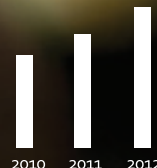




Мировой рынок шоколада будет  
расти на 2% в год



В 2012 году произведено  
на 3% кондитерских изделий  
больше, чем в 2011-м



Китайский рынок шоколада  
растет ежегодно на 30%

издается с сентября 2004 г.

[www.sfera.fm](http://www.sfera.fm)

№1 (48) 2013

хлебопечение/

# кондитерская сфера

## Все будет в шоколаде.

*Любовь потребителей к шоколаду подтверждается  
растущим спросом.*

6



14



27



36



46



ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

*ПРОДУКТЫ. ПЕРЕРАБОТКА. СЫРЬЕ*

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОБЗОРЫ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ,  
ЭКСПЕРТНЫЕ МНЕНИЯ, ТЕНДЕНЦИИ, НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ОБОРУДОВАНИЕ И ПРОИЗВОДИТЕЛИ,  
ЗНАЧИМЫЕ СОБЫТИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.

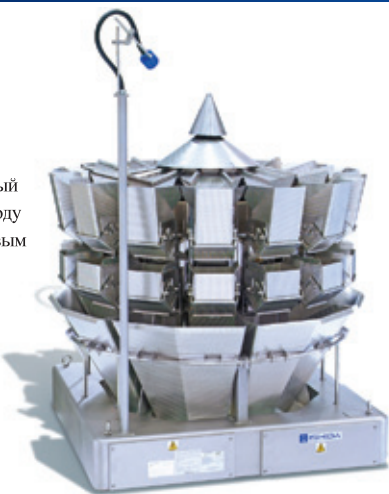


# Ежедневно более чем 2 000 000 000 упаковок взвешиваются на мультиголовочных дозаторах ISHIDA



Intelligent Multiheads

» Ishida изобрела первый в мире мультиголовочный дозатор в 1972 году и остается мировым лидером в производстве данного оборудования.



Проверьте весовые дозаторы Ishida в действии, просканируйте QR код. Вашим смартфоном (приложение QR Reader).



Посетите нас  
на выставке  
“Упаковка 2013”,  
Москва, Экспоцентр.  
29.01 - 01.02.  
**СТЕНД 3D10  
ПАВИЛЬОН 2.3**

Почти наверняка, когда вы садитесь обедать, мультиголовочные дозаторы Ishida участвовали в упаковке продуктов на вашем столе.

Не важно, работаете вы со свежими или замороженными, ломкими или сухими, твердыми или гранулированными продуктами, мы готовы предложить Вам широкий выбор дозаторов для увеличения скорости и сокращения потери продукта.

Благодаря увеличению эффективности производства, дозаторы Ishida окупаются менее, чем через 12 месяцев.

Здесь есть о чем задуматься!

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



ООО «Ishida Europe», 129164, Россия, Москва, Ракетный бульвар, 16.  
Тел.: +7 499 272 05 36, Факс: +7 499 272 05 37. Email: [info@ishidaeurope.ru](mailto:info@ishidaeurope.ru)

Relax  
it's  
Ishida

# содержание

отрасль	14
Не уверен – не обещай!	16
крупным планом	«Белколад»: натуральный бельгийский шоколад 14



Для того чтобы сделать шоколад максимально полезным, кондитеры используют как стандартные, так и нестандартные приемы. Так, очень многие изготовители предлагают потребителям шоколадно-фруктовые изделия. При этом для их производства, как правило, используется темный шоколад, который содержит меньше сахара и больше какао, чем молочный.

6

тема номера	Создатели шоколадного настроения	6	отрасль /события и факты	Внедрение инновационных технологий – основа успешной интеграции в ВТО	28
отрасль /крупным планом	«Белколад»: натуральный бельгийский шоколад	14	производство /оборудование	Функциональный холод	30
в полях	Не уверен – не обещай!	16		Русские в Мюнхене	32
собственники	Без знаний и опыта невозможно стать успешным!	20		Безупречная репутация и амбициозные планы	34
женские правила	Работа делает меня сильнее, крепче, мудрее	24	крупным планом	Шоколад и продукты из какао пользуются все большей популярностью во всем мире	36
				Готовим медовую пахлаву	38





**PETZOLDT  
HEIDENAUER**

www.petzholdt-heidenauer.de



## Наши ноу-хау в производстве какао и шоколада для вашей выгоды

Порционный смеситель с двумя или  
одним валом, имеются исполнения  
производительностью до 6000 кг



Пятивальцовые машины HFS180E  
для тонкого измельчения  
с автоматическим измерением  
степени измельчения  
**Модуль HMB 180**



**Petzholdt-Heidenauer**

Maschinen- und Anlagenbau International GmbH  
Niedersedlitzer Str. 41 | 01239 Dresden  
Germany

phone: +49(0)351 2861200

fax: +49(0)351 2861282

info@petzholdt-heidenauer.de

**Все представленное  
оборудование  
есть в наличии.**

Представительство в России:  
Geconatec GmbH  
119180, Россия, Москва,  
ул. Большая Якиманка, д. 31  
Телефон: +7 (495) 735 44 36/38  
Факс: +7 (495) 735 44 35  
E-mail: moskau@geconatec.com



Ladco Group Members

**MACINTYRE** **Beetz**

phone: +44(0)1241 434444

enquiries@macintyre.co.uk

www.macintyre.co.uk

# содержание

<b>производство</b>	30
Кондитеры обманывают потребителей	52
<b>советы технолога</b>	<b>Глазурь: шоколадная или кондитерская?</b> 61



Спрос на мармеладную продукцию уже долгое время устойчиво высокий, а спрос, как известно, рождает предложение, причем как на рынке конечной продукции, так и на рынке ингредиентов для ее производства.

# 64

<b>производство</b> /события и факты	<b>Новости</b>	40	<b>производство</b> /советы технолога	<b>Глазурь: шоколадная или кондитерская?</b>	61
	Турецкое оборудование – для российских хлебозаводов	46		Докажите ритейлерам, что ваша продукция лучшего качества и безопасна для потребителя	62
/экспертиза	Не все то правда, что написано на упаковке	52	/форум технологов	Мармеладные секреты	64
/ингредиенты	Новое поколение антиоксидантов – чистая этикетка	55	/тенденции	Рынок кондитерских изделий: производство и цены	68
/упаковка	Миссия: сохранить продукт и привлечь внимание!	58	<b>manufacture</b> /tendencies	Confectionery market: production and prices	68

## хлебопечение/ кондитерская сфера

№1 (48) 2013

Информационно-аналитический журнал для специалистов кондитерской и хлебопекарной индустрии

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

Свидетельство о Регистрации СМИ № ФСТ77-46400 от 31 августа 2011г.

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

Издатель:  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «СФЕРА»

Генеральный директор:  
Алексей Захаров

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

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

Арт-директор:  
Павел Хан  
pavelhan2009@gmail.com

Реклама:  
Виктория Паленова  
v.palenova@sfera.fm

Надежда Антипова  
n.antipova@sfera.fm  
Наталья Баранцева  
n.barantseva@sfera.fm

Анастасия Кочеткова  
a.kochetkova@sfera.fm

Выпускающий редактор:  
Елена Максимова  
konditer@sfera.fm

Дизайн и верстка:  
Анастасия Баранова  
a.barinova@sfera.fm

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

Перевод:  
Бюро переводов itbFirst

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

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

Все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

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

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 15.01.13. Тираж: 5000 экз.





Самый простой и доступный способ избавиться от плохого настроения – съесть кусочек шоколада. Об этом знает каждый. Возможно, именно поэтому рынок шоколадных изделий постоянно растет – в каких-то странах более быстрыми темпами, в каких-то медленнее. Именно этому лакомству мы решили посвятить тему данного номера отразив в нем следующие аспекты: тенденции рынка, шоколада в различных странах мира, особенности производства шоколадных изделий, соотношение спроса и предложения на российском рынке.

В журнале рассмотрим и другие актуальные вопросы: тенденции рынка кондитерских изделий, новинки оборудования для изготовления различных видов сладостей и хлебобулочной продукции, применение пектинов при производстве мармелада.

А также познакомим вас со множеством интересных людей, у которых можно не только поучиться ведению бизнеса, но и почерпнуть новые идеи!

Редактор журнала  
«Кондитерская сфера/хлебопечение»  
Елена Максимова



Тема номера

# СОЗДАТЕЛИ ШОКОЛАДНОГО НАСТРОЕНИЯ



Автор: Елена Максимова

Какао, шоколада и кондитерских сахаристых изделий в сентябре 2012 года произведено 145 тыс. тонн, при этом суммарный показатель января-сентября 2012 года на 1,4% выше аналогичного периода 2011 года и составляет 1 млн 083 тыс. тонн.

Фото: Shutterstock

В США покупатели демонстрируют устойчивый спрос на качественную, но недорогую продукцию, а также на изделия с необычным вкусом, например бекона или васоби.

Согласно психологическим исследованиям, покупатели шоколада рассматривают его как хотя и вредное, но очень вкусное лакомство, которое зачастую покупают спонтанно.

**Шоколад** в различных его видах и формах любят потребители разного возраста по всему миру. И неудивительно, ведь это не только вкусное лакомство, но и продукт, повышающий тонус и поднимающий настроение. В данной статье мы рассмотрим российский рынок шоколада и шоколадных изделий в контексте мирового, его тенденции и динамику.

### Наиболее растущие рынки – Россия и Китай

В целом мировой рынок шоколада развивается стабильно и обещает рост в течение ближайших пяти лет в среднем по 2% в год, указывают эксперты аудиторской компании KPMG.

По данным специалистов, российский рынок шоколада будет расти в ближайшее время более стремительно. В частности, эксперты компании KPMG прогнозируют бурное развитие этого сегмента кондитерской отрасли в России. Покупатели в нашей стране будут переключаться на более дорогую продукцию, в том числе на конфеты ручной работы. Однако, по данным газеты «РБК daily», сами производители не ожидают такого стремительного развития.

Таким образом, Россия представляет собой один из наиболее перспективных развивающихся рынков для изготовителей шоколада. По оценке специалистов, к 2016 году российский рынок, оцениваемый сейчас более чем в 8 млрд долларов, вырастет на 45%. «По мере роста потребительского спроса на более дорогую и качественную продукцию, на рынке увеличивается активность производителей шоколада ручной работы», – отмечает **руководитель практики по работе с компаниями потребительского сектора KPMG в России и СНГ Георгий Патарая**.

Активно растущим рынком сегодня также является Китай. Несмотря на то, что изначально развитие шоколадной индустрии в Китае тормозилось из-за распространенной у китайского населения лактозной недостаточности, с 2009 года его продажи там взлетели на 40%. Согласно годовому отчету компании Lindt, китайский рынок ежегодно растет на 30%.

### Какой шоколад выбрать: с фруктами или... беконем?

Несмотря на некоторые общие тенденции развития мировой продовольственной индустрии, каждая страна имеет свои потребительские предпочтения, в том числе и по части шоколада. В США, например, покупатели демонстрируют устойчивый спрос на качественную, но недорогую продукцию, а также на изделия с необычным вкусом, например бекона или васоби. Стремление к здоровому питанию пока не является решающим фактором для американского рынка.

В то же время в Западной Европе, которая считается крупнейшим в мире рынком шоколада, производители

ли уделяют все больше внимания проблемам здоровья. В 2011 году на этом рынке 10% ассортимента новой продукции составлял шоколад для вегетарианцев, 7% – шоколад без добавок и так же 7% – шоколад, произведенный при соблюдении экологических норм.

Для того чтобы сделать шоколад максимально полезным, кондитеры используют как стандартные, так и нестандартные приемы. Так, очень многие изготовители предлагают потребителям шоколадно-фруктовые изделия. Причем для их производства, как правило, используется темный шоколад, который содержит меньше сахара и больше какао, чем молочный.

Еще один способ сделать шоколад более полезным – использовать при производстве изделий морскую соль. Вкус подсоленных шоколадных плиток или конфет, хотя и не совсем стандартный, нравится потребителям во многих странах.

Что касается России, то аналитики отмечают устойчивый потребительский спрос на премиальную продукцию. При этом особняком стоит шоколад ручной работы: его потребление, по мнению самих производи-

Придайте стиль  
вашим  
продуктам!



Устойчивость и функциональность

Новый QuickOil – средство для полировки и предотвращения слипания кондитерских изделий без добавления пальмового масла на основе натуральных устойчивых компонентов. QuickOil используется для изготовления вязких кондитерских изделий, желе, мармелада и лакричных изделий с жирной оболочкой, придает готовой продукции наружный блеск, защищает покрытия и улучшает конечный эффект.

QuickGloss plus – жидкий ингредиент без добавления спирта, универсально подходящий как для склеивания, так и для полировки продукции. QuickGloss plus придает изделиям равномерный блеск и продлевает срок качества драже на основе шоколада и составных ингредиентов.

**norevo**  
Confectionery Performers  
www.norevo.de · contact@norevo.de



Классификацию «десертный» шоколад получает не от своего состава, как например горький, молочный и белый, а от способа переработки.

Белый шоколад можно называть шоколадом, если, наряду с другими требованиями, он содержит не менее 20% какао-масла.

телей, в России будет расти, хотя не самыми быстрыми темпами. Дело в том, что «артизанские» шоколадные изделия являются настоящими произведениями искусства. Как правило, какао для них выбирается тщательно по аромату и текстуре. По достоинству оценить такие сладости сможет далеко не каждый потребитель, ведь для этого нужно не только быть сравнительно обеспеченным, но и истинным гурманом.

В целом, согласно психологическим исследованиям, покупатели шоколада рассматривают его как хотя и вредное, но очень вкусное лакомство, которое зачастую покупают спонтанно.

### Динамика цен

Аналитики портала Sweetinfo.ru отмечают, что какао, шоколада и кондитерских сахаристых изделий в сентябре 2012 года произведено 145 тыс. тонн, при этом суммарный показатель января-сентября 2012 года на 1,4% выше аналогичного периода 2011 года и составляет 1 млн 083 тыс. тонн.

В сентябре 2012 года средняя производственная цена по России на сахар белый свекловичный в твердом состоянии составила 19,5 руб./кг. Относительно предыдущего месяца она упала на 8%. По сравнению с сентябрем 2011 года этот показатель также ниже на 3%.

При этом производственная цена на конфеты шоколадные в сентябре 2012 года составила 117 руб./кг, за месяц цена выросла на 1%, а относительно прошлого года аналогичного по-

казателя – на 5%. Шоколад и шоколадные изделия в упакованном виде (кроме конфет) за месяц подорожали на 1%, до отметки 201,4 руб./кг, по сравнению с прошлогодним показателем текущий выше на 12%. В сентябре подешевела карамель – на 6%, до 66,4 руб./кг, однако по сравнению с прошлогодним показателем сентября текущий на 1% выше.

### Шоколад в различных проявлениях

Ассортимент шоколадной продукции, существующей на российском рынке, достаточно многообразен. Это и плитки, и конфеты всевозможных форм с различными начинками, и шоколадные фигурки – как ручной

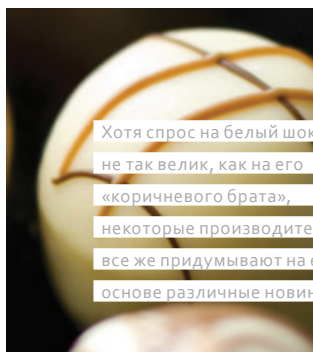
венный без добавок, шоколад обыкновенный с добавками (сухое молоко, орехи, вафли, кофе и т. д.), шоколад десертный с добавками и без добавок, шоколад пористый десертный с добавками и без добавок, шоколад весовой с добавками и без добавок и шоколад с начинкой.

Классификацию «десертный» шоколад получает не от своего состава, как например горький, молочный и белый, а от способа переработки. Какао для его изготовления перемалывают и обрабатывают особенно тщательно в конш-машинах, а шоколадная масса готовится дольше, приобретая благодаря этому более насыщенный аромат и нежный вкус. Содержание сахара в конечном продукте доходит до 55%.

Пористый шоколад имеет характерную ячеистую структуру, получающуюся в результате обработки шоколадной массы под вакуумом.

При изготовлении шоколада и шоколадных конфет с начинкой применяют помадно-фруктовую, ореховую, шоколадную, фруктово-мармеладную, шоколадно-кремовую, помадно-шоколадную, помадно-сливочную, пралиновую, пралиновую с вафлями и другие начинки.

Один из классических и любимых потребителями видов шоколадных конфет – конфеты с пралине. Однако немногие знают, что в 2012 году пралине исполнилось 100 лет. В 1912 году бельгийский коммерсант Жан Нейгауз изобрел первый в мире шоколад с начинкой и решил назвать его «пралине». Именно это лакомство позво-



Хотя спрос на белый шоколад не так велик, как на его «коричневого брата», некоторые производители все же придумывают на его основе различные новинки.

работы, так и производимые на специальном оборудовании.

В зависимости от состава и способа обработки шоколад разделяют на несколько групп: шоколад обычно-

Таблица 1. Динамика производства кондитерских изделий, какао, шоколада в январе-сентябре 2012 года, тыс. тонн

	Январь, тыс. тонн	Февраль, тыс. тонн	Март, тыс. тонн	Апрель, тыс. тонн	Май, тыс. тонн	Июнь, тыс. тонн	Июль, тыс. тонн	Август, тыс. тонн	Сентябрь, тыс. тонн	Прирост за месяц, %	Прирост сентября 2012 г. к сентябрю 2011 г., %	Прирост января-сентября 2012 г. к январю-сентябрю 2011 г., %
Изделия хлебобулочные недлительного хранения	519	502	537	525	555	544	548	556	549	-1,2	-3,0	-1,9
Какао, шоколад и изделия кондитерские сахаристые	100	112	134	120	111	116	114	131	145	10,2	-6,6	1,4



**Wolf – мировой лидер по технологиям производства кондитерских изделий**



В 2013 году компания  
Lothar A. Wolf Spezialmaschinen GmbH  
примет участие в экспозиции ProSweets,  
которая будет проходить в Кельне  
параллельно с выставкой ISM.

Посетите нас



Кёльн  
Германия  
27.01.–30.01.2013  
Зал 10.1,  
Стенд D021



**UF-200**



**UF-300**

Во время выставки ProSweets 2013 на стенде компании WOLF будет представлено следующее оборудование:

- Ленточные машины WOLF типа DRA для накатки всех видов драже;
- Новые разработки в разделе temperирующих машин WOLF типа UF;
- Средние и высокопроизводительные дозирующие линии для шоколадных капель;
- Оборудование для производства пустотелых фигур;
- Декоратор с компьютерным управлением;
- Новые разработки в глазировочных линиях серии Compact, Smart и Blue Line;
- Оборудование для экструзии и формовки различных кондитерских изделий.



**DRA-2000**



**Lothar A. Wolf Spezialmaschinen GmbH**  
Max-Planck-Str. 55, 32107 Bad Salzuflen, Germany  
Tel. +49 (52 22) 9847-0 Fax +49 (52 22) 98 47- 22  
info@wolf-machines.de www.wolf-machines.de



В России через Интернет в основном продают элитный шоколад или же осуществляют оптовые поставки массовых сортов шоколадной продукции.

Несмотря на то что различные источники рассказывают потребителям о пользе шоколада, умногих все же данный продукт вызывает опасения.

лило Бельгии прославиться своим шоколадом.

Широкому кругу потребителей о юбилее пралине напомнила компания Neuhaus, выпустив к данному событию особую коллекцию конфет «Драгоценность» – все сладости данной линейки выглядят как маленькие драгоценности в изысканных, стильных формах.

Коллекция «Драгоценность» появилась в продаже с 1 октября 2012 года во всех бутиках Neuhaus и туристических магазинах. Подробная брошюра, которую можно найти в каждой коробке, дает историческую информацию к столетию со дня создания пралине. Роскошные подарочные коробки с брошюрами размещены в эксклюзивных стильных сумочках, дизайн которых был специально разработан для этой коллекции.

### Белый шоколад

Данный вид шоколада появился на российском рынке гораздо позже традиционных молочного и темно-

го. Этот продукт не содержит в своем составе какао-бобов, вкус шоколада ему придает какао-масло. Таким образом, белый шоколад можно называть шоколадом, если, наряду с другими требованиями, он содержит не менее 20% какао-масла. В белом шоколаде мягкий вкус и аромат какао-масла ценятся еще больше, чем в молочном. Для его достижения лучше всего подходит дезодорированное какао-масло или масло, выжатое из слегка обжаренных какао-бобов. При последнем варианте шоколад лучше хранится.

При этом многие производители, когда речь идет о белом шоколаде для массового рынка, используют при его изготовлении более дешевые растительные масла вместо масел какао, поэтому белый шоколад зачастую вовсе не имеет шоколадного вкуса.

