

МЯСНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ГОСТЬ НОМЕРА

Что делать бизнесу в условиях насыщенности мясного рынка? Какие новые пути развития можно использовать? Об этом читайте в интервью с Константином Корнеевым.

18

МАРКЕТИНГ

Как генетический потенциал мясных пород снижает себестоимость производства баранины? Что может сделать этот процесс более прибыльным?

42

ТЕМА НОМЕРА

Если раньше применение растительных ингредиентов в составе мясных продуктов было негативной характеристикой, то сейчас это в корне меняется. Как и почему российские мясопереработчики становятся предприятиями-флекситарианцами?

4



Прием заявок
03.02–04.10.2021

Подведение итогов
05.10–15.10.2021



открытая сфера

- **Конкурс для журналистов**

Издательскому дому «Сфера» — 20 лет.

В юбилейный год мы запускаем конкурс отраслевой журналистики «Открытая Сфера», чтобы узнать о развитии пищевой индустрии в регионах.

- **Кто может стать участником?**

Корреспонденты печатных и электронных СМИ, копирайтеры, студенты факультетов журналистики, PR и др.

- **Номинации**

Мы ждем репортажи о важных **событиях отрасли в регионах**, о предприятиях и хозяйствах, где внедряются новые технологии, инновации, экологические проекты, выпускаются локальные бренды или продукция, обладающая экспортным потенциалом.



Лучший репортаж



Лучший блог

- **В жюри — лидеры отрасли**

Жюри сформировано из профессиональных журналистов, представителей компаний и предприятий пищевой отрасли и АПК.

- **Расскажите нам о самом интересном в своем регионе!**

Все подробности — на sfera.fm/konkurs. Работы и краткое резюме отправляйте на konkurs@sfera.fm

Партнеры конкурса:



2021

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИД «СФЕРА»



14/07

Санкт-Петербург
**IV МЕЖДУНАРОДНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ «КОНФИТУР»**
Кондитерские изделия 2.0



15/07

Санкт-Петербург
**II МЕЖДУНАРОДНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ «SNACKTECH»**
Технологии производства
и продвижения



08-09/09

Санкт-Петербург
**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
«АГРО.PRO»**
КРС. Свиноводство



20-21/10

Санкт-Петербург
**VI МЕЖДУНАРОДНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ
«МАСЛОЖИРОВАЯ
ИНДУСТРИЯ»** Масла и жиры

2022



01/2022

Санкт-Петербург
**VII МЕЖДУНАРОДНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ «РЫБА»**
Технологии рыбопереработки
и аквакультуры



03/2022

Санкт-Петербург
**II МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
«АГРО.PRO»**
Птицеводство



05/2022

Санкт-Петербург
**VII МЕЖДУНАРОДНЫЙ
БИЗНЕС-ФОРУМ
«МИРОВАЯ СОЯ»**

Регистрация и подробная
информация:

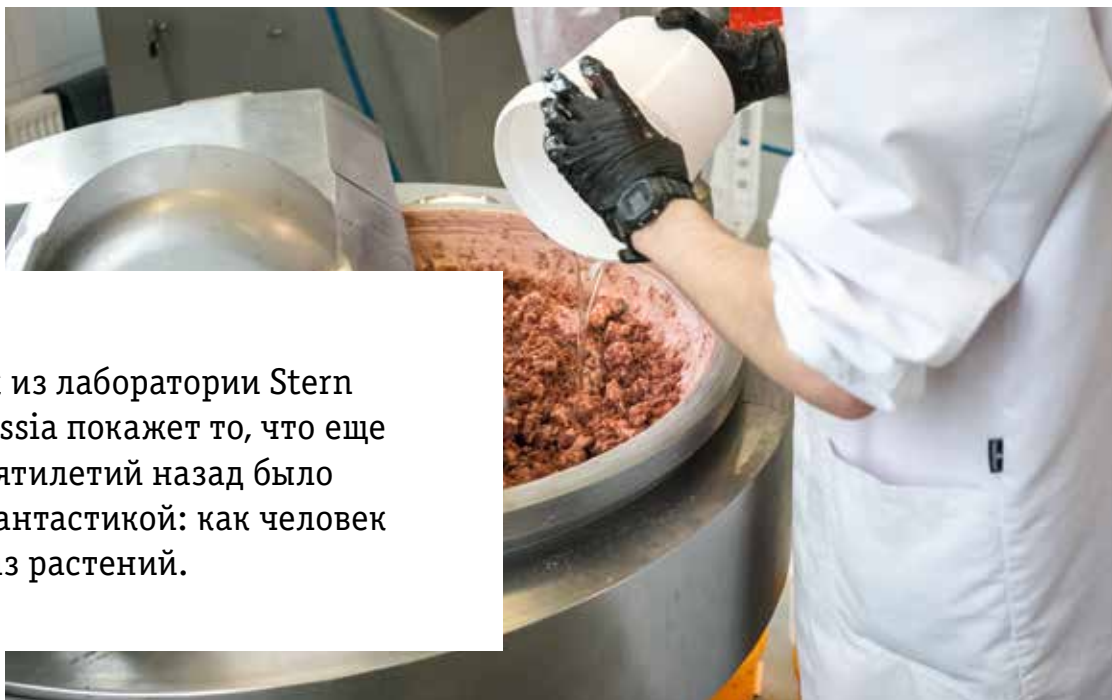
+7 (812) 245-67-70
sfm.events



Содержание

24

Фоторепортаж из лаборатории Stern Ingredients Russia покажет то, что еще несколько десятилетий назад было абсолютной фантастикой: как человек создает мясо из растений.



- | | | | | | |
|-----------|--|-----------|--|-----------|--|
| 4 | Тема номера
Предприятия-флекситарианцы: реальность или будущее отрасли? | 22 | Ингредиенты
БИО решения для пищевой безопасности | 38 | Контроль качества
Российский рынок халяль на подъеме |
| 10 | Мнение эксперта
Соя для мясных продуктов: хорошо забытое старое или что-то новое? | 24 | Фоторепортаж
Сделать невозможное возможным | 42 | Маркетинг
Генетика как фактор повышения доходности в производстве баранины |
| 12 | Инфографика
Российский рынок мяса-2020 | 33 | Корма
ДОСТО® Орегано в борьбе с илеитом и дизентерией свиней | 46 | Событие
«Агропродмаш»: аудитория серьезно обновилась |
| 14 | IT-технологии
Восемь требований к ERP-системе для пищевой промышленности | 34 | Технологии
MULTIVAC открывает двери в инновационный мир технологий | 48 | «Продэкспо-2021»: центр пересечения профессионалов |
| 18 | Гость номера
Константин Корнеев:
«Точки роста только в повышении эффективности и выходе на экспорт» | | | | |

Сфера

Мясная сфера
(Мясная промышленность) №2 (133) 2021

Информационно-аналитический журнал для специалистов мясоперерабатывающей промышленности, федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС 77-46401 от 31.08.2011.

Издатель:
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

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

Управляющий:
ИП Алексей Павлович Захаров

Руководитель отдела
продаж и маркетинга:
Елена Николаева
e.nikolaeva@sfera.fm

Реклама:
Надежда Антимова
n.antipova@sfera.fm

Екатерина Неретина
e.neretina@sfera.fm

Юлия Мельникова
u.melnikova@sfera.fm

Юлия Прикладовская
u.prikladovskaya@sfera.fm

Дарья Русинова
d.rusinova@sfera.fm

Наталья Закурдаева
n.zakurdaeva@sfera.fm

Елизавета Дьячкова
e.dyachkova@sfera.fm

Редактор:
Вера Кисленкова
v.kislenkova@sfera.fm

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

Корректор:
Лариса Торопова

Журнал распространяется
на территории России и стран СНГ.
Периодичность – 4 раза в год.

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

Все рекламируемые товары имеют
необходимые лицензии
и сертификаты.

Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материалов.
Материалы, отмеченные значком **Р**,
публикуются на коммерческой основе.

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

Мнение авторов не всегда совпадает
с мнением редакции.

В журнале использованы фотографии,
предоставленные компаниями
или героями публикаций, а также
фото с платных фотостоков
www.freepik.com, www.shutterstock.com

Отпечатано в типографии «ПремимумПресс».
Подписано в печать: 07.06.21
№ 1294 Мясная промышленность №2
Тираж: 3 000 экз.

 **сфера**
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

ТРЕБУЮТСЯ ДИСТРИБЬЮТОРЫ

Крупнейшая в мире компания-поставщик специй




Fuchs Group — крупнейшая в мире компания-поставщик специй — ищет партнеров для рынков России и Польши.

Специи, пряности, экстракты, инкапсулированные специи, смеси для производства снеков и мясной промышленности.

Заинтересовали? Тогда пишите на edgar.petrosyan@fuchs.de

www.fuchsspice.com



ПРЕДПРИЯТИЯ- ФЛЕКСИТАРИАНЦЫ: РЕАЛЬНОСТЬ ИЛИ БУДУЩЕЕ ОТРАСЛИ?

Автор:
Вера
Кисленкова

20–30 %

ежегодный рост спроса
на растительные
альтернативы
в ближайшие годы,
Fleischatlas 2021

50 %

производителей
альтернативного
мяса в России –
мясопереработчики

2,6 млрд ₽

составил рынок
альтернативного мяса
в РФ по итогам 2020 года,
компания DELOITTE

Рост рынка позволит всем игрокам, которые уже вышли, и тем, кто еще только об этом задумывается, окончательно поставить точку в ключевом вопросе: является ли рынок альтернативной пищевки нишевым?

До конца этого года порядка трех-четырех новых мясоперерабатывающих компаний крупного масштаба выйдут на рынок альтернативного мяса.

ПОЖАЛУЙ, УЖЕ НИКТО НЕ СПОРИТ О ТОМ, БЫТЬ ЛИ НА РЫНКЕ РАСТИТЕЛЬНЫМ АЛЬТЕРНАТИВАМ МЯСА. ВОПРОС В ДРУГОМ: КАКУЮ ЧАСТЬ РЫНКА ОНИ ЗАБЕРУТ У МЯСОПЕРЕРАБОТЧИКОВ И КАК СКОРО ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ? ВПРОЧЕМ, ДЛЯ МНОГИХ ИГРОКОВ РЫНКА И ЭТО УЖЕ НЕ ВОПРОС, ПОТОМУ ЧТО ОНИ СТРЕМЯТСЯ КАК МОЖНО СКОРЕЕ ЗАСТОЛБИТЬ «ЗОЛОТОНОСНЫЙ УЧАСТОК» НА МАГАЗИННОЙ ПОЛКЕ, ПОКА «АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ЛИХОРАДКА» НЕ ОХВАТИЛА БОЛЬШИНСТВО ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.

37%

В 1-м квартале 2020 года в ФРГ альтернативной мясной продукции было выпущено на 37% больше (20 тыс. т), чем за аналогичный период 2019 года (14,7 тыс. т).

Но до анализа ситуации на российском рынке растительных заменителей мяса посмотрим чуть шире, точнее, западнее, откуда уверенным шагом к нам идут многие тренды пищевой промышленности.

Этой весной в Австрии появились в продаже продукты из «гибридного» мяса. После успешного участия в прошлом го-

ду в стартап-шоу «2 Minuten 2 Millionen» венский стартап Rebel Meat начал с классики альтернативной пищевки – с замороженных котлет для гамбургеров. Сейчас расширил ассортимент за счет четырех новых продуктов, которые (внимание!) состоят на 50% из натурального мяса и на 50% – из альтернативного, созданного на растительной основе. Гибридные котлеты для гамбургеров, колбасы, сыр и фарш доступны потребителю на полках в Billa Plus (ранее Merkur). Эти продукты содержат цветную капусту, морковь и просо и предназначены для тех, кто сознательно сокращает потребление мяса, но при этом не хочет полностью становиться вегетарианцем.

– С новыми продуктами на рынке мы сможем охватить еще больше людей и заменить классические колбасы нашим

Именно ценовой фактор может создать российским производителям растительных аналогов преимущество на мировом рынке.

Рынок альтернативной пищи в РФ начал сегментироваться. В частности, стали появляться гибридные альтернативы – продукты, совмещающие животное и растительное сырье.



вариантом 50:50. Rebel Meat хочет помочь людям сократить потребление мяса, – цитирует Корнелию Хабахер, основательницу и директора компании, портал austria-today.ru.

По ее мнению, чем больше людей едят даже немного меньше мяса, тем больший эффект это дает в глобальном масштабе – даже более существенный, чем если бы несколько человек полностью обходились без него.

С 2013 года в ФРГ выходит так называемый «Мясной атлас» (Fleischatlas).

– Никогда еще рынок заменителей мяса не развивался так динамично, как сейчас. Эксперты исходят из того, что в ближайшие годы спрос на растительные альтернативы будет ежегодно увеличиваться на 20–30%, – констатируют авторы нового выпуска Fleischatlas 2021.

По данным этого исследования, в 2019 году выручка от продажи в Германии заменителей мяса достигла 273 млн евро. Полных данных за прошлый год еще нет, но в 1-м квартале 2020 года альтернативной

24%

Данные по количеству в России людей, которые уже употребляют растительные заменители мяса, называют самые разные. От полного их отсутствия (Минсельхоз РФ) до 24% россиян в возрасте до 24 лет.

мясной продукции было выпущено на 37% больше (20 тыс. т), чем за аналогичный период 2019 года (14,7 тыс. т).

Однако нам кажется более интересным другое – активная позиция на рынке альтернативного мяса традиционных мясопереработчиков. Например, то, что крупнейший в Северной Америке производитель мяса Tyson Foods теперь раскручивает собственный бренд мясозаменителей Raised & Rooted. Компания RHW-Gruppe, лидер на немецком рынке мяса птицы, стала дистрибьютором в ФРГ веганской продукции американской фирмы Beyond Meat. А для компании Rügenwalder Mühle, одного из старейших немецких мясных брендов, прошлый год вообще стал знаковым. В июле 2020 года этот производитель колбас и фрикаделек впервые за свои 186 лет получил больше денег от продажи не своей традиционной мясной продукции, а заменителей мяса. В ассортименте компании они появились относительно недавно – в конце 2014 года. И сегодня на семь наименований мясных изделий Rügenwalder Mühle выпускает 22 вида мясозаменителей – от вегетарианской салями до веганского шницеля.

Но вернемся в Россию. Компания DELOITTE по итогам 2020 года оценила рынок альтернативного мяса в РФ в 2,6 млрд рублей.

– Рынок сейчас находится в самом начале своего пути. По сути, мы еще даже не пересекли стартовую зону и продолжаем консолидироваться, чтобы в приближающемся 2022 году сегментироваться как отдельный полноценный рынок. Сейчас очень важно этот рынок поддерживать, а производителям – сотрудничать с целью ускорения его роста. Именно рост рынка позволит всем игрокам, которые уже вышли, и тем, кто еще только об этом задум-

Задача – предоставить качественную растительную альтернативу каждому продукту, созданному с применением продуктов животного происхождения.

Rügenwalder Mühle в июле 2020 года впервые за свои 186 лет получил больше денег от продажи не своей традиционной мясной продукции, а заменителей мяса.



◀ Артем Пономарев:

«Если раньше применение растительных ингредиентов в составе мясных продуктов было негативной характеристикой, то сейчас это признак разнообразия и свидетельствует о том, что производитель заботится в меру своих возможностей о здоровье своих потребителей, об экологии и планете в целом».

мывается, окончательно поставить точку в ключевом вопросе: является ли рынок альтернативной пищи нишевым? – считает сооснователь Ассоциации производителей альтернативных пищевых продуктов (АПАПП) и руководитель компании Greenwise Артем Пономарев.

Впрочем, наши рыночные реалии скорее подтверждают то, что в России растительное мясо тоже выходит из нишевой истории. Мы видим такие продукты в крупнейших сетях: Х5, «Вкусвилл», «Азбука вкуса», «Гиперглобус» и т. д. Онлайн-ритейлы («Самокат», «Яндекс лавка», «Озон», «Утконос» и др.) тоже уже давно предлагают потребителям такие продукты.

На VI Международном бизнес-форуме «Мировая соя», организованном нашим Издательским домом «Сфера», Артем Пономарев озвучил очень интересные цифры о качественном составе предприятий, производящих растительное мясо.

– На российском рынке альтернативного мяса к числу изначально веганских производителей относится восемь компаний, в том числе и наша, Greenwise. А вот мясоперерабатывающих компаний, которые стали производить растительное мясо, даже больше – 10. Среди них такие крупные, как «Микояновский мясокомбинат», мясокомбинат «Окраина», компания «Дымов», мясокомбинат «Велком»

и прочие, – рассказал эксперт. – С учетом того, что мы являемся поставщиком сырья для многих из этих компаний, мы заранее знаем, кто еще появится на рынке. Так вот, до конца этого года порядка трех–четырёх новых мясоперерабатывающих компаний такого же масштаба выйдут на рынок альтернативного мяса. Кроме того, занимаются производством растительных аналогов и две масложировые компании: ЭФКО и НМЖК.

Таким образом, среди игроков этого рынка мясопереработчики в России составляют сейчас ровно половину. Их интерес понятен. Перспективный растущий рынок. Высокая добавленная стоимость. Низкий уровень затрат «на входе».

