколад». Тема его выступления – «Секреты успеха компании Ritter Sport. Устойчивое развитие, собственная плантация, инновации и качество». В рамках бизнес-форума будут проведены три сессии: «Рынок кондитерской продукции 2025», «Сырье и производство. Инновации, которые приведут ваш бизнес к росту», «Экспорт кондитерской продукции». Более 15 спикеров поделятся своим опытом развития бизнеса и виде-



74%

покупателей в России внимательно изучают состав продуктов питания и напитков перед их покупкой, а 39% – ограничивают количество сахара и жиров в рационе. Требования к безопасности продукции становятся все жестче, конкуренция возрастает. Что в этой ситуации делать производителю?

Дата: **17 марта 2020 года**

Место: **ЦВК «Экспоцентр», павильон 8, 1-й этаж, конференц-зал**

Мероприятие пройдет **при поддержке ВНИИП и СППИ.**

Посещение для владельцев и топ-менеджеров компаний, специализирующихся на производстве кондитерских изделий, – бесплатное по предварительной регистрации.

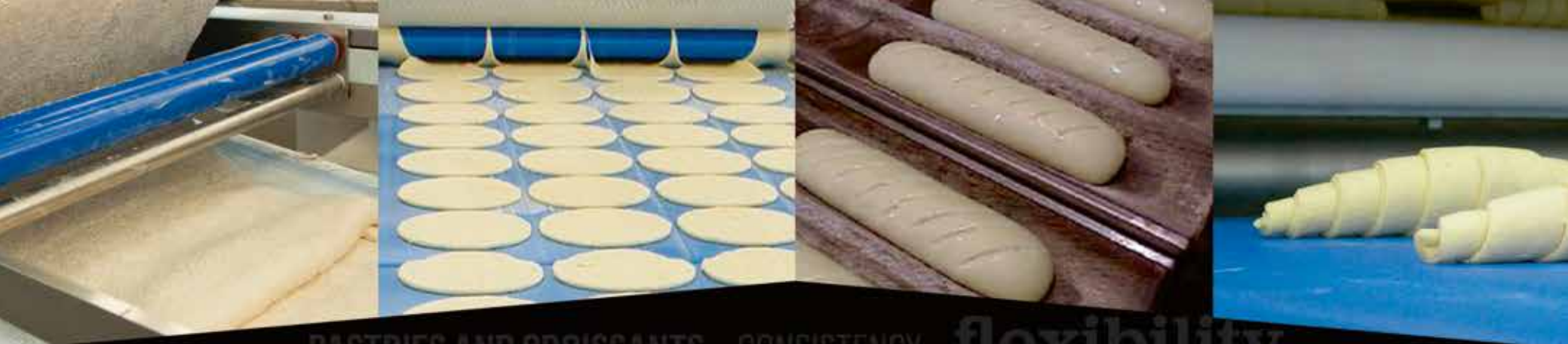


Стратегический партнер

нием рынка. Среди них – Сантьяго Гонзалес Кампило, генеральный директор ООО «Риттер Спорт Шоколад»; Виталий Муравьев, президент группы кондитерских фабрик «ПОБЕДА»; Татьяна Воробьева, менеджер группы инноваций Ferrero, Денис Казанников, руководитель проекта по поддержке экспорта АПК в Российском экспортном центре, Татьяна Савенкова, директор ВНИИП, президент Союза производителей пищевых ингредиентов. Юлия Митяева, руководитель проекта Modern Bakery Moscow, рассказывает:

– Выставка непрерывно развивается, в прошлом году мы привлекли 16976 специалистов из 56 стран. В структуре посетительской аудитории значительную долю занимают промышленные хлебопекарные и кондитерские производства. В 2020 году мы уделяем особое внимание кондитерскому направлению и создаем международную площадку, на которой топ-менеджеры пред-

приятий, специализирующихся на производстве сахаристой кондитерской продукции, могли бы обсудить будущее рынка, существующие инновации и успешные бизнес-кейсы. Флагманом технологических решений для производителей и стратегическим партнером бизнес-форума выступит компания Buhler, среди участников свои технологии и сырье по данному направлению представят Romati, Memak, Gosmen, Sv-Craft и другие. Таким образом, международный бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза» станет площадкой, объединяющей всех игроков кондитерского рынка. Ключевые вопросы бизнес-форума – тренды-2025 и влияние изменений потребительских предпочтений на кондитерскую отрасль. Также эксперты рынка обсудят производственные инновации и перспективные зарубежные рынки для экспорта кондитерской продукции, существующие меры государственной поддержки и их эффективность. ▣



Смешивание | Разделка | Выпечка | Упаковка | Последующая обработка

ПОЖАЛУЙ, ЛУЧШИЕ В СВОЕМ РОДЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ВАШЕГО ХЛЕБОПЕКАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА



В AMF мы проектируем оборудование для гибкой экструзии и объемной разделки, раскатки, дозирования и декорирования, которое позволит наладить ваши процессы и усовершенствовать конечный продукт. Если вы желаете расширить продуктовую линейку с помощью гибких систем, опробовать новые рецепты при поддержке экспертов в обработке теста или интегрировать линии в собственное пекарное производство, AMF предлагает лучшие в своем роде системы разделки FLEX и Tromp. Беспрецедентная поддержка для развития вашего производства прилагается.



Modern Bakery booth # 22D30
Interpack booth # Hall 1, D23



AMFBAKERY.COM | sales@amfbakery.com
USA | Netherlands | UK | China | Singapore | Canada | Mexico | UAE

Деловая программа выставки Modern Bakery Moscow

17 МАРТА 2020 ГОДА

10.00–13.30 Конференц-зал 2.3	Семинар Leipurin Tukku Тема: От идеи до полки: детский подход к детским продуктам Спикеры: В. Коденцова, доктор биологических наук, профессор, заведующая лабораторией витаминов и минеральных веществ, член ученого совета ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии», Ю. Колчигина, руководитель направления продуктового маркетинга «Лейпуриен Тукку». Чем семинар будет вам полезен: <ul style="list-style-type: none">• Откроете новые ниши и возможности для развития и роста на рынке хлебобулочных изделий.• Получите готовое для запуска на рынок решение.• Получите консультацию по запуску новых продуктов, обогащению детской продукции.• Узнаете, как выпустить продукт, от которого не откажется ни один ребенок и который выберет каждая мама. Семинар подходит для индустриальных и ремесленных производителей. Условие: бесплатно. Количество мест ограничено.
10.30–13.30 Конференц-зал 2.2	Акселератор бизнес-проектов в пищевых технологиях МГУТУ им. К.Г. Разумовского
12.00–14.00 Пав. 2, стенд 23С150	Мастер-класс Андреа Галли «Пань Бриошь по-итальянски» Андреа Галли – финалист «Boscuse D’or», международных соревнований поваров-профессионалов во Франции. Обладатель первой премии на престижном фестивале Festivale della Cucina Italiana. Лучший шеф-повар Средиземноморья на турнире Qoco.
13.30–16.00 павильон «Форум», конференц-зал «Южный»	Панельная дискуссия «Контроль качества и безопасности пищевых продуктов: субъекты, методы контроля и взаимодействие с участниками рынка» Роспотребнадзор, Роскачество, ФГАНУ НИИ хлебопекарной промышленности, ВНИИ кондитерской промышленности (филиал ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова РАН), отраслевые союзы и ассоциации
12.00–14.00 Сбор у офиса организаторов	Тур по выставке для хлебопекарных и кондитерских предприятий Ответы на самые сложные вопросы, секреты выбора оборудования, ингредиентов и опыт организации бизнес-процессов. Условие: бесплатно. Количество место ограничено.
12.00–15.00 Пав. 2, стенд 21Е10	Мастер-класс Елены Шрамко «Три секрета идеальной слойки», ЮНИФУД (Fonterra) Спикер: Елена Шрамко, чемпион мира по кондитерскому искусству. На мастер-классе вы узнаете: <ul style="list-style-type: none">• Секрет об ингредиенте, который придаст вашей слойке волшебный вкус и воздушный объем, поможет добиться идеальной нежной текстуры.• Хитрости идеального слоения и разнообразной формовки маленьких шедевров.• Особенности работы со слоеным тестом. Одним словом, ваша слойка станет идеальной. Условие: бесплатно. Количество мест ограничено



13.00–17.00 Конференц-зал Пав. 8 (1-й этаж)	1-й международный бизнес-форум «Конфекс. Кондитерская экспертиза» Впервые в рамках выставки Modern Bakery Moscow состоится международный бизнес-форум для владельцев и руководителей компаний, специализирующихся на производстве кондитерских изделий, «Конфекс. Кондитерская экспертиза». Хедлайнер: Сантьяго Гонзалес Кампилло, генеральный директор ООО «Риттер Спорт Шоколад».
1-я сессия <ul style="list-style-type: none">• Рынок кондитерских изделий России. Аналитика и перспективы.• Что происходит в мире на рынке кондитерских изделий? Тенденции и прогнозы.• Секреты успеха компании Ritter Sport и тренды. Устойчивое развитие, собственная плантация, инновации и качество.• Тренды в кондитерской промышленности. ЗОЖ и этичное потребление. Чего хочет современный потребитель и как соответствовать изменяющимся запросам рынка? Панельная дискуссия. К выступлению приглашены: Вячеслав Лашманкин, исполнительный директор «АСКОНД» Сантьяго Гонзалес, генеральный директор Ritter Sport в России Татьяна Воробьева, менеджер по инновациям Ferrero Представители компании АО «Эссен продакшн АГ»	
2-я сессия Сырье и производство. Инновации, которые приведут ваш бизнес к росту. Конкуренция на кондитерском рынке возрастает, власти активно обсуждают запрет «грязного» пальмового масла в пищевой отрасли, а 39% россиян ограничивают количество сахара и жиров в рационе. Как оперативно реагировать на рыночные изменения и эффективно развивать кондитерский бизнес? <ul style="list-style-type: none">• Бережливое производство. Как повысить производительность труда на 400%?• Уменьшаем издержки, повышаем эффективность. Инновации в автоматизации и роботизации кондитерского производства.• «Эффект пальмы»: как повышение НДС на пальмовое масло и регулирование глицидиловых эфиров может повлиять на работу вашего предприятия?• Сахар становится врагом россиян: как уменьшить калорийность и сократить количество сахара без ухудшения вкусовых качеств для потребителя? Панельная дискуссия. К выступлению приглашены: Татьяна Савенкова, директор ВНИИКП, президент Союза производителей пищевых ингредиентов Представители ФЦК Представители компании Orion Михаил Мальцев, исполнительный директор Масложирового союза России	
3-я сессия Экспорт кондитерской продукции. Как заработать на зарубежных рынках? С января по ноябрь 2019 года Россия поставила за границу кондитерской продукции на сумму 930,8 млн долларов. Это на 14,2% больше, чем за тот же период 2018 года. Рост производства и экспорта российских кондитерских изделий, по мнению замминистра сельского хозяйства Оксаны Лут, говорит о повышении доверия к пищевой продукции, произведенной в России. В рамках 3-й сессии форума мы поговорим о том, как не упустить момент и успеть занять нишу на зарубежных рынках. <ul style="list-style-type: none">• Какие рынки наиболее перспективны для продаж кондитерской продукции в 2020–2025 годах? Аналитика.• Как защитить свою торговую марку и не раствориться в потоке? Юридические аспекты выхода на зарубежные рынки.• Какие меры господдержки существуют и насколько реально ими эффективно воспользоваться? Истории успеха и подводные камни.• Специфика различных регионов: как выстроить продажи и какие выбрать каналы. Опыт лидеров рынка. Панельная дискуссия. К выступлению приглашены: Представители Министерства сельского хозяйства Российской Федерации Денис Казанников, руководитель проекта по поддержке экспорта АПК в Российском экспортном центре Представители компании Konti Представители компании «Акконд»	



В ходе выставки будет работать консультационная зона «Спроси эксперта»

В павильоне 2.1, стенд 21В15 будут представлены экспертные компетенции: менеджмент и сертификация пищевой продукции, разработка и постановка ассортимента для пекарен, обучение персонала, готовый бизнес, ресторанный консалтинг, научные разработки и внедрение.

14.00–17.30 Конференц-зал Пав. 2.3	Симпозиум «Хлеб – основа здорового питания» Здоровый образ жизни и хлеб. Есть ли противоречие? Традиции. Качество. Безопасность. Что возможно в рамках действующего законодательства? Ключевые вопросы. Инновационные решения. Продвижение на рынке. В программе симпозиума предусмотрено рассмотрение и обсуждение вопросов законодательного и нормативного обеспечения производства хлебобулочных изделий для здорового питания; разработки и производства обогащенных и специализированных изделий; основных тенденций развития ассортимента хлеба для здорового питания и трудностей его внедрения; требований к качеству и безопасности сырья и ингредиентов для производства хлебобулочных изделий для здорового питания, в том числе медицинские аспекты проблемы. Международная промышленная академия при поддержке Российского союза пекарей, ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии»
14.30–17.30 Конференц-зал Пав. 2.2	Евразийский форум лидеров хлебопечения «Хлеб и здоровье планеты» В рамках форума: научно-практическая конференция «Ржаной хлеб России: быть или не быть».
14.30–18.00 Пав. 2.1	Мастер-класс Новинки рынка сырья и ингредиентов. Иван Забавников. Тема: Бейглы, брецели на закваске. Дома и на производстве Иван Забавников – шеф-пекарь PANE, ведущий популярного аккаунта в социальных сетях. Автор многочисленных мастер-классов, создатель уникальных рецептов, таких как хлеб-цитрус, хлеб-арбуз и др.
15.00–18.00 Пав. 2.1	Мастер-класс Магомет Алботов Тема: Фирменный десерт Испакан. Десерт Макарон Какао-Ананас Магомет Алботов, шеф-кондитер Laduree Russia

10.00–12.00 Пав. 2.1 Стенд 21Е10	Мастер-класс Путь в ремесленное хлебопечение. Долго? Трудно? Затратно? Раскрываем секреты мастеров. Lesaffre Ведущие: Евгений Гребенчиков, технолог-консультант, Альбина Батанова, технолог-консультант. Мастер-класс подходит для индустриальных и ремесленных производителей. По итогам мастер-класса вы узнаете: • запуск ремесленных хлебов на вашем производстве от а до я; • тонкости технологий производства ремесленных изделий ускоренным способом на основе заварных паст inventis®; • нестандартный подход к привычному изделию. Четыре вкуса чабатты.
10.00–14.00 Пав. 2.3 Стенд 23С150	Мастер-класс. Вильем Верлой Тема: Авторский стиль: шедевры из шоколада – спираль Вильем Верлой (Бельгия) – лучший бельгийский кондитер 2015 года по версии Gault&Minna. Автор уникальных десертов для эксклюзивных ресторанов высокого класса. Владелец кондитерской вблизи Антверпена.
10.30–16.00. Конференц-зал Пав. 2.2	Курс повышения квалификации. Школа современного хлебопека&кондитера «ПроИнгредиенты». Участие платное. По предварительной заявке
12.00–14.00 Сбор в фойе Пав. 2, зал 2.2	Тур по выставке для хлебопекарных и кондитерских предприятий Ответы на самые сложные вопросы, секреты выбора оборудования, ингредиентов и опыт организации бизнес-процессов. Условия: бесплатно. Количество место ограничено.