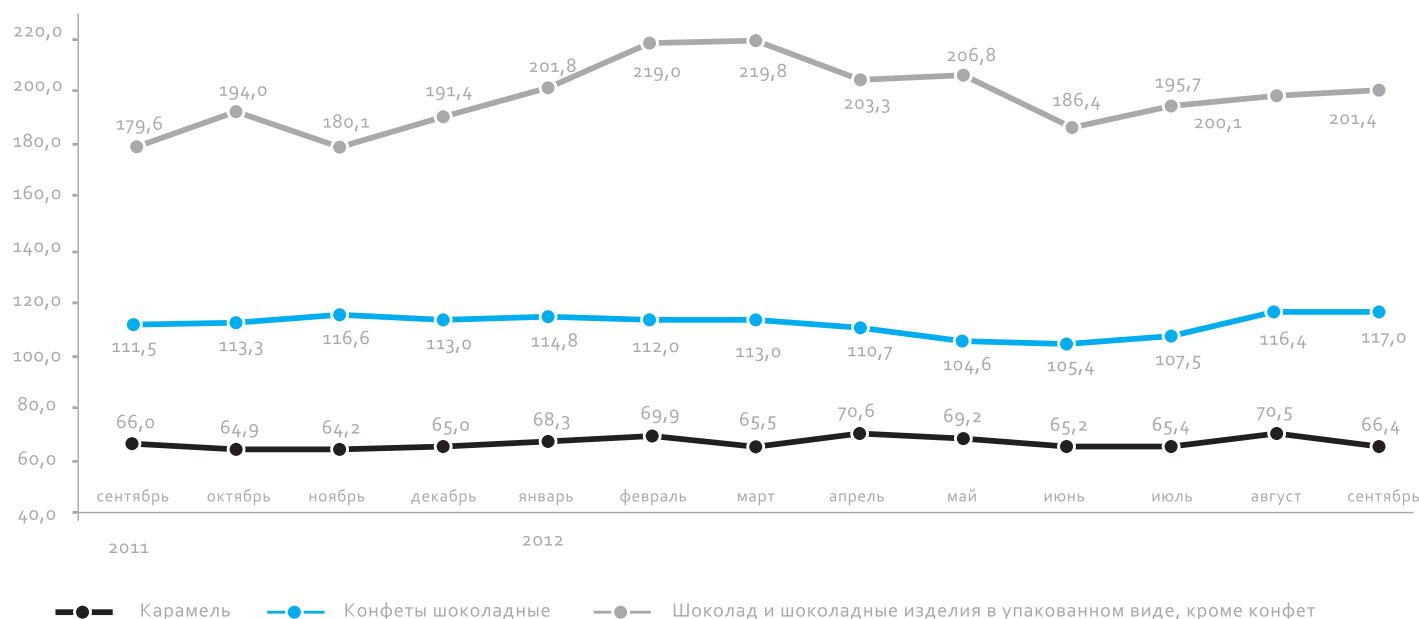
Хотя спрос на белый шоколад не так велик, как на его «коричневого брата», некоторые производители все же придумывают на его основе различные новинки.

Так, ООО «Крафт Фудс Рус» недавно представило на российском рынке новинку – Alpen Gold «Миндаль и кокос» – первый за последние 10 лет белый шоколад в линейке бренда. Сотрудники компании уверены, что восхитительное, яркое сочетание превосходного белого шоколада с дробленым миндалем и кокосовой стружкой никого не оставит равнодушным. Белая упаковка плитки призвана выделить продукт как на полках магазинов, так и среди основной линейки вкусов Alpen Gold, а также подчеркнуть необычное сочетание ингредиентов этого шоколада. Запуск Alpen Gold «Миндаль и кокос» поддерживается рекламным роликом, созданным на базе новой коммуникационной платформы «Оптимизм в твоих руках!».

### Типы покупателей шоколада

В целом исследователи выделяют три различных типа покупателей шоколада, каждый из которых

График 1. Динамика средней по России производственной цены на карамель, конфеты, шоколад с сентября 2011 года по сентябрь 2012 года, руб./кг





# Ideal for Hard Candy, Chews and Fondant

Посетите нас



Москва  
29.01.-01.02.2013  
Павильон 2.2  
Стенд 22C02

**≥ 50%**  
Energy saving

**PROCESS  
ORIENTATED**

**HYGIENIC  
DESIGN**

**CIP  
INTEGRATED**



Представитель в России: **ANTON OHLERT**

1-ый Щипковский пер., 20; 115093 г. Москва

тел.: +7 495 961 20-61 · факс: +7 495 961 20-71

E-Mail: [info@ohlert.ru](mailto:info@ohlert.ru) · [www.ohlert.com](http://www.ohlert.com)

**CHOCOTECH**

CHOCOTECH GmbH · Dornbergsweg 32 · 38855 Wernigerode · Германия · тел.: +49 3943 5506-0 · факс: +49 3943 5506-22 · E-Mail: [info@chocotech.de](mailto:info@chocotech.de) · [www.chocotech.de](http://www.chocotech.de)



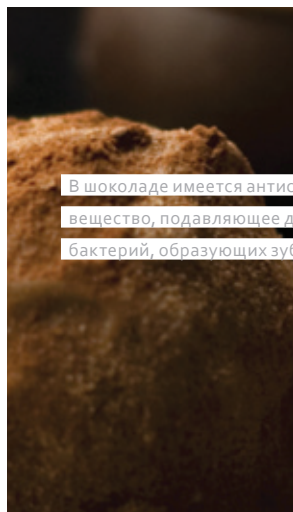
Учитывая, что удобство приобретает все большую важность для покупателей, испытывающих дефицит времени, растут продажи порционного шоколада.

отличается своим особым поведением и требованиями. К первой категории относятся потребители, для которых на первом месте стоит удобство. Эти любители шоколада предпочитают забежать за батончиком в ближайший магазин или приобрести целую упаковку из нескольких батончиков во время еженедельного похода за покупками. Учитывая, что удобство приобретает все большую важность для покупателей, испытывающих дефицит времени, растут продажи порционного шоколада. В том числе производители, работающие в премиум-сегменте, пересматривают свою стратегию, выпуская плитки меньших размеров.

Многие при покупке шоколада прежде всего обращают внимание на соотношение цены и качества – это вторая категория. Соотношение цены и качества представляет особую важность для покупателей в тех странах, где средний класс еще только формируется и уровень его доходов существенно отстает от доходов среднего класса в западных странах. Согласно исследованию, проведенному финансовой компанией Rabobank, в США и Великобритании в 2010 году плитка шоколада весом 45 г составляла менее 1% от еженедельных

расходов на питание, тогда как в Индии ее доля достигла 18%.

Третья категория – покупатели, предпочитающие элитную продукцию. Согласно данным исследования, сейчас наблюдается тенденция к увеличению доли продукции премиум-класса, а также появлению у крупных премиальных брендов «налета массовости на фоне растущего стремления потребителей к ежедневной роскоши».



В шоколаде имеется антисептическое вещество, подавляющее действие бактерий, образующих зубной камень.

Согласно исследованиям, сейчас наблюдается тенденция к появлению у крупных премиальных брендов «налета массовости на фоне растущего стремления потребителей к ежедневной роскоши».

## Информирование потребителя

Несмотря на то что различные источники рассказывают потребителям о пользе шоколада, у многих все же данный продукт вызывает опасения: большое содержание сахара, кофеина, жира, холестерина, калорий, а еще от него появляются прыщи и портятся зубы.

Поэтому не будет лишним указать на упаковке информацию о том, сколько процентов от суточной нормы калорий составляет плитка шоколада или шоколадная конфета, или о том, что в шоколаде имеется антисептическое вещество, подавляющее действие бактерий, образующих зубной камень, а также о том, что не стоит особенно опасаться влияния шоколада на кровяное давление, ведь в 100 г шоколада содержится 20 мг кофеина (для сравнения: чашка кофе содержит 120 мг кофеина).

## Прогнозы

Что касается перспектив развития шоколадного рынка, ожидается развитие каналов сбыта: возможно, кондитеры будут стремиться увеличить продажи более дорогой продукции за счет открытия собственных магазинов, что уже сделали, например, Hershey и Mars. Также можно предположить, что активно будут развиваться продажи шоколадных изделий через Интернет. Например, интернет-магазин компании Hershey предлагает покупателям не только шоколад и другие кондитерские изделия, но и одежду – толстовки, кепки, носки – с логотипами торговых марок компании. В России через Интернет в основном продают элитный шоколад или же осуществляют оптовые поставки массовых сортов шоколадной продукции.

В целом к 2030 году исследователи ожидают дальнейшего развития сегмента элитной продукции, распространения практики создания шоколада с учетом индивидуальных вкусов человека, появления новых рецептов и др. Кроме того, производители, следуя спросу потребителей, следящих за рационом, будут уменьшать размеры своей продукции. **КС**



# Высшее наслаждение

реклама



## CONBAR®

Прекрасно зарекомендовавшая себя система формования сахарных, фруктовых и зерновых батончиков.

Надёжно · качественно · экономически выгодно

Посетите нас



Москва  
29.01.–01.02.2013

Павильон 2.2  
Стенд 22C02

## SOLLICH



SOLLICH KG · фирма специализирующаяся в области шоколадных и кондитерских изделий  
Siemensstraße 17-23 · 32105 Bad Salzufflen · Германия  
тел.: +49 52 22 950 - 0 · факс: +49 52 22 950 - 300  
E-Mail: [info@sollich.com](mailto:info@sollich.com) · [www.sollich.com](http://www.sollich.com)

Представитель в России: ANTON OHLERT  
1-ый Щипковский пер., 20; 115093 г. Москва  
тел.: +7 495 961 20 - 61 · факс: +7 495 961 20 - 71  
E-Mail: [info@ohlert.ru](mailto:info@ohlert.ru) · [www.ohlert.com](http://www.ohlert.com)



Компания:

**«Пуратос»**

Головной офис ЗАО «Пуратос»  
142117, Россия, Московская обл.,  
Подольский район,  
с/п Лаговское, вблизи  
д. Северово  
Тел./факс: +7 (495) 926 22 24

**Филиал в Санкт-Петербурге**

198020, Санкт-Петербург,  
ул. Курляндская, 28А  
Тел./факс: +7 (812) 449 42 52  
**Филиал в Новосибирске**  
630119, Новосибирск, ул. Петухова, 79  
Тел./факс: +7 (383) 342 59 87

**Филиал в Самаре**

443044, Самара, ул. Товарная, 56  
Тел./факс: +7 (846) 998 67 49  
**Филиал в Волгограде**  
400005, Волгоград,  
ул. 7-й Гвардейской, 4А, офис 214  
Тел./факс: +7 (8442) 24 35 20, 24 35 22

## «Белколад»: натуральный бельгийский шоколад



Бельгия – одно из самых «шоколадных» государств мира: в этой стране работают 16 музеев шоколада и около 2000 фирменных шоколадных магазинов. Ежегодно в Бельгии производится 172 тысячи тонн шоколада! В Европе бельгийский шоколад известен как изысканное лакомство уже несколько сотен лет, ведь именно бельгийцам принадлежит первенство в изобретении шоколадных конфет. Бельгийские шоколатье не боятся экспериментировать: они смело добавляют в свои творения апельсин, перец, тимьян, базилик, оливки и многое другое.

### Производство натурального бельгийского шоколада

Фабрика «Белколад», входящая в Группу компаний «Пуратос», производит натуральный бельгийский шоколад. «Белколад» – это шоколад, который изготавливается исключительно в Бельгии, его создатели четко следуют традициям мастерства и качества. Производится «Белколад» из тщательно отобранных какао-бобов с использованием технологических процессов, которые совершенствовались на протяжении многих лет и гарантируют великолепный вкус, удовлетворяющий ожиданиям потребителей.

#### Преимущества шоколада «Белколад»:

- исключительный вкус всего ассортимента. Например, в линейку «Селексьон» входит шоколад высочайшего качества, а линейка «Ориджин» включает в себя уникальный и особенный шоколад, происходящий из определенных регионов мира;
- бельгийская подлинность создается благодаря традиционному для этой стра-

ны способу смешивания, переработки и конширования шоколада, а также выбора лучших какао-бобов;

- непрерывные инновации, новые концепции и решения, постоянно внедряемые мастерами шоколадного дела, пекарей и кондитеров.

### Коллекция «Селексьон»

**«Белколад Горький Нуар Суприм»** – горький шоколад, сочетающий в себе роскошный вкус какао с нотками кофе и натуральной ванили.

**«Белколад Черный Нуар Селексьон»** – темный шоколад с прекрасно выдержанной рецептурой и идеальным соотношением между сладким и горьким вкусом.

**«Белколад Молочный Лэ Селексьон»** – любимый многими молочный шоколад с приятным вкусом какао и едва уловимыми нотками меда.

**«Белколад Белый Бланш Селексьон»** – белый шоколад, обладающий прекрасно сбалансированным традиционным вкусом.

**«Какао-масло Белколад»** – гранулированное дезодорированное 100% чистое какао-масло первого отжима. Незаменимая составляющая настоящего шоколада.

**«Какао-порошок Белколад»** – алкализированный какао-порошок, 22-24% жирности для декорирования кондитерских изделий, добавления в тесто, кремы, муссы, начинки.

### Коллекция «Ориджин»

Компания «Белколад» разработала уникальный подход «Ароматы Сирано», который основан на сенсорном анализе арома-

тических компонентов, присутствующих в шоколаде. Каждый вид шоколада проходит через этот анализ, чтобы мы могли быть уверенными в эксклюзивности этого вкуса, что послужит в дальнейшем основанием для его включения в ассортимент «Белколада». Разработанный подход дает возможность распознать отличительные вкусы и ароматы шоколада, произведенного из редких какао-бобов, выращенных в особых регионах мира. «Ароматы Сирано» отражают отличия во вкусе и аромате шоколада в зависимости от региона его происхождения.

**Уганда 80.** Темный шоколад с содержанием какао 80%. Производится из какао-бобов «Форестеро». Во вкусе шоколада присутствует легкий аромат гумуса и грибов, а также нотки легкого кислого вкуса и копченого какао.

**Эквадор 71.** Исключительный тонкий вкус и богатый аромат какао-бобов «Насьональ» – главная характеристика темного шоколада «Эквадор». Высокое содержание какао (71%) обеспечивает мягкие и тонкие ароматы, с оттенком цветов, изюма, кислого и копченого какао и завершается акцентом на гумус.

**Перу 64.** Смесь какао-бобов «Тринитарио» и «Криолло» создает великолепный темный шоколад «Перу 64» с содержанием какао 64%. Он обладает слегка кислым вкусом какао, который сопровождается букетом ароматов изюма и сушеного инжира.

**Венесуэла 43.** Смесь какао-бобов «Криолло» и «Тринитарио» создает молочный шоколад «Венесуэла 43» с содержанием какао 43%. Он сочетает в себе насыщенный оттенок карамели, лесного ореха и масла, с впечатляющим ароматом жареного какао и ванили.

**Доминиканская Республика 31.** Какао-бобы «Санчес», растущие в Доминиканской Республике, используются для создания белого шоколада с содержанием какао 31%. Тонкий маслянистый вкус этого шоколада усиливается легким оттенком кипяченого молока с нотками цветов и сушеного инжира.

С шоколадом «Белколад» кондитеры и мастера шоколадного дела по всему миру будут воплощать в жизнь любые свои идеи и создавать истинные шедевры кондитерского мастерства. Дайте лишь волю фантазии – остальное сделает «Белколад»! **2**



# ВАШ ПАРТНЕР ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ШОКОЛАДА, ГЛАЗУРЕЙ И ЖИРОВЫХ НАЧИНОК.

Посетите нас



Кёльн  
Германия  
27.01.–30.01.2013

Зал 10.1,  
Стенд C-069

В компании Caotech мы знаем своих заказчиков и понимаем их потребности. Особенно, когда речь идет о качестве продукта и надежности, что является важными факторами для достижения успеха при производстве шоколада.

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

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



таких теплочувствительных масс, как молочный шоколад, шоколад без содержания сахара, белый шоколад.

Предлагаем Вашему вниманию основные преимущества нашего оборудования:

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

Послепродажная поддержка клиентов – один из наиболее важных критериев в деловых отношениях. Мы поддерживаем регулярную связь с нашими заказчиками, оказывая им всестороннюю поддержку при первой необходимости. Благодаря партнерским отношениям с клиентами и гибкости нашей компании, мы достаточно быстро развивались в последние годы. Сейчас компания Caotech является мировым лидером в области технологий измельчения для кондитерской промышленности.



**caotech**  
grinding technology



Гость:  
**Виктор Резников**,  
исполнительный директор  
ООО «Домино»

Беседовала:  
**Елена  
Максимова**

*Нельзя обещать лишнего,  
если заведомо знаешь, что  
не выполнишь, или не уве-  
рен, что выполнишь.*

# Виктор Резников: Не уверен – не обещаю!

Фамилия, Имя, Отчество:

Резников Виктор Владимирович

Должность, компания:

исполнительный директор,  
ООО «Домино» (представительство  
MONDIAL FORNI в России)

Место рождения:

г. Семипалатинск, Казахстан

Дата рождения:

14 июля 1963 года

Работает в продажах:

около 15 лет

Общая сумма заключенных контрактов:

точно не считал, предположительно,  
более 10 млн евро

Места, где побывал в командировках:

Италия, Германия, Испания, Греция,  
Франция, Япония; в России не  
бывал только в Дальневосточном  
федеральном округе (пробел  
исправлю в течение 2013 года)

Семейное положение:

женат, две взрослые дочери



## Как Вы начинали свою карьеру?

– Инженером на оборонном предприятии. С началом перестройки ушел в IT-специалисты. Но общаться только с компьютерами мне было скучновато, и со временем я перешел на работу с клиентами.

## Расскажите о первой значимой для Вас продаже. Как она повлияла на Вашу карьеру?

– Больше всего запомнился первый контракт-«миллионник» (более чем на 1 млн евро). Это была поставка высокопроизводительной японской машины для формования печенья с начинкой на одно из предприятий города Томска. Мало кто даже среди старших коллег верил в успех сделки, и, когда по факту все свершилось, наша команда чувствовала себя, наверное, олимпийскими чемпионами. Это придало уверенности в том, что крупные проекты мне вполне по силам.

## Какую профессию Вам пророчили в детстве родные?

– Мне всегда легко давались точные предметы. Обожаю физику в школе. Многие думали, что я буду строить карьеру в науке. Но я предпочел практику и поступил в технический вуз.

## Каковы, на Ваш взгляд, главные качества хорошего продавца? Всеми ли из них Вы обладали от природы или чему-то пришлось учиться? Как Вы этому учились?

– Человек, занимающийся продажей, должен уметь и любить общаться. Это – во-первых. Молчаливым и замкнутым людям лучше поискать себя в других сферах. Ну а во-вторых, чувство ответственности. Не уверен – не обещаю. А если пообещал – то уж будь любезен выполнить. Ну а все остальное – это ежедневный труд, изучение оборудования, анализ рынка, поиск информации.

## Для продавца очень важно умение убеждать. У Вас это качество врожденное или приобретенное? Расскажите, как оно помогает Вам в жизни?

– Я бы перефразировал: не «умение убеждать», а «умение находить взаимопонимание». Прежде чем убеждать, надо все же понять, в чем суть задачи, чего люди хотят и в рамках каких ограничений (денежных, технических, рыночных) придется действовать. И часто бывает, что, обсуждая с клиентом эти вопросы, мы постепенно вместе приходим к общему решению.

## Сколько Вам нужно времени, чтобы составить мнение о новом человеке?



Всем, кто занимается продажами, посоветовал бы смотреть хорошие детективы.

Человек, занимающийся продажами, должен уметь и любить общаться.

Флирт в «гомеопатических дозах» способен наладить дружескую атмосферу, развеселить, но он не заменит компетентности и профессионализма.



– Психологи утверждают, что основу мнения о человеке мы составляем за первые пару минут общения. Пожалуй, я с ними соглашусь. Но с оговоркой, что это «средняя температура по палате». Случается, что первое мнение бывает ошибочным.

**Если клиент насторожен, напряжен или настроен не очень дружелюбно, каким образом его можно расположить к себе?**

– Опять же надо понять причину. Может, у него свои проблемы и ему сейчас попросту не до вас. А вообще неплохо в таком случае немного сменить тему, дать человеку передышку. Лучше, если тема этой «передышки» вашему собеседнику близка и знакома – музыка, спорт, путешествия.

**Общаясь с клиентом, Вы обращаете внимание на его возраст?**

– В общем, да.

**Может ли иметь место флирт при деловом общении с представителями противоположного пола? Насколько он может помочь осуществить успешную сделку?**

– Флирт в «гомеопатических дозах» способен наладить дружескую атмо-

сферу, развеселить. В общем, создать фон для беседы. Но он не заменит компетентности и профессионализма.

**Вы делите Ваших клиентов на простых и важных? Различается ли Ваш подход на переговорах к vip-партнерам и к «рядовым» клиентам?**

– В моей практике не раз случалось, что, начиная работать с небольшим предприятием и ставя маленькие единицы оборудования, постепенно мы выходили на весьма значительные проекты.

**Какие ошибки допускают неопытные продавцы наиболее часто?**

– Нельзя обещать лишнего, если заведомо знаешь, что не выполнишь, или не уверен, что выполнишь.

**С кем у Вас складываются более теплые партнерские отношения: с клиентами из регионов или со столичными заказчиками? Чувствуется ли разница в менталитете?**

– Профессиональные, знающие свое дело люди есть везде – от региона это не зависит. Разумеется, национальный и региональный менталитет присутствуют, и это надо учитывать. Но это опять же только фон для проведения переговоров.