– Мы понимаем, что технологический производственный процесс очень схож с производством обычного мяса: вы просто меняете сырьё, и никаких дополнительных затрат не требуется. Ну и, само собой, высокая добавленная стоимость, потому что рынок пока еще только развивается. В основной своей массе растительные альтернативы пока еще дороже мясных. Хотя в принципе есть компании, которые продают свою продукцию по ценам, сопоставимым с мясной, – рассказывает Артем Пономарев.

Кстати, именно ценовой фактор может создать российским производителям растительных аналогов преимущество на мировом рынке. Да, тренд, который зародился какое-то время назад на Западе, в США и Европе, продолжает развитие у нас с некоторым опозданием. По оценкам АПАПП, лет на пять–семь в крупных городах-миллионниках. Но, несмотря на заявление Beyond Meat, что их ценник пойдет вниз, ее продукция сейчас немного поднялась в цене: с 1200 рублей на российской полке до 1335.

В Санкт-Петербурге, Москве и других крупных городах альтернативы мясу представлены широко, но за их пределами многие люди даже просто не знают о наличии таких продуктов.

Флекситарианцев, по данным ProVeg, в два раза больше, чем вегетарианцев и веганов.

Тренды альтернативной пищевки



Сложные виды растительных альтернатив мясу



Гибридные растительно-клеточные продукты



Альтернативные источники белка

Источник: АПАПП, 2021

– Наша страна имеет огромный потенциал, причем еще и для выхода на зарубежные рынки. Мы можем занять на мировой карте фудтеха до 25% с учетом научного и сырьевого потенциала и затрат, которые сейчас в России идут на создание новых производств. Риторический вопрос: почему мы не можем отправлять наши растительные котлеты на экспорт? Рынок там уже создан, и не нужно ждать еще семь лет, когда он сформируется здесь, – считает руководитель Greenwise.

По итогам 2020 года в АПАПП отметили, что рынок альтернативной пищевки начал сегментироваться. В частности, стали появляться гибридные альтернативы – продукты, совмещающие животное и растительное сырье. Например, культивированное мясо, выращенное на растительном каркасе.

– Мы видим, что со временем маркетинг адаптируется под современные реалии.

25%

Мы можем занять на мировой карте фудтеха до 25% с учетом научного и сырьевого потенциала и затрат, которые сейчас в России идут на создание новых производств.

Если раньше применение растительных ингредиентов в составе мясных продуктов было негативной характеристикой, то сейчас это признак разнообразия и свидетельствует о том, что производитель заботится в меру своих возможностей о здоровье своих потребителей, об экологии и планете в целом, – считает Артем Пономарев. – Работа над расширением линейки продукции ведется постоянно. Это связано, в первую очередь, с тем, что растительными альтернативами не покрыта еще значительная часть рынка пищевых продуктов. Наша задача – предоставить качественную растительную альтернативу каждому продукту, созданному с применением продуктов животного происхождения.

Компании появляются, ассортимент растет, но успевает ли за ним спрос? Данные по количеству людей, которые уже употребляют растительные заменители мяса, называют самые разные. От полного их от-



Растительные рыба и морепродукты

сутствия (Минсельхоз РФ) до 24% россиян в возрасте до 24 лет (Аналитический центр NAFI & Едим лучше, 2020). Факт, что спрос уже есть и продолжает формироваться. Сейчас проблема в расширении доступности продукции. В Санкт-Петербурге, Москве, других крупных городах альтернативы мясу представлены широко, но за их пределами многие люди даже просто не знают о наличии такого продукта и о том, что он не уступает по качеству и практически не уступает по характеристикам (текстура, запах, внешний вид) продукту на базе животного сырья.

Флекситарианцев, по данным ProVeg, в два раза больше, чем вегетарианцев и веганов. Так что, возможно, в недалеком будущем и предприятий-флекситарианцев, совмещающих выпуск традиционной продукции с растительными альтернативами или различными мясорастительными гибридами, станет значительно больше, чем сегодня. **МП**



Моя ERP-система. Упрощает мне принятие решений.

Принятие правильных решений – это сейчас самое главное для любого предприятия мясной отрасли. Подробные отчеты, фактические данные из производства, развитие ситуации с заказами: CSB-System обеспечивает Вам необходимую прозрачность по нажатию кнопки. Для надежного принятия решений, даже в ненадежные времена.

Больше информации
о наших решениях для
мясной отрасли:
www.csb.com



мнение
эксперта



СОЯ ДЛЯ МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ: ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ ИЛИ ЧТО-ТО НОВОЕ?

Если говорить о растительных аналогах мяса, то очень важно развести соевое мясо (т. е. текстурированный соевый белок) и готовые продукты и полуфабрикаты из него. Если вторые только начинают завоевывать популярность и место на рынке, то текстурат – это совсем другая история.

Автор:

Фред Ужицкий,
основатель компании
«Соймик»

Соевое мясо знакомо многим с 90-х годов и стоит практически копейки, но это абсолютно безвкусный продукт, и надо знать, как именно его приготовить, насытить вкусом. Иначе он в подметки не годится мясу с точки зрения обычного потребителя мясной продукции. Компании, присоединяющиеся к рынку альтернативной пищевой продукции, больше заинтересованы именно в новых готовых продуктах и полуфабрикатах.

Мое личное наблюдение – в каждой стране заменяют те продукты, к которым там привыкли. Например, в Финляндии, в Скандинавии много разных вариантов заменителей молочки. В Италии и Германии, где любят мясо, очень большой выбор котлет и сосисок как на текстуратной основе, так и на растительной. В целом сегодня

мы имеем в России очень большой ассортимент растительных аналогов: от гжерок до бургерных котлет и пельменей. Известные на всю страну производители и молодые стартапы стали делать и паштетные истории, и колбасные, и котлетные. И на данный момент ассортимент в крупных городах не уступает Америке и Европе. Может, не в каждом магазине, но в целом на рынке отмечается большое, опережающее спрос предложение. Спросу нужно еще созреть, сформироваться.

В этот рынок входят все больше крупных игроков – переработчиков мяса и молока. И перед ними стоит вопрос, как отделиться от конкурентов. Создавать свои технологии? Прежде чем ответить себе на него, важно понять, что вкус от используемой технологии не меняется, он зависит



99%

от вкусоароматической составляющей. А это вопрос подборки технологом хорошей и правильной композиции.

От используемой технологии меняется другое – текстура. И в данном случае это первоочередное, потому что та же компания Beyond Meat, например, заявляет, что для них порядка 4–5 лет ученые из крупных институтов разрабатывали повторение мясной текстуры в заменителях. Это наиболее сложный процесс – получить правильный текстурированный продукт. Необходима особая экструзия исходного растительного материала, чтобы создать волокна, похожие на мясные. Основная хитрость заключается именно в этом. Один продукт от другого очень сильно отличается тем, насколько точно повторена текстура мяса.

Вкус – это вторично. Подобрать ароматические добавки под аналог мяса курицы, говядины сложности большой нет. Для сочности используются различные растительные масла (например, кокосовое), потому что оно в холодном виде имеет твердое состояние, а когда начинаешь жарить, оно плавится и сочится как говяжий или свиной жир. Нет проблем и с цветом, который воссоздают красители (тот же свекольный сок). А вот получение правильной текстуры требует от компаний определенных вложений и работ.

Далеко не все идут таким путем, потому что есть производители, специализирующиеся на текстуратах, и они на настоящий момент выработали некоторые технологии, чтобы это делать удачно. Волокна передаются уже удивительно точ-

Для вегетарианцев и веганов используется сотая доля всего производимого текстурата в виде соевого мяса или растительных полуфабрикатов. А более 99% текстурированного соевого белка идет на мясные полуфабрикаты, пельмени, колбасы и т. п.

но. Можно, по большому счету, не очень углубляться в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, а просто найти поставщиков нужного текстурата, нужной ароматики и, используя классическое мясное оборудование, сделать достаточно неплохой вариант продукта. Таким путем у нас в России идет большинство компаний. Дальше уже вопросы к технологу для доработки вкуса и аромата продукта и к маркетологу, чтобы его правильно вывести и поставить на полку.

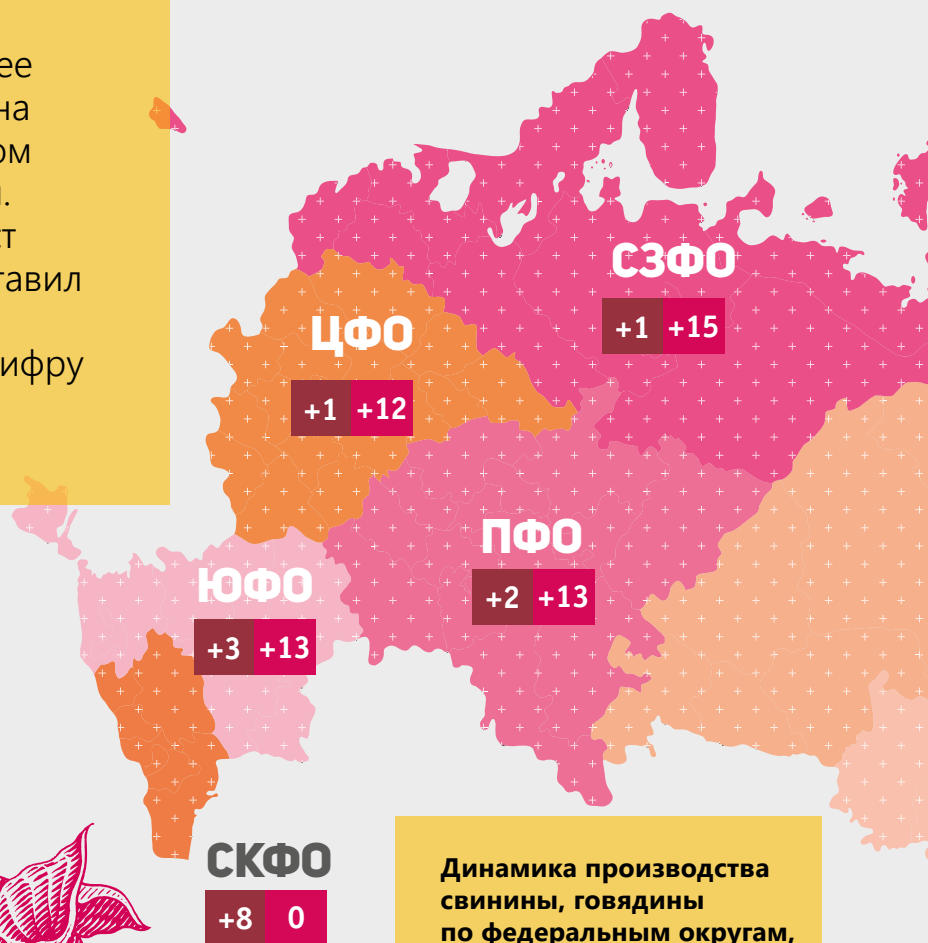
Отдельно скажем о перспективах использования соевого фарша в котлетах, колбасах и т. п. По сути, текстурированный соевый белок давно и активно применяется производителями (например, во всех колбасах не высшего сорта). Для вегетарианцев и веганов используется, наверное, сотая доля всего производимого текстурата в виде соевого мяса или растительных полуфабрикатов. А более 99% текстурированного соевого белка идет на мясные полуфабрикаты, пельмени, колбасы и т. п.

Идея замены мясных продуктов растительными аналогами перспективна и с социальной, и с экономической, и с экологической, и с этической точек зрения. Если и не полной замены (к чему не все готовы), то хотя бы частичной. Все больше людей об этом задумываются. В этом плане переход на растительные белки напрямую, минуя животную составляющую, перспективен в мировом масштабе. Но изначально на нашем рынке у сои и соевого текстурата сформировался имидж дешевого фальсификата, которым заменяют более дорогое настоящее мясо в мясных продуктах. И переломить сложившееся отношение сложно. Проще вывести на рынок отдельно растительный продукт, как это сейчас и происходит, и продавать его в три раза дороже только потому, что он растительный и так сложилось. У нас получается такой парадокс: либо добавляют растительные белки в мясную продукцию, и тогда это стоит дешевле, либо используют чисто растительные, но тогда уже продают по высокой цене как нечто особенное.

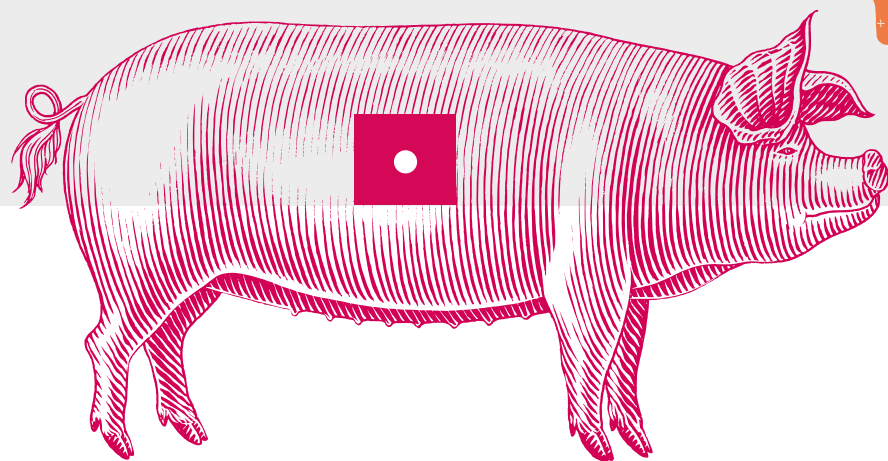
Попытки совмещения животных и растительных компонентов в одном продукте в 90-е годы были и по молочному производству. Продавалось молоко соево-коровье. Кафедра детского питания ВНИИ жиров проводила исследования, и оказалось, что с точки зрения аминокислотного состава оно идеально, лучше, чем отдельно соевое и отдельно коровье. Но большой популярности этот продукт не получил. Позиционировать совмещение, на мой взгляд, большого смысла не имеет, лучше уж разделять. Менять сознание рынка – это очень дорогое удовольствие. Оно перестраивается поначалу более сложно. Растительные аналоги начинали с хайпа, какой-то элитарности и постепенно становятся чем-то знакомым и понятным и занимают место на полках магазинов и наших холодильников. И наша компания тоже вносит в это свой вклад. **МП**

РОССИЙСКИЙ РЫНОК

Большое, как известно, видится на расстоянии. Поэтому для более глубокого понимания ситуации на рынке важно охватывать взглядом значительные периоды времени. За сложный 2020 год общий рост производства мяса в стране составил 2%. Но разные сектора мясной промышленности внесли в эту цифру неодинаковый вклад.



Динамика производства свинины, говядины по федеральным округам, 12 мес. 2020 года, г/г, %



2019 год		2020 год
3355		3727 +11%
79		6 -92%
60		130 +11%
3374		3603 +7%

Динамика и структура составляющих баланса рынка свинины, говядины уб. вес, тыс. т

- Производство в СХО
- Импорт из дальнего зарубежья и стран ЕАЭС
- Экспорт в дальнее зарубежье и страны ЕАЭС
- Объем располагаемых ресурсов

МЯСА

2020

УРФО

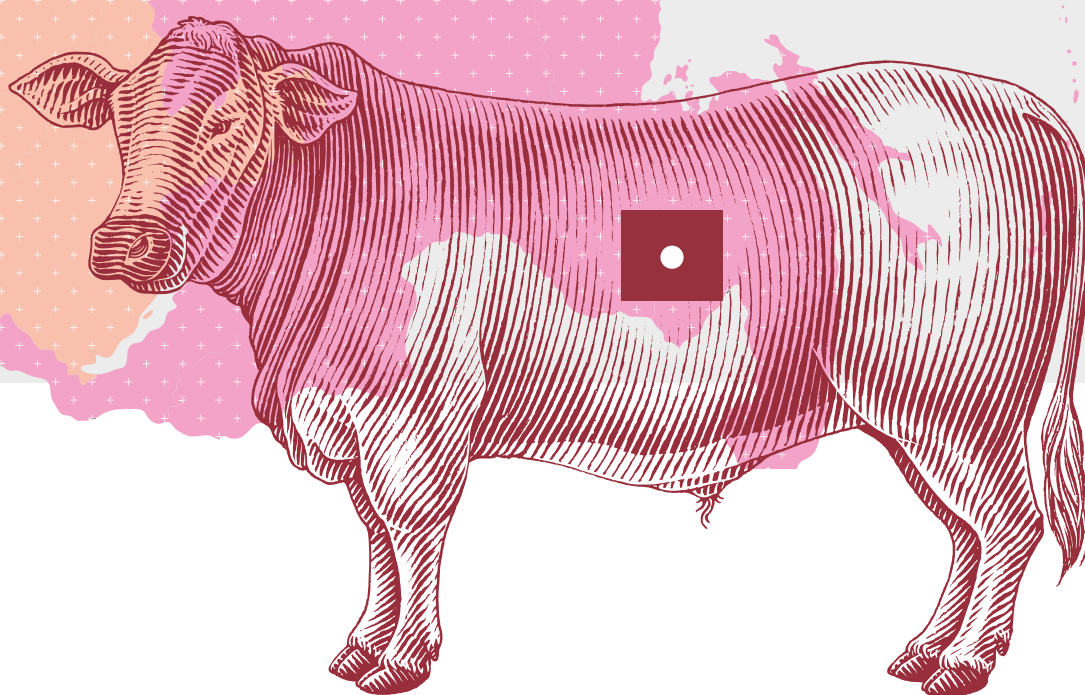
+5 +9

СФО

+5 -4

ДФО

-3 +24



2019 год

2020 год

562



576

+3%

302



261

-13%

6



16

+171%

858



822

-4%

Источник данных:

Центр отраслевой экспертизы РСХБ ФГБУ Центр агроаналитики при Минсельхозе России на основе данных Росстата, ФТС; аналитики ЦОЭ РСХБ и ЦАА МСХ на март 2021 года. Данные могут незначительно меняться в ретроспективе из-за пересчета Росстатом и прочими официальными органами статистических показателей.