18 МАРТА 2020 ГОДА

10.00–13.30. Конференц-зал Пав. 2.3	Панельная дискуссия Контроль качества и безопасности пищевой продукции: объекты и субъекты контроля, мониторинг и взаимодействие с участниками рынка Как обеспечить потребителей качественной продукцией, какие инструменты и методы государственного регулирования для этого необходимы? Как бороться с недобросовестными предпринимателями? Как обеспечить качественное производство и реализацию продукции, в том числе хлебопекарной и кондитерской группы, с учетом обязательных требований законодательства ЕАЭС и РФ? Вопросы качества и безопасности продуктов питания, современных методов контроля и мониторинга в сфере их производства и обращения стали особенно актуальными. Кризисные явления, экономическая и политическая ситуация поставили предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности, торговые сети в довольно сложную ситуацию не только в решении вопросов импортозамещения и насыщения рынка продукцией отечественного производства, но и в вопросах идентификации, оценки качества и выявления фальсифицированной/контрафактной продукции.
--	---

12.00–15.00 Пав. 2.1 Стенд 21Е10	Мастер-класс Традиционный вкус хлеба на заквасках «Эксимальт», Арт-Ко, Leipurin Tukku Рассказывают ведущие мастер-класса Валентина Пекарь (Арт-Ко), Елена Жукова (Leipurin) и Саид Гохиров (Leipurin). Мастер-класс подходит для индустриальных и ремесленных производителей. По итогам мастер-класса вы узнаете: • Как получить хлеб стабильного вкуса и качества по ускоренной технологии, без стадий производства заварок и заквасок. • Как использовать пастеризованную закваску «Эксимальт» при производстве классического заводского ассортимента и ароматного ремесленного хлеба. Сделайте ваш хлеб фаворитом любой полки! Гарантируем три часа удовольствия и головокружительных ароматов хлеба. Условия: бесплатно. Количество мест ограничено.
---	---

Внимание! В программе возможны изменения. За уточнениями обращайтесь к организаторам выставки.

13.00–16.00 Конференц-зал Пав. 2.3	Деловой клуб. «Лучшие региональные практики национального хлебопечения России». Кейс-сессии
Сессия 1, 13.00–14.00 Открытое заседание Делового клуба Государственное регулирование производства хлебопекарной продукции в РФ. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации. Реализация механизма «регуляторной гильотины» в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия. Ключевые тренды и прогнозы потребительского (розничного) рынка хлебопекарной и кондитерской продукции. Взаимодействие бизнеса и власти в решении задач хлебопекарной отрасли: стратегия, тактика, результат. Роль отраслевых союзов в консолидации отрасли.	
Сессия 2, 14.00–14.45 Кейс-сессия «Хлебопекарный бизнес и ретейл: конкуренция и взаимопроникновение». Практика поведения на рынке: консолидация, региональное развитие, электронная коммерция. Создание и развитие региональных продуктовых брендов. Что мы можем взять из мировой практики, а что ей предложить? Как региональным компаниям завоевать федеральный рынок? Новый взгляд: ассортиментные матрицы и собственные торговые марки. Взаимодействие ретейла и поставщика. Роль товарных знаков на рынке в настоящее время. Потенциал франчайзинга в продвижении брендов на внутреннем и внешнем рынке хлебопекарной продукции.	
Сессия 3, 14.45–16.00 Кейс-сессия «Сертификация и ветеринарный контроль – 2020: нововведения для российского бизнеса» Актуальные вопросы подтверждения соответствия продукции хлебопекарной промышленности. Добровольное и обязательное подтверждение соответствия. Своды правил для хлебопекарной отрасли. Изменения в государственном ветеринарном контроле с 01.01.2020. Единообразие действий при ветеринарном надзоре. Совершенствование электронной системы прослеживаемости продукции. Ответы на вопросы. Деловые профессиональные коммуникации. Обмен информацией по лучшим производственным практикам. Подведение итогов открытого заседания Делового клуба «Лучшие региональные практики национального хлебопечения России».	
14.00–18.00 Пав. 2.3, Стенд 23С150	Мастер-класс. Вильем Верлой Методы производства десертов в больших объемах
16.00–18.00 Конференц-зал Пав. 2.3	Всероссийский конкурс «Лучший хлеб России 2020». Церемония награждения

19 МАРТА 2020 ГОДА

10.00–12.00 Пав. 2.1 Стенд 21Е10	Мастер-классы. Школа правильной выпечки: «Ржаные закваски. Хлебобулочные и мучные кондитерские изделия с ржаной мукой» Ведущие мастер-класса: Е.В. Невская, О.И. Парахина, М.В. Носова. По итогам мастер-класса вы узнаете: • Разводочный цикл жидкой (с заваркой и без заварки) и густой ржаных заквасок. Краткая информация о продукции ФГАНУ НИИ ХП (ассортимент заквасок) и наглядная демонстрация разводочных циклов из чистых культур, сухих биопрепаратов, бакконцентратов, лактобактерина и из закваски 3-й фазы цикла. • Мучные кондитерские изделия из ржаной муки (кекс и пряник). Кекс «Ржаное диво» на химических разрыхлителях, приготовленный с использованием муки ржаной обдирной в сочетании с солодовым экстрактом, что позволяет придать изделию приятный вкус и аромат, обогатить пищевыми волокнами и минеральными веществами, продлить сроки годности готовой продукции. • Сдобные хлебобулочные изделия с ржаной мукой. Технология на жидкой фазе. • Дегустация авторских изделий из ржаной муки. Ассортимент хлеба с ржаной мукой (пшенично-ржаные и ржано-пшеничные, заварные). Мастер-класс подходит для промышленных и ремесленных производителей. Условия: бесплатно. Количество мест ограничено.
--	--

10.00–13.00 Пав. 2.3 Стенд 23С150	Мастер-классы Технология холодного брожения для хлебопекарных изделий Ведущая мастер-класса Наталья Колотова – индустриальный технолог с опытом более 15 лет. Проходила обучение в Германии, а также перенимала опыт действующих пекарей Германии и Франции. По итогам мастер-класса вы узнаете: • Как работать с заквасками и заварками. • Как использовать технологию прерывания расстойки и холодного брожения. • Увидите разницу между изделиями с применением технологии холодного брожения и без применения данной технологии. Также вы получите экспертные ответы на вопросы: • Зачем пекарне использовать холод? • Где и как формируется вкус и аромат изделия? • Тонкости, которые необходимо знать при работе с камерами длительной расстойки. • Какие бывают климатические установки от компании MIWE. В программе мастер-класса: 100% пшеничный хлеб; 100% ржаной хлеб; круассаны; дегустация и дискуссия. Мастер-класс подходит для промышленных и ремесленных производителей. Условия: бесплатно. Количество мест ограничено.
10.00–16.00 Конференц-зал Пав. 2.2	Курс повышения квалификации. Школа современного хлебопека&кондитера «ПроИнгредиенты» Участие платное. По предварительной регистрации
11.00–14.00 Конференц-зал Пав. 8, 1-й этаж	Дискуссионный клуб Национального Союза Хлебопечения
Сессия 1, 10.30–12.00 Вести с фронтов. Лабиринт или тупик? Продолжение обсуждения взаимоотношений производителей продовольственных товаров и торговых сетей, перспектив развития саморегулирования продовольственного рынка, применения Кодекса добросовестных практик (КДП), Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», проблемных вопросов (договорной кампании 2020 года и дополнительного соглашения к договорам поставки) и вопросов, в которых стороны достигли договоренностей («производственные» аудиты по единому чек-листу). К участию приглашены: Андрей Шаронов, президент Московской школы управления «Сколково», председатель комиссии по применению КДП. Сергей Беляков, председатель президиума АКОРТ. Сергей Кузнецов, директор Союза независимых сетей России. Дмитрий Востриков, исполнительный директор Русспродсоюза. Сергей Щедрин, председатель правления НСХ.	
Сессия 2, 12.00–14.00 Вести с полей. Ситуация на рынке Тематические доклады о состоянии рынка хлебобулочных изделий (Россия, Франция) Андрей Мазурин, коммерческий директор ООО «САФ-Нева» (Lesaffre) Matthieu Labbe Fédération des Entreprises de Boulangerie et Pâtisserie Françaises. Эволюция «гусиным шагом». Перегрузка 2.0 (повесть о «битве» отрасли с государством за технический комитет по стандартизации ТК 003 «Хлебобулочные и макаронные изделия») Утопия или реальность? (отраслевой регламент ТР ЕАЭС «О безопасности хлебопекарной продукции»: необходимость, содержание, препоны). По праву или по понятиям? (о важности дефиниций и кому выгодно отсутствие четких и понятных правил в отрасли). К участию приглашены: Марина Костюченко, директор ФГАНУ НИИХП Сергей Щедрин, председатель правления НСХ	
11.00–14.00 Конференц-зал Пав. 2.3	Эффективный маркетинг и продажи кондитерской и хлебобулочной продукции
Сессия 1, 11.00–12.30 • Orion Choco Pie. Причины успеха и трудности, с которыми пришлось столкнуться на российском рынке • Исследование рынка конечных потребителей. Подход Jobs To Be Done • Фирменная торговля. Почему работа напрямую с частным клиентом может быть не менее прибыльной? • Эффективная работа с дистрибьюторами и розничными сетями. Продажи. • Мерчендайзинг. Trade marketing. CTM • Развитие экспорта FMCG товаров – желания и возможности	

Сессия 2 , 12.30–14.00 Digital, креатив, нейромаркетинг. Во что вкладывать маркетинговый бюджет в 2020-2025? • Как повысить узнаваемость торговой марки? Брендинг и упаковка • Digital и креатив. Маркетинговые активации в digital как эффективный инструмент вовлечения аудитории в мир бренда • Нейромаркетинг. Какие создавать рекламные кампании, которые точно запомнятся потребителю? • Маркетинговые тренды 2025. Панельная дискуссия	
12.00–15.00 Пав. 2.1 Стенд 21E10	Мастер-класс. Гели холодного нанесения и начинки для мучных кондитерских изделий. «Неос Ингредиенты» Ведущие мастер-класса: С.В. Суслов – главный технолог с 20-летним опытом работы в области хлебопечения и производства мучных кондитерских изделий. Прошел обучение и имеет сертификаты от ведущих компаний Швеции и Германии. Постоянный участник выставок и семинаров. Активно продвигает и внедряет современные технологии и ингредиенты в производстве хлеба, сдобных и мучных кондитерских изделий. Проводит семинары и отработки технологии с использованием ингредиентов и оборудования компании ООО «Неос Ингредиенты». Е.Ю. Раенко – ведущий технолог с опытом работы в хлебопекарной и кондитерской промышленности более 15 лет. Имеет большой опыт в области внедрения функциональных ингредиентов, отработки и разработки рецептур на кондитерские и хлебобулочные изделия на крупнейших российских предприятиях. Проходила обучение в Германии у мирового лидера по производству заквасок и стартовых заквасочных культур «Ernst BÖCKER GmbH». Мастер-класс подходит для индустриальных и ремесленных производителей. Условия: бесплатно. Количество мест ограничено.
14.00–17.30 Конференц-зал Пав. 2.3	Семинар. Современные тренды и тенденции развития технологий заморозки и охлаждения в хлебопекарной промышленности.
14.00–16.30 Фойе Пав. 2.2	Тур на предприятие Опыт работы одного из крупнейших московских предприятий. Современное автоматизированное производство, сложности внедрения, примеры адаптации технических средств под нужды предприятия, ассортиментная политика и многое другое от главного технолога предприятия. Условия: бесплатно. Количество мест ограничено.
14.00–18.00 Пав. 2.3 Стенд 23C150	Мастер-класс. Жозеф Паскаль. Хлеб и ЗОЖ. Безглютеновый хлеб, веганский хлеб на закваске Жозеф Паскаль (Испания) – член Ассоциации «Послы хлеба». Тренер сборной команды Испании по хлебопечению. Основатель международной школы Artebianca по хлебопечению и выпечке.
14.00–18.00 Пав. 2.1 Стенд 21E10	Мастер-класс. Слоеный цвет. Как правильно покрасить Рассказывает ведущий мастер-класса Антон Тарасов, руководитель R&D направления, DV/Trading, Margaron. Мастер-класс подходит для индустриальных и ремесленных производителей. По итогам мастер-класса вы узнаете: • Как добавлять цвет в ваши слоеные изделия и делать из просто хорошего продукта более привлекательный по сравнению с конкурентами. • Технологию изготовления многоцветного слоеного теста, правильный подбор красителей. Условия: бесплатно. Количество мест ограничено.

Modern Bakery Lab: лаборатория идей и площадка тематических решений

Павильон 2.3



IngredLab

Лаборатория ингредиентов, демонстрирует сырьевые решения для хлебопекарного и кондитерского рынка. От базовых ингредиентов до улучшителей – потребитель найдет все, что необходимо для производства качественного продукта. В этом году участники представят:
1. Безглютеновую муку;
2. «Эко-добавки» и натуральные улучшители;
3. Натуральные фруктово-ягодные наполнители длительного хранения;
4. Инновационные маргарины для любых изделий.



ConditerLab

представляет оборудование и оснащение для кондитерских и хлебопекарных производств, пекарен и кондитерских.



Soft Lab

охватывает IT-решения, направленные на повышение эффективности работы хлебопекарных и кондитерских производств.



PackLab

Лаборатория Упаковки предлагает упаковочные решения «от идеи до полки». В ассортименте продукции наших участников:
1. Упаковка из картона и микрофюрокартона;
2. Бумажные пакеты для хлеба и кондитерских изделий;
3. БОПП-пленки с многоцветной печатью;
4. Эксклюзивная и подарочная упаковка.