**Иногда с потенциальными партнерами можно познакомиться не только в деловой поездке, но и в других местах, например на отдыхе. Были ли у Вас такие ситуации?**

– Самый яркий случай – это знакомство с Сергеем Викторовичем Краусом, руководителем компании «ИРЕКС». Мы встретились, когда семьями отдыхали на одном из курортов. Но не познакомились, а просто здоровались как соотечественники. И лишь увидевшись потом на выставке и обменявшись визитками, узнали, что коллеги по рынку.

**Есть ли у Вас талисман?**

– Есть некоторые любимые вещи, но талисманами я их не считаю.

**Расскажите о самой необычной ситуации подписания договора в Вашей практике.**

– Был случай, когда наш ведущий специалист, позвонив клиенту, узнал, что утром тот уже подписал договор с конкурентом и готовится отправить первый платеж. Попросив его пару часов подождать, мы тут же на машине отправились к нему в офис (из Новосибирска в Томск). Вечером того же дня платеж ушел, но только на наш адрес.

**Можно ли назвать Вас любителем «экстремальных» переговоров? Сколько длились Ваши самые «тяжелые» переговоры?**

– Чаще всего экстрим в переговорах означает, что что-то идет не так. Я предпочитаю конструктив. А вот длительных переговоров по 4-5 часов было немало.

**Какие города из тех, где Вы бывали в командировках, Вы можете назвать любимыми? Чем они Вам запомнились?**

– Люблю Верону. Удивительная атмосфера романтики, спокойствия и душевного равновесия. Номер два – Венеция. Но там лучше гулять вечером, когда схлынули туристы.

**А вообще Вы часто говорите о работе в нерабочее время – с друзьями, семьей?**

– Стараюсь этого избегать, но... Мы с женой работаем в одном бизнесе, поэтому объективно без таких разговоров обойтись не удастся.





Нам рынок подкидывает много фактов, и мы должны их замечать, собирать, анализировать.



Полякова «Гипсовый трубач». Эта книга стала для меня открытием.

**Какая книга, по-Вашему, является энциклопедией продаж?**

– Не знаю насчет энциклопедии, а вот букварь – это «Незнайка на Луне»! Если кто хочет объяснить ребенку устройство нашей нынешней экономики, просто прочитайте ему эту сказку. И сами повеселитесь заодно.

**Если бы у Вас были неограниченные ресурсы, что бы Вы подарили своему клиенту на юбилей?**

– Даже при наличии неограниченных ресурсов нужно помнить о разнице вкусов. Но думаю, что кругосветное путешествие большинству моих коллег все же понравилось бы!

**Что Вы считаете самым важным в жизни?**

– Умение эту жизнь ценить, радоваться каждому дню независимо от погоды. **КС**

**Вы легко отключаетесь от работы?**  
– Если честно – не очень. Стараюсь переклюкаться на что-нибудь постороннее, но если существует реальная проблема – не успокоюсь, пока не найду решения.

**Где Вы себя чувствуете лучше – в офисе или «в поле»? Почему?**

– Командировки люблю: это общение, новые знания, знакомства. Но и офисная работа нужна, люди ведь ждут от меня ответов, предложений... Да и обдумать собранную информацию тоже надо. Так что я как моряк: на суше думаю о море, в море – о земле.

**К своим сотрудникам Вы предъявляете высокие требования? Какие?**

– Ответственность в первую очередь. Знания и опыт приходят со временем, а вот ответственность нужна сразу. Уж очень высока цена ошибки.

**Как Вы мотивируете своих сотрудников на высокий объем продаж?**

– А я сразу стараюсь подбирать людей, мотивированных на успех.

**По своей сути продажник больше предприниматель или исполнитель?**

– Тут важно сочетание. Без соблюдения формальных процедур не обойтись, это страховка от ошибок. Но и предпринимательская жилка тоже нужна.

**Вы любите смотреть фильмы с сюжетами о бизнесе?**

– Не люблю. Мне хватает сериала под названием жизнь. А всем, кто занимается продажами, посоветовал бы смотреть хо-

рошие детективы. Нам ведь рынок много фактов подкидывает, и мы должны их замечать, собирать, анализировать.

**А на книги время остается?**

– Как ни странно, остается. Больше всего люблю фантастику. Вырос на Стругацких, Брэдбери. Из современных авторов нравятся Ливадный, Лукьяненко. А недавно вот сошел с проторенной тропы и с удовольствием прочитал Юрия

## День «в поле»

**В деловую поездку я обязательно беру** с собой телефон, компьютер, деньги... голову.

**Находясь в пути,** в зависимости от времени суток – либо сплю, либо работаю, как правило.

**Собираясь на переговоры,** продумываю план беседы, стараюсь просчитать возможные варианты развития. Готовлю исходные материалы, расчеты, чертежи и т. п.

**Опаздывать на переговоры** не люблю, и происходит это крайне редко. Но если уж случилось – звоню, предупреждаю, приношу извинения.

**Если мой потенциальный клиент опоздал на встречу,** переключаюсь на какие-нибудь «фоновые» дела, которые можно прервать, когда гость придет.

**По степени детальности и конкретности вопросов можно с высокой степенью вероятности оценить, насколько контракт близок к финалу.** Обычно для этого хватает 5-10 минут. Хотя многое также зависит от собеседника. Некоторые сразу берут быка за рога, и через 5 минут все ясно. Другие сначала предпочитают просто пообщаться на отвлеченные темы и к делу переходят постепенно. Этаким восточный стиль общения.

**После подписания договора** как раз и начинается самое интересное и сложное. Приходит пора выполнять обязательства, принятые по договору. Конечно, есть менеджер проекта, который отвечает за всю «текучку», но и мне расслабляться не приходится, ведь в глазах клиента я отвечаю за проект целиком, и в случае возникновения проблем (а на больших проектах не всегда все гладко) люди звонят мне напрямую.

**Законченной (и то относительно) свою работу я могу считать** только после того, как линия выйдет на проектную мощность и отработает в таком режиме месяца три.

Новая дата 2013

24–27  
апреля  
2013



# MODERN BAKERY MOSCOW

**19-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ  
ВЫСТАВКА ДЛЯ ХЛЕБОПЕКАРНОГО И  
КОНДИТЕРСКОГО РЫНКА**

**«СОВРЕМЕННОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ МОСКВА»**

**ВЕДУЩАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА РОССИИ** предлагает в будущем еще больше возможностей для участников рынка! Новые сроки проведения выставки в апреле, новый павильон с улучшенной инфраструктурой, а кроме того, новые актуальные темы выставки и поддержка отраслевых союзов и партнеров сделают выставку «Современное Хлебопечение Москва» еще более интересной, разнообразной и информативной.

**ВСЯ НЕОБХОДИМАЯ ИНФОРМАЦИЯ** о ситуации на рынке, важные деловые контакты - все, что Вам нужно для успешного развития бизнеса, ждут Вас на выставке в апреле.

[WWW.MODERNBAKERY-MOSCOW.RU](http://WWW.MODERNBAKERY-MOSCOW.RU)



ОРГАНИЗАТОР

OWP OST-WEST-PARTNER GMBH

ООО «ОВК-РУС»

ТЕЛ +7 495 967 04 61 | ФАКС +7 495 967 04 62 | MB@OWC-RUS.RU

При поддержке  
**ЭКСПОЦЕНТР**

**MODERN  
BAKERY  
MOSCOW**





Гость:  
**Кэрри Джонс-Барбер,**  
исполнительный директор компании  
Dawn Food Products, США

Беседовала:  
**Ольга Паленова**




**собственники**

## Кэрри Джонс-Барбер: Без знаний и опыта невозможно стать успешным!



**У** каждой компании есть своя пиар-легенда о ее основании. Говоря о своей фирме, Вы используете легенду или рассказываете все как есть? Расскажите историю создания Вашего бизнеса: от рождения самой идеи и выбора философии до их воплощения в реальность.

 – История компании Dawn Food Products началась почти 100 лет назад: тогда это была небольшая пекарня в американском городе Джексо-

не, штат Мичиган. Она получила известность благодаря своим пончикам, и вскоре пекари из других частей страны заинтересовались фирменным рецептом их приготовления. Вместо того чтобы делиться им, руководство компании решило готовить смесь для пончиков и продавать ее в другие хлебопекарни.

К 1920 году смесь продавалась даже лучше, чем готовые пончики, после чего предприятие было продано. Так начала работу первая в США компания по

производству хлебопекарных смесей. Она получила название Dawn Donut Company: dawn по-английски – «заря», ведь пекари большую часть работы делают рано утром.

В 1935 году, в сложный период, когда из-за стесненных условий многие предприятия терпели крах, бухгалтером в компании Dawn стал работать Марлин Джонс. Помимо прочих обязанностей, он стал вести переговоры с местными фермерами, чтобы компания могла закупать сырье у них напрямую.

Надеемся, что вступление  
в ВТО сделает российский  
рынок более сильным.

Нам потребовалось  
время, чтобы выстро-  
ить отношения на  
рынке и изучить его  
уникальные потреб-  
ности.

Благодаря его усилиям, бизнес держался на плаву даже в 1945 году, в конце Второй мировой войны. В последующие 10 лет Марлин скупал акции компании и к 1955 году стал ее полноправным владельцем. В 1960-е годы в бизнес пришли члены его семьи.

Компания Dawn Donut продолжала расти, и клиентам понадобился поставщик полного цикла для нужд пекарен. Применяя те же самые стандарты качества при создании смесей для пончиков, Dawn расширила линейку продуктов для различных хлебопекарных нужд. Так, в 1977 появилась компания Dawn Food Products, Inc.

Слава высококачественных продуктов для хлебопекарной индустрии производства компании Dawn ширилась, и нам потребовалась надежная и эффективная схема доставки внутри страны. В 1982 году Dawn стала инвестировать в стратегически надежные предприятия оптовой торговли, которые бы гарантировали то же качество, состав продукции и высокий уровень сервиса на местах: этого ждали от нас клиенты в Мичигане.

В 1989 году Dawn вышла сначала на британский рынок, затем стала сотрудничать с производственными предприятиями в европейских странах и в Мексике: это были первые для нас инвестиции вне США, которые сделали Dawn одной из первых американских компаний, представивших типичные для Штатов хлебобулочные изделия на новых, неосвоенных рынках. Продажи стали быстро расти, в результате в 1997 году была сформирована компания Dawn Foods International. Выход на международный рынок позволил облегчить управление растущим бизнесом.

С конца 60-х до конца 90-х годов компания Dawn развивалась благодаря способностям и лидерским качествам троих сыновей Марлина Джонса – Рона, Майлза и Стива. У Рона получалось успешно искать и создавать новые возможности для бизнеса, в то время как Майлз проявил талант на ниве экспериментов, создавая новые продукты и совершенствуя их качества. Стив помог выстроить существующее в наши дни восприятие бренда, но, к сожалению, в 1995 году его не стало.

В 2006 году я, дочь Рона, стала исполнительным директором Dawn. Это уже третье поколение семьи Джонсов, сохраняющее семейную традицию бизнеса. Наше дело одно- временно нацелено на людей и ориентировано на развитие. Сейчас

#### досье

Имя, должность,  
гражданство:

Кэрри Джонс-Барбер,  
исполнительный директор компании  
Dawn Food Products, США

Место рождения:

Мичиган, США

Страны, где компания активно работает:

более 40 стран. Ключевые рынки –  
Великобритания, Западная  
Европа, Северная и Центральная  
Америка, Мексика; интересы  
в Азии и на Ближнем Востоке

Хобби и интересы:

мне интересно постоянно изучать  
что-то новое, читать, путешествовать  
и проводить время с родными

в компании заняты три сына Майлза – Аарон, Бен и Сэм, а также Сара Ричмонд, дочь Стива.

После 90 лет работы Dawn остается предприятием, находящимся в собственности и полностью управляемым членами одной семьи. Это помогает принимать решения, основанные на долгосрочных перспективах работы компании Dawn и участников ее команды.

В настоящее время Dawn поставляет высококачественные продукты для хлебопекарной отрасли в Северную и Центральную Америку, Мексику, Великобританию, страны Европы, Ближнего Востока и в другие уголки земного шара. В течение многих лет человеческие и технологические ресурсы внедрялись как на центральном производ-



Хочется быть  
уверенной,  
что следую-  
щее столетие  
станет для  
нас таким же  
удачным, как  
первые 92 года!


Мы по-прежнему используем только лучшие ингредиенты и нацелены на поддержание отменного качества и состава продуктов

Нам нравится быть вне политики.


стве, так и по всему миру, чтобы приносить пользу нашим клиентам, число которых постоянно растет.

Центральный офис компании по-прежнему находится в Джексоне, штат Мичиган, где когда-то был открыт первый магазин по продаже пончиков. В настоящее время у Dawn более 28 000 клиентов в более чем 70 странах, более 21 000 видов продукции, около 40 подразделений и 4 000 сотрудников по всему миру. Мы по-прежнему используем только лучшие ингредиенты и нацелены на поддержание отменного качества и состава продуктов, ведь мы не хотим разочаровывать наших клиентов – людей, которые платят нам деньги.

**Принимаете ли лично Вы активное участие в управлении бизнесом в настоящее время? Когда Вы решили делегировать Ваши полномочия и почему?**

 – Я принимаю активное участие в развитии бизнеса по всему миру вместе с группой ведущих управленцев – командой лидеров Dawn: раз за разом они помогают убедиться в том, что компания достигает своих стратегических целей.


**Когда Вы почувствовали, что фирма превратилась в большое и значимое предприятие: когда выросло число сотрудников, скажем, до 100 человек, когда продажи достигли определенного объема или в какой-то другой момент?**

 – За последние 25 лет Dawn проделала путь от регионального поставщика для пекарен до компании, которая завоевала весь американский рынок и постепенно стала мировым лидером в производстве мучных сладостей. За это время мы расширили поставки выпечки, успешно продвигали множество новых продуктов и услуг для наших клиентов. Dawn, как и многие другие успешные компании, проходила различные этапы развития, меняясь и заново запуская свои процессы и программы.


**Что служит для Вас источником идей и стимулом для дальнейшего развития, как для личных и профес-**



**сиональных целей, так и для компании в целом?**

 – Я представляю третье поколение своей семьи в руководстве нашей замечательной компании, и чувство ответственности в сочетании с огромным интересом к отрасли хлебопечения являются стимулом для меня лично и команды наших лидеров. Хочется быть уверенной, что следующее столетие станет для нас таким же удачным, как первые 92 года! Нам постоянно хочется искать прекрасных людей и предоставлять им отличные рабочие места, чтобы они могли вносить свой вклад и расти профессионально.

**Когда компания вышла на российский рынок? Было ли это Вашим решением или результатом стечения обстоятельств?**

 – Выход компании Dawn на российский рынок стал результатом длительного процесса: нам потребовалось время, чтобы выстроить отношения на рынке и изучить его уникальные потребности.

## досье

Компания

Dawn Food Products

Возраст компании


92 г.

Из истории

Изначально это была небольшая пекарня в американском городе Джексоне. Она получила известность благодаря своим пончикам, и вскоре пекари из других частей страны заинтересовались фирменным рецептом их приготовления. В итоге руководство компании решило готовить смесь для пончиков и продавать ее в другие хлебопекарни.

Dawn Food Products начала делать первые шаги по выходу на российский рынок более 7 лет назад. Изначально наши поставки в вашу страну были небольшими. После того как мы получили запросы от нескольких потенциальных клиентов, пожелавших с нами работать, компания начала использовать свой опыт по-новому и стала строить стратегический план работы на российском рынке на 2009 и 2010 годы. Совсем недавно, в прошлом году, интеграция с бывшей командой и ресурсами московского отделения компании Unifine значительно расширила наши возможности. Мы очень рады новым перспективам, открывшимся перед нами в России.

**Что важнее для бизнеса: рациональное зерно или интуиция? Могут ли они работать одновременно? Какое Ваше рискованное решение стало одним из наиболее успешных?**

 – Необходимо и то и другое. Чтобы продолжать работать в сфере пищевой промышленности с ее высокой конкуренцией, хорошая интуи-



Наша первоочередная задача – продолжать расти по всему миру на тех рынках, которые оказываются успешными для нас и для наших клиентов.


Я принимаю активное участие в развитии бизнеса по всему миру вместе с группой ведущих управленцев – командой лидеров Dawn.



ция необходима. Но без знаний и опыта невозможно стать успешным! Когда мы выходили на европейский рынок, то хотели подождать, найти надежных партнеров, чтобы все получилось, а не хвататься за первую возможность. В том, чтобы ждать, всегда есть риск, но в нашем случае решение сделать паузу и затем выкупить компанию Unifine было правильным ходом. Чтобы принимать долгосрочные решения

в бизнесе, мы анализируем поступающую актуальную информацию.


**Какие перспективы для развития бизнеса Вы видите в России? Получит ли компания прибыль от вступления России в ВТО?**

 – Мы видим огромные возможности рынка хлебобулочных изделий и ингредиентов для них в России и на-


Центральный офис компании по-прежнему находится в Джексоне, штат Мичиган, где когда-то был открыт первый магазин по продаже пончиков. В настоящее время у Dawn более 28 000 клиентов в более чем 70 странах, более 21 000 видов продукции, около 40 подразделений и 4 000 сотрудников по всему миру.

деемся, что вступление в ВТО сделает российский рынок более сильным.


**Что Вы собираетесь сделать с бизнесом в будущем: передать по наследству, продать, что-то еще?**

 – Пока наша первоочередная задача – продолжать расти по всему миру на тех рынках, которые оказываются успешными для нас и для наших клиентов.

**Очень часто предприниматели, добившиеся успеха в бизнесе, идут в политику. Приходили ли Вам в голову такие мысли?**

 – Нет, нам нравится быть вне политики, для нас главное – клиенты, и мы не хотим их менять на власть.

**Когда Вам удобнее брать отпуск: зимой или летом? Где Вы любите отдыхать?**

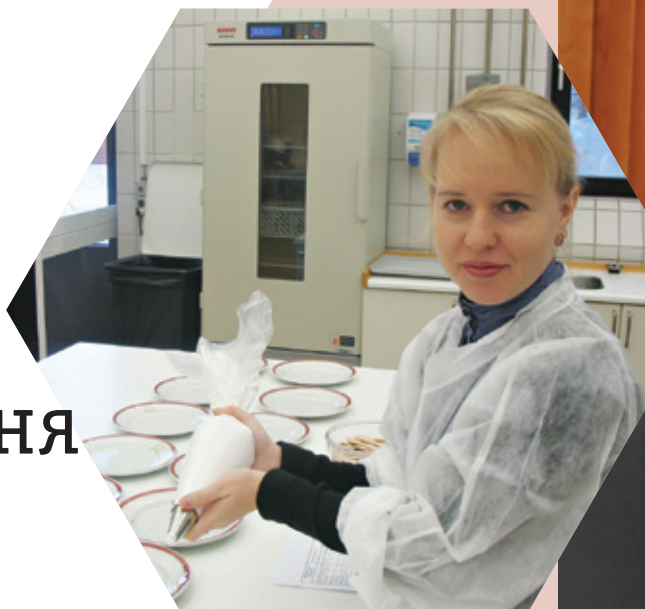
 – Я предпочитаю лето и люблю в свободное время путешествовать со своей семьей. **КС**



Гость:  
**Людмила Мазалова**,  
руководитель направления  
разработок и продвижения  
продукции для кондитерской  
отрасли компании «ЭФКО»

Беседовала:  
**Виктория  
Загоровская**

# Людмила Мазалова: Работа делает меня сильнее, крепче, мудрее



Имя, Фамилия:  
Людмила Мазалова

Место рождения:  
г. Брянск

Дата рождения:  
21 июля 1979 года

Образование:  
высшее, Белгородский государственный  
технологический университет  
им. В. Г. Шухова, Московский государственный  
университет пищевых производств

Название компании, должность:  
компания «ЭФКО», руководитель  
направления разработок и продвижения  
продукции для кондитерской отрасли  
Сколько времени работает на руководящей должности:  
более 9 лет, с 2003 года

Основные достижения в карьере:  
разработка и успешное внедрение в производство  
новых рецептур ингредиентов для кондитерских  
и хлебобулочных изделий, эффективная реализация  
проектов в области научно-исследовательской  
деятельности, компетентные управленческие  
решения в сфере инновационных разработок

Семейное положение:  
замужем, имеет двух дочерей

Хобби:  
спокойные виды отдыха, чтение, прогулки с семьей

**Д**авно ли началась Ваша трудовая деятельность? Когда Вы пришли в компанию и какую должность занимали вначале?

– Сразу же после окончания университета в 2003 году я пришла работать в «ЭФКО». В 2002 году как раз открылся завод по производству специализированных жиров и маргаринов. Компания еще только выходила на этот рынок. Работы было много.

Моя карьера в подразделении, где я тружусь и сегодня, началась с должности технолога-демонстратора. В то время приходилось разрабатывать рецептуры специализированных жиров и заниматься оказанием технологического сервиса. Тогда еще цех был небольшой, ассортимент неширокий.