Компания:

ООО «ЦСБ-Систем»

115054, Россия, Москва,
ул. Валовая, д. 30, 2-й этаж
Тел. +7 (495) 641-51-56
E-mail: info.ru@csb.com

Авторы:

Герман Шальк,

член правления и директор
по продажам CSB-System SE

Игорь Демин,

коммерческий директор
ООО «ЦСБ-Систем»



Восемь требований к ERP-системе для пищевой промышленности

ERP-система – это центральная система управления предприятием, значение которой в будущем будет расти в связи с развитием цифровизации. Предприятиям пищевой промышленности необходимо уделить должное внимание выбору решения и учесть при этом некоторые важные критерии. А какие критерии действительно важны, мы смогли узнать в более чем 1200 проектах по внедрению ERP-решения CSB-System, а также в рамках регулярных опросов наших клиентов из пищевой промышленности.

Отраслевая специализация ERP-системы

Если программное обеспечение разработано специально для пищевой промышленности, его внедрение будет более эффективным. Производители мясной продукции сталкиваются с другими проблемами, нежели производители молока, а требования производителей полуфабрикатов и готовых блюд отличаются от требований кондитерских производств.

Кроме того, специальные отраслевые ERP-системы для пищевой промышленности уже включают в себя передовой опыт других компаний и лучшие практики. Параллельно с внедрением ERP-системы вы также можете оптимизировать процессы. Например, прослеживаемость, ведь в ERP-системе для пищевой отрасли уже учтены все соответствующие требования.

Как это работает на практике, показывает компания Wolf: все принимаемое на

завод сырье маркируется этикеткой со всей важной информацией о товаре. При передаче сырья в производство эта информация считывается с использованием мобильных устройств и привязывается к номерам производственных партий продукции. Благодаря этому обеспечивается полная прослеживаемость товаров. Информация по прослеживанию передается в информационные системы потребителей, такие как ftrace или mynetfair.



*Смотреть видео
про Wolf Group по QR Code*



Функциональный объем

Важно, чтобы в качестве центрального инструмента управления компанией ERP-система охватывала различные области и участки предприятия и предлагала широкий набор функций. В противном случае для выполнения задач потребуются изолированные решения, не интегрированные в ERP-систему, что ведет к многочисленным интерфейсам и к дублированию учета данных. При этом



*Скачать проспект
про EDEKA по QR Code*

затрудняются дальнейшее развитие информационных технологий и адаптация новых процессов. Например, стратегическая цель при планировании нового мясоперерабатывающего завода и логистического центра EDEKA в городе Райнштетен звучала так: «Ни одного процесса без IT». Поэтому сегодня ERP-система CSB управляет всей цепочкой создания добавленной стоимости: от приемки сырья, разделки, планирования и управления производством до упаковки и маркировки, хранения на складе, комплектации заказов, вплоть до отгрузки товара клиенту. В сочетании с современным оборудованием и машинами система обеспечивает производство до 650 т мясных деликатесов и колбас ежедневно для около 1150 торговых филиалов EDEKA.

Масштабируемость ERP-системы

Требования к предприятию постоянно меняются. С учетом этого желательно иметь возможность гибко и модульно расширять ERP-систему, не приобретая и не внедряя вышеупомянутые изолированные решения и вместе с ними проблематику многочисленных интерфейсов.



Международное использование отраслевого решения

Сегодня все более важным становится возможность применения программного ERP-решения в международном бизнесе. Все чаще это затрагивает компании среднего размера с перспективами роста. Можно ли использовать ERP-систему в глобальном масштабе, доступна ли она на многих иностранных языках, работают ли квалифицированные команды консультантов в других странах и на других континентах? Такая международная ERP-система имеет большой плюс с точки зрения перспектив в будущем.

Стабильность и возможность актуализации версий решения

Очень важными критериями являются высокая доступность и простое обновление ERP-системы. Упрощение работы собственного IT-отдела предприятия возможно благодаря несложному переносу ERP-системы «в облако». Это позволяет экономить ценные IT-ресурсы, которые можно использовать не на внедрение, а, например, на оптимизацию. Кроме того, с помощью веб-базируемого корпоративного программного обеспечения можно в кратчайшие сроки интегрировать различные производственные площадки, логистические и торговые компании. Например, компания Lutz Fleischwaren GmbH



*Больше информации
о Promessa по QR Code*

Поддержка автоматизации из ERP

Автоматизация помогает и за пределами производства избежать ручного сбора данных и управления процессами, а также контролировать в ERP-системе и таким образом повышать производительность процессов. Поэтому ERP-система также должна поддерживать автоматизацию внутренней логистики, а особенно – высокие в пищевой промышленности требования к свежести продукции. Автоматизация интралогистики часто не только экономически выгодна, но и создает основу для Индустрии 4.0 и Smart Food Factory. Например, нидерландская компания Promessa с помощью индивидуального логистического решения и технологий роботизации на складе смогла удвоить свою производительность при дисциплине поставок более 99%.

Готовность к Индустрии 4.0

С Интернетом вещей автоматизация будет наращивать обороты, а вместе с этим будет расти и объем данных, которые можно и нужно обрабатывать. По оценкам экспертов, в будущем вся цепочка поставок продуктов питания будет гораздо более тесно связана, и таким образом, например, данные о потребителях будут доступны производителям в реальном времени для планирования производства. Поэтому Smart Food Factory начинается с выбора идеально подходящей ERP-системы. **Р**

всего за шесть месяцев смогла заменить многочисленные изолированные решения на центральную облачную ERP-систему на пятнадцать своих предприятиях.

ERP с MES

Чем больше производство интегрировано в ERP-систему, тем лучше. CSB FACTORY ERP сочетает в себе функции ERP-системы и системы управления производством (MES) и, соответственно, предлагает преимущества обеих систем. Для холдингов и компаний сферы услуг интегрированная MES, конечно, не важна, а для производственных компаний – необходима.



08-09/09

Санкт-Петербург



Международный
форум

АГРО.PRO

КРС. СВИНОВОДСТВО



Регистрация и подробная
информация:

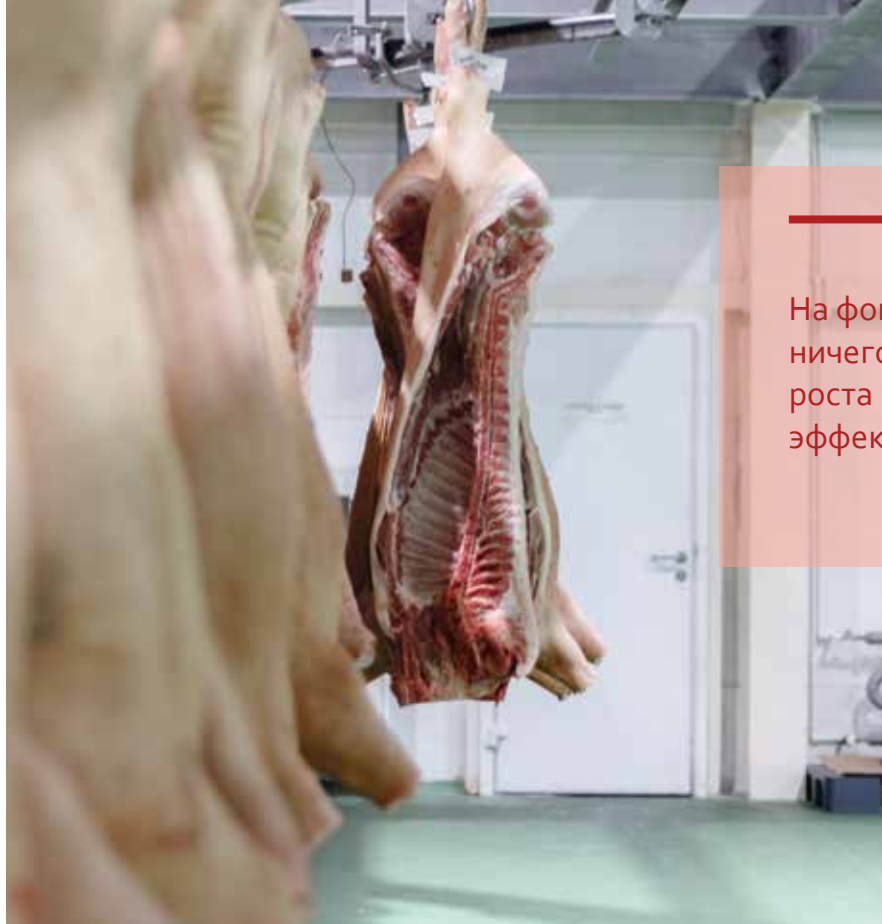
+7 (812) 245-67-70
info@sfm.events

Текст:

Вера Кисленкова

Константин Корнеев:

«Точки роста только
в повышении эффективности
и выходе на экспорт»



На фоне падения доходов для населения ничего значительней цены нет. Поэтому точки роста в мясном бизнесе только в повышении эффективности и выходе на экспорт.

ЛЮБОЙ УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС ДОЛЖЕН РАЗВИВАТЬСЯ. ЭТО АКСИОМА РЫНКА. НО ДЛЯ МЯСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РАЗВИТИЕ СЕГОДНЯ СТАНОВИТСЯ СЛОЖНЫМ КАК НИКОГДА. КАК И БОЛЬШИНСТВО ДРУГИХ СЕКТОРОВ АПК, МЯСНОЙ РЫНОК НАСЫЩЕН. ЧТО ДЕЛАТЬ БИЗНЕСУ В ЭТИХ УСЛОВИЯХ? КАКИЕ НОВЫЕ ПУТИ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ? ОБ ЭТОМ МЫ СЕГОДНЯ ПОГОВОРИМ С НАШИМ ГОСТЕМ – **ИСПОЛНИТЕЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ «РИНКОН МЕНЕДЖМЕНТ» КОНСТАНТИНОМ КОРНЕЕВЫМ.**

Наш выбор собеседника не случаен. К его компании обращаются, когда необходимо сделать комплексный анализ, провести маркетинговое исследование, техническую оценку бизнеса (например, для банковского финансирования, для продажи или приобретения актива), т. е. по сути оценить инвестиционный потенциал предприятия.

– В чем, на ваш взгляд, заключаются перспективы развития российского мясного сектора?

– Внутренний потребитель свой потенциал практически исчерпал. Так, в секторе свиноводства мы наблюдаем следующие

тенденции: во-первых, насыщение рынка, во-вторых, падение доходов населения и, в-третьих, ограниченность возможности экспорта продукции. Инвестиционный потенциал мясного сектора сводится практически исключительно к сделкам M&A (слияние и поглощение). Это перераспределение объемов между разными игроками, грубо говоря, неэффективные предприятия переходят под управление более эффективных. И это все. Новые серьезные мощности сейчас вводить никто не станет.

– Но по мясу КРС и баранине некоторые эксперты видят достаточно серьезные перспективы и возможности. Вы не согласны с этим?

– Оптимистичные эксперты. Но если мы говорим о КРС, то у проектов относительно невысокая маржинальность, и срок их окупаемости уходит за 10 лет, что намного превышает горизонты стандартного банковского финансирования в России. В среднем можно разговаривать с банками, когда горизонт проекта составляет 5–7 лет.

Перспективы роста экспорта мяса КРС есть, но заниматься продажами за рубеж говядины в виде коммодити-ассортимента (commodity) мы не можем, поскольку не «чемпионы по издержкам». Мы всегда будем уступать Бразилии, Аргентине по себестоимости, а значит, по цене не выйграем. Продажи коммодити-товаров – это продажи через спотовые сделки, где покупателям не сильно важно, кто именно поставит товар. Им важны характеристики, цена и условия доставки этого продукта. Например, большинство сделок при экспорте мяса птицы в страны дальнего зарубежья – это поставки именно коммодити-группы.

А вот что мы можем делать в экспорте КРС, так это продавать на контрактном производстве, т. е. под запросы конкретного заказчика. Например, у нас много пастбищ для скотоводства, которые позволяют перейти на органическое земледелие и органическое содержание КРС. Поэтому если мы заключаем контракт, например, с японцами, корейцами, то можем сказать: «Мы выращиваем КРС по понятной, необходимой вам технологии. Да, это стоит дорого, но зато вы получаете премиальный продукт – стейковое мясо, говядину определенных пород, особого стандарта и т. п.». Предлагать то, за что потребитель готов доплачивать. Вот этим бизнесом можно заниматься.

Возможно также масштабное развитие в канале NoReCa. Это самый маржинальный канал для КРС, именно он и определяет основное внутреннее потребление этого продукта. Поэтому если у нас все-таки будет постковидное восстановление, будут открываться рестораны, кафе, то, естественно, будет и рост продаж говядины. Но все это подходит для развития уже действующих проектов.

Но вот баранина – действительно очень перспективный рынок, причем как внутри страны, так и на экспорт, тем более что там практически нет сильных производителей. Можно назвать только ГК «Дамате» и холдинг «Мираторг», которые играют основные роли в этом секторе. Там есть куда развиваться.

– Может так случиться, что после анализа работы предприятия вы не будете рекомендовать ему работать на экспорт? Или всегда можно найти подходящие варианты?

– Чтобы расти на других рынках, требуется очень много усилий. Есть технологические особенности предприятия (например, там должны быть внедрены международные системы качества). Предприятие должно соответствовать требованиям страны-импортера. Нужно отладить систему логистики, сертифицировать продукт, если это необходимо, на стандарт халяль, провести адаптацию упаковки, маркировки и т. д.

Развитие экспорта – это очень многофакторная работа. Есть и государственные действия, и действия бизнеса, отраслевого сообщества, банковской системы... То, что мы накормили себя, не значит, что мы сразу стали конкурентоспособны на мировом рынке. Мы научились хорошо выращивать свинину и бройлеров, разную говядину, начинаем подступаться к МРС (баранине), но научились ли профессионально продавать и продвигать продукцию? Пока еще нет. И дело не только в операционной эффективности конкретных предприятий, есть еще эффективность самой экономики. С нашими налогами, пошлинами, зависимости от курса валют, не такими льготными режимами для фермеров, которые существуют, например, в Европе, мы пока только в начале пути.

Отдельно скажем о затратах на логистику. В целом процесс доставки до стран-покупателей улучшается по времени, но по деньгам это стоит относительно дорого. И потом, надо не забывать, что логистика за рубежом дешевле, если ты активный участник международного товаропотока. Когда ты только выходишь на рынок, то пользуешься более дорогими ре-



Экстенсивный рост на рынке себя практически исчерпал, осталось очень немного ниш с неудовлетворенным спросом, где можно просто наращивать объемы производства.

шениями. Не полностью судно, например, загружаешь, а арендуешь только контейнеры на нем, а это совсем другая цена. На начальном этапе выхода на внешние рынки ты объективно получаешь более высокую себестоимость логистики и всей цепочки дистрибуции в целом.

– На что нужно обращать внимание при выборе консалтинговой компании в сфере агробизнеса?

– Прежде всего, на наличие профильных специалистов и понимание того, с какой проблематикой сталкивается компания. Консультант должен очень хорошо понимать, как работает тот бизнес, в который его приглашают как помощника, как со-

провожающую компанию. Есть понятие «понимать вправо и влево». Влево – это в сторону поставщиков (оборудования, расходных материалов, ингредиентов), а вправо – это каналы продаж. Консультант должен видеть всю производственную и сбытовую цепочку, тогда клиенту очень легко взаимодействовать с ним. Они говорят на одном языке. В целом, тут трудно однозначно подсказать, как выбрать, должна быть «химия», взаимное понимание и доверие.

– Всегда ли есть резервы для повышения эффективности работы предприятия?

– Всегда, но это зависит не только от консультанта, но и от открытости самого клиента. Часто проблематику стараются заметить под коврик и не делиться ею: мало ли что, а вдруг кому расскажем? Но если работать открыто, то все получается. Каждый случай уникальный, по-своему сложный. Но бывают очень хорошие решения, которые не требуют больших усилий. У нас даже есть по этому поводу внутренние байки. Вот, например, одно из таких эффективных решений.

Приехали на молочную ферму, и первое, что увидел наш специалист по выращиванию, – надолочный брус находится ниже, чем нужно. И, соответственно, коровам было больно во время кормления, они ели через силу, потому что им шею натирало. Наш специалист объяснил, что



Рынок мясной продукции находится сейчас в ситуации, когда активы, предприятия начинают выкристаллизовываться. Они должны стать либо более эффективными, либо оказаться в составе других предприятий, холдингов или создать какой-то конгломерат.