20 МАРТА 2020 ГОДА

10.00–14.00 Пав. 2.3 Стенд 23C150	Мастер-класс Жозеф Паскаль. Хлебопечение будущего. Техники замеса, формовки и украшения Жозеф Паскаль (Испания) – член Ассоциации «Послы хлеба». Тренер сборной команды Испании по хлебопечению. Основатель международной школы Artebianca по хлебопечению и выпечке.
10.00–13.00 Пав. 2.1	Мастер-класс. Дарья Близняк. Десерты без сахара, животных жиров и муки. Полезные десерты. Веганский тарт без выпечки и нуттовые трюфели Дарья Близняк (Россия) специализируется на разработке меню и техкарт для ресторанов и кафе. Проводит кондитерские мастер-классы. Фуд-фотограф, фуд-стилист, блогер, автор книг.
10.30–13.00 Конференц-зал Пав. 2.3	Семинар. Константин Мальков «Открывать Пекарню по франшизе или строить собственную». Константин Мальков – владелец сети петербургских пекарен.

Внимание! В программе возможны изменения. За уточнениями обращайтесь к организаторам выставки.

Список участников

Abat	Abat	Пав. 2.1, 21D25
Bakery News	Bakery News	Пав. 2.3, 23B100
Fimak AS хлебопекарное и гастрономическое оборудование	Fimak Bakery and Gastronomy Machines AS	Пав. 2.2, 22B20
HORECA.ru, интернет-ресурс	HORECA.ru	Пав. 2.3, 23B57
IDEA TECHNOLOGY	IDEA TECHNOLOGY	Пав. 2.3, 23D15
J4 s.r.o.	J4 s.r.o.	Пав. 2.2, 22C40
MARGARON	MARGARON	Пав. 2.3, 23C91
San Neng Bakeware Corporation	San Neng Bakeware Corporation	Пав. 2.2, 22E10
UNOX	UNOX	Пав. 2.2, 22D55
АГРАНА Фрут Московский регион, ООО	AGRANA Fruit Moscow region, LLC	Пав. 2.3, 23B52
Азторг, ООО	Aztorg, LLC	Пав. 2.3, 23C91
АИР-БЭЙК	AIR-BAKE	Пав. 2.1, 21C30
Айрин	Irin	Пав. 2.2, 22E40
АкваБрит, ООО	AquaBrit, LLC	Пав. 2.1, 21E73
Аксонид, ООО	Aksoid	Пав. 2.1, 21D15
Алет ТМ	Alet TM	Пав. 2.3, 23C92
Алитэк СРЛ	Alitech SRL	Пав. 2.3, 23D25
АльфаСтар Бейкери, ООО	AlfaStar Bakery, LLC	Пав. 2.3, 23C94
Америкэн Пэн Престиж	American Pan	Пав. 2.2, 22B40
Амитехмаш (ИП Ахметов М.И.)	Amitechmash	Пав. 2.1, 21B07
АМФ Бейкери Системс	AMF Bakery Systems	Пав. 2.2, 22D30
Ангел Ист Рус	Angel Yeast Rus	Пав. 2.3, 23C40
Аннелизе Рус	Anneliese Rus	Пав. 2.1, 21E70
Арксо Груп, ООО	Arcxo Group, LLC	Пав. 2.2, 22A20
Арт-Ко, ООО	Art-Co, LLC	Пав. 2.2, 22C05
Ателье Холодильного Оборудования / GLACIER INDUSTRIAL	Refrigeration Equipment Atelier / GLACIER INDUSTRIAL	Пав. 2.2, 22D65
АЦО РУС	AZO	Пав. 2.2, 22C34
БАЛТИК МАСТЕР	Baltic Master	Пав. 2.1, 21B30
Банг и Бонсомер, ООО	Bang & Bonsomer, LLC	Пав. 2.3, 23B52
БАРГУС ТРЕЙД, ООО	Bargus Trade, LLC	Пав. 2.3, 23C45
Барентц Рус	Barentz Rus	Пав. 2.3, 23C20
БВ Упаковочные Системы РУС	BW Packaging Systems	Пав. 2.3, 23D17
БВТ	BWT water+more	Пав. 2.2, 22E55
Бегарат Фертрибс - унд Сервис ГмбХ, ООО	BEGARAT VERTRIEBS UND SERVICE GmbH	Пав. 2.2, 22D25
Белдос	BELDOS N.V	Пав. 2.1, 21C30
БЕРТА НПП, ООО	BERTA Scientific Production Enterprise, LLC	Пав. 2.1, 21D33
Бизнес пищевых ингредиентов, журнал	BUSINESS OF FOOD INGREDIENTS, magazine	Пав. 2.3, 23B54
БНЛ, ООО	BNL, Ltd	Пав. 2.3, 23C67
Брабендер, ООО	Brabender, LLC	Пав. 2.1, 21E45
Брецелино	Brezelino	Пав. 2.3, 23C93
БФР Системс	BFR Systems	Пав. 2.2, 22E63
Бэйк Мэйт	Bake Mate	Пав. 2.1, 21A65
Бюлер	Bühler	Пав. 2.1, 21D35
Ватель маркетинг	Vatel marketing	Пав. 2.1, 21B15
Вахтель ГмбХ	WACHTEL GMBH	Пав. 2.2, 22C15
Вектор-Н, ООО	Vektor-N, LLC	Пав. 2.3, 23C92
Вернер&Пфляйдерер	Werner&Pfleiderer	Пав. 2.1, 21B20
Висхой ГмбХ	WIESHEU GMBH	Пав. 2.2, 22C35
ВМИ	VMI	Пав. 2.2, 22A60
ВНИИ Кондитерской промышленности – филиал ФГБНУ «ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова»	All – Russian Scientific Research Institute of Confectionery Industry	Пав. 2.1, 21B15
Восход, ЗАО НПП фирма	Voskhod, JSC SPE Firm	Пав. 2.1, 21C40
Гарнец, ООО	Garnec, LLC	Пав. 2.3, 23C91

ГЕА Имафорни	GEA IMAFORNI S.p.A.	Пав. 2.1, 21A35
ГЕА Комас	GEA COMAS S.p.A.	Пав. 2.1, 21A35
Гокмэн Мэшин	Gocmen Machine Ind. Ltd. Co.	Пав. 2.1, 21A60
Гольфстрим, ООО	Golfstream, LLC	Пав. 2.3, 23C55
ГОСТ-марнет, ООО	GOST-market, LLC	Пав. 2.1, 21B15
Дакснер ГмбХ	Daxner Germany GmbH	Пав. 2.2, 22C32
Датаджет, ООО	Datajet, LLC	Пав. 2.1, 21E40
Дебаг/Debag	DEBAG DEUTSCHE BACKOFENBAU GMBH	Пав. 2.1, 21C35
Департамент предпринимательства и инновационного развития города Москвы	Entrepreneurship and innovation department of Moscow city Government	Пав. 2.3, 23D40
ДИВо оборудование	DIVo	Пав. 2.3, 23C10, 23D16
ДИОСНА	DIOSNA GmbH	Пав. 2.1, 21D50
ДИТО	DITOGROUP	Пав. 2.1, 21C10
Доваина	Dovaina UAB	Пав. 2.2, 22B30
ЕВРОФИЛМ	EUROFILM	Пав. 2.1, 21C03
ЖАК	JAC	Пав. 2.2, 22B50
Журнал «Хлеб & Ко»	BREAD & CO. MAGAZINE	Пав. 2.3, 23B55
Журнал ББМ	BBM Magazine	Пав. 2.3, 23B40
Завод «СЭМЗ», ООО	SEMZ, LLC	Пав. 2.2, 22C60
Издательский дом «Профессия»	"Professija" Publishing House	Пав. 2.3, 23B40
Издательство «ХлебСоль»	publishing house "BreadSalt"	Пав. 2.3, 23B56
Институт развития сельского хозяйства	PROFPRESSA	Пав. 2.3, 23B40
Интеграл Плюс, ООО	Integral+	Пав. 2.2, 22A40
Иртыш, АО «ОНИИП»	IRTYSH, "ONIIP", JSC	Пав. 2.3, 23B30
Каак	Kaak	Пав. 2.2, 22B60
Каноль	Canol s.r.l.	Пав. 2.2, 22A65
Кармел Бэйкинг Трейс	Carmel Baking Trays	Пав. 2.3, 23C60
КБ-НС	KB-NS	Пав. 2.2, 22C50
Кёниг Машинен ГмбХ	Koenig Maschinen GmbH	Пав. 2.2, 22B70
Коллективный стенд предпринимателей Тверской области	Collective stand of entrepreneurs of the Tver region	Пав. 2.3, 23D35
Конвотерм	Convotherm	Пав. 2.2, 22E33
Кондитерские Изделия	Кондитерские Изделия	Пав. 2.3, 23B40
Кондитерское и Хлебопекарное производство, журнал	The Bread and Confectionary Magazine	Пав. 2.3, 23A45
КОНПРО, ООО	KONPRO,LLC	Пав. 2.3, 23C91
Копвест Сервис, ООО	COPVEST LTD	Пав. 2.1, 21D30
Кукморский завод Металлопосуды, ОАО	JSC KUKMORSKY ZAVOD METALLOPOSUDY	Пав. 2.2, 22E05
КУМКАЯ	Kumkaya Makina Gida Tekstil Insaat Sanayi ve Ticaret Limited STI Company	Пав. 2.3, 23B20
ЛАБОРАТОРИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ, ООО	LABORATORIY PRAKTICAL RESOLVES, LLC	Пав. 2.3, 23C95
Лаппас Джон Лтд.	LAPPAS J.LTD.	Пав. 2.2, 22D70
Лейпуриен Тунку, ООО	LEIPURIN	Пав. 2.2, 22C05
Лекси	Lexi	Пав. 2.2, 22B05
ЛЕСАФР	LESAFFRE	Пав. 2.1, 21C25
Либерецкий машиностроительный завод	LIBERECKE STROJIRNY S.R.O.	Пав. 2.2, 22D85
Макиз-Урал	Makiz-Ural	Пав. 2.2, 22D80
МАТИНА Продимпекс	MATINA Prodimpex SRL	Пав. 2.2, 22E45
Международная промышленная академия, НОУ ДПО	INTERNATIONAL INDUSTRIAL ACADEMY	Пав. 2.3, 23B80
Мек Гида	Mek Gida	Пав. 2.3, 23C105
Мекатерм	Mecatherm	Пав. 2.2, 22A70
Мемак Пластик Гида Макина	Memak Plastic Gida Makina Sanayi Ticaret A.S.	Пав. 2.1, 21A50
МИВЕ, ООО	MIWE GmbH	Пав. 2.1, 21D50
Минипан Срл	Minipan S.r.l	Пав. 2.2, 22B65
Мое дело. Магазин	Moye delo. Magazin	Пав. 2.3, 23A45
Мондиал Форни	MONDIAL FORNI s.p.a.	Пав. 2.2, 22D40

Московский государственный университет пищевых производств	MOSCOW STATE UNIVERSITY OF FOOD PRODUCTION	Пав. 2.1, 21B15
Московский Государственный Университет Технологий и Управления им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)	Moscow State University of Technologies and Management (MSUTM)	Пав. 2.1, 21B15
Мосса Инжиниринг, ООО	Mossa Engineering	Пав. 2.1, 21E65
М-р Пампушкин	Mr. Pampushkin	Пав. 2.2, 22E70
М-Технологии	M-TECHNOLOGIES	Пав. 2.1, 21B45
Мультивак Рус, ООО	Multivac RUS, LLC	Пав. 2.2, 22C10
Неос Ингредиентс, ООО	Neos Ingredients Ltd.	Пав. 2.1, 21A25
Ниверпласт	Niverplast BV	Пав. 2.2, 22B40
НПТП «Хлебный лекарь», ООО	Hlebniy Lekar, LLC	Пав. 2.3, 23C91
НХЛ Группа Компаний	NHL Corporate Group	Пав. 2.2, 22B20
НХЛ-Ритейл, ООО	NHL-Retail	Пав. 2.2, 22B10
НЭФИС-БИОПРОДУКТ, АО	Nefis Bioproduct, OJSC	Пав. 2.3, 23A15
Основной продукт	Osnovnoy product	Пав. 2.3, 23A23
Падовани	Padovani	Пав. 2.2, 22C40
ПАКМАРКЕТ.РУ	PACKMARKET.RU	Пав. 2.3, 23C92
ПАНДА, ООО	PANDA, LLC	Пав. 2.3, 23A27
ПАРТНЕР: КОНДИТЕР, ХЛЕБОПЕК ЖУРНАЛ	PARTNER: CONFECTIONER, BAKER	Пав. 2.3, 23B53
Партнер-М	Partner-M	Пав. 2.3, 23C20
Пекарево	PEKAREVO	Пав. 2.3, 23B05
ПЕКАРНЯ, ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ, ИЗДАТЕЛЬСТВО ASPEKT MEDIEN	PEKARNJA, PROFESSIONAL MAGAZINE ASPEKT MEDIEN	Пав. 2.3, 23B59
ПЕНЗМАШ	PENZMASH	Пав. 2.1, 21E60
Петербургский мельничный комбинат, АО	Petersburg Mill Plant, OJSC	Пав. 2.3, 23C91
Пищевые технологии. Глобальный стенд Мессе Франкфурт	FOOD TECHNOLOGY. GLOBAL STAND MESSE FRANKFURT	Пав. 2.2, 22C36
Пищепромпродукт, ООО	PISHEPROMPRODUCT	Пав. 2.2, 22A75
ПищеПромЭксперт, специализированные издания	FoodIndustryExpert, specialized editions	Пав. 2.3, 23B40
ПК Силико, ООО	Ltd. "PK Silico"	Пав. 2.3, 23C110
Полин, группа компаний	ING. POLIN e C. S.P.A.	Пав. 2.3, 23C10
Помати Групп СРЛ	Pomati Group SRL	Пав. 2.1, 21A30
Просис	Procys	Пав. 2.2, 22E63
Профессиональный отраслевой журнал «Пекарь&Кондитер»	Baker &Confectioner, a trade magazine	Пав. 2.3, 23B51
ПРОФИЛЬ 21	PROFIL 21	Пав. 2.2, 22E90
ПФ СВ крафт, ООО	SV carft	Пав. 2.3, 23C94
Pattyn Bakery Division SAS	Pattyn Bakery Division SAS	Пав. 2.2, 22A20
Радемейкер Россия	RADEMAKER BV	Пав. 2.2, 22B40
РЕВЕНТ и КОРНФЕИЛ	REVENT & KORNFEIL	Пав. 2.2, 22C20
Ресторанные ведомости	Restoranoff/Restorannye ведомosti	Пав. 2.3, 23B58
Ридинг Бейкери Системс	Reading Bakery Systems	Пав. 2.2, 22D30
РИТАЛ, ООО	RITAL, LLC	Пав. 2.2, 22A50
Рондо Русь, ООО	RONDO RUS	Пав. 2.1, 21D40
Росгранд, ООО	Rosgrand, LLC	Пав. 2.3, 23C70
Роспринтер	Rosprinter	Пав. 2.3, 23C130
Русимэкс, ООО	Rusimex, LTD	Пав. 2.2, 22A30
РУССКАЯ ТРАПЕЗА, ООО	RUSSKAYA TRAPEZA, LLC	Пав. 2.1, 21A40
Русский проект	Russian Project	Пав. 2.2, 22D60
Сава, Томская производственная компания	Tomsk product company SAVA	Пав. 2.1, 21E30
Санэк Технологджи	SANEQ Technology	Пав. 2.3, 23D65
Сартори	C.S.C. SARTORI s.r.l.	Пав. 2.2, 22C37
Свеба Дален Рус, ООО	SVEBA DAHLEN RUS LTD	Пав. 2.1, 21B60
Силос	Silos & Silos SRL	Пав. 2.1, 21B65
Соктрейд Агро	SocTrade Agro	Пав. 2.1, 21E80
Союз производителей пищевых ингредиентов	FOOD INGREDIENTS PRODUCERS UNION (FIPU)	Пав. 2.3, 23B52
Спина	Spika	Пав. 2.1, 21C05
СПИРОМАТИК	SPIROMATIC NV	Пав. 2.1, 21C30