Параллельно с тем, что приходилось знакомиться с работой самого производства, нужно было еще и много чего осваивать самостоятельно. Это касается и продуктов, с которыми приходилось работать, и технологических процессов, и многого другого. Знаний на первом этапе было явно недостаточно, поэтому без серьезной самостоятельной работы не обошлось.

**Тяжело с университетской скамьи сразу на передовую, в разработки и на выезды к потребителям для разрешения спорных вопросов?**

– Легко и тяжело одновременно. Тяжело в том плане, что приходилось недосыпать, работать в выходные дни. Порой не хватало знаний, порой не хватало времени, порой не хватало понимания. Особенно первые полгода-год, когда нужно было брать домой материалы для изучения тех вопросов, которые в чем-то были не ясны. С другой стороны, я сразу окунулась в производственную сферу, в сам процесс. Было очень интересно. Знаете, когда человек попадает в свою среду, он там словно растворяется, становится ее частью.

**Как Вас встретила компания? Какое впечатление осталось от первых дней работы?**

– Я пришла работать в молодой, сплоченный коллектив. Сразу почувствовалось умение к каждому сотруднику найти подход. Руководитель, задающий тон, коллектив, в котором работалось с удовольствием, и сама атмосфера – все это в совокупности научило быстро разбираться во всех профессиональных тонкостях. Если говорить о собственном развитии, то ему



Наряду с погружением в производственный процесс во многом карьерному и профессиональному продвижению способствовали обучение в корпоративном центре компании и повышение квалификации за рубежом.

Специалисты, с которыми приходилось сталкиваться в процессе работы, оказались интересны не только в профессиональном плане, но и в личностном. Я рада, что мне было и есть у кого учиться, с кем советоваться и просто интересно общаться.



*Когда человек попадает в свою среду, он там словно растворяется, становится ее частью.*

во многом способствовала работа бок о бок с компетентными, внимательными коллегами и руководителями, которые меня многому научили. В слаженном коллективе, безусловно, интересно работать.

**С какими людьми Вам приходилось контактировать в процессе деятельности?**

– Если говорить о внешней среде, то общение с партнерами компании и представителями отрасли оказалось очень полезным с точки зрения профессионального развития, понимания всех нюансов работы в этой сфере. Кстати, все те специалисты, с которыми приходилось сталкиваться в процессе работы, оказались интересны не только в профессиональном плане, но и в личностном. Я рада, что мне было и есть у кого учиться, с кем советоваться и, наконец, с кем просто интересно общаться.

**Как проходило Ваше продвижение по карьерной лестнице?**

– На должности технолога-демонстратора я передвигалась последовательно, по категориям. Далее следовала долж-

ность начальника бюро, затем – начальника отдела. В настоящее время я руковожу направлением разработок и продвижения продукции для кондитерской отрасли. Наряду с погружением в производственный процесс во многом карьерному и профессиональному продвижению способствовало обучение в корпоративном учебном центре компании и повышение квалификации в зарубежных образовательных центрах Германии, Бельгии, Дании. За время работы в компании я окончила Московский государственный университет пищевых производств.

**Что представляет собой учебный центр компании?**

– О, это уникальный центр в живописном месте у реки среди белых меловых гор, это гордость компании «ЭФКО»! Я сама люблю там бывать, и гостей компании мы всегда знакомим с ним, рассказываем о его деятельности. Мне повезло быть там и в качестве курсанта (обучаемого), и в качестве преподавателя. Функции преподавателя выполняю параллельно со своей обычной работой. Они предусматривают не только проведение занятий, но

и подготовку учебно-методических материалов, социализацию на предприятии новых сотрудников.

**Каким образом строится преподавание?**

– Преподавание в учебном центре ведется в основном силами своих специалистов. Они понимают всю специфику деятельности компании, особенности работы в каждом отдельном подразделении, могут опираться на конкретный производственный опыт. Такой подход усиливает доверие курсантов, помогает разобратся в технологических и прочих нюансах.

Вообще в «ЭФКО» молодых специалистов любят и возлагают на них большие надежды. Учебные планы формируются с учетом подготовки аудитории и использования различных методик и форм обучения: тренингов, семинаров, лекционных и практических занятий. Центр не бывает пустым – там жизнь кипит без остановки: планы расписаны на несколько лет вперед. В «ЭФКО» регулярно вводятся в эксплуатацию новые мощности, расширяется производство, ассортимент выпускаемой продукции – в связи с этим появляются новые вакансии, а значит, нужны и высококвалифицированные кадры.

Те сотрудники, которые чувствуют в себе силы развиваться как специалисты и готовы много трудиться для продвижения по карьерной лестнице, могут заявить об этом службе персонала, и их включают в Программу гарантированного карьерного роста. Под них создаются индивидуальные программы обучения, социализации на производстве, участия в бизнес-проектах. Взаи-



Внимание к каждой мелочи вместе с целеустремленностью образуют оптимальный союз для решения задач, касающихся разработок, внедрения и совершенствования рецептур выпускаемой продукции.

Работа в «ЭФКО» – это хорошая школа. За 9,5 лет удалось научиться предвидеть возможные проблемы, оперативно находить решения в серьезных ситуациях, разрешать конфликтные вопросы. Работа сделала меня сильнее, крепче, мудрее.



## Иногда вместе с детьми я делаю какие-то новые для себя открытия, вижу привычные вещи с необычных сторон.

мывыгодность таких отношений очевидна: компания получает грамотного специалиста, управленца; сотрудник – не только знания и навыки, но и соответствующее статусу материальное вознаграждение. Так что для желающих прийти работать в компанию, созданы все условия: обучение в корпоративном учебном центре, повышение квалификации в России и за рубежом, и, как следствие – увеличение материального благосостояния.

### Благодаря каким качествам Вам удалось добиться занимаемой должности?

– В первую очередь это скрупулезность. Любую работу я стараюсь выполнять, полностью в нее погружаясь. Есть задача – ее нужно решить.

### Вы руководите целым направлением. Что подразумевает Ваша деятельность на этой должности?

– В настоящее время это целый спектр: и непосредственно сами разработки, и непрерывный поиск оптимальных вариантов рецептур продукта, и контроль, и технологический сервис, и создание новых дисциплин, и преподавательская деятельность. Все это удается успешно совмещать благодаря умению своевременно переключиться с одного дела на

другое и расставлять приоритеты в работе. Не последняя роль принадлежит коллективу: нам удалось таким образом распределить обязанности, что каждый из сотрудников находится там, где его деятельность максимально полезна и где ему самому при этом комфортно. Такая форма сотрудничества сложилась, естественно, не за один месяц.

### Чему Вам удалось научиться за время работы в компании?

– В целом работа в «ЭФКО» – это хорошая школа. За 9,5 лет удалось научиться предвидеть возможные проблемы, оперативно находить решения в серьезных ситуациях, разрешать конфликтные вопросы. Работа делает меня сильнее, крепче, мудрее. Здесь свой темп, своя культура, свои приоритеты. И меня они вполне устраивают. Я чувствую, что нахожусь в своей стихии. За время работы в компании сформировалась потребность в постоянном профессиональном и личностном развитии и совершенствовании. У меня, конечно, были базовые знания, с которыми я пришла в компанию, но подробно выучить химию жиров и разобраться в таких технологических процессах, как переэтерификация, гидрогенизация, рафинация, фракционирование и прочее, я смогла, работая здесь.

### Что для Вас важнее: личные достижения или карьера?

– Для меня эти сферы неразрывны. Они должны находиться в балансе. Лишь в совокупности, на мой взгляд, они способны принести полноценное удовлетворение.

### Как Вам удается совмещать работу с домашними заботами? Остается ли время на то, чтобы заниматься домом, детьми?

– Главное – все правильно распланировать. И если уж занимаешься работой, то только ею. А когда пришел домой, так будь добр, вникай, слушай, рисуй, прыгай... Это я про детей. Сейчас мне удается совмещать работу с заботой о семье, удается выбирать время для того, чтобы побыть с детьми, близкими и друзьями. Не так часто, как хотелось бы, но тем не менее это время стараюсь проводить полноценно. Оно, конечно, пробегает очень быстро...

### Чем увлекаетесь и занимаетесь в нерабочее время?

– Свободное время провожу с семьей, с детьми: клеим, поем, вырезаем... При чем иногда вместе с ними делаю какие-то новые для себя открытия, вижу привычные вещи с каких-то необычных сторон... В результате – масса впечатлений и у меня, и у девоночек! Кроме того, очень люблю читать. Обычно, когда читаю, полностью погружаюсь в мир, о котором повествует автор. При этом могу сидеть до глубокой ночи... **КС**



AUS LIEBE ZUM TEIG  
ИЗ ЛЮБВИ К ТЕСТУ

**FRITSCH**



## Если продукт должен быть таким же, как у мастера своего дела – пекаря

Аппетитные круассаны могут быть с начинкой или без неё, мини-изделия на один укус или пышные рогалики к завтраку, однако для всех круассанов важно: пышная, слоистая структура, хрустящая корочка и неповторимый вкус. Если Вы хотите получить все эти параметры, стабильное качество изделий и автоматизировать производство, обращайтесь

на фирму FRITSCH, оборудование которой позволяет производить любые виды скрученных изделий (круассаны, рогалики, корншпицы, багеты и т.д.), в различном диапазоне производительности и со стабильным качеством.

У Вас появился аппетит? Узнайте больше о круассане.

Е-Mail: [sales@fritsch-russia.ru](mailto:sales@fritsch-russia.ru)  
телефон (495) 380 09 50

 [www.fritsch-russia.ru](http://www.fritsch-russia.ru)



Компания: «СОЮЗ»  
тел.: +7 (812) 336-91-15

# Широкое внедрение инновационных технологий – основа успешной интеграции в ВТО



*Вступление в ВТО стало в прошедшем году реальностью современной России и одним из ключевых факторов проверки бизнеса на устойчивость. Результаты 2012 года показали, что компании, традиционно работающие по высоким международным стандартам, к новым условиям готовы. Свои итоги подвел и ведущий производитель масложировой продукции России – Корпорация «СОЮЗ».*

Прошедший год ознаменовался для Корпорации «СОЮЗ» усилением позиций, активным расширением и триумфальными победами. Одним из приоритетных направлений компании стало расширение внешнеторговой деятельности.

Двигаясь в ногу с экономическим курсом России, Корпорация «СОЮЗ» открыла в 2012 году собственные представительства в странах Таможенного союза – в Республиках Казахстан и Беларусь. Открытие представительств стало результатом активной работы компании на внешнем рынке и значительного роста интереса к новым и высокотехнологичным масложировым ингредиентам, высокие ориентиры качества и безопасности которых задает Технический регламент Таможенного союза. Можно с уверенностью сказать, что Корпорация «СОЮЗ», двигаясь в русле инновационного развития, выступает проводником ключевых продовольственных тенденций и уже на сегодняшний день выпускает продукцию, превосходящую завтрашние ожидания отрасли. В целях удовлетворения растущего интереса продовольственного рынка к качественным и безопасным пищевым ингредиентам, компания открыла представительства не только в странах Таможенного союза, но и в таких городах России, как Казань, Воронеж, Краснодар, Самара, Иваново.

Эталонное качество продукции компании было подтверждено безоговорочной победой на престижном про-



фессиональном конкурсе «Ингредиент года – 2012», прошедшем в рамках Международной выставки «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности/Ingredients Russia – 2012». Треть всех наград конкурса высококомпетентное жюри, состоящее из специалистов центральных институтов пищевой отрасли России, присудило заместителям молочного жира и жирам специального назначения Корпорации «СОЮЗ».

Важным достижением компании в 2012 году стала победа в премии «Здоровое питание», организованной при участии НИИ питания РАМН, Союза производителей пищевых ингредиентов, Российского союза промышленников и предпринимателей России, Ассоциации отраслевых союзов АПК «АССАГРОС», Ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров «Руспродсоюз», Российской диабетической ассоциации и других значимых общественных организаций.

Высшей награды был удостоен заместитель молочного жира, производимый Корпорацией «СОЮЗ» по ГОСТ Р 53796-2010 «Заменители молочного жира. Технические условия», за свои исключительные свойства, такие как сбалансированность жирнокислотного состава, наличие незаменимых кислот семейства омега-3 и отсутствие трансизомеров жирных кислот.

В странах ВТО регламентированию данного показателя безопасности уделяется ключевое значение. Поэтому применение пищевых ингредиентов, не содержащих трансизомеры жирных кислот, является определяющим фактором выхода российских продуктов питания на внешний рынок, а в условиях открытия рынка – и сохранения конкурентоспособности на внутреннем.

Активно участвуя в развитии пищевой отрасли России и интеграции российской продукции в мировой товарооборот, Корпорация «СОЮЗ» ежегодно расширяет ассортимент пищевых ингредиентов без трансизомеров. В 2012 году компания разработала и зарегистрировала специальный товарный знак Transfree («Без трансизомеров»), предназначенный для маркировки и продвижения качественных продуктов питания конечным покупателям.

Платформой для успешного развития и расширения бизнес-активности компании является современная производственная база, широко известная в отрасли как эталонное предприятие с передовыми технологиями, соответству-

ющее высоким мировым стандартам менеджмента качества (ISO 9001:2008) и безопасности пищевой продукции (ISO 22000:2005 HASSP/ХАССП). Инновационные технологии и внедрение в производство лучших научных разработок не только позволяют компании создавать продукцию мирового класса, но и содействуют реализации государственной промышленной политики по внедрению инноваций. Это было отмечено при посещении производственной площадки Корпорации



Важным достижением компании в 2012 году стала победа в премии «Здоровое питание».

«СОЮЗ» Первым заместителем председателя Государственной думы Российской Федерации Александром Жуковым и заместителем Министра сельского хозяйства России Ильей Шестаковым в ходе их рабочих визитов в Калининград в 2012 году.

«Это современное производство, и технологии здесь применяются самые передовые. Даже в Европе далеко не везде стоит оборудование такого высокого уровня, как здесь. А когда используются инновационные технологии, на выходе мы получаем безопасную и востребованную продукцию», – отметил Александр Жуков по итогам посещения производственной площадки Корпорации «СОЮЗ».

Знания и профессионализм специалистов, работающих с передовыми технологиями, востребованы и в России, и за рубежом, поэтому из года в год сотрудники компании неизменно приглашаются для обмена опытом на крупные международные форумы

и семинары. В 2012 году такими платформами для профессионального обсуждения вопросов отрасли с участием сотрудников Корпорации «СОЮЗ» стали Международная конференция «Современные технологии и оборудование для хлебопекарного и кондитерского производства» (Республика Беларусь, Минск), Международный форум «Россия и Беларусь: содействие модернизации и инновациям в продовольственной сфере» (Республика Беларусь, Гомель), Международная специализированная выставка для хлебопекарного и кондитерского рынка «Современное хлебопечение – 2012» (Россия, Москва), VIII Международная конференция «Торты. Вафли. Печенье. Пряники – 2012» (Россия, Москва), Международная неделя сыроделия и маслоделия (Россия, Углич).

Ключевой темой абсолютного большинства профессиональных форумов, проходящих на территории Таможенного союза в 2012 году, стал вопрос перспектив развития отрасли в условиях вступления России в ВТО. И здесь профессиональное сообщество неизменно во мнении, что повышение конкурентоспособности продуктов питания на внутреннем и внешнем рынках в условиях интеграции страны в мировое бизнес-пространство неразрывно связано с наличием качественных и безопасных пищевых ингредиентов. Это позволяет не только решать частные задачи бизнеса, но и способствовать развитию пищевой отрасли России в целом.

При этом успех интеграции страны в международное бизнес-пространство напрямую зависит от того, как в этот процесс волею судьбы российские предприятия, насколько они соответствуют новым реалиям и условиям рынка. Темп зададут наиболее подготовленные компании, традиционно работающие по мировым правилам и придерживающиеся международных стандартов. Успехи таких компаний в прошедшем и в последующих годах станут платформой для развития отрасли и повышения стабильности российской экономики.

Наличие в отечественной масложировой отрасли последователей курса по внедрению лучших мировых достижений подтверждает, что у нее есть потенциал роста, а у российских производителей – надежные союзники в деле интеграции в систему международных хозяйственных отношений. ■



Массивная конструкция, максимальная холодопроизводительность, инновационное устройство испарителей и рациональная подача воздуха – требования к высокопроизводительному аппарату шоковой заморозки.



Подготовила: **Светлана Карельская**

# Функциональный холод

*Различные холодильные установки являются неотъемлемым оборудованием кондитерских и хлебопекарных производств. Холод нужен для хранения сырья и готовой продукции, шоковой заморозки, охлаждения перед упаковкой. Каждую из этих функций выполняет определенная холодильная установка.*

## Критерии выбора

Холодильное оборудование, разработанное для пекарен и кондитерских цехов, должно иметь регулируемые уровни влажности и температуры, чтобы имелась возможность изменять параметры в зависимости от конкретной области применения этой техники. Для всех хлебопекарных предприятий производители оборудования предлагают соответствующие холодильные установки или их комбинации.

Каждый вид сырья и продукции должен находиться в отдельной камере хранения со специальными режимами температуры, влажности и вентиляции, которые являются оптимальными. Например, для хранения сливок и кондитерских изделий с их использованием необходима относительно высокая влажность воздуха и температура  $+2/+4$  °C; яичная продукция должна храниться при температуре  $-1/-2$  °C; маргариновая – при температуре  $0/+3$  °C; замороженные ягоды и фрукты оптимально сохраняются при температуре  $-20/-22$  °C.

Готовая продукция длительного срока хранения, например торты, поступает в камеру стабилизации с температурой  $0/+2$  °C и выдерживается 40 минут,

после чего изделия фасуют, и та их часть, которая не отгружается сразу на продажу, транспортируется в камеру шоковой заморозки с температурой  $-30/-33$  °C на 1-2 часа в зависимости от типа тортов. После шоковой заморозки продукция поступает в камеру длительного хранения до 6 месяцев с температурой  $-20/-22$  °C. По мере потребности тортовой продукции, замороженные торты размораживаются в камере дефростации при температуре  $+2/+4$  °C.

Еще один важный параметр при выборе холодильного оборудования – размер, который должен выбираться относительно объема производимой продукции. Так, холодильные камеры, как правило, собираются из стандартных разноразмерных панелей и могут по желанию заказчика изготавливаться в различных размерах.

## Проектирование

Холодильные агрегаты и установки проектируются производителями на основании технического задания клиента. Специалисты могут помочь в составлении проекта системы охлаждения, предоставить всю необходимую техническую информацию по каждому ее элементу, будь

то агрегат или установка, конденсатор, испаритель, шкаф управления.

При проектировании холодильных систем на крупных предприятиях применяются оригинальные технические решения, например, для предотвращения повышения температуры в холодильных и морозильных камерах в летний период могут быть предусмотрены специальные холодильные системы. Все управление комплексом хранения и дефростации осуществляется программируемыми контроллерами. Чтобы упростить процесс управления холодильным оборудованием, можно использовать холодильную централь – устройство, которое поддерживает определенную температуру во всех единицах холодильного оборудования. Данный агрегат незаменим для складов, магазинов, супермаркетов, где нужно создавать одинаковые условия хранения продуктов и снижать уровень шума и потребления электроэнергии.

Холодильные центры позволяют эксплуатировать холодильное оборудование в автоматическом режиме. Компрессоры, подключенные к централи, могут работать вместе или независимо друг от друга. Это снижает износ компрессора и продлевает срок его службы без ремонта.

Подобные решения позволяют достичь оптимального качества и увеличения срока хранения продукции за счет поддержания требуемых параметров технологических режимов, а также экономии электроэнергии посредством оптимизации параметров управления и точной работы всех систем. **КС**





# АГРО-3

TRINPO

RHEON



MINIPAN

EUROFOURS

VMI Berto Italia



TECNIC STAMP



Jufeba



BAKON



DAUB IV

SRP



## Комплексные решения для предприятий хлебопекарной и кондитерской промышленности



МОСКВА: (495) 721-20-77  
Краснодар: (861) 275-70-88  
Саратов: (8452) 48-61-77  
Красноярск: (391) 264-01-82  
Новосибирск: (383) 362-02-52  
Екатеринбург: (343) 375-72-99  
Ростов: (863) 295-40-54  
С.-Петербург: (812) 337-15-08

Полный комплекс услуг  
по вводу в эксплуатацию предприятий:

- проектирование, комплектация, поставка
- все виды монтажных и пуско-наладочных работ
- технологическая поддержка, внедрение новых технологий
- обучение персонала, гарантийное и сервисное обслуживание





Автор: **Александр Алферов**,  
руководитель департамента  
хлебопекарного  
оборудования компании  
«АГРО-3»

Компания:

**«АГРО-3»**  
тел.: +7 (495) 721-20-77  
www.agro3.ru



# Русские в Мюнхене

*С 1 января 2013 года в России действуют правила Всемирной торговой организации. И пока юристы, экономисты и финансисты продолжают спорить о плюсах и минусах, российские производители готовятся работать в новых реалиях.*

Многие эксперты ожидают, с одной стороны, падения промышленного производства, ориентированного на внутренний рынок, а с другой – роста объемов российского экспорта, в связи с упрощением торговых связей со странами-членами ВТО. В таких условиях увеличение экспортной составляющей отечественного машиностроения, включая пищевое, является насущной и безотлагательной задачей.