нужно поднять его на 50–60 см, и после такой корректировки надои на этой ферме увеличились почти на литр. Представляете, что такое рост надоев для фермы без дополнительных затрат?! Просто потому, что у местных животноводов, как говорят, «глаз замылился».

Мы чаще всего оказываемся в проекте, когда нужно сделать комплексный анализ (например, для банковского финансирования, для продажи или приобретения актива). И если в рамках этого актива мы видим проблему, то сообщаем о ней акционеру. «А можете помочь?» – «Да, можем». – «Круто! Давайте». Тогда мы беремся за повышение эффективности. Но основная причина, по которой мы оказываемся на активе, – это его техническая оценка в рамках либо финансирования, либо перекредитования, либо приобретения, вхождения в какой-то другой актив.

– Как бы вы оценили сегодняшнюю ситуацию на мясном рынке России?

– Сейчас инвесторами, финансовыми структурами в первую очередь анализируется эффективность работы предприятия с новыми видами продукции и новыми каналами продаж. Люди предпочитают заказывать онлайн, и очень большое влияние на рынке приобретают маркетплейсы, даксторы, службы доставки. Если вы хотите быть успешным в этом сегменте, то должны свой продукт адаптировать для данного канала. Это, например, унифицированный срок годности для одной линейки продуктов, небольшая граммотура, поскольку онлайн покупают вес поменьше, потому что чаще заказывают. А 700–900 г нарезки уже выглядит дороговато. Для онлайн-канала должны быть автоматическая система приема заказов, электронная си-

стема документооборота, умение своевременно доставлять продукцию на склады и многое другое.

Рынок мясной продукции находится сейчас в ситуации, когда активы, предприятия начинают выкристаллизовываться. Они должны стать либо более эффективными, либо оказаться в составе других предприятий, холдингов или создать какой-то конгломерат. Старые методы работы, которые казались интересными и эффективными лет пять назад, уже не работают. Нужно думать по поводу новых форм управления, внедрения цифровизации, работы с экспортом, умения делать продукт, соответствующий мировым стандартам. И в этой ситуации очень грамотно выстраивать работу как с внешней средой (с банками, госструктурами и т. п.), так и с внутренней, повышая качество своих рабочих процессов.

Если вы хотите быть эффективными, продолжать свою работу и выживать в новых современных реалиях, то вы должны и думать по-другому, в том числе по-другому разговаривать с финансовыми и государственными институтами. Более профессионально. Нельзя прийти в банк за кредитом и сказать, что планируете построить еще одну птицефабрику. Они уже и так, по мнению банка, находятся на пределе маржинальности. Нужно по-другому разговаривать: «Мы оценили риски и создаем предприятие высочайшей биобезопасности, которое соответствует всем мировым стандартам, готовы выходить на экспорт». То есть и видение развития бизнеса меняется, и лексика разговора. Тогда инвестпроект может получить право на жизнь.

По сути, экстенсивный рост на рынке себя практически исчерпал, осталось очень немного ниш с неудовлетворенным спросом, где можно просто наращивать объемы производства. Почему все сейчас так много говорят про экспорт? Потому что внутренний рынок по многим товарным категориям свой потенциал исчерпал. У людей денег не прибавляется, соответственно, они не могут значительно разнообразить свою структуру питания. Если бы росли доходы населения, тогда бы мы с вами сейчас говорили о новых видах продукции, о новых брендах, о коммуникациях, о том, как важно взаимодействовать с целевой аудиторией. Но на фоне падения доходов для населения ничего значительной цены нет. Поэтому точки роста в мясном бизнесе только в повышении эффективности и выходе на экспорт. **МП**



Компания: ГК «Ревада»
117246, Россия, Москва,
Научный проезд, д. 19, оф. 28

Тел. +7 (495) 955-24-42
E-mail: info@revada-group.com
www.revada-group.com



По материалам
компании Galactic

БИО решения для пищевой безопасности

ГК «Ревада» – поставщик широкого спектра ингредиентов для мясной промышленности. В 2019 году она стала дистрибьютором бельгийской компании Galactic и предлагает решения по продлению сроков годности пищевых продуктов, основанные на биотехнологии. ГК «Ревада» оказывает технологическое сопровождение и сервис поставок и гарантирует стабильное качество своих продуктов.

С 1994 года Galactic является одним из мировых лидеров в области биотехнологии, обслуживая рынки продуктов питания, кормов, личной гигиены и медицины, а также промышленные рынки. Компания со штаб-квартирой и инновационным центром в Бельгии и производственными объектами в Европе, Азии и Америке разрабатывает портфолио натуральных решений для удовлетворения потребностей клиентов, в какой бы точке мира они ни находились.

Опираясь на собственный ценный опыт процесса ферментации молочной кислоты и других производных, Galactic постоянно развивает устойчивые, инновационные и безопасные для здоровья людей решения в области пищевых продуктов и экологически чистой химии. В частности, компания предоставляет широкий спектр решений для применения в мясной промышленности.

Galactic фокусирует внимание на шести рыночных трендах в стремлении развивать высокоэффективный ассортимент «мясных» решений, а именно:

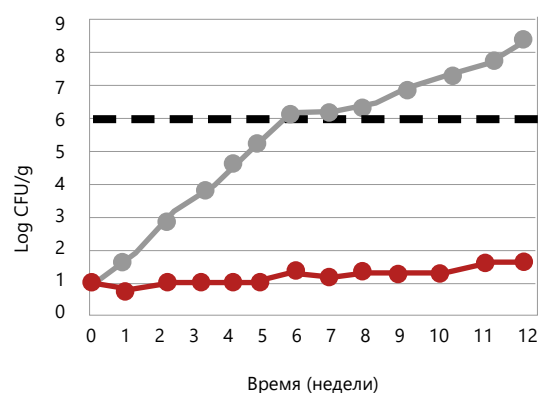
- Безопасность пищевых продуктов.
- Увеличение срока годности.
- Снижение затрат.
- «Чистая этикетка».
- Улучшение технологического процесса.
- Улучшение текстуры.

Спрос на минимально обработанные, легко приготовленные и готовые к употреблению свежие продукты, а также глобализация торговли продовольственными товарами создают серьезные проблемы. Безопасность и качество продуктов питания стали одной из самых серьезных проблем в XXI веке.

Применение Galimax Flavor™ V-100, влияние на количество аэробных бактерий в сосиске из говядины

Рецептура с Galimax Flavor™ V-100		
	Контроль	проба
Говядина (70%/30%)	70.10	70.40
Вода	21.44	20.49
Соль	1.80	1.80
Ароматизаторы	0.20	0.20
Декстроза	1.40	1.40
Специи	0.40	0.40
Модифицированный крахмал	3.00	3.00
Говяжий бульон	1.50	1.50
Galimax Flavor™ V-100		0.65
Аскорбат натрия	0.10	0.10
Нитрит натрия	0.01	0.01
Экстракт паприки	0.05	0.05
	100.00	100.00

Изменение аэробных бактерий (ISO4833) в хотдого под вакуумом при 4 °C



Вывод: Продукты линейки Galimax Flavor™ V очень эффективны против аэробных бактерий в течение более чем 11 недель.

Контроль: мясо без консерванта.

Проба: мясо+0.65% Galimax Flavor™ V-100.

Потребители нуждаются в здоровой и свежей пище, поэтому мясная промышленность должна гарантировать, что все используемые ингредиенты являются натуральными, эффективными и полностью безопасными.

Ингредиенты Galactic для мясной продукции демонстрируют глубокую приверженность безопасности пищевых продуктов. Мы предлагаем индивидуальные решения, разработанные специально с целью устранения проблем, с которыми сталкиваются наши клиенты.

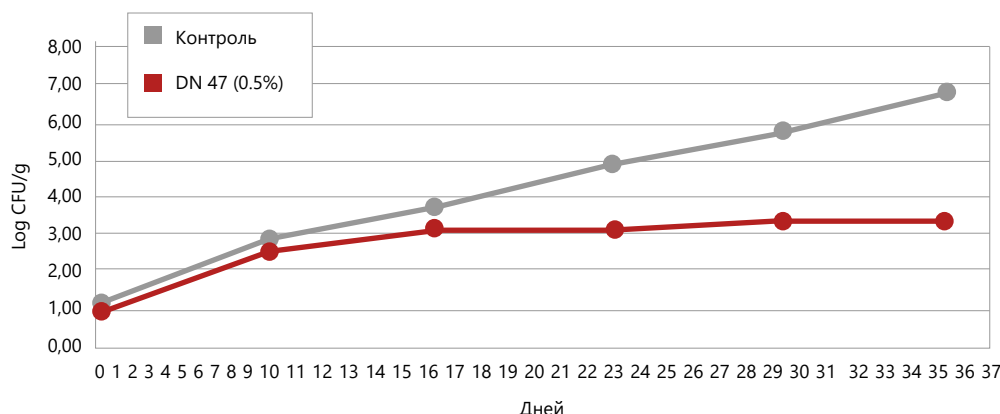
Ассортимент продукции состоит из высокоэффективных ингредиентов, соответствующих тренду «чистая этикетка», а также способствующих продлению срока годности, безопасности пищевых продуктов, улучшению текстур, технологического процесса и состояния здоровья. Наши натуральные решения содержат важные инновационные прорывы, позволяющие производителям мяса извлечь выгоду из последних наработок эффективности затрат и заботы клиентов о своем здоровье.

Применение Galimax Diace N-47 в рецептуре куриных колбасок в вакуумной упаковке Влияние на LAB и *Listeria monocytogenes*

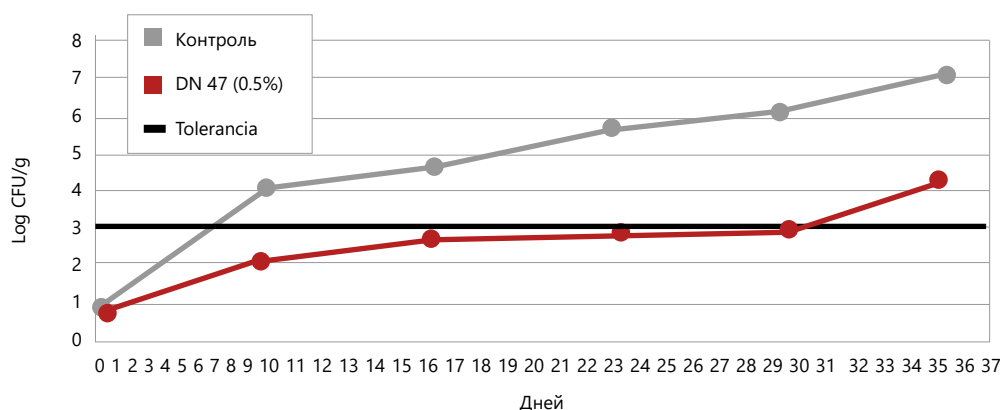
Рецептура с Galimax Diace N-47	Контроль	тест
Куриное мясо	10%	10%
Куриный МДМ	30%	30%
Куриная кожа	15%	15%
Специи	1%	1%
Соль	1.82%	1.82%
Нитритная соль 6%	0.33%	0.33%
Фосфаты	0.30%	0.30%
Эриторбат натрия	0.05%	0.05%
Изолят соевого белка	6%	6%
Картофельный крахмал	5%	5%
Вода и снег	30.50%	30%
Galimax Diace N-47		0.50%
Итого	100%	100%

Вывод: Galimax Diace N-47 в дозировке 0,5% позволяет сдерживать рост молочнокислых бактерий в вареных куриных колбасках в вакуумной упаковке в течение 35 недель и более и рост *Listeria monocytogenes* в течение 28 недель.

Развитие молочнокислых бактерий в вакуумных упакованных куриных колбасах при температуре 8 °C



Listeria контрольный тест в вакуумной упаковке куриных колбас при температуре 8 °C



Мы предлагаем два решения для продления сроков свежести мясных продуктов.

1. Решение с «чистой этикеткой»

Серия продуктов Galimax Flavor™ V представляет собой ряд натуральных добавок, которые очень результативно борются с аэробными, анаэробными бактериями, плесенью и дрожжевыми грибами. Это буферизованный продукт на основе уксуса, который высокоэффективен для продления срока годности и борьбы против бактерий и патогенов.

Серия продуктов Galimax Flavor™ V производится как в жидкой форме (Galimax Flavor™ V-50), так и в виде порошка (Galimax Flavor™ V-100), которые применяются отдельно или в виде смесей. Декларируется как «уксус» в соответствии с Европейской директивой 2000/13 / ЕС и европейским стандартом EN 13188: 2000 и не имеет E-кода. Продукты представляют собой альтернативу ацетату, могут использоваться для продукции с «чистой этикеткой».

Продукция Galimax Flavor™ V не изменяет органолептические свойства продуктов, обеспечивая оптимальную безопасность пищевых продуктов без какого-либо влия-

Ингредиенты Galactic для мясной продукции демонстрируют глубокую приверженность безопасности пищевых продуктов.

ния на вкусовые характеристики готового продукта.

2. Более экономичное решение на основе продуктов натуральной ферментации сахара

Galimax Diace N-47 – это антимикробный препарат широкого спектра действия, в основе которого лежит синергия нескольких активных ингредиентов:

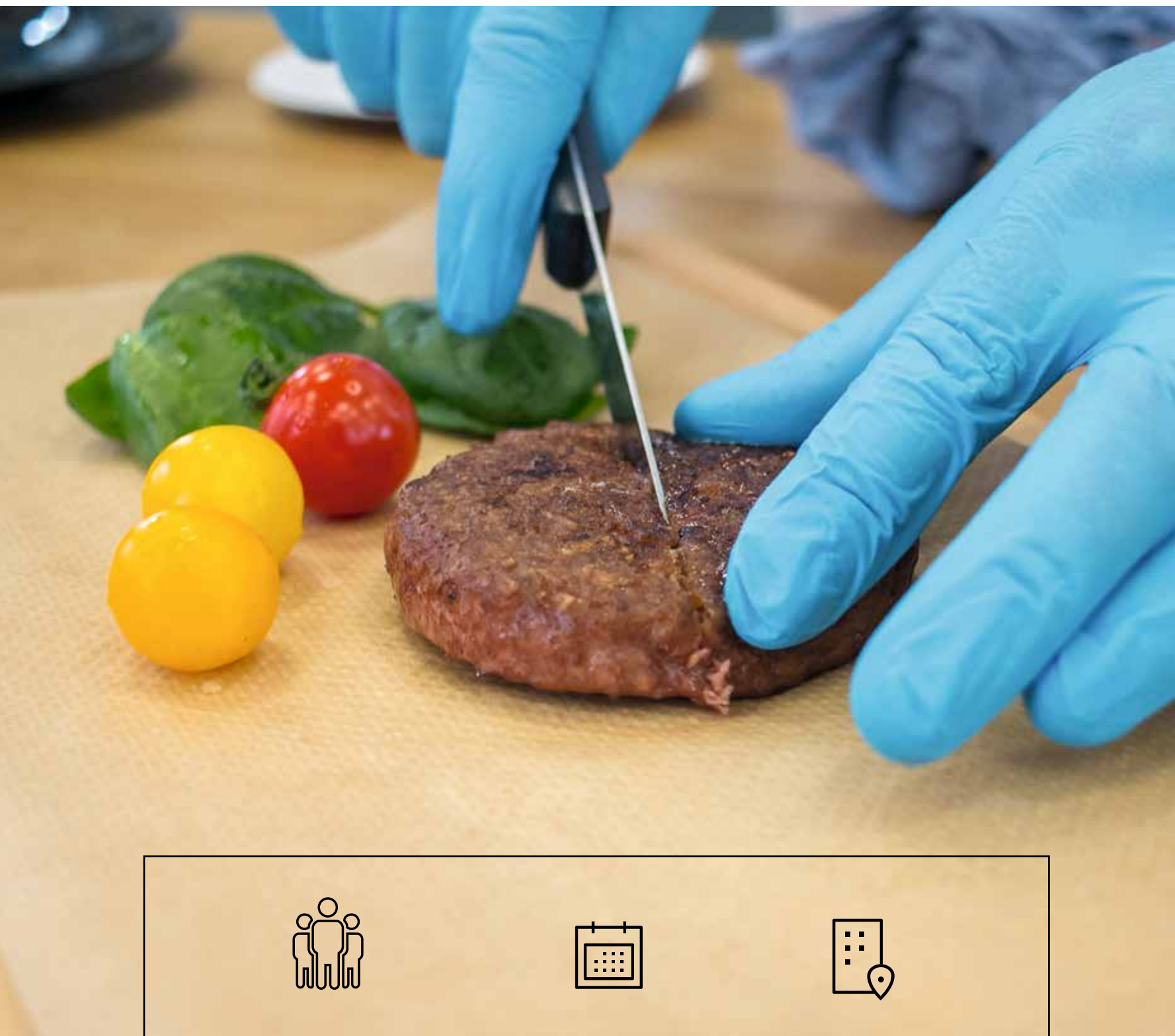
- лактат натрия – против аэробных бактерий,
- ацетат натрия – против анаэробных бактерий,
- диацетат натрия – против анаэробных бактерий, дрожжей и плесени.