Стоинг, ООО	Stoing, LLC	Пав. 2.3, 23C65
Суперпак компани	Superpak company	Пав. 2.3, 23A10
СФЕРА, Издательский дом	SFERA, PUBLISHING HOUSE	Пав. 2.3, 23B40
Тарпан	Tarpan	Пав. 2.2, 22D50
ТД «ПРОФИТЭКС»	LLC "PROFITEX"	Пав. 2.2, 22D20
ТД Крафт	TD Kraft	Пав. 2.1, 21B05
ТЕКНАЛИМЕНТАРИЯ	TECNALIMENTARIA – EDITRICE EDF TREND SRL	Пав. 2.3, 23B40
Текнопул	TECNOPOOL S.P.A	Пав. 2.1, 21C20
Термопан	Termopan S.L.	Пав. 2.1, 21E50
ТЁРТЫЙ КАЛАЧ	TJORTY KALATSCH	Пав. 2.1, 21B25
Техлен, ООО	TEHLEN, ООО	Пав. 2.3, 23D50
Техно Колесо	Techno Koleso	Пав. 2.2, 22D05
ТехноИнжСтрой, ООО	TechnolnzhStroy, LLC	Пав. 2.2, 22E65
Технологии хлебопечения, ООО	Tehnohleб	Пав. 2.1, 21E75
Технолоджи Анлимитед, ООО	Technology Unlimited, LLC	Пав. 2.3, 23A20
Технопул-Р	Tecnopool-R	Пав. 2.3, 23C50
Технофлот	Technoflot	Пав. 2.3, 23B10
Трейдпак	Tradepak	Пав. 2.1, 21E85
Триал Маркет, ООО	Trial Market, LLC	Пав. 2.3, 23B50
Ульма Панаджинг	Ulma Packaging	Пав. 2.1, 21B35
УНИВАР Солюшенс, ООО	UNIVAR Solutions, LLC	Пав. 2.3, 23C80
Унитех	Unitex	Пав. 2.2, 22D75
Унифиллер Линксис Групп, ООО «Колодкина и Титухина»	Unifiller Linxis Group, Kolodkina & Titukhina LLC	Пав. 2.3, 23C75
Ф2М ФУД МУЛЬТИМЕДИЯ ГМБХ	F2M FOODMULTIMEDIA GMBH	Пав. 2.3, 23B40
Фабрика Сладкого Декора	Fabrika Sladkogo Dekora	Пав. 2.1, 21D20
Фаворит-Техно,ООО	FAVORIT-TECHNO	Пав. 2.1, 21B50
Фазер	FAZER MILLS	Пав. 2.2, 22C05
ФГАНУ НИИ хлебопекарной промышленности	Federal State Scientific Autonomous Institution "State Scientific Research Institute of Baking Industry" (SSRIBI)	Пав. 2.1, 21B15
ФГБОУ ВО Воронежский государственный университет инженерных технологий (ФГБОУ ВО "ВГУИТ")	VORONEZH STATE UNIVERSITY OF ENGINEERING	Пав. 2.1, 21B15
ФУДМИКС, ООО	FOODMIX LLC	Пав. 2.2, 22A45
Хальде РУС, ООО	HALLDE	Пав. 2.1, 21E90
ХЛЕБМАШ	HLEBMASH	Пав. 2.1, 21A15
Хлебное дерево, ООО	Hlebnoe derevo	Пав. 2.1, 21D05
Хлебопекарный & Кондитерский Форум	Baking & Cconfectionery Forum	Пав. 2.3, 23B40
ХЛЕБОПЕКАРНЫЙ КОНСАЛТИНГ	BAKER CONSULTING	Пав. 2.2, 22E25
Хлебопродукты	KHLEBOPRODUCTY	Пав. 2.3, 23A45
ЦРВ, ООО	CRV-bakery	Пав. 2.1, 21D10
ЦСБ-Систем, ООО	CSB-System, ООО	Пав. 2.1, 21D55
Черный хлеб, ООО	Black Bread, LLC	Пав. 2.3, 23C91
Шебекинский машиностроительный завод, АО	Shebekinsky Machine-Building Plant	Пав. 2.3, 23C50
Шик Эстив	Shick Esteve	Пав. 2.1, 21D50
Штерн Ингредиентс / Mühlenchemie GmbH & Co. KG / DeutscheBack GmbH & Co. KG / SternVitamin GmbH & Co. KG / OlbrichtArom GmbH & Co. KG / SternEnzym GmbH & Co. KG	Stern Ingredients / Mühlenchemie GmbH & Co. KG / DeutscheBack GmbH & Co. KG / SternVitamin GmbH & Co. KG / OlbrichtArom GmbH & Co. KG / SternEnzym GmbH & Co. KG	Пав. 2.1, 21B40
ЭЙВА-ПРО, ООО	EYWA-PRO	Пав. 2.1, 21A20
Эквип Групп	Equip Group	Пав. 2.2, 22D10
ЭкоУпаковка, ООО	EcoUpakovka, LLC	Пав. 2.3, 23C92
Экструдер Экспертс	Extruder Experts GmbH & Co. KG	Пав. 2.1, 21A10
ЭЛИН С.А.	ELIN S.A.	Пав. 2.2, 22E35
Эмулсол, ООО	Emulsol	Пав. 2.2, 22E30
Эрконпродукт, ООО	LLC ERCONPRODUCT	Пав. 2.1, 21E20
ЭфиРус, ООО	Ephirus, LLC	Пав. 2.3, 23C95
Эшер Миксерз	ESCHER MIXERS S.R.L.	Пав. 2.2, 22B40
Юниферм	UNIFERM GmbH & Co. KG	Пав. 2.2, 22C30
Юнифуд, ООО	Unifood, LLC	Пав. 2.1, 21E05

*Список участников актуален на 6.03.2020



К 2022 году рынок
должен вырасти на

3,4%

и достичь

232

млрд долларов.

По данным Nielsen,

45%

потребителей в мире
предпочитают продукты,
которые содержат
только натуральные
ингредиенты.



Как выжить производителям кондитерских изделий в эпоху сверхконкуренции

В 2018 году мировой рынок кондитерских изделий оценивался в 194 млрд долларов, к 2022-му рынок должен вырасти на 3,4% и достичь 232 млрд долларов, по оценкам Euromonitor¹. Чего хочет потребитель будущего и как остаться на гребне волны на растущем рынке?

По данным Nielsen, потребление шоколада в мире на душу населения продолжает увеличиваться с каждым годом. Но при этом растет и конкуренция. Мировыми лидерами остаются Mars, Ferrero, Mondelez², Nestle, но современный потребитель становится более требовательным и все чаще отдает предпочтение небольшим брендам с нишевой продукцией. Каковы же современные тренды мировой кондитерской индустрии?

ЗОЖ И СНИЖЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ПОТРЕБЛЯЕМОГО САХАРА

С одной стороны, это действительно серьезная угроза рынку кондитерских изделий: аналитики отрасли прогнозируют рост мирового рынка кондитерских изделий без сахара на 5,38% в 2017–2021 годах³. Но, с другой сто-

роны, это новые возможности для тех компаний, которые первыми начинают предлагать потребителю здоровую альтернативу. Потребитель готов платить больше за продукцию, которая соответствует его образу жизни, компании, которая пропагандирует ценности, схожие с его личными убеждениями, поэтому «здоровая» и «легкая» продукция может принести производителю достаточно хорошую маржу. Всемирно известные бренды начали



Потребитель готов платить больше за продукцию, которая соответствует его образу жизни, компании, которая пропагандирует ценности, схожие с его личными убеждениями, поэтому «здоровая» и «легкая» продукция может принести производителю достаточно хорошую маржу.

битву за кошелек аудитории, которая трепетно относится к выбору продуктов, и уже оценили перспективность этого направления. Perfetti Van Melle запустили линейку Mentos Stay Free со стевией вместо сахара и Fruit-tella с пониженным содержанием сахара и без сахара, и это привело к росту бренда на 19% (до 20 млн фунтов стерлингов)⁴. Nestle запатентовала технологию, позволяющую сократить количество сахара в продукции, а в дальнейшем и совсем от него отказаться⁵. Крупные российские производители также не отстают и выпускают новые продукты в соответствии с запросами потребителей. Например, «Объединенные кондитеры» под маркой «Eco-botanica» представили темный шоколад Eco Botanica Light без сахара, который содержит в четыре раза меньше углеводов, чем традиционные аналоги, а также обогащен витаминами группы B, витамином PP, фолиевой кислотой и натуральными пребиотиками⁶. Фабрика «ПОБЕДА» производит шоколад со стевией и инулином. Компания «Конфаэль» запустила даже новый бренд «Лакомства для здоровья», под которым продает функциональный мармелад, а также конфеты, шоколад и другие сладости, изготовленные с использованием только натуральных ингредиентов, без сахара и вредных для здоровья добавок.

ВНИМАНИЕ К КАЧЕСТВУ И ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ

Современный потребитель обращает внимание не только на содержание сахара, а в целом на состав кондитерского изделия перед покупкой. По данным Nielsen, 45% потребителей в мире предпочитают продукты, которые содержат только натуральные ингредиенты, 44% – остановят свой выбор на продукте без искусственных красителей, 43% – без ГМО, 42% – без ис-



кусственных ароматизаторов⁷. Также с каждым годом увеличивается количество вегетарианцев в мире⁸. Несмотря на то, что использование только органического сырья ведет к повышению себестоимости, а, соответственно, и повышению конечной стоимости кондитерского изделия для потребителя, это отличная возможность для завоевания новой доли рынка для производителей кондитерских изделий. Потребитель становится более осознанным – качество для него становится важнее количества, и в связи с этим органические продукты пока остаются высокомаржинальным продуктом.

Впервые органический шоколад выпустила английская компания Green&Black еще в далеком 1991 году, но большинство компаний, в том числе и мировые гиганты, крайне редко следуют их примеру. В России в последние годы начали появляться небольшие, но набирающие популярность игроки, которые предлагают ор-

Потребителю важно, насколько социально ответственный бизнес ведет компания, у которой он собирается приобрести тот или иной продукт

ганический и ремесленный шоколад, а за прошедший год количество запросов на органические кондитерские изделия в России вырос в 66 раз.

ЭТИЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Даже учитывая тот факт, что кондитерские изделия являются товарами импульсного спроса, современный покупатель при выборе продукта обращает внимание не только на упаковку и состав. Особую роль сейчас играют ценности компании. Потребителю важно, насколько социально ответственный бизнес ведет компания, у которой он собирается приобрести тот или иной продукт: соблюдаются ли права человека на производстве, как утилизируются отходы, из чего сделана упаковка и насколько она без-

Потребитель становится более осознанным – качество для него становится важнее количества, и в связи с этим органические продукты пока остаются высокомаржинальным продуктом.

вредна для окружающей среды, какое сырье используется для производства и честно ли указан состав на этикетке. Транснациональные корпорации уже давно начали разрабатывать политику корпоративной социальной ответственности. К примеру, Nestle ведет работы по энерго- и водосбережению, внедряет проекты по уменьшению веса упаковки и реализует различные социальные программы⁹. Ferrero использует только экоустойчивое сырье и применяет наиболее передовые методы и технологии производства, которые обеспечивают максимально бережное отношение к окружающей среде, а также эффективное и разумное использование энергии, материалов, природных ресурсов и воды¹⁰. «Объединенные кондитеры» получили международный сертификат социальной ответственности SA 8000 и проводят благотворительные акции совместно с фондом «Подари жизнь». Но, к сожалению,настоящему экологичной упаковкой пока могут похвастать только небольшие крафтовые бренды.

ДИДЖИТАЛ-ТРАНСФОРМАЦИЯ

За последний год количество интернет-пользователей увеличилось на 400 млн человек (10%)¹¹, постоянно увеличиваются объем онлайн-покупок и количество минут, проведенных пользователями в смартфонах. Цифровая трансформация уже давно началась,

1. <https://www.televisory.com/blogs/-/blogs/disruption-in-the-candy-market>
2. <https://www.candyindustry.com/2019/top-25-candy-companies> (Аня говорила еще добавить Nestle)
3. <https://www.marketwatch.com/press-release/sugar-free-confectionery-market-size-share-2019-global-industry-trends-growth-segmentation-future-demands-latest-innovation-sales-revenue-by-regional-forecast-to-2021-2019-08-06>
4. <https://www.conveniencestore.co.uk/products-in-depth/confectionery-broaden-your-horizons/574211.article>
5. <https://lenta.ru/news/2019/07/17/nestle/>
6. https://www.alenka.ru/product/shokolad_eco_botanica_light_vanilnyy_90_gr/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Google_Shopping_Poisk_1743034709&utm_content=385254202728&utm_term=&matchtype=&device=c&gclid=Cj0KCQjw6eTtBRDdARIsANZWjYaK4skgLINY00u0FYVBf5CL37-pPw52_Y6GInrWHRB3HMhDugnzKz8aAsEOEALw_wcB



и лидером на рынке может остаться только тот, кто принимает и даже опережает новые правила игры. Речь идет и о каналах взаимодействия с потребителем, и об оптимизации бизнес- и производственных процессов, и о продвижении. Сотрудничество с онлайн-магазинами, креативные рекламные кампании, коллаборации с блогерами и собственные активности в популярных социальных сетях. Компания Mars, запустив одну из первых рекламных кампаний на YouTube, уже в 2015 году выявила, что реклама на YouTube в два раза рентабельнее рекламы на телевидении¹². Ritter Sport в России вкладывают уже 25% маркетингового бюджета в digital.