Понимание перспективности выхода на мировой рынок оборудования в нашей компании сложилось уже давно, и производственная политика строилась соответствующим образом. Главным пунктом реализации этой программы в 2012 году стало участие «АГРО-3» в самой авторитетной и значимой для мирового хлебопекарного и кондитерского производства выставке IBA-2012 в Мюнхене. Это действительно грандиозный по масштабам форум. Огромное количество экспонентов и посетителей из Западной и Восточной Европы, Северной Африки,

Азии, Японии и США. Двенадцать павильонов, десять из которых заняты современной высокопроизводительной техникой для пекарен малой и средней мощности и крупных промышленных производств. Для сравнения: площадь мюнхенской выставки была в 6 раз больше французской EUROPA-2012 и в 12 раз больше московской Modern Bakery – 2012. Но привлекательность IBA не только в ее масштабах. Главное – это серьезный деловой характер выставки. Здесь экспонируются новейшие разработки ведущих мировых машиностроителей, уникальные конструкторские и инженерные решения, концепт-модели следующих лет. Заключаются контракты и формируются крупные заказы на перспективу.

В прошлом году в Мюнхене были представлены не только машины и линии, но и средства автоматизации, логистики, учета и контроля на предприятиях. Особенно большой интерес вызвали высокорентабельные проекты с существенной экономией затрат.

Именно к таким экономичным и выгодным можно отнести сформированные нами предложения для европейских производителей хлебобулочных изделий. Стенд «АГРО-3» был небольшим (меньше, чем на московских выставках), однако для первой «вылазки» вполне достаточным. Мы смогли показать основные позиции оборудования собственного производства, рассказать об инновационных проектах по выпечке формового и подового хлеба, познакомить посетителей с оригинальными инженерными решениями в области автоматизированного хранения, транспортирования, смешивания и дозирования сыпучих и жидких компонентов, используемых в хлебопечении. Соотношение между ценой и качеством по нашей технике оказалось настолько привлекательным, что результаты превзошли самые смелые прогнозы.

Специалисты из Восточной Европы, Франции, Голландии, Великобритании, Северной Африки, Пакистана, Индии, Бангладеш, США и других стран высоко оценили уровень конструкторских решений, технического исполнения и функциональных возможностей ротационных печей, расстойных шкафов, тестоокруглительных, тесто-закаточных и хлебрезательных машин, систем обработки сыпучих и жидких продуктов и пр. Заключены крупные контракты, включая дилерские, разработаны перспективные схемы экспортных поставок по всем видам производимого компанией оборудования, подписаны соглашения по совместному комплексному оснащению пекарен.

Большой интерес у европейцев вызвали наши разработки в области промышленных линий выпечки. Производство формового хлеба в компактных и экономичных расстойно-печных агрегатах (РПА), не имеющих аналогов в мире, особенно актуаль-



В Мюнхене были заключены крупные контракты, разработаны перспективные схемы экспортных поставок по всем видам производимого «АГРО-3» оборудования.

но для предприятий средней мощности, которые преобладают в Европе. Шкафы окончательной расстойки привлекли внимание многих зарубежных специалистов, в том числе английских производителей туннельных печей, как эффективный вариант комплектации производственных линий по выпечке широкого ассортимента хлебобулочных изделий. Хочется отметить, что и РПА, и шкафы окончательной расстойки имеют индивидуальное исполнение «под заказчика», небольшие сроки изготовления (по сравнению с европейскими 9 месяцами) и значительно более выгодные цены. При этом наши инженерно-конструкторские решения несколько не уступают западным.

И конечно, не отказалась наша компания в этом году и от традиционной программы по ознакомлению российских специалистов с последними достижениями мировой технической мысли в области хлебопечения и кондитерского производства. Наши «бизнес-туристы» посетили выставку, провели переговоры и консультации, побывали на нескольких немецких и австрийских предприятиях, а также с удовольствием приняли участие в интересной культурно-оздоровительной программе, подготовленной с учетом их предпочтений и пожеланий.

Из представленных на выставке новинок партнеров «АГРО-3», ведущих мировых производителей оборудования, следует отметить несколько наиболее актуальных для

российского рынка. Например, инновационный промышленный формовочный автомат panther известной австрийской компании **Backtech**, специализирующейся на выпуске машин и линий для производства мелкостручной хлебобулочной продукции. Он представляет собой многорядный делитель-округлитель с компьютерным программным управлением, рассчитанный на 24-часовую бесперебойную работу на предприятиях средней и большой мощности. Отличается точностью деления, широким диапазоном (от 20 до 280 г), высокой скоростью формования (33-55 тактов в минуту), большой производительностью и ассортиментом. Эта машина обеспечивает бесстрессовое тестоделение и щадящую обработку любого вида теста, включая «мягкое» (тесто высокой влажности), необходимое для такой модной сегодня продукции, как чабатта и фокачча.

Постоянное техническое усовершенствование коэкструзионного оборудования **Rheon** для широкого спектра кондитерских и кулинарных изделий, в том числе многокомпонентных, с различными начинками, по типу «продукт в продукте», разнообразной формы и состава, в этом году реализовалось в новой модификации универсальной формовочной машины для кондитерских изделий KN-600. Фирма продемонстрировала также свою запатентованную разработку для производства кулинарных изделий

из мяса, рыбы, овощей **Rheon Mega-Former**, позволяющую с высокой производительностью (до 3000 кг в час) формовать полуфабрикаты с различным сочетанием начинок и оболочек любой формы в весовом диапазоне от 10 до 250 г.

По-прежнему актуально в России оборудование итальянской фирмы **Minipan** для производства хлебных палочек, сухариков, сушек, тонких хлебцев, пластинок, снежков, чипсов и др., а также ее отсадочные машины для печенья, пряников, бисквитов, рулетов.

Голландская компания **Hoba**, производитель полного спектра машин для нарезки и упаковки хлеба, заинтересовала посетителей выставки новыми модификациями клипсаторов, позволяющих скреплять упакованные продукты металлопластиковыми клипсами, клипсами **kwik lok** и мягкими скотч-лентами.

Новый партнер «АГРО-3» по упаковочному оборудованию, один из мировых лидеров в этой области, итальянская фирма **GSP** наряду с популярными моделями горизонтальных упаковочных машин представила на выставке свою новую разработку – автомат для вертикальной упаковки сыпучих и гранулированных продуктов (сухариков, сушек, печенья, пряников, конфет, орешков, сухих завтраков, мюсли и др.). Все узлы и механизмы имеют пневматические приводы, что позволяет существенно снизить энергопотребление, обеспечить бесшумную работу и увеличить срок эксплуатации.

Но главным событием мюнхенской выставки 2012 года, по мнению посетителей из России, Беларуси, Украины и Казахстана, стало участие российского машиностроителя в столь солидном форуме.

Хлебопекарное оборудование из России рядом и на равных с именитыми мировыми марками! **Р**



Гость:



**Андреас Фингер,**  
управляющий директор  
HANSA MIXER

Компания: **HANSA MIXER**

Михаил Киракозов,  
руководитель отдела  
Восточной Европы  
тел.: +49 4206 41600,  
моб.: +49 172 166 82 53  
kirakosov@hansamixer.de  
www.hansamixer.de

Беседовала:



**Елена Максимова**



Максим Панфилов  
тел.: +38 044 560 97 74,  
моб.: +7 967 2244 902, +38 050 603 86 88  
panfilov@hansa-mixer.de  
www.hansamixer.de

# Безупречная репутация и амбициозные планы

*Смешивая в правильной пропорции опыт и стремление к инновациям, фирма HANSA MIXER на протяжении многих лет удерживает позиции лидера на рынке оборудования для пищевой отрасли. Благодаря разработке и конструированию машин под каждый индивидуальный заказ нам удается сохранять безупречную репутацию, несмотря на постоянно растущую конкуренцию.*



На текущий момент по всему миру успешно работают около 6000 машин, при ежегодном объеме продаж 120-150 аэрационных систем, весомая часть которых приходится на рынок России.

Редакция Издательского дома «Сфера» решила узнать подробнее о самом предприятии и его продуктах. С **управляющим директором фирмы HANSA MIXER господином Андреасом Фингером** мы встретились в его кабинете в городе Хайлигенроде, Германия.

**– Андреас, все свободное пространство Вашего кабинета занимают чертежи и планы строительства. Почему?**

– Наша фирма растет, и мы предпринимаем меры по расширению рабочих площадей. Производственные помещения, участок проведения заводских испытаний и складские площади будут увеличены вдвое, имеющиеся на данный момент пространства уже не удовлетворяют растущие потребности компании.

В ноябре 2012 года после довольно длительного процесса утвержде-

## Справка

Строительство производственного помещения закончилось незадолго до выхода данного номера.



ния разрешительной документации наконец-то нам удалось получить все документы, и мы вышли на этап строительства. В скором времени будет запущено новое производственное помещение. Сдача объекта запланирована на январь.

*«Растущие требования заказчиков, а также желание получить линию «из одних рук» привели к расширению области нашей компетенции».*

**– Как скажется расширение производственных помещений на Вашей компании и Ваших заказчиках?**

– Мы уверены, что увеличение складских помещений, площадей, где проводятся заводские испытания, в том числе и склада запчастей, в два раза позволит нам быстрее реагировать и более оперативно выполнять заказы. Одно из основных преимуществ – сокращение сроков поставки.

Сейчас на участке проведения заводских испытаний можно посмотреть на производственную линию

для продукта маршмеллоу, которая вскоре отправится к заказчику из арабских стран.

Производственная линия, которая готовится в запуску первой очереди, имеет весьма внушительные размеры: 43 м – в длину, общая площадь – 85 м<sup>2</sup>, и это еще без самого аэратора! Для данной линии применяется один из самых больших аэраторов из линейки UNI-MIX – весь комплекс оборудования едва умещается в имеющемся на данный момент помещении.

**– Честно говоря, мы приятно удивлены видеть у Вас на фирме комплексную производственную линию, ведь фирма HANSA MIXER ранее была известна как разработчик и производитель аэрационных установок.**

– На самом деле, растущие требования заказчиков, а также желание получить линию «из одних рук» привели к расширению области нашей компетенции.

Адаптация имеющихся у заказчиков машин под новые требования производства – это тоже неотъемлемая часть списка предлагаемых нами услуг, как и инжиниринг новых производственных линий под соответственный сектор пищевой промышленности.



ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ



**Андреас Фингер,**  
управляющий директор  
HANSA MIXER:

*«На самом деле, очень интересно создавать оборудование для российского рынка. Наши заказчики мыслят широко и с первого же проекта думают о возможностях расширения производства».*

**– Чем немецкому предприятию может быть интересен российский рынок?**

– Потенциалом, разнообразием продуктов, особенно в кондитерской промышленности, и не в последнюю очередь объемами. На самом деле, очень интересно создавать оборудование для российского рынка. Наши заказчики мыслят широко и с первого же проекта думают о возможностях расширения производства.

**– В чем были, а может быть, и сейчас есть основные сложности при работе с российскими заказчиками?**

– Сначала это были в основном кондитерские изделия, не привычные для нас, состоящие из незнакомых нам ингредиентов, а это требовало специального исполнения машин. Но за 20 лет мы приобрели богатый опыт и успешно приспособились к требованиям рынка. Нынешние требования на российском рынке не сильно отличаются от требований, которые выдвигают нам в других странах мира.

**– И наконец, каковы Ваши прогнозы на будущее?**

– Мы надеемся и дальше укреплять существующие партнерские отношения, а также искать новых заказчиков. На выставке «Агропродмаш-2012» мы провели множество интересных переговоров. ■

#### Перечень кондитерского оборудования фирмы HANSA MIXER

Машина/модель	Производительность, кг/ч	Основное применение
<b>Compact-Mix food</b> 	От 50-400 до 300-2000, другие модели под заказ	Большая производственная машина оснащается тремя насосами, применяется практически в любых целях пищевой промышленности.
<b>Uni-Mix</b> 	От 160-300 до 650-5000 или под заказ	Предназначена для сложных рецептов, включая красители и ароматизаторы. Применяется в кондитерском производстве, например маршмеллоу.
<b>Multimix станция дозации</b> 	под заказ	Любая станция дозации изготавливается под конкретный тип производства. Станция способна дозировать ингредиенты в пять потоков, каждый из которых можно наполнять пятью различными компонентами.

Компания:

**Bühler Bindler GmbH**

Представительство  
в Москве «Бюлер АГ»,  
ул. Тимирязевская, д. 1, стр. 3  
тел. +7 (495) 786-87-63  
office.moscow@buhlergroup.com

Автор:

**Максим Иванов,**

московское  
представительство  
компании «Бюлер АГ»  
тел: +7 (495) 786 87 63



## Шоколад и продукты из какао пользуются все большей популярностью во всем мире

Сладкие искушения привлекают всех без исключения как на давно сложившихся рынках северного полушария, так и на быстрорастущих южного и восточного.

При этом прослеживается явная тенденция: разнообразие продуктов растет, и, соответственно, требования к процессу переработки становятся все более комплексными.

Благодаря нашим постоянным исследованиям и разработкам, мы можем предложить инновационные процессы, позволяющие производить продукты высочайшего качества при одновременном увеличении эффективности и производительности.

Курсы от компании «Бюлер АГ» представляют на практике собранный опыт из разных уголков мира в комплексе с оте-

чественными научными и техническими знаниями. Новые учебные программы разработаны с учетом ваших отзывов и нацелены на ваши потребности.

Воспользуйтесь многолетним опытом компании, а также нашим успешным комплексным решением в сочетании новейших технических разработок, практики и социального взаимодействия.

Следующие русскоязычные курсы по отливке и формовке шоколадных изделий состоятся в нашем центре компетенций в городе Бергнойштадте, Германия, с 23 по 26 апреля 2013 года.

Мастер-класс по отливке и формовке шоколадных изделий предназначен для разработчиков новых продуктов, технологов и производственного персонала.

В рамках курса рассматриваются следующие темы:

- отливочные машины и их применение (теория и практика);
- дозирование различных масс;
- технология OneShot;
- образование оболочки (теория и практика): традиционная система, технология холодной штамповки;
- предварительная кристаллизация шоколада (теория и практика): традиционная система темперирования, затравочная кристаллизация SeedMaster;
- термотехнология: охлаждение холодных продуктов, нагрев форм;
- концепции установок;
- сервис: техобслуживание и эксплуатация машин. **P**


**Спешите!**

**Количество участников курсов ограничено.**

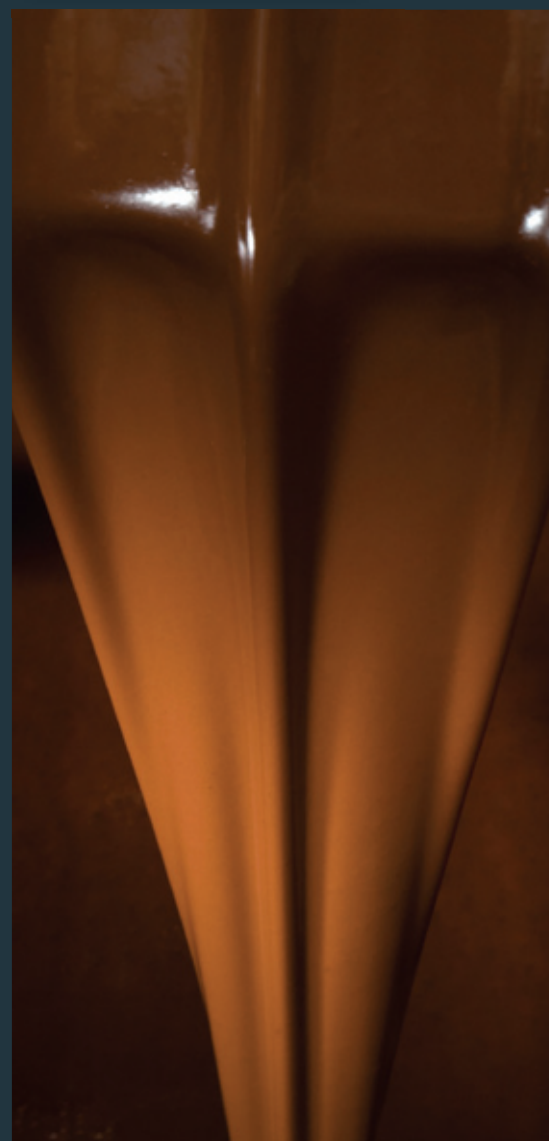


**Шоколад, который тает во рту.** Бюлер - ведущий мировой производитель оборудования для пищевой промышленности. Благодаря возможностям компаний Бюлер Барт и Бюлер Биндлер концерн Бюлер предлагает весь спектр технологий и оборудования переработки и производства - от сырых какао-бобов до готовых шоколадных изделий. Самые инновационные технологии производства, создающие шоколад, который тает во рту.

Представительство в Москве Бюлер АГ, Телефон: +7 (495) 786 87 63  
office.moscow@buhlergroup.com, www.buhlergroup.com



**Посетите нас**  
Кёльн, Германия  
27.01-30.01.2013  
Зал 10.1  
Стенд В-050/С-059



**Innovations for a better world.**





Мастер-класс провела:



**Оксана Кириллова,**  
аттестованный менеджер  
по оказанию технологического  
сервиса компании «ЭФКО»

# Готовим медовую пахлаву



*Пахлава – это популярная восточная мучная сладость с высоким содержанием жира, орехов, меда и пряностей. Больше всего таких сладостей производилось и производится в Иране и Турции, чуть меньше – в Ливане, Сирии, Египте, Ираке, Саудовской Аравии. Такие «сладкие» центры есть и ближе – это Армения, Азербайджан, Таджикистан и Молдавия. В Европе тоже производят восточные сладости, преимущественно в Балканских странах – Болгарии, Греции и Румынии.*



## Пахлава, г

### Тесто (фото 2):

Маргарин «Эко-универсал 1203-32»	75
Мука	700
Яйцо	100
Дрожжи сухие	20
Вода	250

### Начинка (фото 3):

Грецкие орехи	170
Фундук	180
Миндальная мука	150
Сахарная пудра	450
Корица	7

### Для смазки и заливки (фото 4):

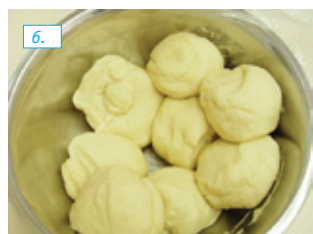
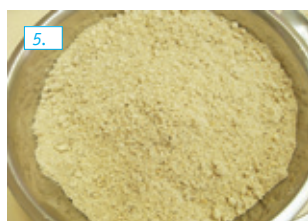
Маргарин «Эко-универсал 1203-32»	300
Мед	300
Вода	70
Яичный желток	100

**Н**астоящая пахлава готовится вручную из сдобного теста и состоит из множества слоев с начинкой из миндаля, орехов, с медовой пропиткой, корицей или кардамоном. Первыми придумали рецепт приготовления теста для пахлавы ассирийцы. Этот рецепт имеет точную дату приготовления, не каждое блюдо может этим похвастаться! В музее османских султанов во дворце Топкапы есть старинная поваренная книга с записью времен султана Фатиха, согласно которой первая пахлава была выпечена в августе 1453 года.

Султану так понравилось изобретение придворного кулинара, что он

повелел готовить этот десерт на каждый праздник. Однако это лишь одна из легенд происхождения лакомства. По другой версии пахлава – уроженка Турции и ей гораздо больше лет. Еще в VIII веке до н. э. пахлаву пекли турки. Благодаря греческим морякам восточную сладость узнали в Европе. Правда, первая «баклава», как тогда называли пахлаву, была из грубого теста.

Тонкие листы для выпечки раскатали уже в Греции, придав ей современные вид и вкус. Основные рецепты пахлав вывариваются в зависимости от территориального происхождения, теста, начинки и способа выпекания. Пахлава, представленная здесь, выполнена по традиционному рецепту, в котором соблюдены общие правила приготовления, внешний вид, состав начинки.



Одним из необходимых видов сырья для приготовления восточных сладостей являются жировые продукты. При производстве пахлавы в качестве жирового компонента используется маргарин столовый молочный марки МТ «Экоуниверсал 1203-32» – универсальный пластичный маргарин, который подходит для большинства мучных кондитерских изделий и обладает превосходным сладкосливочным вкусом и ароматом. Он оптимально подходит для производства традиционной пахлавы.

### Приготовление

Замес теста осуществляется с помощью тестомесильной машины. Вначале нужно смешать растопленный маргарин и яйцо с частью воды, а сухие дрожжи предварительно развести в оставшейся части воды (фото 1). К первой смеси добавить разбавленные дрожжи и тщательно перемешать. В полученную массу добавить просеянную муку и замесить тесто. Тесто поставить в расстой-

ный шкаф на 60-80 минут при  $t = 30\text{ }^{\circ}\text{C}$  (фото 2).