Синергия между лактатными и ацетатными ионами блокирует развитие *Listeria monocytogenes*, позволяя получать листериостатические препараты в соответствии с FSIS.

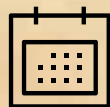
Galimax Diace N-47 применяется в пищевой промышленности в качестве природного антимикробного средства в рекомендуемой дозе 0,4–0,5%.

Порошок Galimax Diace N-47 – это стабилизированная смесь, обеспечивающая устойчивость к слеживанию без вспомогательных веществ.

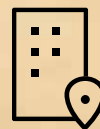
В завершение хотелось бы отметить, что команда экспертов Galactic, обладающая богатым опытом и знаниями в области химического состава рецептуры, разрабатывает индивидуальные решения вместе со своими клиентами, зная, что многие из них предъявляют требования, характерные именно для их области применения и производственных процессов. ■



Компания:
**КТ «ООО
Штерн Ингредиентс»**



Основана:
**2009
год**



Место расположения:
**Россия,
г. Санкт-Петербург**



Текст: Вера Кисленкова

СДЕЛАТЬ НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНЫМ

Современные растительные альтернативы максимально похожи на обычные животные продукты во всем: внешний вид, текстура, цвет, вкус. Именно этим и занимается компания Planteneers, чья основная цель – сделать так, чтобы их клиенты-производители смогли дать своему потребителю именно те продукты, которые ему уже привычны. С одной поправкой – это «мясо», созданное человеком из растений.

В состав Stern-Wywiol Gruppe входит 12 специализированных предприятий, связанных между собой единой исследовательской платформой и системой менеджмента. Есть и собственный технологический центр в России. Именно туда мы и пришли, чтобы своими глазами увидеть процесс создания того, что еще несколько десятилетий назад было абсолютной фантастикой.

Нашим проводником в мире технологий производства растительных альтернатив мяса стал Александр Бабенкин, проект-менеджер направления ароматизаторов и растительных альтернатив мясным продуктам Stern Ingredients Russia.

– В чем заключается философия компании?

– Компания Hydrosol, как эксперт по системам стабилизации и текстурирования, с 2014 года начала за-

ниматься решениями для веганских колбас и сосисок и всего за несколько лет выросла в одного из ключевых игроков на этом стремительно растущем рынке. А в прошлом году подразделение растительных альтернатив Hydrosol стало самостоятельной компанией Planteneers (The Plant Based Pioneers), основной фокус которой – разработка решений для продуктов на растительной основе и гибридных продуктов в рамках Stern-Wywiol Gruppe. Многие решения для альтернатив мясным продуктам, которые мы сейчас предлагаем, были разработаны в 2018–2019 годах. И мы видим сегодня, что растительная основа – это новая реальность пищевой индустрии. Растительные продукты становятся не просто модными, но и неотъемлемой частью меню. Мировой опыт говорит, что более 90% покупателей растительных аналогов – это не веганы, а рядовые покупатели в супермаркетах, которые уже



Александр Бабенкин,

проект-менеджер направления
ароматизаторов и растительных
альтернатив мясным продуктам
Stern Ingredients Russia:

*«Мы стараемся приблизить
структуру и вкус продуктов
на растительных белках
к аутентичным продуктам
животного происхождения».*



**Сегодняшний тренд – растительная альтернатива мясу
должна быть такой же аппетитной, как оригинальное мясо.**



приняли решение или задумываются о том, чтобы изменить свой рацион питания, в том числе, чтобы сбалансировать потребление животных и растительных продуктов. А потребителю проще воспринимать и покупать то, к чему он уже привык. И наша философия в том, что мы стараемся приблизить структуру и вкус продуктов на растительных белках к аутентичным продуктам животного происхождения. У нас есть слоган: «Чтобы спасти мир, бургер не должен быть похож на старый коврик для йоги».

– Для каких видов растительных протеинов у вас разработаны системы стабилизации?

– Planteneers работает с целой линейкой растительных белков – из гороха, сои, пшеницы, подсолнечника, картофеля и т. д. Но при этом мы предлагаем нашим клиентам компаунд, стабилизационную систему, которая содержит в себе и функционал, и растительные белки. Связано это в первую очередь с тем, что разные виды растительных белков отличаются по своим характеристикам, в том числе по вязкости. Также

одна партия сырья может отличаться от другой даже у одного поставщика. Поэтому мы сначала анализируем сырье по безопасности, органолептике, физическим свойствам. Наша задача – стандартизировать качество самих белков и подобрать оптимальное соотношение для того, чтобы эти белки вместе с функциональной частью создали ту структуру, которая максимально напоминала бы мясную. Давала приятный, плотный, сочный, мясной укус.

– Поэтому важно, чтобы системы стабилизации и текстурирования были индивидуальными?

– Да, но не только по этим причинам. На рынке сейчас популярны тренды «без содержания». Некоторые производители, например, хотят, чтобы их продукция не содержала сою либо глютен или содержала по минимуму страшных и непонятных для рядового потребителя ингредиентов. И мы даем возможность выбрать тот состав, который наши клиенты хотели бы заявить в своем продукте. Например, можем на текущий момент предложить котлету, которая была бы



Основная наша цель – чтобы традиционные мясопереработчики могли производить растительные аналоги мяса на своем стандартном оборудовании, начиная с куттера и заканчивая автоматизированным формовщиком для мясных котлет.





сделана только на основе гороха, т. е. без содержания сои и глютена. Или это может быть компаунд из нескольких белков. Если клиенту важен баланс между структурой, ценой и пищевой ценностью, то я здесь присмотрелся бы к сое и пшенице. Их комбинация дает оптимальное сочетание количества протеина и различных органолептических свойств для котлет.

– Меняются ли требования к органолептическим свойствам растительных аналогов? Можно ли сформулировать тренды в этой сфере?

– Несколько десятилетий назад на нашем рынке появились такие заменители животного белка, как сыр тофу, соевые кусочки и так далее, они имеют свой специфический вкус. Потребителю, который хотел бы попробовать перестроить свой рацион, заменить мясо в рационе на эти продукты достаточно сложно даже психологически. Попробовать один раз в качестве эксперимента и использовать как постоянный продукт – это разные вещи. Есть некий внутренний барьер, который требует усилий. Сегодня мы видим, как

требования к вкусу поменялись. Здесь, можно сказать, законодателями являются американцы, которые одними из первых предложили концепт, что растительный продукт должен быть максимально похож на оригинальный мясной, как по внешнему виду, так и по вкусу. Поэтому тренд сейчас – растительная альтернатива мясу должна быть такой же аппетитной, как оригинальное мясо, собственно, чем мы и занимаемся.

– В чем заключается комплексность подхода компании к запросам клиентов?

– Наши продукты достаточно новые для рынка, и очень часто клиент просит дать ему образец готового продукта. Мы стараемся предложить максимум конкретного решения – это структура, ингредиентный состав, зачастую вкусовые характеристики.

Если это текстурированный продукт (в виде котлет и фаршей, которые сделаны на основе текстурата), то здесь мы предлагаем нашим клиентам модульную систему ингредиентов, т. е. отдельно стабсистему, отдельно текстурированный белок, отдельно красящие



У наших клиентов есть возможность комбинировать, самим создавать рецептуры и предлагать конечному потребителю свой индивидуальный продукт.





вещества и отдельно вкусоароматические добавки. Таким образом, у клиентов есть возможность комбинировать, самим создавать рецептуры и предлагать конечному потребителю свой индивидуальный продукт. Основная цель при этом – чтобы традиционные мясопереработчики также могли производить растительные аналоги мяса на своем стандартном оборудовании, начиная с куттера и заканчивая автоматизированным формовщиком для мясных котлет.

Что касается другой, колбасной, группы, то у нас есть один базовый компаунд, который содержит растительные белки и функциональную часть. Но используя один из дополнительных ингредиентов, мы можем получить целую линейку разных продуктов: колбаса для холодной нарезки, колбаса для обжаривания, сосиски, салями и т. п. Это достаточно удобно: с одной стороны, одна базовая сырьевая позиция на складе, с другой – возможности для творчества.

– Как проходит тестирование новой продукции?

– Первый этап тестирования проводится среди рабочей группы, которая занимается разработкой рецеп-

тур. Потом выносим продукт на большую дегустацию для специально обученной фокус-группы. Среди них нет тех, кто употребляет только растительную пищу, потому что мы создаем продукт для массового рынка. Что говорят мясоеды? По-разному, иногда, что это есть невозможно (о первых прототипах) и это значит, что рабочая группа продолжает работать до того момента, пока не получим заключение, что продукт получился вкусный. У нас недавно был интересный опыт, настоящий креш-тест прямо у клиента. Перед нами проводилась дегустация мясных сосисок и колбас. И буквально через 20 минут мы начали в той же аудитории тестировать сосиски на основе гороха. Представители клиента попробовали их и спросили: «У вас точно там мяса нет?».

P.S.: И знаете, если бы мы в лабораториях компании в Санкт-Петербурге своими глазами не видели, как гидратировали текстурат, соединяли его с эмульсией, все это перемешивали, убирали вакуумом из фарша лишний воздух и потом формовали и жарили котлеты, то мы бы задали тот же вопрос. **МП**

ОНЛАЙН-КУРС

повышения квалификации

« Вирусные и бактериальные болезни сельскохозяйственной птицы »

▶ Программа курса:

Вирусные болезни

1. Грипп птиц
2. Ньюкаслская болезнь птиц
3. Инфекционный бронхит кур
4. Болезнь Гамборо
5. Болезнь Марека
6. Инфекционная анемия цыплят
7. Прогрессивные методы
8. Метапневмовирусная инфекция птиц
9. Редкие и малоизученные болезни птиц

Бактериальные болезни

10. Система контроля бактериальных болезней птиц в промышленном птицеводстве
11. Колибактериоз птиц
12. Сальмонеллёзы птиц

▶ Лекторы:



**Джавадов Эдуард
Джавадович**

Директор Научно-исследовательского консультационно-диагностического центра по птицеводству ФГБОУ ВО «СПбГУВМ», профессор кафедры эпизоотологии им. В.П. Урбана, доктор ветеринарных наук, профессор, академик РАН, заслуженный деятель науки РФ



**Новикова Оксана
Борисовна**

Кандидат ветеринарных наук, ведущий научный сотрудник, заведующий отделом микробиологии «ВНИВИП» – филиал ФНЦ «ВНИТИП» РАН

Предварительная запись на курс: **+7 (812) 245-67-70**
info@vcube.online

ДОСТО® Орегано в борьбе с илеитом и дизентерией свиней

Антибактериальные, иммуностимулирующие, противовоспалительные, антистрессовые и антиоксидантные свойства натурального эфирного масла ДОСТО® Орегано обеспечивают широкое применение продуктам компании DOSTOFARM, в том числе и на свиноводческих предприятиях. Кормовые добавки ДОСТО® Грин или ДОСТО® Концентрат 500 решают проблемы ЖКТ даже при дизентерии и илеите откормочных свиней.

Недавние исследования выявили высокую чувствительность *B. hyodysenteriae* к эфирному маслу ДОСТО® Орегано (кормовая добавка ДОСТО® Грин 500 г/т корма или ДОСТО® Концентрат 500 75 г/т корма). С пятого дня после инъекции тиамулина в корме опытной группы поросят исполь-

зовалась кормовая добавка ДОСТО® Грин в дозировке 500 г/т корма. Реинфекция подопытных поросят, в отличие от животных контрольной группы, была полностью остановлена.

Согласно исследованию Ветеринарного университета Ганновера, в качестве серьезной альтернативы антибиотикам при илеите служит кормовая добавка ДОСТО® Грин. Уже в первые дни ее введе-

ния в корм появляется выраженный эффект сокращения случаев и интенсивности диареи. ДОСТО® Орегано стимулирует здоровую регенерацию эпителия кишечника, препятствуя размножению паразита. Противовоспалительное действие обеспечивает быстрое восстановление целостности слизистой кишечника, лучшее усвоение корма, улучшение обмена веществ и стимуляцию иммунитета. **Р**

Для информации:

Все свойства ДОСТО® Орегано обеспечиваются за счет работы компании DOSTOFARM исключительно с собственным сортом растения орегано и натуральной стандартизации по двенадцати компонентам эфирного масла. Компания DOSTOFARM несет ответственность за эффективность исключительно ДОСТО® Орегано. Договориться о встрече на вашем предприятии можно по эл. почте: mail@dostofarm.de.

DOSTOFARM®

www.dostofarm.de • mail@dostofarm.de • Мы говорим по-русски!

Эффективная замена антибиотиков

Птицеводство

- решение при гистомонозе, кокцидиозе, сальмонеллёзе, клостридиозе;
- улучшение усвоения корма;
- стимуляция выработки ферментов;
- ↑ привесов/ выход яйца.



Свиноводство

- решение при илеите;
- предотвращение диареи;
- улучшение усвоения корма;
- ↑ молочности свиноматок/ привесы на откорме;
- ↑ привлекательности корма, антистресс.



Коровы и телята

- ↑ молока 1–4,5 л/сутки;
- предотвращение ацидоза;
- антистресс (в т. ч. тепловой);
- телята без диареи;
- ↓ соматика молока.



!!! ВНИМАНИЕ

Компания DOSTOFARM несёт ответственность за эффективность исключительно ДОСТО® Орегано. Помните, что не всё то орегано, что как орегано пахнет. За подробной информацией и результатами применения обращайтесь напрямую к нам или к нашему дистрибьютору.



ДОСТО® Концентрат 500



ДОСТО® Грин



ДОСТО® Ликвид



ДОСТО® Эмульсия



ДОСТО® Капсулы

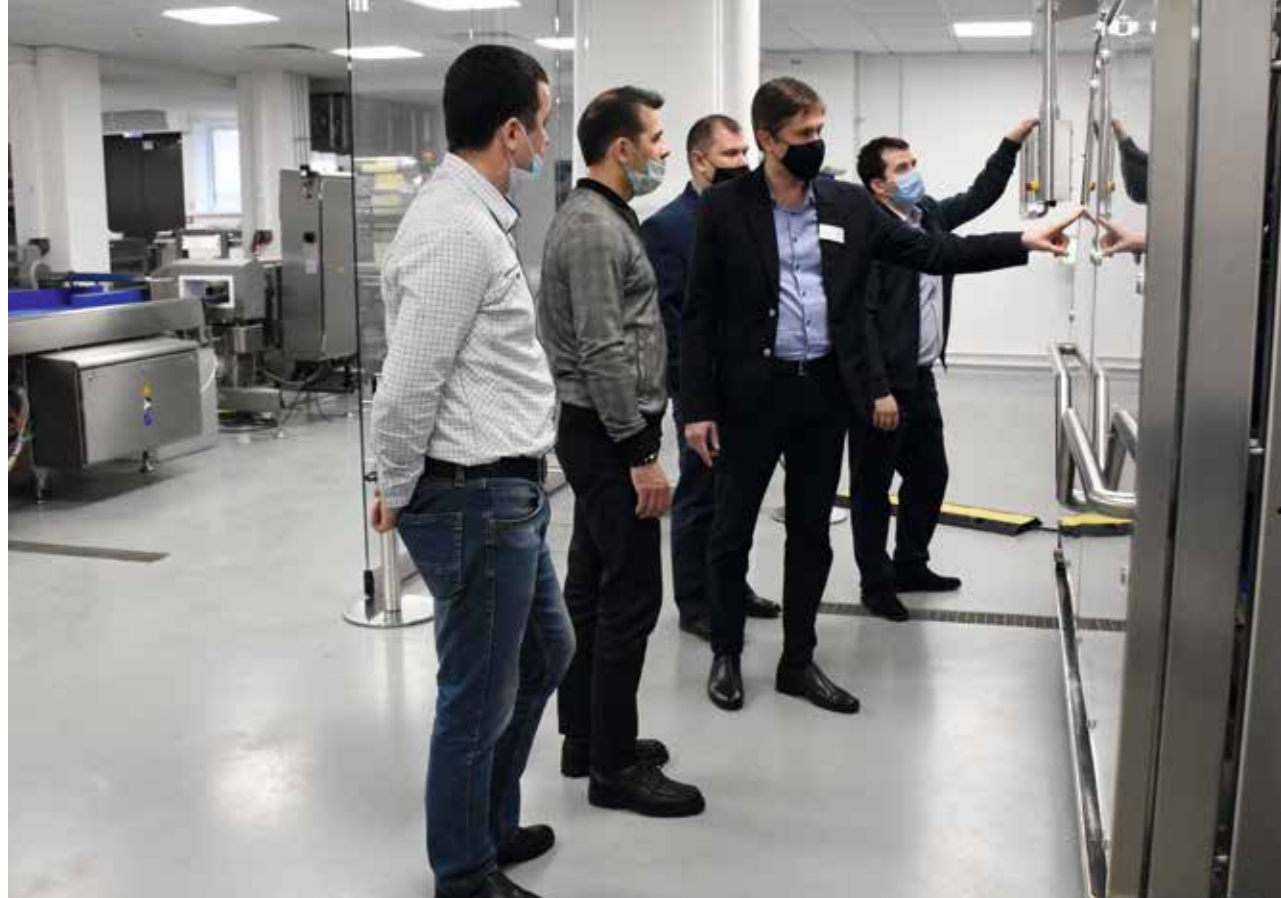
Компания:

ООО «Мультивак Рус»

109444, г. Москва,
ул. Ферганская, д. 8А,
Тел.: +7 (495) 990-49-02
E-mail: office@ru.multivac.com

Автор:

Юлия
Геращенко



MULTIVAC открывает двери в инновационный мир технологий

Более сорока компаний, представляющих разные сферы пищевой индустрии – от мяса и рыбопереработки до производства сыра и овощей, стали участниками open days, проведенных MULTIVAC в новом Инновационно-Техническом центре в Москве в конце апреля. Партнеры и клиенты компании познакомились с новейшим оборудованием – упаковочными и этикетировочными решениями.