Продукция Mondelez продается на цифровых медиаплатформах 25 государств, некоторые продукты компании продаются только онлайн. В Китае компания смогла преобразовать позиционирование OREO, создав OREO-эмодзи для платформы WeChat. OREO-эмодзи распространялись с такой скоростью, что упоминались во всех крупных ТВ-шоу и в социальных сетях знаменитостей. За два месяца было создано более 75 млн эмодзи, потребители выкупили 870 тыс. кодов на упаковке стоимостью 2,5 млн долларов, а продажи выросли на 50% за первые пять недель после запуска¹³.

НОВЫЕ ФОРМАТЫ И КРЕАТИВ

Это касается и форматов продукции, и упаковки, и каналов распростра-

Цифровая трансформация уже давно началась, и лидером на рынке может остаться только тот, кто принимает и даже опережает новые правила игры.


нения, и взаимодействия с потребителями. Брендам становится все тяжелее бороться за внимание потребителя, поэтому, чтобы оставаться на лидирующих позициях, необходимо учитывать изменения образа жизни и предпочтений потребителей и стараться разрабатывать новые продукты и новые форматы в соответствии с изменяющимся рынком. Согласно данным исследования State of Snacking™ (Mondelez), в котором приняли участие более 6 тыс. респондентов, большинство взрослых по всему миру – шесть человек из десяти – предпочитают есть небольшими порциями в течение дня, отказываясь от длительных приемов пищи. В России 63% респондентов не могут представить свою жизнь без перекусов, а восемь из десяти миллениалов используют свои

перекусы как возможность уединиться и спокойно побыть в своих мыслях. Многие крупные ретейлеры сейчас пересматривают форматы: супермаркеты становятся не просто местами для покупки продуктов, а местами отдыха. X5 Retail Group вместо магазинов под маркой «Карусель» собирается открывать гастрономы. Похожую смену концепции планирует и «Азбука Вкуса»¹⁴. Не отстают от них и кондитерские бренды: в качестве примера можно привести розничные магазины с кафетериями «Аленка». Еще один немаловажный тренд – снекификация. Учитывая ритмы жизни современных жителей мегаполисов, производители кондитерских изделий задумываются о запуске новой продукции, как, например, «Эссен Продакшн АГ», которые специально поставили две экструзионные линии, выпускающие мультизлаковые снеки с наполнителями¹⁵, или о новых форматах упаковки, как Mondelez, которые пред-

лагают потребителям кондитерские изделия в индивидуальной упаковке калорийностью менее 200 ккал¹⁶.

Генеральный директор ООО «Риттер Спорт Шоколад», спикер международного бизнес-форума «Конфекс. Кондитерская экспертиза» Сантьяго Гонзалес Кампилло рассказывает: «На рынке кондитерских изделий сейчас три ключевых фактора успеха: качество, вкус, разнообразие. Также для успешного развития важно помнить о e-commerce: в ближайшие 5–6 лет эта сфера значительно увеличится».

«Три ключевых тренда, которые мы сейчас наблюдаем на кондитерском рынке: запрос потребителей на продукцию с ярко выраженной ЗОЖ-составляющей, увеличение доли промо в регулярных продажах, усиление и развитие собственного ретейла у производителей кондитерских и шоколадных изделий, как офлайн, так и онлайн», – поделился своим видением тенденций спикер международного бизнес-форума «Конфекс. Кондитерская экспертиза», президент группы кондитерских фабрик «ПОБЕДА» Виталий Муравьев.

Более подробно влияние мировых трендов на развитие кондитерской промышленности в России, а также тенденции и перспективы развития российского кондитерского рынка будут рассмотрены на 1-м международном бизнес-форуме «Конфекс. Кондитерская экспертиза» 17 марта в рамках выставки Modern Bakery. 

Посещение для владельцев и топ-менеджеров компаний, специализирующихся на производстве кондитерских изделий, – бесплатное по предварительной регистрации.

7. <https://www.televisory.com/blogs/-/blogs/disruption-in-the-candy-market>

8. <https://www.vegansociety.com/news/media/statistics>

9. https://www.nestle.com/sites/default/files/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/russia_2011.pdf

10. <https://www.ferreroocrs.com/fc-2886/?lang=RU>

11. <https://wearesocial.com/blog/2019/10/the-global-state-of-digital-in-october-2019>

12. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/success-stories/cases/reklama-na-youtube-pomogla-povysit-prodazhi-batonchikov-snickers/>

13. <https://advgroup.ru/journal/3774>

14. <https://www.sostav.ru/publication/produktovye-seti-reshili-peredelat-svoi-magaziny-v-gastromarkety-40010.html>

15. <https://realnoevremya.ru/articles/148482-ao-essen-prodakshn-ag-po-obemam-vlozheniy-v-konditerskoe-proizvodstvo-v-nashem-segmente-my-pervye-v-rossii>

16. <https://www.retail.ru/news/mondel-z-international-rasshirila-proizvodstvo-shokoladnykh-plitok-20-sentyabrya-2019-186736/>

sfm.events
info@sfm.events

**24–25
ИЮНЯ
2020**

III Международная конференция **КонфиТур 2020** Кондитерские изделия 2.0

Санкт-Петербург

Организатор конференции: **ИД «Сфера»**


Регистрация и подробная информация: **+7 (812) 245-67-70**


Modern Bakery Moscow 2020/ экспоСфера

Информационно-аналитическое издание для участников и посетителей выставки Modern Bakery Moscow 2020

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации ПИ №77-48025 от 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.

Редакционные материалы отмечены значком .
При оформлении использованы материалы Интернета.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс».
Подписано в печать: 10.03.20.
Тираж: 7 000 экз.

Управляющий:
ИП Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела продаж и маркетинга:
Анна Шкрыль
a.shkryl@sfera.fm

Реклама:
Анна Самсонова
a.samsonova@sfera.fm

Надежда Антипова
n.antipova@sfera.fm

Екатерина Полищук
e.polishuk@sfera.fm

Евгения Гненная
e.gnennaya@sfera.fm

Лилия Далакишвили
l.dalakishvili@sfera.fm

Екатерина Неретина
e.neretina@sfera.fm

Выпускающий редактор:
Полина Макаренко
makarenkopolina@yandex.ru

Дизайн и верстка:
Нина Слюсарева
n.slyusareva@sfera.fm

Анна Писанова
annet.peace@gmail.com

Корректор:
Лариса Торопова

Издатель:
**ООО «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**





▲
Кулинария для пекарен – важный тренд. Причем не только в Москве и Петербурге, но и в регионах.



Голоса рынка: участники выставки – о тенденциях и перспективах

Выставка Modern Bakery Moscow концентрирует внимание на главных отраслевых трендах, каждый год задавая рынку определенный вектор развития. Поэтому мнение экспертов-практиков, которые ежедневно ищут и предлагают решения для кондитерской, хлебопекарной и смежных отраслей, особенно важно. О самых актуальных направлениях развития и будущем кондитерской и хлебопекарной индустрии рассказывают представители компаний – участников выставки.



▲
Основной тренд заключается в том, что все пекарни хотят продавать кофе, а все те, кто продает кофе, хотят продавать выпечку.

■ **Виктор Петри,**
руководитель продаж Debag в странах СНГ и Балтии, руководитель московского офиса «Асдоблок Дебаг Рус»:

– Хлебопеки вынуждены конкурировать с ретейлом, а это задача не из простых. Поэтому сегодня цель ремесленных хлебопекарен – не только создание хорошего продукта, что является важным условием конкуренции с ретейлом, но и создание собственных магазинов. Сегодня в России для обозначения фирменных (премиаль-

ных) хлебных магазинов используется термин «хлебный бутик». Но «премиальная пекарня» и «пекарня с собственным магазином» – разные понятия. Например, в Германии на сегодняшний день эти магазины превращаются в маленькие кофейни. Дело в том, что магазины не работают по выходным и праздникам, а если пекарне официально присваивается статус кофейни или ресторана, ей разрешено работать в выходные или праздничные дни, что способствует увеличению оборота. В России эта система развивается

не такими быстрыми темпами, но мы видим, что многие крупные и мелкие хлебопекарни открывают магазины и добиваются большого успеха. Выпуск замороженной выпечки также один из самых важных трендов на российском хлебопекарном рынке сегодня. Есть существенное отличие российского рынка от европейского. Европейский рынок отличается меньшей удаленностью пекарен от мест распространения выпускаемой ими продукции – обычно не более 100 км. В России часто магазины находятся на большем



Сегмент ретейла сейчас показывает стабильный ежегодный рост, но формат работы меняется в сторону централизации, увеличения стабильности качества и снижения себестоимости продукции.

удалении от пекарен. Поэтому в рамках ремесленного хлебопечения в Германии более востребована охлажденная выпечка, а в России интерес представляет замороженная выпечка.

Что касается области ретейла, то в Германии лидером является замороженная выпечка, которая производится на крупных хлебозаводах. В России эта тенденция только набирает обороты.

■ Юлия Айданцева,

генеральный директор
ООО «Диосна-МИВЕ» (MIWE):

– Сейчас в отрасли происходят изменения. Объемы продаж социально значимых для населения хлебов с каждым годом неуклонно падают. У хлебозаводов есть один путь выжить на рынке – перестраиваться, а также увеличивать операционную прибыль. Наши решения предоставляют такую возможность: имеются в виду строительство и модернизация существующих цехов по производству мелкоштучных изделий, где на отпускную стоимость продукции не может повлиять государство. Также для хлебозаводов появился новый тренд – организация цехов по производству модных рустических хлебов.

Сегмент ретейла сейчас показывает стабильный ежегодный рост, но формат работы меняется в сторону централизации, увеличения стабильности качества и снижения себестоимости продукции. Но это скорее мировая

Сергей Ефимов:



«Совсем новый тренд – это уменьшение веса мелкоштучных изделий, и дело не в оптимизации цен на изделие, а в стремлении предоставить новому поколению продукт «на один укус».

тенденция последнего десятилетия. В России один из основных трендов – это реализация продукции через собственную сеть дистрибуции. Производители хлеба знакомы с очень высокой ценовой конкуренцией, связанной с политикой ретейла. На сегодняшний день есть ряд промышленных предприятий, развивающих собственную розничную сеть (например, «Дарница», «Каравай» и др.). Отмечу также стремление промышленных производств к внедрению продукции линейки ЗОЖ и ремесленных хлебов; ис-

пользование натуральных продуктов, ведение хлебов через технологии закваски и холодного брожения. В моем представлении, ниша ремесленных хлебов совершенно не заполнена, что приводит к интересу со стороны непрофильных инвесторов, а высокая маржинальность этих продуктов делает эти инвестиции высокорентабельными. Добавим к вышесказанному тренды take away (еда с собой), open kitchen, Instagram, программы лояльности. Все они приходят к нам из Европы с опозданием на два-три года.

■ Сергей Ефимов,

генеральный директор
Sveba Dahlen Rus:

– Существует множество трендов в Европе, и большинство из них региональные. Но можно выделить несколько глобальных. Во-первых, во всех странах усиливается тенденция на здоровый образ жизни, что создает тренд на потребление здоровой и экологичной пищи, включая хлебобулочные изделия. Во-вторых, растет спрос на изделия, которые отвечают запросам потребителей с различными диетами и аллергиями: например безглютеновые сорта хлебобулочных изделий. В-третьих, появился тренд на более экологичную бумажную упаковку. Ну и совсем новый тренд – это уменьшение веса мелкоштучных изделий, и дело не в оптимизации цен на изделие, а в стремлении предоставить новому поколению продукт «на один укус».

■ Анастасия Коновалова,

директор по развитию бизнеса
компании UNOX в России:

– Все чаще на хлебопекарном и кондитерских рынках открываются небольшие пекарни полного цикла или кондитерские бутики. Этот тренд прослеживается последние два года и, на наш взгляд, положительно влияет на развитие уровня отрасли в целом. Кроме того, в последнее время прослеживается тенденция использования натурального продукта. Конечный

потребитель теперь не довольствуется «залежавшимся» хлебом на прилавке магазина, а предпочитает широкий ассортимент свежего горячего хлебобулочного изделия. Наша фабрика отмечает активное развитие направления ремесленных хлебов и свежей выпечки. Также продолжает активно развиваться направление здорового питания и экопродукции.

■ **Александр Хабаров,**
генеральный директор компании
«Балтик Мастер»:

– Основной тренд заключается в том, что все пекарни хотят продавать кофе, а все те, кто продает кофе, хотят продавать выпечку. Популярным у ретейлеров становится то, что дает хороший ежедневный трафик. Например, автомат для выжимания сока из цитрусовых фруктов дает возможность ретейлеру одним разом продать около одного килограмма апельсинов. Интересно, что свежесжатый сок в Европе позиционируется, скорее, как освежающий, а у нас – как полезный для здоровья. Сейчас развит тренд на ЗОЖ, и для ретейлеров есть простые способы ему соответствовать. К сожалению, с выпечкой у нас пока все сложно: все эти многочисленные пекарни не могут обеспечивать высокий уровень продукции. Уровень кофе уже более-менее подтягивается до мировых стандартов. Пекарня – это перспективный бизнес с той точки зрения, что качественная продукция привлекает ежедневный трафик. Однако я едва ли могу сказать, что вижу у нас сейчас сети пекарен, которые двигаются в этом направлении. Если такие пекарни и есть, то все они находятся в центре Москвы. На мой взгляд, в ближайшем будущем будут активно развиваться те сферы ретейла, у которых низкий порог входа. Сейчас мы видим бум кофеен, магазинов узкой тематики (только колбаса, только молоко, только сыры, только выпечка) – здесь и дальше будет происходить развитие. Магазины у дома превращаются из отгрузочной точки в своеобразный центр, который предоставляет еду и место, где ее можно съесть, выпить кофе, а также взять еду с собой. Это общеевропейский тренд. Такой подход показывает свою эффективность: высокая маржинальность готовой к употреблению еды, привлечение в магазины нового,

**Виктор
Петри:**



«Сегодня цель ремесленных хлебопекарен – не только создание хорошего продукта, что является важным условием конкуренции с ретейлом, но и создание собственных магазинов».

дополнительного трафика, которого у них раньше не было. Мы считаем, что тенденция централизованных производств будет развиваться и приобретать большие масштабы. Такие производства задают стандарты качества – и по сырью, и по готовой продукции. Проще производить на одной точке и потом развозить на тысячу, чем производить на тысяче производств. Повышается производительность и снижается себестоимость производимой продукции. Поэтому крупный ретейл переходит на такую схему.

■ **Константин Мандельштам,**
генеральный директор ЮНИФУД (Fonterra):

– Я много лет отработал в крупнейшей в России хлебопекарной компании и продолжаю внимательно следить за этим рынком, только теперь уже в роли поставщика ингредиентов. Определенные тенденции стали заметны еще несколько лет назад, и теперь мы видим только их укрепление. На мой взгляд, это прежде всего еще более глубокое разделение рынка на индустриальный и ремесленный сегменты. Мы видим бурный рост теперь уже сетевых пекарен. Когда-то их практически не замечали, теперь же игнорировать невозможно. Потребление хлеба падает, но требования к качеству, к вкусовым качествам, к «полезности» и «натуральности» – только растут. Мы все хотим положи-



▲ Потребление хлеба падает, но требования к качеству, к вкусовым качествам, к «полезности» и «натуральности» – только растут.