Для начинки предварительно подготовить орехи: фундук прожарить в печи, освободить от кожуры, измельчить; грецкие орехи также необходимо измельчить. Толченые орехи смешать с миндальной мукой, сахарной пудрой и корицей (фото 3-4). Вместо миндальной муки можно использовать измельченный миндаль, при этом орех нужно вначале ошпарить, освободить от кожицы, подсушить, а затем истолочь. Не рекомендуется вместо сахарной пудры использовать кристаллический сахар. В результате должна получиться гладкая ореховая масса (фото 5).

Когда тесто подойдет, разделить его на десять частей, при этом две из них должны быть толще – для нижнего и верхнего слоев (фото 6). Прямоугольную форму для выпечки смазать растопленным маргарином, на дно положить более толстый слой теста, на него начинку

(немного поливая маргарином, 60-70 г, чтобы начинка села), затем тонкие слои теста чередовать с начинкой (фото 7). Заканчивается «пирамида» вторым толстым слоем теста.

Приготовленная пахлава разрезается на ромбовидные кусочки (5 x 7 см), смазывается яичным желтком. Каждый отдельный кусочек украшается целым грецким орехом. Сформованную пахлаву отправляют в нагретую до 200-220  $^{\circ}\text{C}$  духовку (фото 8). Через 10-12 минут пахлаву достают из духовки, заливают по линиям разреза растопленным маргарином, вновь смазывают желтком и еще раз ставят в духовку на 30-40 минут при 170-190  $^{\circ}\text{C}$ . Затем горячую пахлаву заливают смесью из меда по линиям разреза, дают ему впитаться, охлаждают и вынимают из формы (медовая заливка готовится путем разведения меда в воде и небольшого уваривания его до тонкой нитки).

Как только пахлава остынет, ее можно подавать к столу. **КС**



## Norevo: от стандартных ингредиентов к специальным добавкам

Попробуйте новые ингредиенты для кондитерских изделий QuickGlossplus и QuickOil без добавления масла пальмовых косточек (универсальные добавки для очистки и сварки драже с жирным либо шоколадным покрытием), а также вещество против прилипания QuickOil с экстрактом кокосового масла для вязких продуктов.

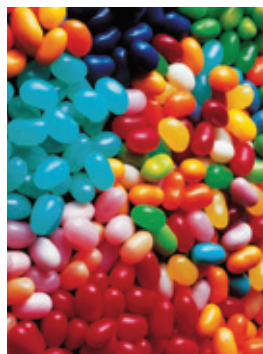
Также у нас представлена целая линейка кондитерских добавок Confectionery Performers, каждая из которых обладает своей специфической функцией: желеобразование, чистка, сварка, защита от прилипания, подкисление, склеивание, построение текстуры без желатина. Эта профессиональная продукция предназначена для изготовления драже, желе и мармелада, жевательных конфет, вязких сладостей, орехов и закусок со специями. В линейку входят добавки QuickCoat (с сахаром/без сахара), QuickGlanz, QuickShine, QuickLac, QuickSol, QuickOil, QuickChew, QuickSour, QuickColl.

Наши продукты изготовлены из натуральных ингредиентов, таких как гуммиарабик, агар-агар, лакрица и сироп агавы. Их свойства применяются для создания текстуры, связывания, покрытия, подслащивания изделий и придания им аромата. Специальные средства от Norevo облегчают процесс производства и повышают качество конечной продукции. Среди них QuickGum (чистый порошок гуммиарабика), агар-агар (Agar) различной концентрации и качества для желе различной твердости, лакричные добавки быстрого действия QuickLicorice в виде пасты, гранул или крупных частиц, QSLic в виде распылителя, жидкий мед LiquidHoney, мед в порошке и разные смеси меда, сироп агавы в жидком виде и в форме порошка.

У Norevo существует сеть подразделений во всем мире, что позволяет напрямую контактировать с клиентами и быстро отвечать на все вопросы, связанные с обслуживанием. Профессиональное сотрудничество между компаниями Norevo и D&F Drouven позволяет



Различные виды сладостей, содержащих натуральные ингредиенты от компании Norevo



Мармелад, произведенный с использованием кондитерских добавок от Norevo: загустителя Quick Coat, закислителя Quick Sour, полирующей добавки Quick Glanz, склеивающей добавки Quick Lac.

дальше развивать линейку кондитерских добавок, предоставлять персональные решения и техническую поддержку при необходимости.

Продукция компании Norevo будет представлена на выставке ProSweets-2013 в Кельне (27-30 января, стенды D042, E043, зал 10.1). **P**

Norevo GmbH,  
Schnackenburgallee 50, 22525,  
Гамбург, Германия  
тел.: +49 40 537979-1224  
e-mail: a.benech@norevo.de  
www.norevo.de

## Caotech: оборудование для обработки изделий из какао, шоколада и смесей на их основе

Компания, базирующаяся в Вормервеере (Нидерланды), славится на весь мир благодаря своему профессионализму в сфере разработки грануляторов и отделочных машин для обработки продуктов на основе шоколада и какао. На выставке ProSweets-2013 представители Caotech с радостью обсудят новинки в сфере обработки какао, шоколада и смесей на их основе.

Накопленный практический опыт в сочетании с расширением сферы производства позволяет компании удивлять многочисленными разработками в области обработки продуктов из какао и шоколада, а также смесей на их основе.

Традиционно ассортимент предложений от Caotech включает в себя целый спектр установок, таких как небольшой гранулятор CAO B5 с шоколадоотделочной машиной CWC 5, небезызвестная установка для выпуска партий продукции CAO B2000-CHOC и машина CAO 3000, являющаяся компонентом в производственных линиях для какао и шоколада, изготавливаемых под ключ.

CAO 3000-CHOC In-Line представляет собой полностью автоматизированную линию для изготовления шоколада, ее производительность составляет до 1500 кг/час. По требованию клиентов линия может быть оснащена устройствами по дозировке и взвешиванию продуктов.

Не так давно Caotech разработала альтернативную установку непрерывного действия по влажному коншированию CWC 2000 (Continuous Wet Conche).

Аппарат может помещаться либо позади от традиционных коншировальных машин для конечной гомогенизации и отделки шоколадной массы, либо за гранулятором для получения шоколада высокого качества.

На выставке Pro Sweets-2013 Caotech представит лабораторный гранулятор CAO B5 и установку CAO 3000-CHOC, совмещающую функции миксера и гранулятора для шоколадной продукции (ее производительность составляет примерно 1000 кг/час). **P**

Caotech b.v.  
Handelsweg 3, 1521 NH,  
Вормервеер, Нидерланды  
тел.: +31 (0)75- 640 4313,  
факс: +31 (0)75- 640 4312  
e-mail: info@caotech.com  
www.caotech.com



Составная установка CAO 3000-CHOC In-Line



## Упаковка флоупак: новые возможности для шоколадных изделий

Компания Theegarten-Pactec представит на выставке ProSweets-2013 горизонтальную упаковочную машину флоупак FPC5. Во время выставки-ярмарки модульная упаковочная машина будет паковать вафли в шоколаде. Данная модель также приспособлена для различных пищевых и непищевых продуктов, для которых необходимы флоупаки: фигурного и плиточного шоколада, глазированных вафель, печенья, овсяных хлопьев и др.

На стенде G038/H039 в зале 10.1 у посетителей появится возможность испытать в действии установку для вторичной упаковки и изготовления экспозиционных коробок: на соседнем стенде компании LoeschPack машина для упаковки в картонную тару LRK будет паковать плитки шоколада.

На выставке Pro Sweets-2013 Theegarten-Pactec и LoeschPack первый раз продемонстрируют плоды своего сотрудничества в сфере производства упаковки для кондитерских изделий. Разработкой обеих компаний охватили все производственные процессы: от загрузки и обертки до создания картонной тары. Устройства, связанные одной цепочкой действий, и успешно внедренные технические решения для производителей кондитерских изделий еще раз доказали, насколько высокие требования к качеству своей техники предъявляют оба партнера. Более того, ориентированность на международный рынок во многом помогает компаниям дополнять друг друга либо соревноваться между собой. Сотрудничество позволяет подчеркнуть достоинства установок от обеих компаний в зависимости от нужд клиентов.

К выставке Theegarten-Pactec приурочила представление новинки для форматов, предоставленных установкой FPC5. Упаковочная машина FPC5/280

растягивает области оберточного материала до ширины 280 мм, а ширину продукции – до 120 мм. Это позволяет производителям шоколада паковать готовые изделия во флоупаки типичного 100-граммового формата и больше. За пределами Европы и Северной Америки плитки шоколада стали пользоваться спросом в развивающихся странах, где представители среднего класса все чаще покупают подобную продукцию. В связи с климатическими условиями в Индии и странах Юго-Восточной Азии использование металлической фольги и обычной бумаги становится не лучшим решением.

Благодаря модульному строению упаковочная машина FPC5 на более позднем этапе может быть усовершенствована в соответствии с более сложными требованиями. Пять основных модулей служат для загрузки продукции и оберточного материала, заваривания швов, разгрузки продукции, контроля и электрического питания. Для каждого из модулей возможны различные опции, такие как минимальный контакт, синхронизация с поддержкой вакуумных условий, максимально защищающих продукт, сращивание печатных листов, позволяющее свести к минимуму число выброшенных продуктов во время автоматической смены крутящих валов.

Другой важный экспонат – установка MCH. Как мно-

гофункциональная упаковочная машина, она относится к среднему рабочему диапазону Theegarten-Pactec. Для мягких и чувствительных изделий из желе, обрабатываемых установкой, скорость в 1000 изделий в минуту является максимальной: для рынка подобные показатели являются уникальными. Помимо возможности обертки вприкрутку, MCH позволяет осуществлять три дополнительных способа обертки: защищенную прокрутку, боковую прокрутку и прокрутку с использованием металлизированной фольги.

### Справка

Компания Theegarten-Pactec специализируется на техническом дизайне и изготовлении упаковочных машин для кондитерских изделий малого размера. Компания сочетает более 20 разновидностей упаковки с широким спектром возможностей. Помимо отдельных установок, Theegarten-Pactec предлагает готовые упаковочные линии, играя роль ключевого партнера для других компаний. Существует целое множество продуктов, которые могут быть упакованы или обернуты: карамель, леденцы, жевательные конфеты и жевательная резинка, всевозможные продукты питания и непищевые изделия. Головной офис Theegarten-Pactec находится в Дрездене, Германия. Маркус Рустлер и Эгберт Рем руководят средним семейным бизнесом уже в четвертом поколении. Подразделения компании существуют в более 50 странах мира. Доля экспорта составляет около 90%. **Р**

THEEGARTEN-PACTEC  
GmbH & Co. KG

тел.: +49 351 2573-0,

факс: +49 351 2573-329

e-mail: pactec@theegarten-pactec.de

www.theegarten-pactec.com

## Совместная акция «Стойленской Нивы» и компании The Binatone

АПК «Стойленская Нива» и международная компания по производству и продаже бытовой техники The Binatone осуществляют общий проект по продвижению выпускаемой продукции.

Основная цель мероприятия – привлечение конечных потребителей с целью увеличения объема продаж продукции, производимой компаниями. С 1 ноября 2012 года на фасадную часть упаковки всей ассортиментной линейки муки ТМ «Секрет Хозяйшки» наносится промостикер с информацией о творческом конкурсе «Веселый пекарь», организатором которого является компания The Binatone.



Для участия в конкурсе необходимо приобрести акционную продукцию ТМ «Секрет Хозяйшки», приготовить из нее домашнюю выпечку и прислать организаторам конкурса подробное описание рецептуры с фотографией готовой продукции и муки ТМ «Секрет Хозяйшки». Победители получат призы от компании The Binatone. Подробные правила акции размещены на сайте [www.thebinatone.co.uk](http://www.thebinatone.co.uk).

Пресс-служба АПК  
«Стойленская Нива»

## Количество ограничено

Lindt & Sprüngli представила на американском кондитерском рынке ограниченную серию темного шоколада Mocha Coconut, который был выбран в качестве победителя Lindt Excellence Recipe Challenge.

Целью этого конкурса стало выявление наиболее одаренных студентов Кулинарного института Америки (CIA), которым будет предоставлена стипендия на время обучения. Знаменитый шеф-повар Майкл Симон участвовал в конкурсе как судья. Новый горький шоколад с кофе и кокосовой стружкой был создан Мереди Уолтер, студенткой кондитерского отделения из кулинарной школы CIA. Энн Саджа, шоколатье компании Lindt, комментирует: «Победивший на конкурсе Lindt шоколад Mocha Coconut действительно воплощает в себе восхитительные ароматы и уникальные вкусовые сочетания, достойные премиум-серии шоколада Lindt Excellence».

[Sweetinfo.ru](http://Sweetinfo.ru)



## HAAS Group – на выставке ProSweets-2013

Множество вдохновляющих идей на самом большом выставочном стенде. На выставке ProSweets, которая состоится с 27 по 30 января 2013 года в Кельне, Германия, будут представлены все новинки компании «Хаас». Посетите нас на стенде G008, зал 10.1 и ознакомьтесь с лучшими годовыми рецептами от всех четырех брендов HAAS: FRANZ HAAS WAFFEL, FRANZ HAAS CONVENIENCE FOOD, HAAS-MEINCKE и HAAS-MONDOMIX.




HAAS – крупнейший участник выставки ProSweets-2013: компания занимает стенд площадью 300 м², разделенный на четыре тематических секции. На стенде представлено все, что может привлечь заинтересованных клиентов: как классическая продукция – оборудование для производства плоских вафель и вафельных палочек в секции FRANZ HAAS WAFFEL, так и новые идеи, например различные начинки. Широкий ассортимент противней и оборудования для печей SOW, MTA-W, CAIMAN и CAIMAN-D вы сможете увидеть, посетив секцию FRANZ HAAS CONVENIENCE FOOD: возможны различные вариации и даже индивидуальные модификации установок для нужд вашего рынка.

Ощутите широкий спектр возможностей для печенья и бисквитов с линией для производства сэндвичей и другой кусковой продукции, а также другого оборудования для резки проволокой, напыления и формовки в секции HAAS-MEINCKE.

Ознакомьтесь с новыми идеями для производства знакомых продуктов (молочных, кон-

дитерских изделий) с помощью вентиляционного и смешивающего оборудования в секции HAAS-MONDOMIX. Посетите нас на стенде G008, зал 10.1 и пообщайтесь с представителями компании в наиболее удобном для вас регионе: на выставке будут присутствовать наши сотрудники из Америки, Бразилии и Шанхая.

Ждем вас в Кельне на выставке ProSweets! 

Контактное лицо: Барбара Стефан, менеджер по маркетингу и коммуникациям  
тел.: +43 2262 600 345,  
e-mail: barbara.stephan@haas.com  
HAAS Group  
www.haas.com  
www.prosweets.de



## Полезная сладость

Конфеты с клетчаткой SteviaBalance от торговой марки Beneo не так давно были выпущены на рынок немецким производителем кондитерских изделий Bodeta.



Эти насыщенные клетчаткой конфеты (без добавленного сахара) первоначально представляли собой маркетинговый концепт Beneo, основанный на разработках научно-исследовательского центра Sweets Collection. После этого продукт был изготовлен компанией Bodeta в тесном сотрудничестве с Beneo.

В центре конфеты находится жидкость, насыщенная диетическими волокнами олигофруктозы, разработанная Beneo. А основная часть конфеты состоит из изомальта, олигофруктозы и натурального подсластителя – стевии.

Группа Beneo состоит из компаний BENE-O-Orafti, BENE-O-Palatinat и BENE-O-Remy и входит в состав Südzucker Group, одного из ведущих европейских производителей продовольственных продуктов. Компания имеет 100-летний опыт в обла-

сти производства продуктов питания и осуществляет свою деятельность в более чем 80 странах. На заводах компании в Бельгии, Германии, Чили и Италии занято около 900 сотрудников.

Компания Bodeta Süßwaren GmbH, основанная в 1892 году, является одним из крупнейших производителей кондитерской продукции в земле Саксония-Ангальт, Германия.

Upakovano.ru

## Третий сверху

Mars вошел в тройку лидеров списка крупнейших компаний США по версии Forbes.

Ежегодные продажи компании Mars, занявшей в рейтинге Forbes третью строчку, оцениваются в 33 млрд долларов. По версии журнала Forbes корпорация Mars Inc. является третьей крупнейшей частной компанией в США. По данным издания, ежегодные продажи продукции Mars оцениваются в 33 млрд долларов. Кроме того, Forbes называет Mars одной из крупнейших пищевых компаний мира, на которую работают 65 тыс. людей в 71 стране. Под номером один в рейтинге идет другой продовольственный гигант глобального масштаба – компания Cargill Inc., ежегодная выручка которой, согласно Forbes, достигает 133,9 млрд долларов.

Sweetinfo.ru



**Листы волнистые и плоские перфорированные:**

- любые размеры
- различное число желобов
- усиление каркаса

**Тостовые формы**

**Формы перфорированные «лодочки»**






**Тележки печные и транспортировочные**



**Выпечка в «лодочках»**



**Выпечка на листе**



С.-Петербург,  
наб. Обводного  
Канала, д. 108  
(812) 244-05-31, 244-05-30  
www.tehlen.ru info@tehlen.ru

# RFE | Рецепты эффективности «Хаас»



Познакомьтесь с нами на  
выставке  
**«ProSweets 2013»**  
Кельн, Германия  
27 – 30 января, 2013г.  
Зал 10.1  
Стенд G008

## Для идеального решения необходимы хорошие ингредиенты и рецептура!

С 2012 года бренды «Хаас» - «ФРАНЦ ХААС ВАФФЕЛЬ», «ФРАНЦ ХААС КОНВИНИЕНС ФУД», «ХААС-МАЙНКЕ» и «ХААС-МОНДОМИКС» представлены самостоятельными компаниями и марками, каждая из которых предлагает лучшие решения для своего производственного направления.

**Хотите узнать о нас больше?** Познакомьтесь с нами на выставке с «ProSweets 2013»  
Будем рады приветствовать Вас на нашем стенде!

[www.haas.com](http://www.haas.com)





## Перечень экспонатов компании Chocotech на выставке ProSweets

### Желе

На выставке будет продемонстрировано оборудование Jellymaster® для эффективного производства желе. Эта техника обеспечивает одно из главных качеств данного продукта – равномерную вязкость, особенно для изделий, отливаемых методом one shot, которые становятся все более и более популярными на рынке. Кроме того, будет представлена станция Jellymix™ для гравиметрического взвешивания и перемешивания ингредиентов. Это оборудование дает возможность одновременного изготовления жележных изделий с добавлением до восьми различных красителей и ароматизаторов. С помощью этой системы можно также производить азирированные и различные комбинированные изделия. Jellymix™ используется и для волюметрической дозировки (по объему).

### Экономное

#### энергопотребление

На стенде будет также продемонстрировано оборудование, позволяющее снизить энергопотребление.

В процессе производства, особенно для изготовления таких продуктов, как карамель, жевательные конфеты и помадка, требуются существенные энергозатраты для получения необходимой доли сухих веществ. Благодаря системе гравиметрического взвешивания и растворения ингредиентов ECOGRAV™ теперь можно выйти на 90% сухих веществ перед варкой. Таким образом, достигается значительная экономия энергии.

### Формовка

В спектре формовочного оборудования будет представлена система Chocoform® PSL для изготовления шоколадных изделий в виде линз, яиц и шариков. Новая конструкция установки позволяет быстро менять вальцы, следовательно, и форму продукции. Например, переход с выпуска изделия в виде линз на изготовление драже в форме яйца занимает всего 30 минут. **В**

*Ждем вас на выставке*

*ProSweets-2013*

*с 27 по 30 января в зале 10.1*

*на стендах B020, C029.*



## Муку в биг-бэгах начали производить в Петербурге

ОАО «Петербургский мельничный комбинат» начал производство пшеничной муки в биг-бэгах (от англ. big – большой, bag – мешок). Новый формат фасовки выгоден как производителю, так и потребителю, когда речь идет об объемах поставок от нескольких тонн, поскольку позволяет сэкономить и на транспортировке, и на растарке муки.

В настоящее время в России практикуется два варианта поставки муки производственными потребителями – в мешках по 25-50 кг, и бестарно – автомуковозами. По сравнению с мукой в биг-бэгах использование, например, муки в мешкотаре менее технологично. Требуется кропотливое открытие и растаривание каждого мешка вручную, что связано с потерями и возможными проблемами с качеством сырья из-за риска посторонних включений. Использование муки с доставкой автомуковозом также менее выгодно, так как требует более дорогого специального транспорта, а кроме того, затрат на строительство и обслуживание емкостей для хранения и еще оборудования механизации процесса разгрузки.



Все эти проблемы решает использование муки в биг-бэгах, доставка которых не требует специального транспорта, а растаривание более быстрое, без специфического оборудования и ручного труда. Использование биг-бэгов не предусматривает наличия емкостей для хранения, так как хранить муку можно в самих биг-бэгах.

Фасовочная линия, установленная на ОАО «Петербургский мельничный комбинат», позволяет автоматически фасовать муку в биг-бэги весом от 0,5 до 1 тонны. В процессе фасовки осуществляется утряска муки, это позволяет формировать биг-бэг идеально ровной формы без риска перекоса в процессе дальнейшей транспортировки и хранения. Каждый биг-бэг устанавливается на евро-поддон, что технологично при погрузочно-разгрузочных работах. Маркировка продукции осуществляется паклистом, вкладываемым в специальный влагозащитный прозрачный карман, вшитый в сам биг-бэг.