Для MULTIVAC открытие Инновационно-технического центра (ИТЦ) в Москве стало важным событием. В компании готовились к его запуску больше года. Тщательно прорабатывая концепцию, в российском подразделении задействовали опыт немецких коллег.

ИТЦ является частью нового офиса, в его состав входят: шоу-рум площадью более 250 м², учебный класс и оперативный склад расходных материалов (пленок, лотков, этикеток) и форматных инструментов.

MULTIVAC идет на сближение

Быть максимально близким к заказчикам – именно такой видят цель открытия Инновационно-технического центра в компании. При ограничении поездок за

пределы страны ценность этого события возрастает в несколько раз. За год в концерне MULTIVAC создан ряд инновационных решений – для российского рынка они архиактуальны, а в рамках шоу-рума в Москве их можно увидеть в работе с реальным продуктом.

В шоу-руме представлено оборудование для нарезки, упаковки, маркировки и инспекции. В частности, термоформер RX4.0, который минимизирует зависимость качества выпускаемой продукции от знаний и опыта оператора. Благодаря новой конструкции инструментов и системы газации машина производит упаковки гарантированно повторяемого высокого качества, демонстрируя при этом высочайшую производительность, безо-

пасность процессов и непревзойденный уровень эргономики.

Универсальная машина R105MF, позволяет изготавливать упаковки из жесткой или мягкой пленки и упаковывать продукт в вакууме, газомодифицированной среде или по одной из технологий скин: Multifresh или Isopak. Еще одно направление – трейсилеры. В шоу-руме установлен полуавтомат для производства скин-упаковок T250 Skin, который при необходимости может быть оснащен инструментом для упаковки продуктов в газе.

Здесь же представлен бестселлер MULTIVAC – трейсилер TX710, вобравший в себя самые передовые решения в области машиностроения, направленные на повышение производительности, эффек-



тивности работы оборудования, а также минимизацию его простоев при замене расходных материалов или смене форматного инструмента. И трейсилер TX, и термоформер RX могут оснащаться облачными Smart Services, позволяющими как оптимизировать процесс производства, так и в полной мере использовать все преимущества дистанционной диагностики, превентивного сервиса и помощи оператору в создании новой рецептуры для нового продукта или при использовании другой пленки/лутка.

В шоу-руме можно увидеть работу комбинированного устройства «металлодетектор-чеквейер» I211 и новинки – этикетировщика для нанесения круговой этикетки L310 FullWrap.

Во второй части шоу-рума установлен слайсер S800 с системой автоматической укладки SB625 и заточным устройством. Слайсер оснащен форматными инструментами под самые ходовые размеры с\к, в\к и вареных колбас, форматом для нарезки деликатесной продукции, а также форматом для нарезки сыра.

– Мы хотим, чтобы в шоу-руме заказчики познакомились со всем спектром оборудования нашей компании, – делится Евгений Трушин, руководитель ИТЦ MULTIVAC в России. – Мы планируем менять экспозицию примерно раз в полгода, в зависимости от интересующей наших заказчиков тематики и предлагаемых программ обучения.

За год в концерне MULTIVAC создан ряд инновационных решений – для российского рынка они архиактуальны, а в рамках шоу-рума в Москве их можно увидеть в работе с реальным продуктом.

■ Елена Климова,

генеральный директор, компания «Эксима», Москва (ООО «Знаменский селекционно-гибридный центр», Орел, ЗАО «Микояновский мясокомбинат», Москва);

– Я впервые нахожусь на презентации такого шоу-рума в России: аналоги приходилось видеть только за рубежом. Это дорого, качественно, и когда будет смена экспозиции, мы вновь хотим посетить шоу-рум одними из первых! Что касается сотрудничества, то в Знаменском СПЦ в Орловской области установлены четыре упаковочные машины MULTIVAC. Линия

для нарезки больших батонов и упаковки ветчины из свинины была разработана компанией MULTIVAC специально для нашего проекта, пленку мы тоже покупаем в компании. Нам всегда нравились решения MULTIVAC – качественные и надежные. Сегодня меня радует развитие оборудования на основе искусственного интеллекта, которое представлено в шоу-руме, и то, что в компании следят за инновационными трендами. Интересные решения реализованы и представлены в этой экспозиции. Есть возможность наглядного обучения персонала, чем мы обязательно воспользуемся!

Тестируем – от железа до продукта

Формат взаимоотношений «компания – заказчик» в рамках ИТЦ в MULTIVAC продумали до мелочей. Шоу-рум дает клиентам возможность познакомиться с оборудованием, понять принцип его работы или отличие от предыдущих версий, оценить его в условиях, максимально приближенных к производству, а главное, протестировать свой продукт, подбирая оптимальные варианты упаковки. И все это в удобное время, в свободном режиме общения, в противовес короткой выставочной истории. Прибавьте к тому профессиональное сопровождение технических специалистов MULTIVAC, которые готовы посвятить заказчикам в самые мельчайшие нюансы работы машин.

■ Михаил Макшанцев,

компания FOSFOREL, Воронеж

– Шоу-рум – это интересное решение: если есть идеи, здесь их можно опробовать, особенно такой формат удобен при запуске нового продукта. Почти вся рыбная отрасль использует термоформы – рыба поставляется в вакуумной упаковке. Мы начинали сотрудничать с другим производителем оборудования, но в итоге остановились на MULTIVAC. Имея такую экспертизу со стороны компании, мы нивелируем ряд проблем и находим оптимальное решение. К примеру, наша линия уникальна и своим передовым оборудованием, и полной автоматизацией по упаковке, весу, дозации масла, запайке. На обсуждение и подготовку проекта ушло более полутора лет, но в итоге такой линии нет нигде в России!

Во время open days внимание гостей было приковано к каждому виду оборудования, представленному в шоу-руме. Заказчики оценили самые современные конструкторские решения, удобство



управления, интуитивно понятный интерфейс, простоту и скорость переналадки.

■ Игорь Потапкин,

главный инженер, пищевой комбинат «Панино», Московская область:

– Для нас важно, что здесь можно посмотреть не только работу оборудования, но и оценить внешний вид самого продукта. Машина по-разному себя ведет с разным продуктом: можно привезти свой и посмотреть, как он будет выглядеть для потребителя. Запросы у нас есть постоянно: и на новое, и на б/у оборудование. Мы производим мясные полуфабрикаты, сейчас ищем машину для упаковки стейков. В шоу-руме особо заинтересовало упаковочное оборудование с внутренней обрезкой пленки, которое очень улучшает вид стейка в лотке.

Экспертиза MULTIVAC помогает развивать бизнес

Каким бы ни был запрос и сфера пищевой индустрии, в компании MULTIVAC есть видение проблемы и предложение по ее решению. Экспертиза становится неоспоримым преимуществом для заказчиков, которые, обратившись в компанию впервые, возвращаются вновь. Отладка нового производства, расширение ассортимента, внедрение экоинициатив, обновленные на законодательном уровне требования – любые «боли» производителя становятся вызовами для специалистов компании.

■ Иван Филиппов,

директор по развитию, агрофирма «Бунятино», ГК «Дмитровские овощи»:

– Мы выращиваем и упаковываем свежие очищенные овощи, есть сегмент пастеризованных овощей в вакуумной упаковке. Если мясная переработка развивается десять лет, то овощная – около двух-трех. В самом начале мы упаковывали все руками. MULTIVAC привнесла в наш производственный процесс современные технологии и автоматизировала процесс. Признаюсь, первый опыт у нас был с другой компанией, но MULTIVAC выигрывает в качестве, безотказности, сервисе. Большой компании нужен был свой дом в Москве, и он появился, с этим можно поздравить! Что касается нас, то в шоу-руме мы увидели новые для себя машины, сделали запросы на трейсилеры и оборудование для нарезки салатов.

■ Алиса Линькова,

директор по производству ГК «Нева Милк», Санкт-Петербург, (производство сыров):

– Вместе с MULTIVAC мы ищем инновационные решения. Например, сейчас в связи с законом о маркировке «Честным знаком» мы хотим собрать все свое оборудование в одну линейку, подбираем девайсы для действующих на производстве машин. В плане также развитие ассортимента и переход на другую упаковку. В частности, нас интересует сокращение неперерабатываемой упаковки. На нашем

производстве мы уже используем инновационную упаковку-конверт с уменьшенным содержанием пластика, и мы бы хотели двигаться дальше в этом направлении вместе с поставщиком оборудования.

Обучение и сервис как часть единой концепции

Одна из задач Инновационно-технического центра – это программы обучения, которым в компании придают особое значение.

– Нашим клиентам мы предлагаем тренинги для операторов и для технического персонала. В зависимости от пожеланий разрабатываем индивидуальные программы. В центре оборудован учебный класс для теоретических занятий и видеоконференций. Практические навыки слушатели отрабатывают в машинном зале, – рассказывает Евгений Трушин. – Помимо этого, заказчики приезжают в наш центр для тестирования расходных материалов и получения рекомендаций по их подбору.

Сервис как одну из сильнейших сторон и конкурентное преимущество MULTIVAC не раз подчеркивали гости open days.

■ Ольга Слученкова,

ведущий инженер-технолог, ООО «АНКОМ»

– С компанией MULTIVAC мы сотрудничаем уже очень давно – 10 лет. За это время установили у себя пять термоформеров, три камерных вакуумных упаковочных машины и одну камерную вакуумную упаковочную машину.



вочную линию, которые очень хорошо себя зарекомендовали. И здесь мы увидели много нового и интересного. Важно, что в шоу-руме можно не только вживую посмотреть на новую линию, увидеть, какие формы эта линия может делать, но и задать все появившиеся вопросы специалистам, сразу получить на них ответы. Ведь не всегда есть возможность поехать на выставку или в Германию на головное предприятие MULTIVAC, и мы рады, что компания эту идею реализовала в Москве. Качество упаковки очень важно для нас, производителей, чтобы продукт сохранялся долго и надежно. И не менее важна сервисная служба. А квалифицированные сотрудники MULTIVAC всегда рядом и оперативно помогают нам с любыми вопросами по оборудованию.

■ Иван Кадошников,

заместитель директора по инновациям, компания «Канцлер», Воронеж (производство рассольных и сыров-косичек, бренды «Пивная тема» и «Сырная башня»):

– Наша компания единственная в стране производит сухие сыры в промышленном масштабе. Так как сыры – продукт скоропортящийся, то любая остановка или поломка оборудования несет серьезные убытки. Поэтому MULTIVAC для нас это синоним надежности. Отмечу, что мы получаем не только уверенность в поставщике, но и в дальнейшем обслуживании. Если в других компаниях все заканчивается двумя столицами, то в MULTIVAC – разветвленная сеть по обслуживанию оборудо-

Шоу-рум дает клиентам возможность познакомиться с оборудованием, понять принцип его работы или отличие от предыдущих версий, оценить его в условиях, максимально приближенных к производству, а главное – протестировать свой продукт, подбирая оптимальные варианты упаковки. И все это в удобное время, в свободном режиме общения в противовес короткой выставочной истории.

дования. Сервисная служба представлена в Воронеже, Белгороде, Липецке, мы не испытываем с этим проблем. Особенно это важно, когда растет ассортимент. Мы стараемся раз в два месяца вводить новинки и сейчас планируем перейти на качественно новый уровень, используя упаковочное оборудование с запайкой в модифицированной газовой среде.

Подводя итоги

– Неделя открытых дверей вызвала огромный интерес у наших заказчиков. Среди посетителей были представители различных структур предприятий – от собственников, генеральных директоров и главных инженеров – до производственных руководителей, механиков и технологов, – делится директор по продажам MULTIVAC в России Сергей Фомин. – Особо стоит отметить здесь представителей отделов маркетинга, так как правильно подобранная упаковка является залогом успеха предприятия на рынке. Представители ряда предприятий приходили даже несколькими группами: технологи, маркетологи, инженеры.

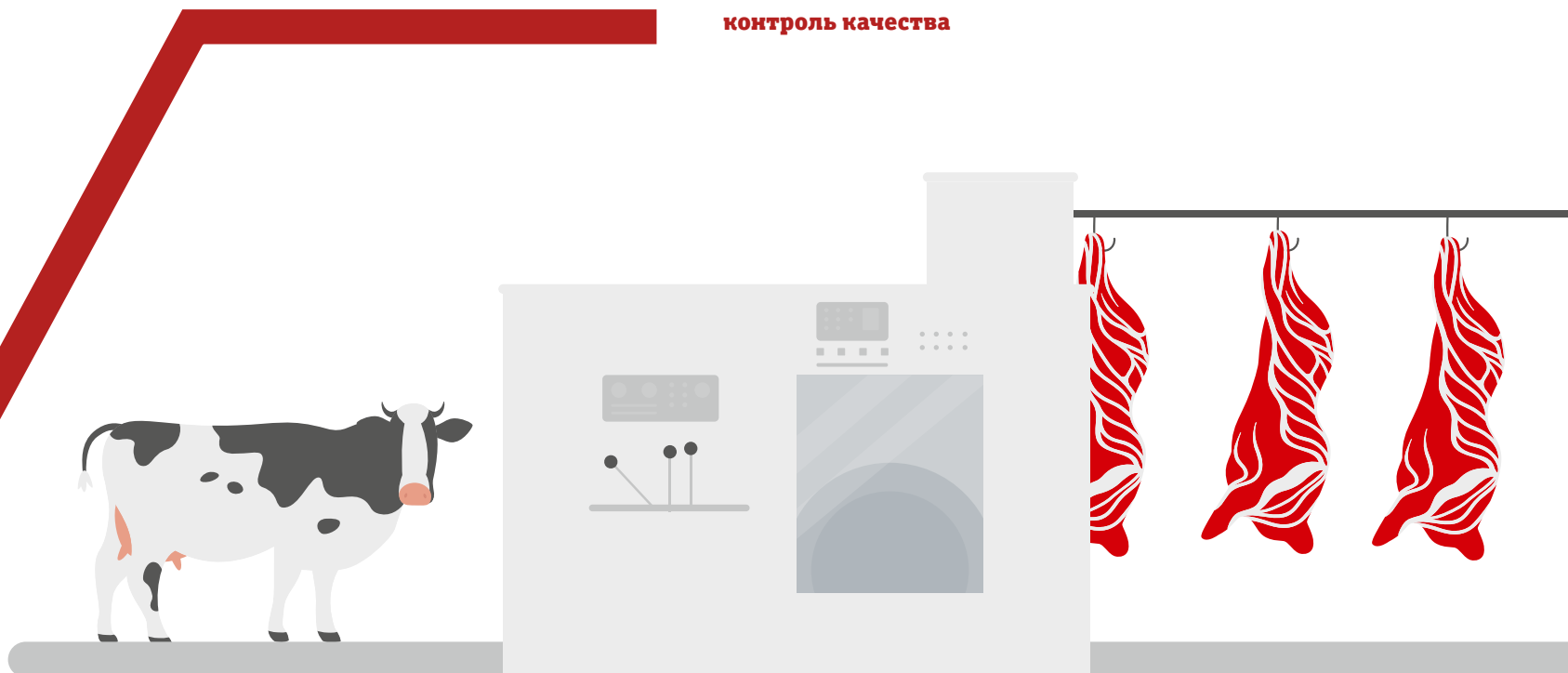
Большинство посетителей интересовали конкретные вопросы, касающиеся типов машин, вида пленок, способов маркировки, тестов продукции и др.

Были достигнуты договоренности о проведении специальных воркшопов и семинаров по интересующим темам отдельно для предприятий.

■ Рустам Рагимов,

бенефициар, ООО «Новомосковский мясокомбинат», Москва:

– Идея с шоу-румом отличная: это как магазин игрушек для детей – хочется всего и сразу! Большой плюс в том, что можно посмотреть на результаты работы оборудования. Все можно потрогать, пощупать и испробовать на готовом продукте. Мы получили реальное впечатление от того оборудования, что есть в коммерческих предложениях, чтобы быстрее выйти на сделку. Если сравнивать с выставками, то лучше потратить время на что-то точное и конкретное. MULTIVAC – проверенная компания. Для мясной промышленности это оптимальный вариант: и по цене, и по качеству. Сейчас мы работаем с вакуумной упаковкой на барьерных пленках, в дальнейшем, так как перед нами стоит задача выйти на потребительский рынок, планируем использовать скин-упаковку для порционных продуктов. В ближайшие недели выходим на сделку по покупке термоформера Multivac R 105. ■



РОССИЙСКИЙ РЫНОК ХАЛЯЛЬ НА ПОДЪЕМЕ

За последние годы объем российского рынка халяльных мясных продуктов существенно вырос, о чем свидетельствует число предприятий мясной отрасли, заинтересованных в насыщении данного рынка производимой ими продукцией. Следует отметить, что рынок мяса (говядина, баранина и птица) является ключевым сегментом халяльных продуктов питания.