тельных эмоций и впечатлений. Это относится и к продуктам питания. Экономить на качестве сырья и надеяться, что потребитель этого не заметит, – самая распространенная ошибка, которую допускают крупные производители. Небольшие кондитерские и пекарни (ремесленный

сегмент) это очень хорошо понимают и, видимо, еще и по этой причине развиваются такими темпами. Гибкость в ассортименте и самые необычные новинки с комбинацией вкусов, здоровье, да и просто красота, или, простите, «инстаграмность» продукта – все это и есть новые тренды. Безусловно, цена продукции – такой же важный фактор, поэтому мы уже не удивляемся, когда запросы на наши качественные ингредиенты поступают от сравнительно небольших компаний, которые устанавливают очень современное и высокотехнологичное оборудование.

■ **Александра Прохорова,**
руководитель пекарского
направления компании TechnoFlot:

– Сегодня многие стремятся совместить пекарню с небольшим кулинарным производством. За пару последних дней мне пришлось много запросов: либо в существующей пекарне организовать кулинарию, либо сразу открыть пекарню с кулинарией. Сетей пекарен, особенно в Петербурге, достаточно (достигнув относительной стабильности с хлебопекарным ассортиментом, компании развиваются дальше). С крупными сетями работать не всегда выгодно: низкая маржа, отсрочка по выплатам. К тому же, сетям нужны стандартные решения с долгим сроком годности. Успешно развиваться помогает собственная сеть продаж, где производственный центр поставляет продукцию. Многие гости приходят не только съесть булочку и выпить кофе, но и за полноценным перекусом. Например, популярны пироги, киши с гастрономическими начинками, производство которых требует кулинарного оборудования. Кулинария для пекарен – важный тренд. Причем не только в Москве и Петербурге, но и в регионах. Рустикальный, ремесленный хлеб – тренд не новый, но продолжающий набирать обороты. Сейчас в любом городке с населением больше 100 тыс. есть запрос на такой хлеб. Много работают с натуральными заквасками. Кто-то уже отходит от производства хлеба из смесей, которые были популярны еще пять лет назад. Как минимум, закваски – это дешевле. Налицо тенденция и на взаимопроникновение сфер: пекари заходят на кондитерский рынок. ■



Компания: **ООО «ИРЕКС»**
115093, г. 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

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

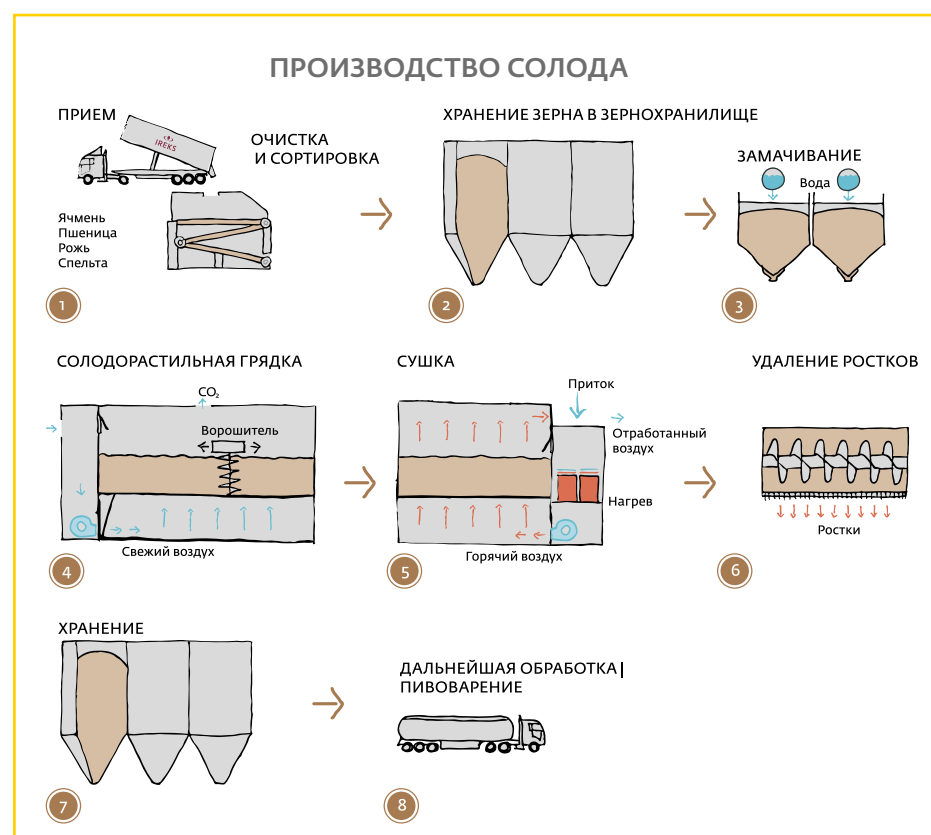
Концепция «ВКУС И АРОМАТ»: новые решения для современных технологов

Свежевыпеченный хлеб с тонкой хрустящей корочкой и воздушным мякишем – воплощение гармонии вкуса, аромата и внешнего вида. За такой продукцией потребители будут возвращаться снова и снова. Создать уникальный ассортимент трендовой выпечки вам поможет линейка солодовой продукции и заквасок IREKS, объединенных концепцией «ВКУС И АРОМАТ».

Закваски и солод IREKS – натуральные продукты, позволяющие создавать исключительно вкусную выпечку с многогранным профилем ароматов и привлекательной структурой пористости мякиша. Это сырье также способствует улучшению реологических свойств теста и сохранению свежести готовых изделий.

Более 160 лет компания IREKS GmbH производит высококачественный хлебопекарный и пивоваренный солод в собственных солодовнях. Богатейший опыт и давние традиции в сочетании с ультрасовременным оборудованием и производством делают ее одним из ведущих предприятий в отрасли ингредиентов для хлебопечения. Клиентоориентированный сервис, в который включены профессиональные консультации и вкусовые экспертизы, позволяет создавать закваски и солодовые продукты, решающие любые задачи хлебопек.

Разработанная компанией концепция «ВКУС И АРОМАТ» объединяет подробные описания и схемы производства солода, солодового экстракта и заквасок с исследованиями влияния солодовых продуктов на физико-химические и вкусоароматические показатели качества хлебобулочных изделий. В рамках концепции проведен сравнительный анализ цвета мякиша хлеба, произведенного с солодовыми продуктами в разных дозировках. Это помогает клиенту определиться с необходимым для его задач ингредиентом, его дозировкой и наглядно демонстрирует результат применения выбранного сырья. Детальное описание производствен-



ных процессов обеспечивает лучшее понимание свойств и возможностей заквасок и солодовых продуктов. Технологи хлебопекарных и кондитерских предприятий всегда находятся в творческом поиске новых, но при этом традиционных ингредиентов для улучшения качества своей продукции, усовершенствования технологического процесса производства. Линейка солодовой продукции и заквасок, объединенных концепцией «ВКУС И АРОМАТ», открывает новые горизонты в производстве выпечки, расширит ассортимент и сделает вашу продукцию запоминающейся и востребованной.



▲
Детальное описание производственных процессов обеспечивает лучшее понимание свойств и возможностей заквасок и солодовых продуктов.

- **ГЛОФА ЭКСТРАКТ** – темный экстракт ячменного солода;
- **ГЛОФА ЭКСТРАКТ СВЕТЛЫЙ** – светлый экстракт ячменного солода;
- **КРАФТ МАЛЫЦ** – смесь на основе различных солодовых продуктов: муки ячменной солодовой, муки из спельты солодовой карамелизованной, экстракта ячменного солодового, муки ржаной солодовой обжаренной, муки пшеничной солодовой и др.;
- **РУКДЕШЕЛЬС АРОМА МАЛЫТ** – мука ячменная солодовая;
- **СПЕЛЫТ КАРАМЕЛЬ МАЛЫТ** – мука из спельты солодовой карамелизованной;
- **МАЛЫТ БРЭД** – смесь на основе солодовых продуктов для придания хлебобулочным и кондитерским изделиям более выраженного вкуса и аромата, а также более темной окраски мякишу;
- **НАТУРИН** – смесь на основе солодовых продуктов для производства ржаных и ржано-пшеничных сортов хлеба для придания им более выраженного вкуса и аромата, а также более темной окраски мякишу;
- **РОГЕНКОЛОР** – смесь на основе солодовых продуктов для производства ржаных и ржано-пшеничных сортов хлеба для придания им более выраженного вкуса и аромата, а также более темной окраски мякишу;
- **ВАЙЦЕНЗАУЕР** – сухая пшеничная закваска для производства хлебобулочных изделий из пшеничной муки;
- **НАТУРАЛЬ** – концентрированная жидкая закваска для производства ржаных, ржано-пшеничных и пшенично-ржаных хлебобулочных изделий. ■



Автор:

Группа Lesaffre
www.lesaffre.ru

**ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ
ПОЗВОЛЯЮТ СОБЛЮДАТЬ ОДИН
ИЗ ОСНОВОПОЛАГАЮЩИХ ПРИНЦИПОВ
ПОЛИТИКИ НАШЕЙ КОМПАНИИ –
УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ
И ОЖИДАНИЙ КЛИЕНТОВ
И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.**

Группа Lesaffre: научный подход на службе хлебопечения

Одной из ключевых составляющих успешного развития компании в условиях конкурентной борьбы является развитие отдела исследований и разработок. Без этого невозможны открытие новых рынков, появление принципиально новых инновационных продуктов, снижение себестоимости или увеличение производительности, в конце концов – совершенствование существующей линейки продуктов и технологий. Разработкам и исследованиям в Группе Лесафр (Lesaffre) уделяется огромное внимание, так как они являются основной движущей силой развития компании в целом.

Более 220 ученых (инженеров-биологов, генетиков, биотехнологов) в штате компании активно сотрудничают с более чем 60 университетами и центрами исследований по всему миру. Основной задачей, которая стоит перед учеными, является создание инновационных продуктов, которые были бы апробированы нашими клиентами, а также, что очень важно, являлись безопасными и эффективными. Вот несколько примеров уникальных продуктов, разработанных отделом R&D (англ. Research and Development – отдел исследований и разработок) во Франции:

- для хлебопечения – сухие и инстантные дрожжи «Саф-Инстант Красный» в 1973 году и жидкие стабили-

зированные дрожжи «Касталья» в 2003 году, полусухие замороженные дрожжи для технологии замороженных тестовых полуфабрикатов, водорастворимые улучшители марки «Солюблин», дрожжи для контролируемой и блокированной расстойки «T-control»;

- для здорового питания – пробиотическая культура «Lynside Pro GI+» в 2011 году;
- для животноводства – пробиотическая культура «Actisaf» в 1989 году;
- для промышленной биотехнологии – дрожжи для производства биоэтанола в 2012 году.

Эти инновационные решения позволяют соблюдать один из основополагающих принципов политики

Отдел R&D активно работает над расширением линейки хлебопекарных улучшителей, направленных на усиление начальной мягкости и продление ее на протяжении всего срока хранения изделия, а также над вкусоароматическими характеристиками ХБИ.

нашей компании – удовлетворение потребностей и ожиданий клиентов и потребителей. Также в компании организованы уникальные лаборатории сенсорного анализа – группы экспертов, по-научному панели, обладающие определенной и подтвержденной чувствительностью, основной ценностью которых является осуществление профессиональной дегустации хлебобулочных изделий. Лаборатория работает в тесном сотрудничестве с мировыми лидерами-производителями, которые стремятся к единообразию вкусоароматического профиля продуктов, изготовленных на разных производственных площадках, порой удаленных

на тысячи километров друг от друга, а также планируют адаптацию вкуса продуктов к местным пищевым предпочтениям потребителей.

В 2015 году в хлебопекарном центре в Санкт-Петербурге была создана лаборатория R&D: уставлены четыре специализированные тестомесильные машины немецкой компании Diosna с возможностью осуществления синхронизированного замеса теста. Новый подход к тестированию повысил уровень достоверности результатов хлебопекарных тестов, а также позволил заметно повысить производительность научно-исследовательской работы. Кроме того, была установлена новая расстойная камера компании Debag, позволяющая успешно практиковать современные технологии замедленного брожения. В лаборатории используют современное оборудование для анализа качества муки: альвеограф Шопена и фаринограф Брабендера, прибор для определения числа падения; для анализа качества дрожжей и тестовых полуфабрикатов – ферментометр и реоферментометр Шопена; для анализа мякиша выпеченных изделий – структурометр.

Учитывая одну из актуальных потребностей хлебопекарных предприятий и конечного потребителя – улучшение мягкости хлебобулочных изделий, отдел R&D активно работает над расширением линейки хлебопекарных улучшителей, направленных на усиление начальной мягкости и продление ее на протяжении всего срока хранения изделия, а также над вкусоароматическими характеристиками ХБИ. Ведь мягкость – это характеристика продукта, которая достигается как комплексный результат использования определенных ингредиентов наряду с соблюдением параметров технологического процесса производства.

В прошлом году отделом R&D были созданы комплексные продукты Inventis® «Софт лимон» и «Софт крем», которые предназначены для решения сразу нескольких насущных хлебопекарных задач. Они сохраняют мягкость готовых изделий до двух недель и дают возможность получить равномерную мелкопористую структуру мякиша и больший удельный объем изделий, а также придают готовой выпеченной сдобе привлекательный золотистый оттенок мякиша и приятный аро-



Одной из ключевых составляющих успешного развития компании в условиях конкурентной борьбы является развитие отдела исследований и разработок.

мат лимона и сливочного масла соответственно.

Отдел R&D усиленно трудится не только над разработкой массовых продуктов, но и над tailor-made (англ. индивидуальный) продуктами под специализированные запросы клиентов (например, технологическими вспомогательными средствами). Это индивидуальный сервис для удовлетворения потребностей клиентов, которым недостаточно коммерческих решений, доступных в настоящее время на рынке. Основываясь на знаниях о технологических процессах и сырье, тесно работая вместе с клиентом, отдел R&D разрабатывает четкое технологическое задание на создание индивидуального продукта. Следующий этап – отработка формулы на линии на производстве у клиента.