ОАО «Петербургский мельничный комбинат» уже готово к поставкам муки в биг-бэгах ряду своих по-

купателей, производство которых расположено на Северо-Западе России. Их выбор определяется, прежде всего, технологичностью использования биг-бэгов. Также привлекательно то, что поставки в данной таре возможны как муки, выпускаемой в соответствии с национальными и международными стандартами, так и муки со специальными показателями качества по требованиям покупателей.

*Пресс-служба*

*ХК «Аладушкин групп»*

## Самодельный Новый год

К Новому году любознательный медвежонок Барни приготовил сюрприз для всех родителей и их детей – набор из двух порций лакомства «Медвежонок Барни» в праздничной упаковке, из которой можно смастерить поздравительную открытку.



«В этот раз Барни предлагает ребятам сделать новогоднюю открытку своими руками, – рассказывает младший бренд-менеджер «Крафт Фудс Рус» Валерия Дурова. – Новогодний набор представляет собой красочно оформленную упаковку из двух 150-граммовых пачек бисквитов «Барни». А сама упаковка является заготовкой для праздничной открытки, которую можно сделать самостоятельно, украсив самыми разными элементами на свой вкус: елкой, шариками, снеговиком и, разумеется, портретом Барни. Детишкам нравится мастерить такие поделки, а родителям будет приятно получить самим или подарить родным открытку, созданную ребенком». Источником вдохновения для создания дизайна упаковки послужило творчество детей сотрудников компании «Крафт Фудс Рус» (входит в группу Mondelez International), а именно рисунки, которые ребята прислают на ежегодный предновогодний конкурс. «Мы отметили одну особенность: довольно часто рядом с наряженной елкой и Дедом Морозом дети рисуют медвежонка Барни, – поясняет Валерия. – Это и натолкнуло нас на мысль о том, что детям будет интересно сделать поздравительную открытку с этим персонажем».

Новогодние наборы «Медвежонок Барни» появились в продаже за месяц до Нового года – в начале декабря, чтобы дети успели написать теплые поздравления своим родным и близким. «Барни» – это бисквит в виде медвежонка с начинкой. Продукт разработан для питания детей дошкольного и школьного возраста с 3-х лет.

*Upakovano.ru*

## Информация продает

Warburtons обновила упаковку хлеба для детей Milk Roll. На новой упаковке содержится информация об основных полезных свойствах продукта, что призвано увеличить ее привлекательность для современных родителей.



Продукцию в обновленной упаковке можно было приобрести в Великобритании уже с декабря 2012 года. На новой упаковке содержится информация об основных полезных свойствах продукта. Это мягкий белый хлеб, богатый кальцием, идеально подходящий для ланча. Сообщения на пакете призваны показать, что продукт способен удовлетворить растущий спрос на полезные для здоровья и удобные решения, а также информация должна подчеркнуть привлекательность такого хлеба для детей. Упаковка оформляется новыми изображениями коровы, облаков и деревьев.

Хлеб Milk Roll – это мягкие округлые кусочки с тонкой корочкой. **Директор отдела инноваций в Warburtons Даррен Литтлер (Darren Littler)** рассказал: «Потребители все чаще ищут полезные продукты, и это особенно актуально для родителей, которым важно знать, что их дети будут есть пищу, приносящую только пользу. Новая упаковка Milk Roll помогает покупателям видеть полезные свойства хлеба уже на прилавке и принимать обоснованное решение. С помощью редизайна упаковки мы хотели увеличить привлекательность продукта для существующей аудитории, а также призвать новых потребителей попробовать Milk Roll».

Upakovano.ru

## Tanis запускает глазировочную линию на ProSweets-2013

На выставке ProSweets голландская компания Tanis Food Tec, производитель перерабатывающего оборудования, презентует новый способ глазировки. Установка RotoCoater представляет собой одностороннюю глазировочную линию: она стала последней на данный момент новинкой в ассортименте качественного оборудования этой марки.



Теперь возможно полное покрытие глазурью, ее нанесение полосоками и на верхушки кондитерских изделий, например, печенья, кексов, печенья с начинкой и т. д.

Главное преимущество установки заключается в том, что продукты не нужно переворачивать: в процессе покрытия глазурью они остаются в одной и той же позиции на подвижной ленте. Соответственно, они сохраняются в идеальной кондиции для последующей обработки. В то же время на аналогичном оборудовании от других производителей кондитерские изделия во время нанесения глазури переворачиваются, потом их необходимо снова перевернуть, отчего ряды становятся неровными и хаотичными. Еще одно преимущество RotoCoater состоит в том, что уровень глазури остается постоянным, снижая затраты на ингредиенты. Третье достоинство – быстрая смена вариантов глазировки, сокращающая время приготовления продукции.

RotoCoater хорошо работает с чувствительными к температуре вязкими и полувязкими вариантами глазури: различными смесями, шоколадом, сахарной глазурью, карамелью, твердой глазурью, желе. Установка позволяет оставлять дно и бока каждого из-

делия абсолютно свободными от глазури.

В комплекте предлагается целый спектр оборудования, в том числе листовая формовочная установка, конвейерная установка, устройства для мытья различных компонентов машины, амортизации свежей продукции и сбора остатков. Температура глазури подвергается тщательному контролю: это очень важно для достижения постоянного результата, соответствующего фабричным стандартам.

Что касается технических характеристик, то толщина слоя может варьироваться от 1 до 5 мм. Это позволяет следить за точным весом покрытия. Ширина листа глазури может быть от 300 до 1600 мм, скорость работы – от 0,5 до 20 метров в мину-



ту. В отличие от стандартных глазировочных машин нет необходимости в использовании сетчатого контейнера.

Существующий тренд на разнообразие продуктового ассортимента порождает необходимость в многофункциональных линиях, позволяющих экономить расходы. Именно с этой мыслью TFT разработала RotoCoater. Другие критерии к техническому дизайну, используемые Tanis, – необходимость в безопасности пищевой продукции, внимание к простоте и устойчивости обработки.

Так как компания является участником EHEDG (Европейской группы по гигиенической инженерии и дизайну), оборудование Tanis соответствует строгим гигиеническим требованиям. Среди сервисов, доступных для всех клиентов: разработка, дизайн, производство, установка и дальнейшее обслуживание оборудования, помощь клиенту с рецептами и разработка процесса производства для конкретных видов конечной продукции. Для пробных и демонстрационных показов доступна тестовая лаборатория. **P**



Tanis Food Tec b.v.  
www.tanisfoodtec.com  
info@tanisfoodtec.com

# Pavai



Оборудование для пекарен



+33 475 575 500  
pavai@pavai.com  
www.pavai.com





**МНЕНИЕ УЧАСТНИКА  
СЕМИНАРА**



**Фаяз Самигуллин, «Татпотребсоюз»:**

– На приглашение принять участие в этом семинаре мы, руководители «Татпотребсоюза», откликнулись с удовольствием. Кооперация в Республике Татарстан – это не только торговля, но и собственное производство, общепит. Доля собственного производства в «Татпотребсоюзе» составляет 25%. В последние годы мы решили делать упор на хлебопечение для обеспечения населения республики кондитерскими и хлебобулочными изделиями. Хлебопечение в структуре нашего производства занимает около 60%. Именно поэтому данное направление было взято руководством в качестве основного по реконструкции существующих хлебных предприятий (всего их у нас в республике 44). Раньше на предприятиях стояли печи ФТЛ, которые работали на протяжении 10-15 лет. В последние годы мы стали производить по 1,5-2, а иногда 3 тонны, и крутить такие энергозатратные печи стало неэкономично. Поэтому мы перешли на ротационные печи, ведем реконструкцию производства, учитывая энергосберегающие технологии. На отечественных печах и оборудовании мы уже поработали около 10-15 лет, сейчас их необходимо менять.

Поскольку мы стремимся к лучшему, было принято решение посмотреть и изучить турецкое оборудование FIMAK. В нашей делегации восемь руководителей предприятий – по итогам поездки мы пришли к общему мнению, что нас полностью удовлетворяет качество. Что особенно приятно – имеется вся линейка оборудования, начиная с просеивателей муки и заканчивая печами. Наши интересы и запросы совпали с предложением от компании «Нижегородский хлеб», поэтому мы с удовольствием откликнулись, приехали, воочию увидели процесс производства данного оборудования. Как известно, «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Я считаю, что поездка была организована на высоком уровне, семинар получился плодотворным и полезным, мы благодарны организаторам. В данный момент четыре района уже составили запросы по данному оборудованию, после возвращения я внесу предложения о финансировании этого проекта на уровне министерства. Сейчас в Казани мы открываем агропарк, где предусмотрена пекарня. Скорее всего, она будет оснащена оборудованием FIMAK.

Мероприятие:

**Семинар, посвященный знакомству  
с хлебопекарным оборудованием  
одного из ведущих турецких  
производителей FIMAK**

Место проведения:

Анталия, Турция

Дата проведения:

17-23 ноября 2012 года

Организаторы:

Производственно-коммерческая фирма  
«Нижегородский хлеб», Россия

Один из ведущих производителей  
хлебопекарного оборудования  
FIMAK, Турция

Участники:

Руководители хлебопекарных  
и кондитерских производств,  
представители потребителей

Цель:

Продвижение качественного  
турецкого оборудования  
на российский рынок, знакомство  
с производством, обмен опытом







Автор:



Ксения Каланова

## Турецкое оборудование для российских хлебозаводов

В ноябре 2012 года в Анталии состоялся семинар, организованный российской компанией «Нижегородский хлеб» и турецким производителем хлебопекарного оборудования FIMAK. Мероприятие собрало в солнечной Турции более 40 российских производителей, представителей потребсоюзов из разных уголков России. Участники приехали из Чувашии, Татарстана, Республики Марий Эл, из Оренбурга, Красноярска, Нижнего Новгорода и других городов.



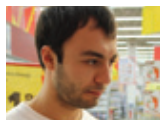
Открывали семинар руководители компаний-организаторов – генеральный директор «Нижегородского хлеба» Сергей Вдовин и президент компании FIMAK Видат Езпинар. В рамках мероприятия участники познакомились с ассортиментом продукции компании «Нижегородский хлеб». Валерий Колесников, возглавляющий департамент хлебопекарного и кондитерского оборудования, представил новинки. Ольга Щербакова, которая осуществляет руководство департаментом пищевых ингредиентов, рассказала об инновационных технологиях и ингредиентах в сфере хлебопекарного и кондитерского производства. Турецкая сторона в лице директора по экспорту Ахмета Караджама презентовала компанию FIMAK и полную линейку их продукции.

Следующим этапом знакомства с турецким производителем стала поездка на предприятие FIMAK, которое расположено в городе Конья. Представители российской стороны своими глазами смогли увидеть мощности компании, процесс производства, все компоненты и комплектующие, которые используются при сборке оборудования. Не каждый производитель согласится пустить людей на производ-





В ноябре 2012 года исполнился ровно год с того момента, как был подписан контракт между «Нижегородским хлебом» и FIMAK.



МНЕНИЕ УЧАСТНИКА  
СЕМИНАРА



### Карабек Тлябичев, заместитель генерального директора по экономике ООО «Черкесский хлеб»:

– Я представляю предприятие ООО «Черкесский хлеб», город Черкесск, Карачаево-Черкесская Республика. Это типовой 40-тонный старый хлебозавод, и на сегодняшний день ситуация следующая: наш рынок изменился, предприятие долго не работало, но в последние 10 лет его модернизируют, приспособив к современным условиям и современной экономике. Ранее мы приобрели оборудование компании FIMAK: печи, тестомес, делители, округлители – практически всю линейку. В этой поездке мы хотели утвердиться в правильности решения о покупке и прояснить некоторые технические вопросы. Мы приобрели оборудование двух турецких компаний – FIMAK и Kutzka. Предприятие развивается, получает инвестиции, поддержку правительства республики, которое выделило денег на развитие, кроме того, наши собственные

вложения направлены на модернизацию производства. Сейчас, после того как мы увидели все своими глазами, лично я, как один из руководителей предприятия, принял решение, что в дальнейшем буду шагать вместе с компанией FIMAK и с «Нижегородским хлебом», которые организовали эту поездку для нас. Сегодня на российском рынке хлебопекарного оборудования представлены производители из всех стран: итальянцы, немцы, скандинавы. Но европейская техника дорогая, и не каждое хлебопекарное предприятие сегодня готово к таким затратам. В свою очередь, установки компании FIMAK удовлетворяют всем нашим ожиданиям, а также проста в обслуживании, что облегчит работу нашим инженерам и слесарям. Поэтому мы остановились на турецком оборудовании, которое еще до приезда сюда испробовали в действии.





ственные площадки и раскрыть все свои карты. Только тот, кто на 100% уверен в качестве проделанной работы. Представители руководства FIMAK сопровождали гостей в течение всего экскурсионного дня и отвечали на вопросы отечественных специалистов. Для посетителей также была приготовлена демонстрационная зона, включающая в себя зал с представленной линейкой оборудования, пекарню, где была возможность поучаствовать в процессе приготовления выпечки, и кафе, где можно было попробовать все то, что получилось в результате. Еще один день семинара был посвящен поездке на турецкие предпри-

ятия, где уже установлено и успешно работает оборудование компании FIMAK. Представители российской делегации увидели технику в действии на одном из хлебозаводов города Анталии и в пекарне, расположенной в супермаркете Real.

Для участников было также предусмотрено время для отдыха, что сделало поездку более приятной и продуктивной. Ведь свободного времени хватило для раздумий, чтобы принять положительные решения в пользу приобретения оборудования FIMAK: в рамках мероприятия было заключено несколько сделок. О целях и результатах семинара расскажет **представитель компании «Нижегородский хлеб», руководитель дилерского отдела Глеб Пашалы.**

**Глеб, расскажите, какие цели стояли перед Вами как перед организаторами мероприятия и довольны ли Вы результатами?**

— Эта поездка, безусловно, рекламный тур, конечной целью которого являлась продажа оборудования наших партнеров – компании FIMAK. Поскольку мы являемся генеральными дистрибьюторами данного бренда, мы приняли реше-

ние продвигать его не просто сидя в офисе, а наглядно показать, как и из чего делают оборудование наши партнеры, в качестве работы которых мы полностью уверены. Если говорить о целях, то попутно мы достигли еще немаловажных результатов. Мы собрали вместе представителей отрасли из разных уголков страны, чтобы они смогли пообщаться, обменяться знаниями, перенять опыт турецких коллег. На самом деле, проблема у всех одна – производственная техника. Так что наш семинар оказался как нельзя кстати. Лично для меня мероприятие помогло прояснить некоторые технические моменты, например, важный вопрос сегодня – энергосбережение.

Нам удалось собрать отличную группу участников, и сотрудники нашей компании сделали все возможное, чтобы мероприятие прошло на высшем уровне. Наши партнеры остались довольны и отзывчиво реагировали на все наши пожелания.

**Каковы преимущества и особенности оборудования компании FIMAK?**

— Компания «Нижегородский хлеб» представляет оборудование в трех сегментах рынка: премиум-класс, средний



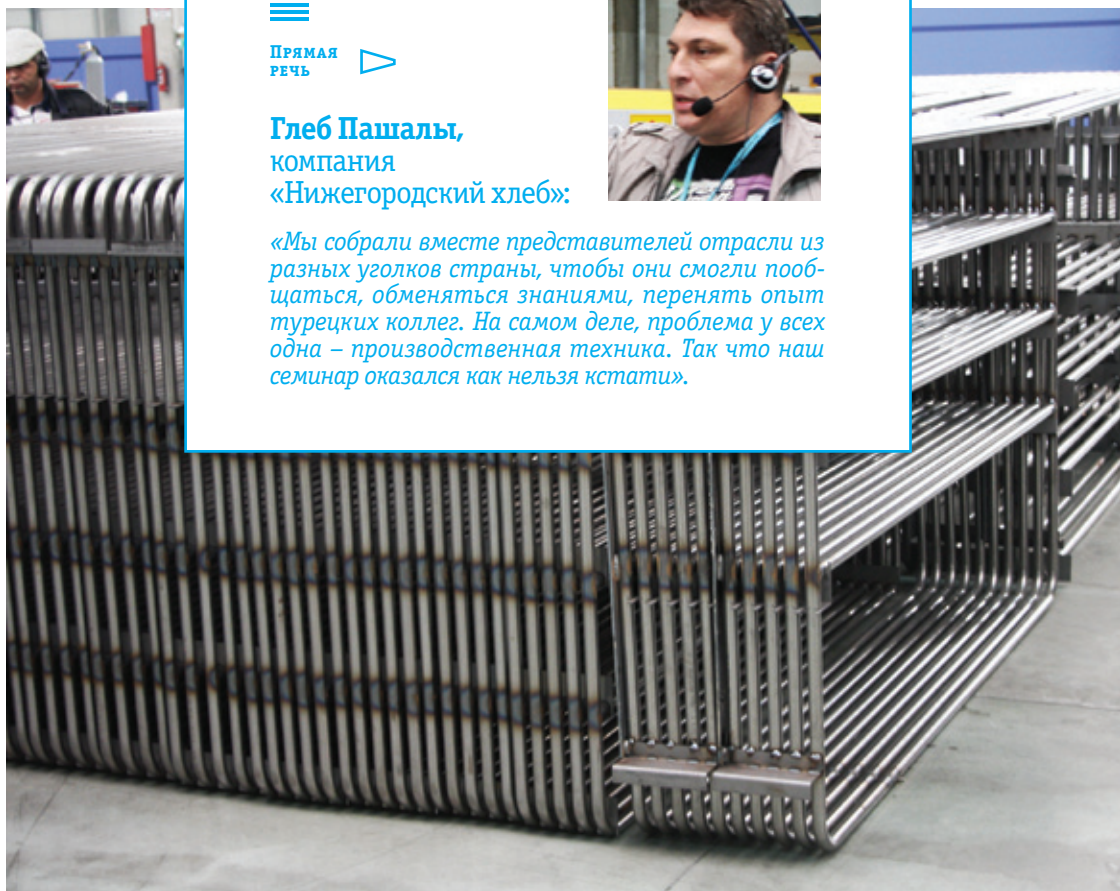
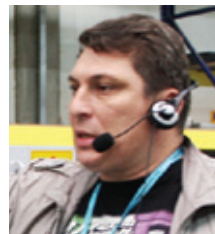
Представители российской стороны своими глазами смогли увидеть мощности компании, процесс производства, все компоненты и комплектующие, которые используются при сборке оборудования. Не каждый производитель согласится пустить людей на производственные площадки и раскрыть все свои карты. Только тот, кто на 100% уверен в качестве проделанной работы.



Прямая  
речь

**Глеб Пашалы,**  
компания  
«Нижегородский хлеб»:

«Мы собрали вместе представителей отрасли из разных уголков страны, чтобы они смогли пообщаться, обменяться знаниями, перенять опыт турецких коллег. На самом деле, проблема у всех одна – производственная техника. Так что наш семинар оказался как нельзя кстати».



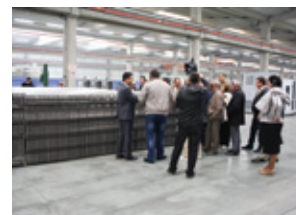


класс и эконом-класс. Оборудование компании FIMAK относится к среднему классу, и в своем сегменте это лидер не только среди турецких производителей, но и среди представителей по всему миру. Европейские коллеги в большинстве своем представляют свою продукцию в премиум-сегменте. Многие хлебопекарные предприятия в России не могут себе позволить закупать подобную технику. У нас была брешь как раз в сегменте оборудования среднего класса – мы долго пытались найти добросовестных поставщиков, которые не подведут нас ни по вопросам качества, ни по вопросу цены, срокам поставок и т. д. В ноябре 2012 года исполнился ровно год с того момента, как был

подписан контракт между «Нижегородским хлебом» и FIMAK.

#### Расскажите, что в планах дальнейшего сотрудничества?

– Сейчас мы готовимся к грядущей выставке «Современное хлебопечение» и к множеству региональных экспозиций, которые не менее важны для нас. Что касается новых предложений – мы не можем раскрывать секретов. Могу лишь сказать, что совместно с компанией FIMAK мы готовим инновационные решения, которые скоро сможем представить на рынке. В осуществлении этих проектов нам помогают наши партнеры, на производственных площадках которых мы тестируем новинки. КС



Оборудование компании FIMAK относится к среднему классу, и в своем сегменте это лидер не только среди турецких производителей.