Автор:

**Айдар Габдуллович
Газизов,**

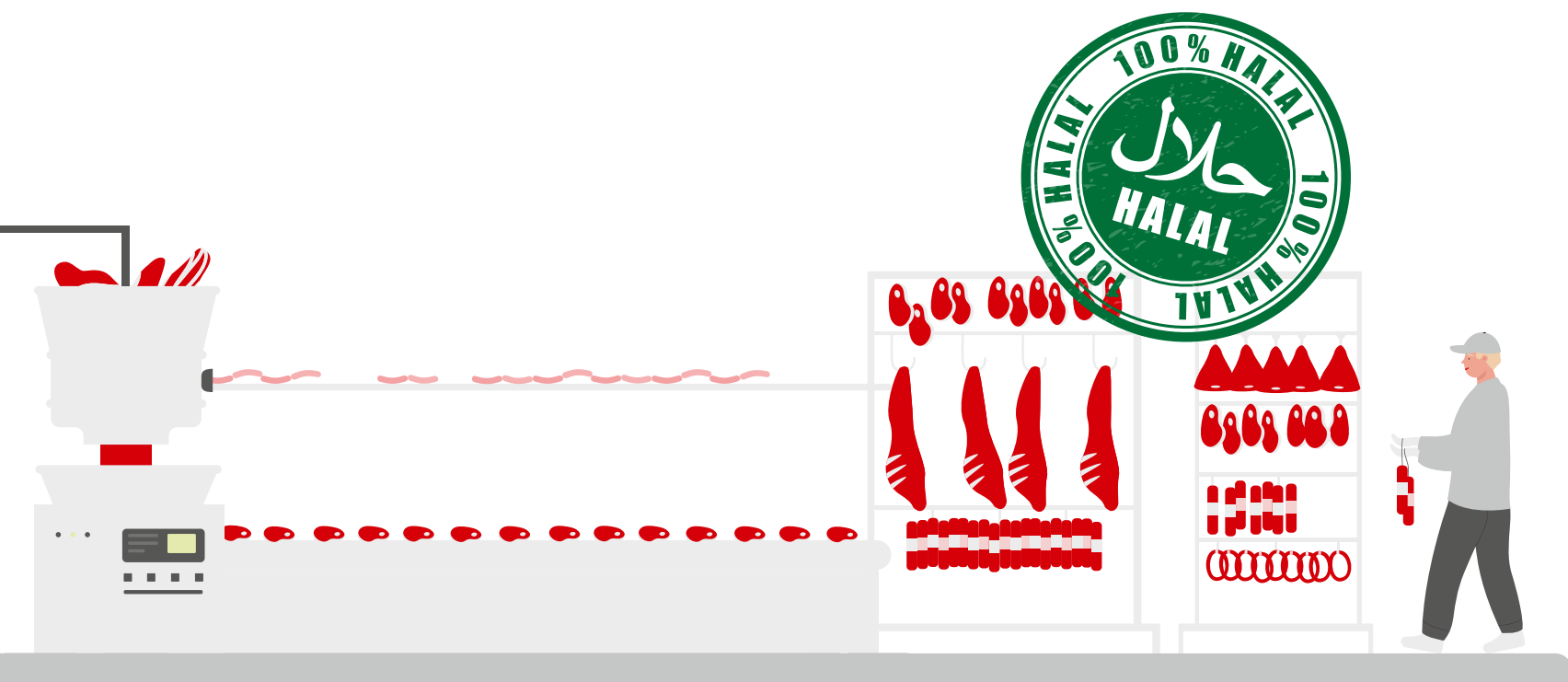
генеральный директор
ООО «МЦСиС «Халяль»,
ООО «Галфтик-МЦСиС «Халяль»,
председатель Евразийского союза
«Халяль», советник председателя
СМР и ДУМ РФ по вопросам
развития индустрии халяль

Доля халяльной продукции от общего объема продаж мяса пока остается невысокой – от 1,5% до менее 3% в зависимости от категории. В последние десятилетия в Российской Федерации стабильно высокий интерес предприятий к производству продукции по стандартам халяль и прохождению сертификации халяль. И это связано далеко не только с растущей численностью мусульманского населения и тем, что все больше производителей мясной продукции учитывают конфессиональные особенности питания. Все чаще выбирают халяль потребители самого широкого круга, потому что считают такие продукты более качественными и безопасными. Поэтому на внутреннем рынке халяльных продуктов питания спрос превышает предложение.

Развитие экспорта мясной халяльной продукции

Тем не менее, выход в этот сегмент крупнейших отечественных производителей прежде всего связан с интересом к экспортным поставкам в страны мусульманского мира, преимущественно – в страны Персидского залива и Ближнего Востока.

Тенденция к заметному росту объемов производства халяльной продукции агропромышленного комплекса сохраняется, в том числе с учетом государственной поддержки, существенным образом способствующей продвижению отечественной продукции на внешних рынках. Являясь крупным поставщиком продовольственного сырья на зарубежные рынки, включая рынки мусульманских стран, Россия



активнее стала презентовать на Международной выставке Gulfood с 2016 года.

В выставке Gulfood в этом году, которая прошла с 21 по 25 февраля, наряду с представителями Минсельхоза России, Российского экспортного центра, государственной корпорации ВЭБ.РФ, в составе делегации Духовного управления мусульман Российской Федерации (ДУМ РФ) приняли участие и представители руководства МЦСиС «Халяль». На официальных встречах с высокопоставленными государственными деятелями ОАЭ мы обсуждали перспективы развития экспорта российской продукции в ОАЭ, страны Персидского залива и Ближнего Востока, а также вопросы аккредитации и сертификации халяль.

В этом году, несмотря на ограничения, связанные с пандемией, в выставке приняло участие свыше 2000 компаний из 88 стран. Среди 22 российских участников выставки в сегменте мясной продукции были представлены сертифицированные нашим центром ключевые российские компании (Группа «Черкизово», АПХ «Мираторг» и ГАП «Ресурс»).

Отмечу, что российские компании в первые годы своего участия в выставке преимущественно преследовали цели знакомства с рынком, установления перспективных деловых контактов. Сейчас они чувствуют себя в качестве экспортеров гораздо увереннее.

В развитии экспорта мясной халяльной продукции на вышеуказанные потенциальные рынки важную роль играют регионы, в которых расположены крупные агропромышленные кластеры (Брянская

Все чаще выбирают халяль потребители самого широкого круга, потому что считают такие продукты более качественными и безопасными. Поэтому на внутреннем рынке халяльных продуктов питания спрос превышает предложение.

область, Белгородская область, Пензенская область, Ставропольский край и др.).

Краткосрочные меры в развитии экспорта в мусульманские страны включают реализацию государственных программ поддержки экспорта халяльной продукции. Стратегической мерой остается комплекс программ с государственной поддержкой, направленных на формирование устойчи-

вого положительного имиджа России как мирового экспортера халяльной продукции, включая такую меру, как создание единой национальной системы стандартизации халяль в России.

Мировой рынок мяса халяль является перспективной нишей для России, несмотря на то, что в мире достаточно много крупных игроков. Но наша страна имеет все шансы перенять лучшую практику построения и развития сильных брендов, сертифицированных на халяль, на ключевых экспортных рынках.

Главным препятствием на мировом рынке халяль является конкуренция со стороны крупных мировых производителей продукции мясной отрасли (бразильских, французских и украинских).

Оценка привлекательности поставок мясной продукции на зарубежные рынки производится с учетом наиболее перспективных рынков халяльных продуктов питания. Участие российских компаний на выставке Gulfood показывает, что рынки стран Персидского залива и Ближнего Востока представляют приоритетный интерес для российских поставщиков халяльной продукции.

Высокий имидж халяля

Соответствие производимой продукции требованиям действующих стандартов халяль является не столько преимуществом, сколько обязательным ключевым условием для выхода на рынок халяль. Первые национальные стандарты были разработаны и приняты в мусульманских странах, где доля мусульманского населения



Сертификация продукции на стандарт халяль



Шаг 1. Прием, регистрация и рассмотрение заявки

Для проведения работ по сертификации продукции и услуг заявитель подает в МЦСиС «Халяль» заявку на проведение сертификации по установленной форме. В процессе изучения состава продукции и сертифицируемых услуг специалист может запросить дополнительную информацию, касающуюся используемого для производства продукции сырья и ингредиентов и возможности оказания заявителем услуг в соответствии с требованиями стандарта халяль. Результатом данного этапа является заключение специалиста о соответствии или несоответствии состава заявленной продукции и сертифицируемых услуг для принятия решения по заявке.



Шаг 2. Освидетельствование предприятия и выдача сертификата халяль

По итогам положительного решения по заявке специалисты МЦСиС «Халяль» в соответствии с программой освидетельствования (аудита) проводят аудит предприятия. В ходе аудита особое внимание уделяется контролю со стороны предприятия за качеством и безопасностью производимой продукции и оказываемых услуг, соответствию направленного на рассмотрение состава продукции с фактически используемыми на предприятии сырьем и ингредиентами, идентификации поставщиков сырья и ингредиентов, а также обеспечению прослеживаемости на всех этапах. После принятия положительного решения заявителю выдается сертификат халяль Совета муфтиев России, подтверждающий возможность производства продукции и оказания услуг халяль, и разрешение на применение знака соответствия с последующим внесением сведений о сертифицированном предприятии в реестр.



Шаг 3. Контроль производства продукции и оказываемых услуг халяль

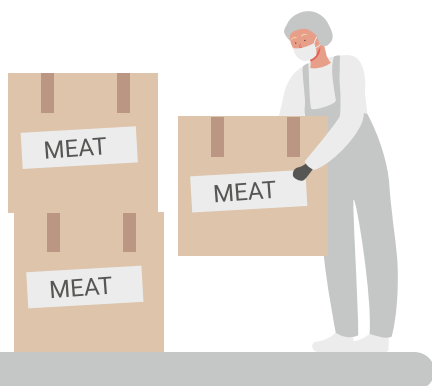
Для контроля за соблюдением заявителем требований стандарта халяль на всех этапах производства продукции и оказания услуг халяль на предприятии назначаются ответственные лица – работники предприятия, которые проходят инструктаж об особенностях производства продукции и оказания услуг в соответствии с требованиями стандарта халяль. Ответственными лицами, как правило, назначаются представители службы качества, специалисты и технологи, обладающие достаточными знаниями технологических процессов производства продукции и оказания услуг на своем предприятии.

существенна (Малайзия). И совсем недавно сферой стандартизации халяль начали заниматься страны арабского мира. Так, стандарты по халяль-забою в ОАЭ были приняты только в 2015 году.

Предприятиям, заинтересованным в производстве халяльной продукции, важно подтвердить свой имидж на рынке халяль через потребительские свойства и соответствие халяльным стандартам.

Мировой рынок мяса халяль является перспективной нишей для России, несмотря на то, что в мире достаточно много крупных игроков.

Повышение имиджа производителя халяльной продукции возможно за счет высокого уровня доверия к производственным процессам халяль на предприятии. Это достигается путем подтверждения их соответствия стандартам халяль со стороны авторитетных сертифицирующих органов и внедрения на предприятии системы прослеживаемости халяльной продукции на всех этапах производства и логистической цепочки с использованием новых технологий и цифровых платформ.



К мясным продуктам питания халяль предъявляются дополнительные требования: убой животного и процессы производства мяса и мясной продукции должны осуществляться в соответствии с определенными требованиями и нормативными документами в области халяль; животные должны быть разрешенными по нормам ислама. Выполнение предприятиями мясной отрасли указанных требований подтверждается в ходе сертификации, являющейся основным достоверным способом доказательства соответствия продукции требованиям халяль.

Следует отметить, что на предприятиях, осуществляющих производство мяса и мясной продукции, для контроля за соблюдением заявителем требований халяль на всех этапах производства продукции в обязательном порядке назначаются независимые от производителя эксперты-контролеры МЦСиС «Халяль».

Кроме непосредственного контроля за производством продукции, в обязанности экспертов-контролеров входит оформление и выдача подписанного ими сертификата соответствия халяль на партию готовой продукции, подтверждающего ее соответствие стандарту. В течение срока действия сертификата МЦСиС «Халяль» также проводит инспекционный контроль сертифицированной продукции в форме периодических плановых и внеплановых проверок.

Выражаем надежду, что интеграция в международные системы стандартизации и сертификации халяль и совместное с ДУМ РФ сотрудничество МЦСиС «Халяль» с международными и российскими профильными министерствами и ведомствами поспособствуют формированию благоприятных условий для дальнейшего развития экспорта халяльной продукции и мировой индустрии халяль в целом. **МП**



Комплексные смеси специй, вкусоароматические композиции и функциональные добавки для производства всех видов мясных и рыбных продуктов.

Москва	(495) 532-90-85
Санкт-Петербург	(812) 600-45-45
Владимир	(4922) 34-66-11
Казань	(843) 224-52-61
Липецк	(4742) 41-78-73
Новосибирск	(383) 363-03-70
Барнаул	(3852) 25-95-31
Томск	(3822) 40-56-96
Омск	(3812) 55-12-06
Саранск	(8342) 23-04-98
Самара	(846) 977-38-18
Саратов	(846) 977-38-18
Тамбов	(4752) 73-70-01
Челябинск	(351) 262-28-40
Ярославль	(4852) 72-18-85
Воронеж	(473) 206- 90-12
Пенза	(8412) 60-69-68
Хабаровск	(4212) 46-18-71
Уфа	(347) 246-64-98
Красноярск	(391) 264-06-30
Иркутск	(3955) 57-12-42
Краснодар	(861) 252-25-16
Пятигорск	(8793) 31-98-38
Армавир	(86137) 5-47-00
Рязань	(4912) 96-82-62
Крым	(495) 532-90-85
Н. Новгород	(831) 469-34-13

ООО ЗАЛТЕХ РУС» +7 (498) 635-06-02

ООО «МИТ ТЕХНОЛОДЖИ» +7 (495) 776-02-11, +7 (495) 532-90-85

www.zaltech.com



Автор:

Альберт
Давлеев,
президент
ООО «АГРИФУД
Стретеджис»



ГЕНЕТИКА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ В ПРОИЗВОДСТВЕ БАРАНИНЫ

Овцеводство в России традиционно ориентировано на шерстные породы овец. Однако ряд инвесторов начинает внедрять новейшие технологии стойлового или комбинированного откорма овец мясных пород по образцу наиболее эффективных зарубежных производителей. В данном контексте влияние географического расположения района производства снижается, уступая место технологическим факторам содержания и откорма.

Разведением овец в России в настоящий момент занимаются преимущественно мелкие фермеры. За редким исключением крупные мясные агропромышленные комплексы до последнего времени не были заинтересованы в развитии данного направления, поскольку не верили в его перспективность. На рынке присутствуют только отдельные региональные проекты.

В 2015–2019 годах доля овец, принадлежащих населению, колебалась от 44,0% в 2015-м до 42,9% в 2019-м от общего поголовья. Проблема отрасли состоит в том, что в маленьких хозяйствах мало высокопродуктивных животных, племенная и селекционная база не развита. У частных нет средств на закупку новых пород, на профилактику болезней и лечение животных, на оснащение цехов по переработ-

ке шерсти и шкур. Рассчитывать на субсидирование части затрат на приобретение племенного поголовья и оборудования, на привлечение банковских кредитов на расширение производства личные подсобные хозяйства не могут. Доля овец в сельскохозяйственных организациях ежегодно демонстрировала тенденцию к сокращению и уменьшилась за рассматриваемый период с 18,4% в 2015 году до 16,8% в 2019-м.



Таблица. Сравнение производственных параметров отечественных и зарубежных пород овец

Показатель	ед. изм.	тип породы западные			тип породы российские		
		шерстные	мясо-шерстные	мясные	шерстные	мясо-шерстные	мясо-сальные
Количество окотов*	шт.	6	7	6	6	5	7
Количество ягнят***	%	140	165	160	120	140	105
Частота ягнения	раз в год	1	1,2	1,5	1	1	1
Сохранность ягнят до отъема	%	97	96	96	85	90	95
Молочность**	г/сут.	260	300	360	200	220	270
Скорость роста на откорме	г/сут.	300	330	400	220	250	350
Живая масса туши в 5 мес.	кг	21,6	24,5	27,5	15,4	18	23
Убойный выход туши	%	48	49	50	44	45	46
Выход жира в туше	%	8	7	6	8	9	17
Выход мяса в туше	%	69	71	74	67	64	57
Выход костей в туше	%	23	22	20	25	27	26

* за продолжительность жизни

** скорость роста на подсосе

*** количество рожденных ягнят на 100 овцематок

Источник: анализ экспертов

Удельный вес овец, принадлежащих крестьянским (фермерским) хозяйствам, ежегодно рос и в 2019 году составил 40,3% от совокупного стада (в 2015-м – 37,6%). Ожидается, что в 2020–2024 годах доля овец, содержащихся в хозяйствах населения, будет сокращаться и составит в 2024-м 40,3% от совокупного стада. Доля поголовья в крестьянских (фермерских) хозяйствах, напротив, будет демонстрировать рост и достигнет к 2024 году 43,0% от общего показателя. Доля овец, принадлежащих сельскохозяйственным организациям, будет демонстрировать незначительное ежегодное сокращение, в 2024 году она составит 16,7%.