Следуя трендам рынка, отдел R&D запустил новую линейку заварных паст Inventis® для производства «здоровых» сбалансированных хлебов, в том числе заварных паст Inventis® на натуральных заквасках Livendo®. Познакомиться с нашими новинками и продегустировать хлебобулочные изделия можно на нашем стенде Lesaffre 21C25 (пав. 2, зал 1). ■



Каждое
3-е хлебобулочное
изделие в мире
произведено
с использованием
продукции
Lesaffre



Высокая
эффективность



Ускоренное
брожение



Оптимальный
результат

www.lesaffre.ru

**ИЩЕТЕ
ВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ?**

Линейка дрожжей
для любых задач
хлебопечения





Компания:
Kaak Group Representative

Anton Ohlert St. Petersburg
191028, Санкт-Петербург, Россия,
Литейный пр., 22, офис 52, этаж 5

А. Черняк
Тел.: + 7 (812) 329-67-55
Факс: +7 (812) 703-50-67
E-mail: ohlert@ohlert.spb.ru
www.ohlert.com



Каак Group: инновационное оснащение хлебопекарных предприятий

Опираясь на более чем столетний опыт работы, группа компаний Kaak предлагает хлебопекарным предприятиям всего мира оборудование для производства множества видов хлебобулочных изделий. Kaak Group постоянно разрабатывает инновационные продукты и с гордостью представляет высокотемпературную печь с прямым огневым подогревом, миксер для механического взбивания теста, экструзионный делитель Xtrueder и линии для раскатки.

ВЫСОКОТЕМПЕРАТУРНАЯ ПЕЧЬ С ПРЯМЫМ ОГНЕВЫМ ПОДОГРЕВОМ

Наша фабрика в Ала (Италия), основанная в 1974 году, имеет безупречную репутацию в области автоматических промышленных линий для производства хлеба и пиццы. Наши автоматические системы расстойки и циклотермические туннельные печи сочетают высокую производительность с абсолютной надежностью и гибкостью. Печи, нагреваемые с помощью излучения или кон-

векции, подходят для производства широкого ассортимента хлебобулочных изделий: от традиционного (подового) хлеба до всех видов сдобного хлеба, подовых булочек, тонких хлебобулочных изделий и даже большинства видов пиццы. Печь с прямым огневым подогревом используется для выпечки изделий, требующих высоких температур, часто более 350 °С, что едва ли достижимо при использовании традиционных печей с косвенным нагревом. Такая печь часто используется для производства пиццы, лава-

ша и подобных продуктов. Обычно продукты, которые выпекаются при высоких температурах, требуют короткого времени выпечки, и, соответственно, высокая производительность может быть достигнута с помощью довольно небольших печей. Наш ассортимент предусматривает ширину печей от 1 до 2 м. Длина печи редко превышает 15 м. Наиболее распространенными размерами являются 8 и 12 м, хотя при необходимости могут быть сконструированы и более длинные печи. Тепло обеспечивается ленточными га-

зовыми горелками, размещенными непосредственно внутри пекарной камеры, над и под пекарным конвейером. Печь с прямым огневым подогревом доступна с проволочной сеткой для выпечки или конвейером из натурального пекарского камня в зависимости от требований клиента. Количество зон регулирования зависит от общей длины пекарной камеры. Каждая зона имеет независимую регулировку для нижнего и верхнего тепла, что позволяет получить наиболее подходящую схему выпечки. Печь также оснащена зоной предва-



рительного нагрева на хлебопекарном конвейере. Зона предварительного нагрева особенно важна в этом типе печи, так как скорость выпечки (обычно от 60 до 120 сек.) требует, чтобы тепло сразу же поступало с конвейера к продукту.

Как и все продукты Kaak Group, высокотемпературная печь с прямым огневым подогревом постоянно совершенствуется в соответствии с последними производственными разработками. Мы используем только хорошо известные высококачественные и фирменные комплектующие, доступные на всех основных рынках.

С ЛЮБОВЬЮ К ТЕСТУ

Фабрика Kaak Group в Ньюкуке (Нидерланды) уже более 120 лет проектирует и конструирует системы для производства и обработки всех видов теста. Основное внимание уделяется качеству теста и бережному обращению с ним во время деления, округления, расстойки и формования. В тесном сотрудничестве с клиентами мы обсуждаем конкретные потребности и пожелания в отношении производства и бизнеса и предлагаем лучшее решение. Помимо оборудования стандартной комплектации, доступны изготовление линий на заказ и подбор индивидуальных параметров. Такая возможность обеспечивает клиентам оптимальную основу для производства различных продуктов самого высокого качества.

MDD MIXER ДЛЯ МЕХАНИЧЕСКОГО ВЗБИВАНИЯ ТЕСТА

Миксерная система для механического взбивания теста подходит для смешивания различных типов механически разработанных видов теста для формового хлеба, булочек, теста для пиццы и т. д. с заранее запрограммированными параметрами времени, энергии или температуры теста. Система также может использоваться для высокоскоростного смешивания относительно небольших партий в вакууме или под давлением с постоянным качеством теста. При смешивании в вакууме можно менять конечную структуру теста для получения более тонкой клеточной структуры. Давление при перемешивании увеличивает объем кислорода в смесительной чаше, что ускоряет процесс окисления. Конструкция смесительной чаши в сочетании с высокой скоростью перемешивания быстро добавляет энергии тесту, что приводит к более короткому времени перемешивания по сравнению с другими типами миксеров.

Миксерная система для механического взбивания теста – полностью автоматизированный процесс с полным системным контролем в сочетании с автоматической системой обработки и дозирования ингредиентов. Качество и температура теста контролируются и обеспечиваются

При смешивании в вакууме можно менять конечную структуру теста для получения более тонкой клеточной структуры. Давление при перемешивании увеличивает объем кислорода в смесительной чаше, что ускоряет процесс окисления.

интегрированной системой. Эта автоматическая система измеряет температуру всех основных ингредиентов и регулирует температуру добавляемой воды. Система автоматической очистки значительно сокращает время очистки смесительной чаши и крышки, что сокращает количество простоев между типами теста.

XTRUEDER

XTRUEDER® – экструзионный дельтер, конструкция которого оптимизирована специально для разделения и обработки теста (патент заявлен).

Механизм с сервоприводом управляет двойными винтами. Технология сервопривода – основа для исключительно точного и воспроизводимого процесса. Оператор выбирает сохраненный в ПЛК рецепт, и XTRUEDER® работает по его точным настройкам. Исходя из требований к консистенции теста, можно добавить к комплектации специально разработанную мешалку и скребок для улучшения подачи теста в систему транспортировки шпинделя.

Использование вакуума – стандартная функция, контролируемая контроллером ПЛК, как и прочие параметры рецептуры. Масло не требуется. Выход XTRUEDER® можно адаптировать под специфические запросы.

ЛИНИИ РАСКАТКИ

Линии для раскатки хлеба Kaak Group предназначены для самых требовательных промышленных пекарен. Бескомпромиссная философия дизайна послужила основой непревзойденному качеству. Почему именно раскатка?

- Она позволяет создавать формы, которых невозможно достичь с помощью традиционного оборудования для раскатки теста.

- Она позволяет использовать рецепты, которые ранее было невозможно воплотить.

Особенность линий для раскатки Kaak Group – мягкая подача теста. Эта черта обеспечивает непревзойденную мягкость обработки теста. Тесто не растягивается вертикально и полностью поддерживается до первого мультиролика, что позволяет использовать большое количество жидких ингредиентов (90%+), а само изделие может быть открытым и тесто не будет повреждено. Уникальные особенности линий раскатки:

- автоматическая подача теста;
- экономия пространства, но открытая конструкция;
- легкий доступ для чистки и обслуживания;
- никаких цепных передач, только двигатели с прямым приводом;
- возможна влажная очистка всей установки;
- режим очистки в системе ПЛК для полной очистки всех отверстий и упрощения процесса;
- эргономичный дизайн: инструменты легко заменяются сбоку;
- удобный для пользователя графический интерфейс с сенсорным дисплеем;
- функция помощи для работы в операторской панели. ■



Компания: CERI

В России:
E-mail: mail.mtechn@gmail.com
Тел.: +7 (499) 350-33-19
www.mtechn.ru

В Италии:
E-mail: cери@cepisilos.com
Тел.: +39 0543 940-514
www.cepisilos.com

CERI: гибкие решения для максимальной эффективности производства

Компания CERI разрабатывает, производит и устанавливает под ключ системы для хранения, транспортировки и дозирования сырья, а также полностью интегрированные средства автоматизации и технологии для всех производственных процессов. Расположенная в Италии, компания CERI является полностью независимой семейной компанией, которая с 1985 года разработала и установила более 5000 систем хранения и дозирования по всему миру.

Имея свыше 30 лет опыта работы с известными компаниями в сфере пищевой промышленности, мы предлагаем полную интеграцию, которая сделает производство продуктов максимально эффективным. Герметичные линии бережно транспортируют основные, микро- и малообъемные компоненты из силосов к взвешивающим станциям, а все процессы, управляемые панелями оператора и программным обеспечением, полностью отслеживаются. Кроме того, потребности в любых порошковых, гранулированных или жидких продуктах удовлетворяются с помощью оборудования: ферментирующих баков, дрожжевых танков, сахарных мельниц, систем приготовления инвертного сиропа, растворителей для переработки хлеба, систем переработки остатков хлеба и печенья, производства рассола, охлаждения муки и так далее.

Гибкость – вот что отличает нас от других. Мы разрабатываем около 300 специализированных систем каждый год, в основном для пищевой промышленности, осуществляя каждый этап проекта от анализа процесса до проектирования механического и программного обеспечения, производства, установки и, наконец, запуска и обслуживания. Мы обладаем богатой историей инноваций в своей области и имеем множество патентов, а также сертификаты соответствия всем соответствующим стандартам. Мы уделяем большое

внимание вопросам, касающимся гигиены и безопасности – как в случае наших наружных силосов из нержавеющей стали, которые изготавливаются в специальной башне, где они свариваются таким образом, что их внутренняя поверхность становится полностью гладкой и позволяет избежать налипания продукта. Они подходят для всех порошков, включая абразивные, и оснащены защитными устройствами для превышения внутреннего давления, а также антиконденсационными системами для контроля внутренней температуры и изоляцией в соответствии с хранящимся продуктом или конкретными погодными условиями.

Наши технологии для ферментации представлены ферментаторами, дрожжевыми танками и растворителями для переработки хлеба. Оборудование используется для приготовления жидкой опары, ржаной или пшеничной закваски. Мы проектируем машины с учетом особенностей каждого производства, в которое их можно с легкостью интегрировать. Эта гибкость позволяет использовать наши системы и автономно. Все оборудование отвечает самым высоким требованиям к гигиене и полностью сохраняет качество ингредиентов, позволяя производить ржаной, пшеничный, цельнозерновой хлеб и другую продукцию с длительным сроком хранения и приятным ароматом свежей выпечки. Наши опыт и знания в области как



Наружные силосы из нержавеющей стали изготавливаются в специальной башне, где свариваются так, что их внутренняя поверхность становится полностью гладкой и позволяет избежать налипания продукта.

материалов, так и процессов позволяют предлагать нашим клиентам гибкие решения поставленных задач, придавать добавочную стоимость продукции за счет повышения ее качества и оптимизации ресурсов, места, рабочей силы и уменьшения затрат на улучшители и дрожжи. Самая новейшая разработка – это система для приготовления, хранения и дозирования инвертного сиропа. Подобно внутренним силосам, системы приготовления инвертного сиропа производятся полностью собственными силами и могут быть применены для производства любых кондитерских изделий. Инвертный сироп делает хлебобулочные изделия более мягкими, а мороже-

ное – более кремообразным, а кроме того, обеспечивает более длительный срок хранения и экономит сырье, такое как сахар и вода.

Широкий ассортимент технических решений компании CERI отражается в выборе наших решений для обработки сахара: от гигиенического и безопасного хранения, транспортировки и точного дозирования до автоматизированных сахарных мельниц, соответствующих стандарту АТЕХ, с автоматической подачей сахарной пудры, с учетом производительности машин и требуемого размера частиц. Мельницы поставляются с емкостями для хранения пудры, оборудованными ворошителями, чтобы избежать комкования пудры и облегчить разгрузку. Они снабжены защитными устройствами, такими как взрывогасящие панели, фильтры и датчики уровня. Мельницы полностью герметичны и не выделяют пыли благодаря рециркуляции воздуха. Безопасность и гигиену обеспечивают встроенные просеиватели и металлоуловители. Невзирая на уже имеющийся большой опыт и глубокие знания об используемых материалах, условиях местных рынков и окружающей среды, CERI активно продолжает исследования и разработки. Благодаря этому мы устанавливаем более 300 уникальных систем каждый год. Наш приоритет – проекты под заказ с учетом индивидуальных особенностей каждого производства. ■



ТЕХНОЛОГИЯ ФЕРМЕНТАЦИИ
ЖИДКАЯ ОПАРА, ТЕСТО ИЗ ПШЕНИЧНОЙ
И РЖАНОЙ МУКИ

ЕСТЕСТВЕННЫЙ АРОМАТ
СВЕЖЕИСПЕЧЕННОГО ПРОДУКТА

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
ПЛОЩАДЕЙ И ПЕРСОНАЛА

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНЫЙ СРОК ХРАНЕНИЯ

ОТСУТСТВИЕ ЗАТРАТ
НА ДОБАВКИ И ДРОЖЖИ

ВЫСОКОЭФФЕКТИВНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО

Современное
Хлебопечение
Пав. 2.1, 21В45

MODERN
BAKERY
MOSCOW



СИСТЕМА ДЛЯ
ПОДГОТОВКИ

ХРАНЕНИЯ И ДОЗИРОВАНИЯ
ИНВЕРТНОГО СИРОПА



КОМПЛЕКСНЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ, ТРАНСПОРТИРОВКИ И ДОЗАЦИИ СЫПУЧИХ И ЖИДКИХ КОМПОНЕНТОВ

МАТЕРЧАТЫЕ И МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ СИЛОСЫ В РАЗЛИЧНОМ
ИСПОЛНЕНИИ, ДЛЯ НАРУЖНОЙ И ВНУТРЕННЕЙ УСТАНОВКИ.

СИЛОСНЫЕ ВЗВЕШИВАЮЩИЕ СИСТЕМЫ. СИСТЕМЫ
РАСТАРИВАНИЯ МЕШКОВ И БИГ-БЭГОВ. СИСТЕМЫ
ПНЕВМОТРАНСПОРТА В ПОЗИТИВНОМ И ВАКУУМНОМ
ИСПОЛНЕНИИ. ВЕСОВОЕ И ОБЪЕМНОЕ ДОЗИРОВАНИЕ
СЫПУЧИХ И ЖИДКИХ КОМПОНЕНТОВ. ПРОСЕИВАЮЩИЕ
МАШИНЫ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ И ЕТАЛОУЛОВИТЕЛИ.