Проблемой отрасли является необходимость в импортном генетическом материале, вызванная тем, что за несколько десятилетий более 60 пород овец исчезли в России и других государствах бывшего СССР. Все видовое разнообразие овец сегодня представлено в основном тонкорунными и полутонкорунными породами. По словам директора Всероссийского НИИ овцеводства и козоводства (г. Ставрополь) Марины Селионовой, растущий спрос на баранину в России ставит перед учеными новую задачу – выведение отечественных мясных пород овец, однако это потребует импорта генетического материала, по-

Задача ученых создать на базе импортного генофонда отечественные скороспелые мясные породы овец, чтобы в будущем иметь собственные племенные ресурсы в этой области.

скольку подобных специальных пород в стране нет.

Желание превратить производство баранины в доходный бизнес заставляет производителей активно импортировать в Россию специализированные мясные породы овец, которые не всегда хорошо адаптируются и проявляют свой генетический потенциал. В этой связи задача ученых создать на базе импортного генофонда оте-

чественные скороспелые мясные породы овец, чтобы в будущем иметь собственные племенные ресурсы в этой области.

Российское овцеводство унаследовало от Советского Союза отраслевую доктрину, разработанную еще в 1930-е годы с целью «обогнать Австралию по производству белой тонкой и полутонкой шерсти». Именно поэтому среди 44 основных пород овец, традиционно используемых в стране, нет ни одной чисто мясной. Отечественные породы, исторически выращиваемые в России на шерсть и мясо, отличаются от промышленных мясных, используемых за рубежом для откорма овец на мясо.

Наиболее многочисленными породами овец в России являются:

Тонкорунные

Дагестанская горная (1106,4 тыс. голов)
Советский меринос (9180,2 тыс. голов)
Грозненская (401,9 тыс. голов)
Забайкальская (140,7 тыс. голов)
Волгоградская (108,5 тыс. голов)

Полутонкорунные

Горноалтайская (76,7 тыс. голов)
Цигайская (33,0 тыс. голов)

Грубшерстные

Карачаевская (268,9 тыс. голов)
Тувинская короткожирнохвостая (198,0 тыс. голов)

Эдильбаевская (113,6 тыс. голов)
Лезнинская (107,5 тыс. голов)
Андийская (102,7 тыс. голов)

Многим странам повезло в том, что у них были изначально мясные и молочные породы овец, некоторые страны вывели или начали выводить такие породы. В России же своих специализированных мясных и молочных пород нет.

Для исправления ситуации наиболее прогрессивные специалисты отрасли предлагали импортировать лучшие мясные породы овец (дорпер, блю де мэйн, авасси, шароле, цвартблес, гемпшир, отсфриз, ассаф, роуж де мэйн, вандей, иль де франс, свифтер, тексель, цвартблес, голубомордый лейстер – всего около 50 пород), как баранов, так и семен, с обязательной сертификацией заболеваний. Сегодня наилучшие племенные производители сконцентрированы в Австралии, ЮАР и Европе (Великобритания, Франция). Уже многие годы их совершенствуют на основе геномной селекции с широким использованием метаданных по потомству по всему миру.

В последние десятилетия в Россию были разово завезены из Нидерландов, Финляндии и Австралии мясные породы тексель и комолый дорсет, однако созданные для их разведения два племрепродуктора опять же начали воспроизводить на их основе не мясных, а мясо-шерстных овец. Их генетический материал за три-четыре поколения превратился в обычных меринсов, без должной селекции именно на мясо, которая проводится в этих странах.

Сравнительный анализ особенностей и производственных параметров разных пород овец наглядно показывает значительные преимущества мясных пород при их целевом использовании для откорма на мясо. Использование генетического потенциала мясных пород по назначению и их расширенное воспроизводство позволяют значительно увеличить эффективность мясного овцеводства, увеличить объем выпуска баранины или коренным образом реструктурировать отрасль в рамках существующих объемов.

Аналогичные процессы происходят в настоящий момент в мясном и молочном КРС, где высокоэффективные породы позволяют достичь более высоких отраслевых результатов меньшим поголовьем скота и значительно меньшими



Сравнительный анализ особенностей и производственных параметров разных пород овец наглядно показывает значительные преимущества мясных пород при их целевом использовании для откорма на мясо.

операционными затратами на один килограмм готовой продукции.

Как видно из таблицы, современные зарубежные мясные породы овец имеют наивысшие показатели по количеству ягнят на овцу, частоте ягнения, сохранности ягнят, привесам, массе туши на убой, выходе с туши мяса бескостного и на кости с минимальным количеством жира. Сочетание всех этих преимуществ значительно снижает себестоимость производства баранины от мясных пород овец по сравнению со всеми другими.

Одним из основных факторов, который не позволяет широко внедрять использование мясных пород в российском овцеводстве, является преимущественно выпасная практика откорма ввиду относительно высокой доступности естественных пастбищ, не требующих особой культивации, а также неготовность большинства фермеров переходить на новые технологии, требующие капитальных вложений в фермы.

Вместе с тем, в мясном овцеводстве во многих странах мира успешно используется комбинация выпасного и стойлового откорма на основе контрактного выращивания ягнят на первом этапе и докорма овец на убой в фидлотах промышленными компаниями, имеющими собственные мощности по убою и переработке.

Добавим, что в последние годы для некоторых фермерских хозяйств овцеводство стало альтернативой свиноводству, поскольку неоднократные вспышки африканской чумы сделали этот бизнес высокорискованным. Есть вероятность, что все большее количество фермеров России будут заниматься разведением овец, поскольку мелкий рогатый скот – прекрасная замена свинье. В данном случае все упирается в проблемы с финансированием овцеводства из федерального бюджета, без которого реализовать нишевые, узкопрофильные проекты сложно.

Приход в отрасль новых инвесторов, имеющих успешный опыт работы в других отраслях, опирающихся на новейшие

Проблемой отрасли является необходимость в импортном генетическом материале, вызванная тем, что за несколько десятков лет более 60 пород овец исчезли в России и других государствах бывшего СССР.

достижения в агротехнологиях, селекционно-генетические разработки и вклады- вающих значительные средства в повышение эффективности производства на всех этапах, позволит в полной мере реализовать потенциал прогрессивных мясных пород овец в российских условиях.

В результате произойдет естественная реструктуризация отрасли в пользу промышленных производителей с вертикально интегрированными племенными комплексами, собственными или контрактными стадами овец на откорме, убоем, переработкой, логистикой и продажами. **МП**



WWW.ICE-EXPO.RU

ЕВРАЗИЙСКАЯ КОНВЕНЦИЯ-ВЫСТАВКА ПО РАЗВИТИЮ ИНФРАСТРУКТУРЫ НЕПРЕРЫВНОЙ ХОЛОДИЛЬНОЙ ЦЕПИ

13 - 15 октября 2021
ЭкспоФорум, Санкт-Петербург



- **230 участников**
- **15 бизнес-мероприятий**
- **40 спикеров-экспертов отрасли**



«Агропродмаш-2021»

Дата проведения:
**4–8 октября
2021 года**

Место проведения:
**«Экспоцентр»
на Красной Пресне,
г. Москва**



«Агропродмаш»: аудитория серьезно обновилась

Опыт 2020 года дал понять, что онлайн не способен полностью заменить живое общение. Бизнес делают люди, а им нужно общаться! Лучший способ оценить перспективность сделки и надежность партнера – деловая встреча. Лучший способ оценить оборудование – увидеть его в действии. А лучший способ оценить рынок – прийти на «Агропродмаш».

В 2020 году выставка показала повышенную эффективность, что отмечают организаторы и участники мероприятия. Посмотрим статистику: в 2020 году 39,1% посетителей пришли на «Агропродмаш» впервые. Это достаточно серьезное обновление аудитории. Причем львиная доля посетителей работает в сфере производства продуктов питания и переработки пищевого сырья. Более того, 76,2% посетителей принимают решения о закупках или влияют на них.

Наряду с оборудованием для производства продуктов питания и напитков посетителей интересует упаковочное и фасовочное, холодильное, складское, контрольно-измерительное и весовое оборудование. Повышенный спрос наблюдается к ингредиентам, решениям в области автоматизации и роботизации производств, к пищевой безопасности, санитарии и гигиене, комплектующим.

На «Агропродмаш» также приходят за рецептурами и технологиями, научными разработками. В круг интересов посетителей входят строительство и реконструкция объектов пищевой промышленности, переработка и утилизация отходов.

«Агропродмаш» традиционно обеспечивает пролонгированный эффект: стимулирует заключение договоров и продажи в течение года. По признанию посетителей, 89,1% из них планируют осуществить закупки после выставки. Собственно, высоким маркетинговым эффектом «Агропродмаш» и славится. Непростой 2020 год лишь усилил эту особенность выставки.

Как следствие, 88% экспонентов по итогам «Агропродмаш-2020» планируют принять участие в выставке и в этом году, а 97% рекомендуют ее своим партнерам.

Подробнее со статистикой выставки можно ознакомиться на сайте:

www.agroprod mash-expo.ru

До встречи на выставке!

Отзывы о выставке

■ Виктория Говорова, «К-Солюшнс»:

– Спасибо большое за сотрудничество и поддержку! Несмотря на все известные обстоятельства, мы довольны, что не отказались от участия.

Всего хорошего вам, и до новой встречи в 2021 году! Желаем, чтобы следующая выставка была полна стендов и улыбок, а не масок.

■ Екатерина Лучкина, исполнительный директор Национального союза мясопереработчиков:

– Для мясопереработчиков эта выставка имеет важнейшее значение. Именно здесь происходит знакомство с новыми технологическими решениями для предприятий отрасли. Сюда привозят свои новинки практически все мировые производители сырья, материалов, ингредиентов и оборудования. «Агропродмаш» – это площадка, которая позволяет находить решение многих проблем.

О выставке «Агропродмаш-2020» снято свыше 90 сюжетов, в том числе интервью с участниками, посетителями и лидерами мнений, а также видео со стендов, демонстрирующие оборудование в действии. Все сюжеты размещены на ютуб-канале выставки: https://www.youtube.com/watch?list=PL_rN-3ZqQZjshGbpC6vzKNXgP43DDye7&v=8gQB30JAZE0&feature=emb_log

15 / 07 / 2021
Санкт-Петербург

Международная
конференция

SNACK TECH

Технологии производства
и продвижения

Организатор:
ИД «СФЕРА»



+7 (812) 245-67-70

www.sfm.events



1–4 СЕНТЯБРЯ 2021



30-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

АГРОРУСЬ



ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
МЕДИАПАРТНЁР

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ТЕЛЕКАНАЛ

AGRORUS.EXPOFORUM.RU
ТЕЛ.: +7 (812) 240 40 40
ДОБ. 2235, 2980
AGRORUS@EXPOFORUM.RU



КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
ЭКСПОФОРУМ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

0+



«Продэкспо-2021»

Дата проведения:
**12–16 апреля
2021 года**

Место проведения:
**«Экспоцентр»
на Красной Пресне,
г. Москва**



«Продэкспо-2021»: центр пересечения профессионалов

Крупнейшая в России и Восточной Европе международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2021» стала долгожданной площадкой для офлайн-общения, обмена опытом, преодоления трудностей постпандемии, для проведения продуктивных переговоров, поиска новых партнеров и заключения выгодных контрактов. Здесь встретились ведущие производители и поставщики продуктов питания со всего мира.

– Несмотря на объективно сложную экономическую ситуацию и в России, и в мире, выставка «Продэкспо-2021» собрала представительный состав участников, получилась масштабной и интересной, а 30 тематических довольно крупных салонов презентовали все сегменты российского и зарубежного продовольственного рынка. Выставка порадовала и профессионалов, и гостей целым рядом премьер и новшеств, – отметил врио генерального директора АО «Экспоцентр» Алексей Вялкин.

На национальном уровне было представлено 10 стран: Армения, Бразилия, Испания, Италия, Республика Южная Осетия, Сербия, Турция, Узбекистан, Уругвай, Шри-Ланка. Самой масштабной стала национальная экспозиция Италии, которую представили 32 участника. На выставке были представлены 1307 отечественных про-

изводителей и поставщиков продуктов питания и напитков. Коллективные экспозиции объединили около 250 компаний из 32 субъектов Российской Федерации.

В этом году, несмотря на сложности, связанные с ограничениями на фоне пандемии, «Продэкспо» продолжает оставаться главной демонстрационной и коммуникационной площадкой продовольственной отрасли. Выставку посетил 50 131 специалист из 97 стран.

Салон «Мясо и мясопродукты. Колбасные изделия. Птица, яйцо» представил около 100 компаний, в числе которых как крупнейшие холдинги, так и небольшие компании из регионов России. Кроме российских экспонентов представительным было участие компаний из Беларуси. Экспозиция представила разнообразные виды мяса: говядину, в том числе мраморную, свинину,

баранину, оленину и конину, а также птицу: мясо кур, уток, индеек, перепелов.

Мероприятия деловой программы «Продэкспо-2021» прошли в гибридном формате и были сфокусированы на проблемах развития российского продовольственного рынка. Пленарная сессия была посвящена теме «Тенденции рынка продовольствия 2021. Как пандемия изменила рынок и что с этим делать?».

Интересно и плодотворно прошли панельная дискуссия «Легализация органики. Итоги первого года действия Федерального закона «Об органической продукции», конференция «Органические продукты: новые смыслы и ценности для общества», «Искусственный интеллект для пищевых производств», «Еда будущего», бизнес-конференция «Актуальные тренды и инструменты развития продуктового рынка», Всероссийский продфорум «Поставщик в сети», Всероссийская практическая конференция «Современная пищевая упаковка 2021» и другие мероприятия.

Программа восьми профессиональных конкурсов также привлекла большое количество участников.

С отзывами участников и гостей выставки «Продэкспо-2021» можно ознакомиться в видеодневнике выставки.

Следующая, 29-я международная выставка «Продэкспо-2022» пройдет с **7 по 11 февраля 2022 года** в Москве в ЦВК «Экспоцентр». Подробнее www.prod-expo.ru/



SFERALIVE

Мы предлагаем вам стать партнером вебинара

ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ:

- Выход на новую целевую аудиторию в сфере АПК
- Напоминание о себе постоянным клиентам

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Нарботанная база клиентов в сфере агробизнеса и пищевой промышленности – 23 000 адресов.
- Более 30 успешно проведенных конференций в сегменте АПК: «Мировая Соя», «Рыба», «Агро.pro», «Масложировая индустрия», «КонфиТур», «Мелькомбинат», «Snacktech», «Птицепром».
- Аналитический портал sfera.fm
Средняя посещаемость – 2500–3000 уникальных посетителей портала в день.
- Аудитория – топ-менеджеры пищевой отрасли, специалисты пищепрома, технологи производств, закупщики оборудования, сырья и ингредиентов, аналитики рынка.

Общение с целевой аудиторией в сфере АПК

Постоянный доступ к видеозаписи вебинара на сайте Sfera.live

Высокая степень интерактивности



сфера
издательский дом

Организатор: ИД «Сфера»

+7 (812) 245-67-70

sfera.fm, sfera.live

Сфера сближает



АТЛАНТИС-ПАК

с 1993 года

ЛИДЕР ИННОВАЦИОННЫХ УПАКОВОЧНЫХ РЕШЕНИЙ



АМИСТАЙЛ СР/ВР

ВЕРХНЯЯ / НИЖНЯЯ ПЛЁНКИ
ДЛЯ УПАКОВКИ ПРОДУКТОВ НА ТЕРМОФОРМЕРЕ

Нижняя плёнка **АМИСТАЙЛ ВР** -
уникальное запатентованное решение:

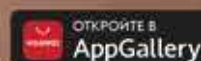
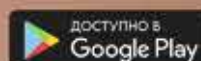
АМИСТАЙЛ ВР прочнее аналогов
даже при снижении толщины
в 2 раза и более*

Комбинация верхней и нижней плёнок АМИСТАЙЛ СР/ВР

- **ЭКОЛОГИЧНОСТЬ**
снижение количества пластиковых и пищевых отходов
- **ЭКОНОМИЧНОСТЬ**
больше метров в рулоне, выше производительность,
ниже энергозатраты
- **ЭФФЕКТНОСТЬ**
отличная презентация продукта благодаря прозрачности и гляncу
- **СОХРАННОСТЬ**
длительные сроки годности с EVOH, минимум развакуумации,
максимум пищевой безопасности



Телефон горячей линии: 8 800 500-85-85 - для России,
+7 863 255-85-85 - для стран ближнего и дальнего зарубежья
info@atlantis-pak.ru
www.atlantis-pak.ru



При поддержке Фонда
Развития Промышленности

*согласно патенту RU 2 660 836 C1
Федеральной службы по интеллектуальной собственности РФ