СИСТЕМЫ РАЗМОЛА САХАРА И ЗЕРНОВЫХ ВО
ВЗРЫВОБЕЗОПАСНОМ ИСПОЛНЕНИИ. СИСТЕМЫ
АВТОМАТИЗАЦИИ И КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ
ХРАНЕНИЯ И ДОЗАЦИИ.

heart of technology



www.cepisilos.com
cepi@cepisilos.com

f y in .. cepisilos

МОДА НА ДОМАШНЮЮ ВЫПЕЧКУ И ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СЫГРАЮТ СВОЮ РОЛЬ В РАСШИРЕНИИ АССОРТИМЕНТА ЗАМОРОЗКИ.

Ой, мороз, мороз: как будет расти и развиваться рынок заморозки в кондитерском и хлебопекарном сегменте

По мнению экспертов, рынок замороженной продукции еще не достиг зрелости и на его дальнейшее становление окажет влияние целый ряд факторов. Это и развитие новых форматов торговли и оказания услуг, и появление мини-пекарен в торговых центрах и магазинах, и развитие частных пекарен и хлебных бутиков. Мода на домашнюю выпечку и популяризация здорового образа жизни также сыграют свою роль в расширении ассортимента заморозки. По данным аналитической компании IndexBox на начало 2019 года, более половины замороженной продукции составляли мучные кондитерские изделия, порядка 20% приходилось на замороженный хлеб, а доля полуфабрикатов из сдобного теста была около 15%. Еще 10% занимала заморозка слоеных изделий. Компания «НЭО Центр» отмечает рост в категории замороженных хлебобулочных из-

**Роман
Калинин:**



«Думаю, что активнее всего заморозка будет расти в таком сегменте, как b2b2c, когда замороженная продукция покупается бизнесом, но не для продажи, а для изготовления другой продукции для конечного покупателя».

делий за прошлый год на 8%. О ближайшем будущем «замороженного» рынка размышляют:

Роман Калинин,
генеральный директор
маркетингового агентства
ВАТЕЛЬ МАРКЕТИНГ :

– Роман, давайте обозначим основные драйверы для рынка хлебной и кондитерской заморозки.

– Ключевой драйвер развития этого рынка – HoReCa и пекарни-кондитерские, которые развиваются самостоятельно и «мимикрируют» под ремесленное хлебопечение (в том числе – пекарни в сетевом ретейле). Думаю, что активнее всего заморозка будет расти в таком сегменте, как b2b2c, когда замороженная продукция покупается бизнесом, но не для продажи, а для изготовления другой продукции для конечного



покупателя. В сегменте же b2c (продукция для конечного потребителя) я особого роста не предвижу: честно говоря, для него нет предпосылок. В мегаполисах рынок настолько насыщен пекарнями, что непонятно, зачем выпекать круассан дома, если его можно съесть в ближайшем заведении.

– Что составляет основной объем замороженных изделий? В чем рынок заморозки пока испытывает недостаток?

– Безусловно, основная часть заморозки – это мелкоштучные изделия и сдоба: пирожки, булочки для гамбургеров и т.д. Я думаю, что на рынке существует потребность в готовых замороженных хлебах, не частично выпеченных, а готовых на 99%, которые нужно только разогреть. Я принимал участие в проектировании двух масштабных проектов по производству таких хлебов, и очевидно, что это направление будет быстро расти. Прежде всего, благодаря эффекту низкой базы, но не только: на такую продукцию есть очевидный спрос. Ведь многим удобнее открывать пекарню без длительного тестоведения, муки, сложного и дорогого оборудования, применения всевозможных заквасок и заквасок – можно просто поставить печку, купить хороший замороженный хлеб и разогреть его. Так что сегмент хлебов с высокой степенью готовности однозначно будет расти.

– Ждать ли роста в сегменте замороженной кондитерской продукции?

Евгения Бояринова:



«Индустриальному хлебопечению, полагаю, придется искать новые способы производства или новые продукты. Из тех способов, которые сейчас реализуют индустриалы, я знаю два: развитие собственной сети булочных или переоснащение производства под выпуск замороженного продукта».

– Для этого однозначно есть предпосылки в сетевом ретейле и в HoReCa. Помимо удобства использования такой продукции, заморозка практически превращает в ноль возвраты, которые убивают кондитерскую отрасль.

Даже в ходе производства многие заводы морозят свою кондитерку для оптимизации технологического процесса. Сделали 1000 тортов, заморозили, положили на склад, понадобились – можем их дефростировать,

дооформить и продать. Это выгодно и удобно, это точно будет расти, и, как я не раз уже говорил, заморозка – это дамоклов меч, который висит над кондитерской локального хлебозавода.

– И, наверное, над домашними кондитерами?

– А вот это – скорее нет. Когда мы обращаемся к домашнему кондитеру, у нас есть ожидание, которое за-

мороженная кондитерка не может реализовать: «Приготовлено сегодня специально для вас на свежих сливках и натуральном шоколаде». Частная «кондитерка» от заморозки не пострадает.

– Конечный потребитель не слишком привык к заморозке. Что можно предпринять, чтобы по уровню потребления догнать Европу? Да и возможно ли это?

– Действительно, с одной стороны, отношение к заморозке у рядового потребителя не лучшее. Но, с другой-то, никто особо не акцентирует внимания потребителя на том, что продукт был заморожен. Когда потребитель идет по «Пятерочке», «Дикси» или «Реалу» и видит торт, он не знает о том, что тот был заморожен. В хлебном отделе он покупает свежие ремесленные хлеба «Фацер» и чаще всего не догадывается, что и они были заморожены. Казалось бы, купи замороженный торт – и он будет стоять у тебя в холодильнике, но российский потребитель пока что так не рассуждает. Есть отдельные проекты по продаже замороженной кондитерки конечному потребителю, но особых перспектив я тут не вижу, вряд ли их будут покупать домой в массовом порядке. Так, появились проекты «Вкусвилл Айс», «Фреш энд Фрост», но думаю, что в общем потреблении они займут, условно говоря, полпроцента. Жители мегаполисов не нуждаются в замороженном торте, а в регионах потребление консервативное и о заморозке сложилось мнение, что она «лежала где-то на складе 50 лет».

– Что будет с импортной замороженной продукцией?

– Думаю, что по мере открытия новых производств в России доля импорта будет сокращаться до минимума, потому что нет проблем сделать в России прекрасные круассаны, которые ничем не отличаются от европейских. Уверен, что мы справимся с импортозамещением в этом вопросе.

– Но оборудование и технологии все же импортные.

– Да, все методики, технологии по заморозке – это заграничный опыт, который мы переносим на наше



производство. Ни ингредиентов, ни технологических отечественных решений я не видел.

– Почему это не развито?

– Это вопрос к отечественному машиностроению в целом. Конечно, вроде у нас производят и печки, и другое оборудование, но на крупных хлебозаводах вы российского оборудования почти не встретите. Все ключевые позиции будут заняты иностранным.

– Про замороженные кондитерские изделия поговорили, а чем грозит замороженный хлеб индустриальному? Может быть, хлебозаводы вообще умрут в скором времени?

– Это мое любимое предсказание! Прогноз кажется мрачным и утопичным, но имеет под собой некоторые основания. Замороженный хлеб обладает фантастической привлекательностью по дальней логистике. Соблазн построить в центре России индустриальные заводы, которые будут делать 500 т заморозки в сутки, везти за 1000 км и разогревать в условной «Пятерочке» и выдавливать с полки продукцию местного хлебозавода, очень велик. Технологически и финансово это абсолютно реально, логистика есть, технологии есть. Другое дело, что это очень емкий с точки зрения инвестиций проект. Но мы видим, что, когда федеральные игроки хотят расти, а рынок потребления не растет, – они растут за счет регионального производителя.



Анастасия Сысоева:

«Рост наблюдается в категории замороженных хлебобулочных полуфабрикатов до 100 тыс. т (+8% в годовом выражении), что объясняется развитием сегмента HORECA, главным образом кофеен формата to-go и небольших пекарен».

Это происходит в тортах и пирожных, это происходит в долгосрочных кондитерских изделиях. Так что вопрос появления таких проектов – это вопрос времени и усилий игроков: амбициозный хлебопек + сетевой ретейл + капитал.

– Совместимы ли заморозка и набирающий силу тренд на здоровый образ жизни?

– Отлично совместимы. Если мы хотим сделать хлеб со сроком годности 30 суток, мы будем вынуждены положить в него дополнительные ин-

гредиенты. А замороженный хлеб полгода пролежит без консерванта. И нужно нам всем всегда говорить, что сам по себе хлеб – вполне ЗОЖевский продукт.

– Вы упоминали о том, что качество муки сейчас в целом не очень высокое. Для заморозки это является проблемой?

– Для заморозки качество муки требуется особое. Мукомолы в общей массе особенно с ним не разбираются, поэтому с ними разбираются поставщики ингредиентов. И это отдельный растущий рынок, на ко-

торый мукомолам стоит обращать внимание. Основные несовершенства муки корректируются с помощью ферментных комплексов.

– А это не станет тормозящим фактором для развития заморозки? Потребитель сейчас стал очень внимателен к упаковке, изучает ингредиенты, интересуется составом.

– Думаю, нет, потребители сталкиваются с замороженным хлебом без упаковки, они видят его уже на полке в кафе или в магазине. Соответственно, состава не видят. Покупая круассан в кафе, потребители уверены, что его только выпекли. А упаковывать замороженную продукцию для потребителей не будут: перспектив для роста упакованной заморозки сегодня я не вижу.

– Как вы думаете, может ли замороженная продукция продаваться как «быстрая еда»?

– Думаю, маловероятно. Разогреть пирог – не так уж и быстро, да и тот круассан, который разогреют в пекарне в пароконвектомате, будет намного лучше того, что потребитель сделает в своей духовке дома. Дефростация и разогрев тоже требуют соблюдения определенных условий. Если их нарушать (а при домашнем приготовлении это неизбежно), то и результат будет далек от идеала.

Анастасия Сысоева, консультант практики «Стратегическое консультирование» компании «НЭО Центр»:

– В последние годы рынок заморозки в России развивается высокими темпами. Наибольший прирост за 2019 год произошел в категориях овощной продукции. В частности, рынок замороженного картофеля вырос до 68 тыс. т (+43% в годовом выражении), замороженных овощей и овощных смесей – до 183,5 тыс. т (+12%). Это результат нескольких тенденций: во-первых, смены стиля жизни потребителей (особенно в крупных городах), предпочитающих тратить меньше времени на приготовление еды; во-вторых, развития сети ресторанов быстрого питания, которые являются одним из главных потребителей замороженного картофеля, а также, в целом,

желания потребителей сэкономить при покупке овощей в период высоких цен зимой и ранней весной. Кроме того, рост наблюдается в категории замороженных хлебобулочных полуфабрикатов до 100 тыс. т (+8% в годовом выражении), что объясняется развитием сегмента HORECA, главным образом кофеен формата to-go и небольших пекарен, которые расширяют ассортимент продаваемых товаров за счет дешевой продукции с большим сроком годности, которая быстро доводится до готовности непосредственно в месте сбыта.

■ **Евгения Бояринова,**
директор по производственному развитию и логистике, «Буше»

– *Евгения, скажите несколько слов о вашем производстве.*

– Собственное производство «Буше» площадью 4 тыс. кв. м выпускает широкий ассортимент продукции – более 60 позиций. Доля оптовых продаж в 2019 году увеличилась до 65% оборота (ранее она составляла половину оборота компании). Хлеб для ретейла выпекается почти до готовности и подвергается шоковой заморозке, затем его можно допечь непосредственно в точке продажи. Часть продукции замораживается после формовки или расстойки. География отправки такой продукции – вся Россия, среди клиентов «Буше» есть и федеральные ретейлеры, и сети гостиниц. «Буше» работает и с малым бизнесом, но таких клиентов немного: они либо покупают продукцию через наших дистрибьюторов, либо забирают продукцию самовывозом.

– *Отмечаете ли вы изменения в спросе на замороженную продукцию?*

– В 2019 году спрос на замороженную продукцию значительно вырос, так же как интерес непосредственно к нашей продукции. Но мы не обладаем большим количеством резервных производственных мощностей, поэтому смогли прирасти только на 30% продаж оптовым клиентам. Большим спросом у клиентов пользуются ремесленные хлеба и хлеба типа «чабатта».

– *А замороженные кондитерские изделия вы производите?*

– Для своей сети мы производим только свежую продукцию, которую в ней и реализуем, хотя интерес со стороны ретейла к нашей кондитерке есть.

– *Сейчас много говорят о том, что российская мука нестабильна по качеству. Согласны ли вы с этим утверждением? Расскажите о вашей политике применения различных ингредиентов для улучшения качества заморозки.*

– Качество муки, действительно, бывает нестабильным. Однако мы очень ценим партнерские взаимоотношения с нашим поставщиком муки, с которым работаем уже около 15 лет. У этой компании серьезный технологический отдел, высококлассные специалисты и хороший деловой подход. Мы нашли с ними общий язык, им понятны наши требования, и они держат высокое качество муки. Мы используем улучшитель при производстве замороженных изделий, хотя продукция для собственной сети не содержит улучшителей. Добавляем их в минимальной дозировке лишь с целью снизить влияние шоковой заморозки на продукт.

– *Как вы считаете, интересна ли категория замороженных ХБИ и кондитерских изделий частным лицам?*

– Если речь идет о том, чтобы люди покупали себе домой замороженный продукт, думаю, нет. Во всяком случае, я не слышала о таком явлении.

– *Ваши прогнозы по развитию рынка замороженных хлебобулочных изделий? Как это скажется на промышленном хлебопечении?*

– Сложный вопрос. Возможно, спрос на замороженную продукцию будет еще расти. Обусловлено это спросом потребителей на свежевыпеченный хлеб (который и допекают из заморозки). Индустриальному хлебопечению, полагаю, придется искать новые способы производства или новые продукты. Из тех способов, которые сейчас реализуют индустриалы, я знаю два: развитие собственной сети булочных или переоснащение производства под выпуск замороженного продукта. ■

Профессиональный подход к вопросам гигиены



DR. WEIGERT
Hygiene mit System

Моющие и дезинфицирующие средства для:

- пищевого производства
- пищеблока
- лаборатории



Быстрая дезинфекция поверхностей

- эффективен в отношении вирусов, бактерий, грибов
- не требует смывания
- готов к применению
- не оставляет следов



Гигиена персонала

- спиртовые и бесспиртовые антисептики
- жидкое мыло
- крем

Продукты и технологии для прачечных предприятий:

- профессиональные средства для стирки
- оборудование и технология
- индивидуальные программы



ООО «ДВС Групп»

г. Москва, Крутицкая наб., д.1.
Тел.: +7 495 771-75-37/38
e-mail: info@dws-g.com

VISIT US AT
**MODERN
BAKERY**
STAND 22B60



**Вы печете, а мы
о Вас заботимся**