МНЕНИЕ УЧАСТНИКА  
СЕМИНАРА



#### Михаил Никулин, «Тарногское райпо»:

– Я представляю предприятие, расположенное в одном из восточных районов Вологодской области. Численность работников райпо на сегодня составляет 260 человек, у нас есть 50 предприятий и объектов розничной торговли, пять точек общественного питания, пять предприятий и хлебозавод. Последние годы мы уделяем особое внимание хлебопекарному производству. За два года полностью реконструировано здание, предприятия, подведен природный газ, заменены хлебопекарные печи – сейчас у нас установлены саратовские, они полностью отвечают нашим требованиям. Здесь нас интересовала линия для замеса теста и делительных установок. Прояснив для себя все вопросы, мы подписали договор о закупке оборудования в рамках семинара. При выборе мы руководствовались несколькими критериями. Во-первых, влияние на качество продукции, которое мы сможем улучшить, работая на таком оборудовании. Во-вторых, автоматизм работы, ведь не секрет, что сейчас производство основано на ручном труде. Приобретенная нами линия раскатки и деления автоматизирует этот процесс и облегчит нагрузку на людей. В-третьих, мы добьемся выработки новых видов продукции, в том числе планируем выпускать турецкие батончики. Наши предприятия находятся в отдаленном районе – в 400 км к северу от Вологды. Мы искали качественное оборудование, которое не пришлось бы менять через пять лет. Наши ожидания были оправданы: мы полностью довольны увиденным, думаю, что с таким оснащением мы сможем быть конкурентоспособными и поддерживать необходимый объем производства.



МНЕНИЕ УЧАСТНИКА  
СЕМИНАРА



#### Эйхтибар Гусенов, «Красноярский хлебозавод Саяны»:

– Я представляю предприятие «Красноярский хлебозавод Саяны». Мы работаем с большим ассортиментом продукции на хлебопекарном рынке не один год. Цель моего визита в Анталию на семинар, организованный компанией «Нижегородский хлеб» и фирмой FIMAK, была связана с тем, чтобы увидеть, насколько конструктивно оборудование может быть использовано в наших условиях, применительно к линейке продукции нашего предприятия. Окончательное мнение будет составлено позже, после определенных расчетов и выводов. Поездка оказалась продуктивной: мы столько всего увидели и узнали – я благодарен всем организаторам данного мероприятия.





## ТОНЧАЙШИЙ ИНЖИНИРИНГ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТОВ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ ВКУС.

У интеллектуальных решений есть один простой рецепт: творчество, коллективная работа и высокий профессионализм. Именно поэтому наша цель – своевременное интегрирование в ваш запланированный проект, для обеспечения всеобъемлющей поддержки посредством нашего ноу-хау. И это, в любом конце земного шара. С превосходным инженерным искусством и комплектными производственными установками Made in Germany, от Хебенштрайт для результатов, которые имеют вкус!

Представитель в России:  
ANTON OHLERT  
1-й Щипковский пер., 20;  
115093, г.Москва  
Тел.: +7 495 9612061  
Факс: +7 495 9612071  
E-Mail: riabinin@ohlert.ru  
www.ohlert.com



**HEBENSTREIT**

ENGINEERED WAFERS



Информация предоставлена Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Общественный контроль»

190103, г. С.-Петербург, пер. Лодыгина, д. 1, лит. А  
тел./факс: 324-25-88  
e-mail: okk@petkach.spb.ru

# Не все то правда, что написано на упаковке

**Ч**исло больных сахарным диабетом в России постоянно растет. Им необходимы не только лекарства, но и особое питание. Насколько широк выбор продуктов для диабетиков и каково их качество? В поисках ответа на этот вопрос специалисты Санкт-Петербургской общественной организации потребителей «Общественный контроль» отправились в магазины города.

## Какой сахарозаменитель выбрать?

Несмотря на то что полки магазинов заполнены кондитерскими изделиями с различными сахарозаменителями, отнести эти продукты к «диабетическим» можно только условно, ведь клинические исследования их показателей гликемии и липидного обмена не проводятся. А наличие в составе изделия фруктозы или сорбита еще не гарантирует того, что оно имеет низкий гликемический индекс, то есть не будет резко повышать содержание глюкозы в крови. Тем более что подсластители различаются по своим характеристикам.

Как выяснили специалисты «Общественного контроля», в магазинах



Шоколаду «Петродьет» черный на сорбите «Люкс» (ООО «ТД «Петродьет», СПб) принадлежит «рекорд» по калорийности: на упаковке написано «продукт пониженной калорийности» – он содержал 527 ккал на 100 г!

в основном представлены продукты, изготовленные с использованием заменителей сахара – сорбита, фруктозы, изомальта и стевии.

Для экспертизы были приобретены девять образцов продукции, в составе которых содержались именно эти подсластители. Разберемся, какими свойствами обладает каждый из них.

## Сорбит

Этот пищевой подсластитель относится к группе сладких многоатомных спиртов. Зарегистрирован в качестве пищевой добавки как Е420. Сладость сорбита составляет 0,6 от сладости сахарозы. Сорбит практически полностью усваивается организмом. Он позволяет обеспечить 2,6 ккал (11 КДж) на 1 г. Сорбит обладает желчегонным эффектом, а в количествах более 15-25 г может оказать послабляющее действие. Этот спирт содержится в различных плодах и ягодах, особенно много сорбита в плодах рябины.

## Фруктоза

Самый сладкий из природных сахаров, имеет одинаковую с сахаром калорийность (380 ккал/100 г), но при

этом в 1,2-1,8 раза слаще, чем сахар. Это сахар, который содержится во фруктах и меде. Но фруктовый сахар медленно усваивается клетками и не вызывает такого всплеска инсулина, как свекловичный. При этом фруктоза так же калорийна, как сахар, поэтому не годится для тех, кто хочет похудеть. Ее можно употреблять большим сахарным диабетом не более 30 г в сутки.

## Изомальт

Специально созданный низкокалорийный углевод нового поколения, который по своим вкусовым качествам близок к сахарозе. Он плохо всасывается стенками кишечника и обладает низким гликемическим индексом, поэтому используется при приготовлении диабетических продуктов. Имеет низкую калорийность: 1 г изомальта содержит 2,4 ккал (10 КДж), поэтому рекомендуется при избыточном весе.

## Стевия (стевииозид)

Натуральный низкокалорийный заменитель сахара, представляющий собой экстракт листьев южноамерикан-

## Справка

При реализации проекта «Общественный контроль качества» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 8 мая 2010 года №300-рп.

Одновременно:

МОЛОЧНАЯ И МЯСНАЯ  
ИНДУСТРИЯ

# ingredients

RUSSIA

12 – 15 марта 2013 года

ВВЦ, Павильон 75  
Москва, Россия

В рамках деловой программы:

- Международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века»
- Конкурс «Ингредиент года»
- Школа технолога пищевых производств
- Мастер-классы в зоне презентаций



ского растения стевии – «медовой травы». По сладости превосходит сахар в 300 раз. Выявлена способность стевии стимулировать секрецию инсулина. А у здоровых людей этот подсластитель регулирует содержание сахара в крови. Диabetологи рекомендуют его как самый безопасный заменитель сахара.

### Считаем калории

Для людей, страдающих сахарным диабетом, значение имеет не только вид заменителя сахара, но и другие компоненты.

По словам **доцента кафедры эндокринологии СЗГМУ им. И. И. Мечникова Елены Волковой**, гликемический эффект продукта зависит не только от содержания в нем углеводов, но и от количества и качественного состава белков, жиров, пищевых волокон (ПВ), наличия в них антинутриентов (сапонинов, лектинов, танинов и др.), а также от способов кулинарной обработки: «Большое внимание надо обращать и на калорийность продукта, особенно пациентам с диабетом второго типа и с повышенной массой тела. А для больных диабетом первого типа нужно знать и количество хлебных единиц (ХЕ), содержащихся в «диабетическом» продукте», – отмечает специалист.

Среди всех образцов, представленных на экспертизу, «рекорд» по калорийности побил «Шоколад Петродиет» черный на сорбите «Люкс» (ООО «ТД «Петродиет», СПб), на упаковке которого было написано «продукт пониженной калорийности» – он содержал 527 ккал на 100 г. Может ли такой шоколад обладать диетическими свойствами – остается загадкой.

Кроме того, образец не мог называться «шоколадом», поскольку в составе продукта (судя по информации на упаковке) не оказалось главного ингредиента шоколада – какао-масла.

По словам **Всеволода Вишневецкого, председателя СПб ООП «Общественный контроль»**, таким образом изготовитель нарушил сразу три нормативных документа: ст. 10 ФЗ №2300-1 «О защите прав потребителей», ст. 5 ФЗ №29 от 02.01.2000 г. «О качестве и безопасности пищевых продуктов», ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителей. Общие требования». Все эти документы обязывают изготови-



ИП Клишкин незаконно объявил на упаковке, что его зефир – так же «в шоколаде», тогда как в составе был указан лишь «заменитель какао-масла».



Производители печенья на сорбите «Анела» не разместили предупреждающую надпись о том, что употреблять продукт с этим сахарозаменителем можно не более 30 г в сутки.

телей и продавцов доводить до потребителей полную и достоверную информацию о товарах и услугах.

### Фальшивая глазурь

В четырех из девяти образцов кондитерских изделий с сахарозаменителями, проверенных в лаборатории ФБУ «Тест-С.-Петербург», требования к информации на упаковке согласно ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» были нарушены.

Как рассказала **специалист лаборатории Ирина Швейкина**, на фасованной продукции должны стоять две даты – производства и упаковывания, иначе покупатель не поймет, сколько времени изделия хранились на складе, прежде чем их расфасовали по коробкам. Однако на упаковке «Зефира в шоколадной глазури» ООО «Туриба» (СПб) дата упаковывания отсутствовала. Также глазурь образца зефира не имела права называться «шоколадной», так как в составе продукта был указан заменитель масла какао.

«Общественный контроль» направил изготовителю претензию с предложением устранить выявленные

замечания. ООО «Туриба» в ответ пообещало привести упаковку в соответствие с действующим законодательством. Также предприятие сообщило, что прекращает выпуск этого зефира «в связи с высокой ценой на шоколадную глазурь», а к производству готовит продукт уже с другим названием – «зефир глазированный».

Производители печенья на сорбите с ароматом топленого молока «Анела» (ООО «ПФ «Авангард», СПб) забыли поставить на упаковке предупреждающую надпись о том, что употреблять продукт с этим сахарозаменителем можно не более 30 г в сутки. Хотя по закону они должны были это отметить.

По словам **специалиста ФБУ «Тест-С.-Петербург» Юлии Грамотиной**, некорректное значение калорийности было напечатано на «Зефире с ароматом ванили, глазированным шоколадной глазурью на стевии (без сахара), пониженной калорийности» (ИП Клишкин, СПб) по заказу ООО «Корпорация Ди энд Ди» (СПб). Изготовитель вместо 348 ккал указал всего 302 ккал. Как и другие коллеги по кондитерскому цеху, ИП Клишкин незаконно объявил на упаковке, что его зефир так же «в шоколаде», тогда как в составе был указан лишь «заменитель какао-масла».

Как рассказал Всеволод Вишневецкий, материалы проверки соответствия кондитерских изделий на сахарозаменителях обязательным требованиям нормативных актов направлены в Управление Роспотребнадзора по Санкт-Петербургу.

Подводя итоги экспертизы, **доцент кафедры эндокринологии СЗГМУ им. И. И. Мечникова Елена Волкова** пояснила, что отношение диетологов к так называемым диабетическим продуктам очень осторожное. «В своей клинической практике мы нередко видим ухудшение течения сахарного диабета у пациентов, увлекающихся такими продуктами. Все-таки следует избегать их добавления в рацион. Отдельные дисциплинированные пациенты, прошедшие обучение в «школах диабета», владеющие самоконтролем гликемии и умеющие управлять своим сахарным диабетом самостоятельно после анализа маркировки, состава, калорийности данных продуктов, могут включить их в диету, но под контролем сахара в крови после их приема, то есть методом проб и ошибок», – резюмировала госпожа Волкова. **КС**

Автор: **Татьяна Дорожкина,**  
к.т.н., DuPont Nutrition&Health

# Новое поколение антиоксидантов – чистая этикетка

Процессы окисления всегда протекают в пищевых продуктах, за исключением температур, близких к абсолютному нулю. Эти процессы протекают по свободнорадикальному механизму: свободные радикалы вступают в реакцию с тканями организма и разрушают здоровые клетки.

Процесс окисления, однажды начавшись, будет идти до тех пор, пока все жиры не будут полностью окислены и продукт станет непригодным для использования.

Учитывая данный факт, перед производителями пищевых продуктов стоит важная задача максимальной защиты изделия от окисления, так как оно влияет на безопасность продукта, а сохранение качества в течение длительного срока является важным конкурентным преимуществом. Это особенно важно для производителей мучных кондитерских изделий, которые могут содержать достаточно большое количество жиров. Важно, чтобы в конце срока годности кексы или печенье сохраняли свои первоначальные вкус и аромат и не приобрели неприятный прогорклый привкус.

При окислении продукта может происходить:

- изменение консистенции, цвета и вкуса;
- снижение питательной ценности и качества;
- возникновение риска для здоровья.

## Что такое окисление липидов?

Окисление – это необратимый процесс, который приводит к прогорканию жира, ухудшает качество и пищевую ценность готовых продуктов питания.



Образование свободных радикалов предотвратить невозможно, но на их дальнейший рост и развитие можно повлиять путем введения в рецептуру антиоксидантов-антиоксидантов. Применение антиоксидантов в производстве кондитерской продукции позволяет значительно увеличить сроки ее хранения и поддержать высокое качество даже в конце срока годности. Это объясняет постоянный рост интереса производителей к применению антиоксидантов при создании таких продуктов питания.

Природные антиоксиданты входят в состав многих растительных масел и могут задерживать дальнейшее развитие свободных радикальных реакций, останавливая их каскадное протекание. Однако в процессе производства масел и жиров они теряют значительную часть природных антиоксидантов и оказываются незащищенными для окислительных процессов.

К природным антиоксидантам относятся токоферолы, эфиры галловой кислоты, некоторые флавоноиды, фенольные дитерпены и ряд других.

В качестве антиоксидантов наибольшее распространение в мире получили синтетические антиоксиданты – бутилгидроксианизол (БНА), бутилгидрокситолуол (БНТ), соли галловой кислоты и третбутилгидрохинон (ТВНҚ), имеющие сходный механизм действия. Эти

## Виды антиоксидантов

Антиоксиданты подразделяются на три основных вида:

Виды антиоксидантов	Антиоксиданты	Законодательный статус
Традиционные антиоксиданты	БНА, БНТ, ТВНҚ, пропилгаллат	Ограничение дозировки применения, Обычно макс. 100-200 ppm
Антиоксиданты на основе витаминов	Аскорбилпальмитат, Токоферолы	Разрешен для большинства продуктов питания
Растительные экстракты	Экстракты розмарина, зеленого чая	Натуральный ароматизатор



## ЗАКВАСКИ И ХЛЕБОПЕКАРНЫЕ УЛУЧШИТЕЛИ

Используются при производстве хлеба и хлебобулочных изделий в качестве компонентов улучшающих вкус, структуру и внешний вид готовых изделий:

- ▶ стартовые культуры, сухие, жидкие и пастообразные закваски «Ernst Böcker GmbH & Co. KG» (Германия)
- ▶ Комплекс Глютен, Комплекс Солодовый (Россия)

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

Санкт-Петербург  
+7 (812) 600 22 45  
spb@emulgator.ru

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

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



GUARDIAN™ TOCO 70

Содержит 70% смеси токоферолов, включая: альфа-, бета-, гамма- и дельта-токоферолы. Источник – специально отобранное растительное масло.

Токоферол	R <sub>1</sub>	R <sub>2</sub>	R <sub>3</sub>
α (5,7,8-триметил)	CH <sub>3</sub>	CH <sub>3</sub>	CH <sub>3</sub>
β (5,8-диметил)	CH <sub>3</sub>	H	CH <sub>3</sub>
γ (7,8-диметил)	H	CH <sub>3</sub>	CH <sub>3</sub>
δ (8-монометил)	H	H	CH <sub>3</sub>



GUARDIAN™ Rosemary Extract – промышленный выпуск

- Натуральный экстракт с антиокислительными свойствами
- Стандартная антиокислительная активность
- Разработанная система носителей

Название продукта	Форма и растворимость	Состав
GUARDIAN™ Rosemary Extract 08 (201)	Жидкий, жирорастворимый	Rosemary extract (4% фенольных детерпенов) + носитель
GUARDIAN™ Rosemary Extract 09 (202)	Жидкий, водорастворимый	Rosemary extract (4% фенольных детерпенов) + носитель
GUARDIAN™ Rosemary Extract 11	Порошок	Rosemary extract (4% фенольных детерпенов) + носитель

вещества хорошо растворимы в жирах, нерастворимы в воде и эффективно подавляют процессы окисления жировых компонентов.

Применение антиокислителей, как и многих других добавок, регулируется органами здравоохранения и ФАО/ВОЗ, в соответствии с которыми утверждается допустимая суточная норма (ДСН) для различных антиокислителей. Для синтетических антиокислителей норма введения обычно ограничена 200 ppm (аббревиатура обозначает миллионную долю каких-либо относительных величин (1•10<sup>-6</sup> от базового показателя), аналогична по смыслу проценту или промилле).

Для антиоксидантов на витаминной основе норма введения устанавливается только технологической инструкцией и не имеет ограничений по ДСН. Благодаря этому важному преимуществу данные антиоксиданты получают все более широкое распространение в производстве жировых продуктов.

Из натуральных антиоксидантов на основе витаминов наибольший интерес представляют натуральные токоферолы и аскорбилпальмитат.

Guardian Toco 70 – высокоэффективный антиокислитель, представляющий собой смесь натуральных токоферолов: α-альфа, β-бета, γ-гамма и δ-дельта. В составе этой смеси токоферолов, кон-

GUARDIAN™ Green Tea Extract

- Натуральные экстракты с антиоксидантными свойствами
- Стандартная антиоксидантная активность



Наименование продукта	Форма и растворимость	Состава
GUARDIAN™	Порошок, водорастворимый	Зеленый чай (20% катехинов) + носитель соль
GUARDIAN™ Green Tea Extract 20M	Порошок, водорастворимый	Зеленый чай (20% катехинов) + носитель мальтодекстрин

GUARDIAN™ 74

- Экстракт розмарина и зеленого чая. Продукт обладает высокой антиоксидантной активностью фенольных детерпенов розмарина и катехинов зеленого чая
- Стандартная антиокислительная активность

Название продукта	Форма и растворимость	Состав
GUARDIAN™ 74	Жидкий, жирорастворимый	Фенольные детерпены розмарина + катехины зеленого чая + носитель

GUARDIAN™ CHELOX L (EU)

GUARDIAN™ CHELOX L (EU), запатентованная смесь экстрактов розмарина и ромашки

- Стабилизирует свежесть, вкус и аромат продукта при хранении
- Комбинация хелатора и антиоксиданта с проявлением синергического эффекта
- Применяется как натуральная альтернатива EDTA и химическим антиоксидантам в пищевых эмульсионных системах
- Позволяет позиционировать продукт в высокой категории с чистой этикеткой

Высокая активность по инаktivации свободных радикалов	Чистая этикетка	Рассматривается как «натуральный»	Хелатор металлов
GUARDIAN™ Rosemary Extracts			
GUARDIAN™ CHELOX L (EU)			
EDTA			

центрацией 70%, α-альфа-токоферол проявляет витаминную активность (витамин E), а δ-дельта-токоферол является сильным антиоксидантом. В качестве носителя используется специально подобранное подсолнечное масло, имеющее подтверждение происхождения (IP). Данный антиоксидант разрешен для использования во всех видах пищевых продуктов, включая детское питание. Не зря ему дали имя Guardian, что в переводе с английского означает «сохранитель», «ангел-хранитель».

## Что выносить на этикетку при использовании натуральных ингредиентов

- В США экстракт зеленого чая классифицируют как пищевой продукт, на этикетку выносят как «экстракт зеленого чая» или «натуральный ароматизатор»
- В Европе выносят на этикетку как «натуральный ароматизатор». Rosemary Extract в мае 2009 года изменили статус и присвоили код E392
- Российские производители могут выносить на этикетку «антиоксидант-экстракт розмарина»

Вторым важным антиоксидантом на основе витаминов является аскорбилпальмитат. Это высокоэффективный пищевой антиокислитель, L-аскорбилпальмитат (витамин С пальмитат). В эмульсиях аскорбилпальмитат имеет особую способность размещаться на границе между жиром и водой, где есть увеличенный риск окисления. Аскорбилпальмитат способен усиливать действие отдельных компонентов смеси, входящих в состав антиоксиданта, проявляя синергический эффект. Это хорошо проявляется в случае комбинации с токоферолами. Поэтому производители часто выпускают смесевые антиоксиданты, в состав которых аскорбилпальмитат входит наряду со смесью натуральных токоферолов. Таким действием обладает антиоксидант Grindox 1021, содержащий в своем составе аскорбилпальмитат и токоферол.

В последнее время производители пищевых продуктов обратили свое внимание на экстракты растений, проявляющих антиокислительный эффект. Антиоксиданты на их основе не имеют индекса Е, что особенно привлекательно для требовательных клиентов. В Европе данные антиоксиданты выносят на этикетку как «натуральный экстракт» или «натуральный ароматизатор».

К таким антиоксидантам относится экстракт розмарина (Rosemary Extract). Его антиокислительный эффект связан с наличием в нем фенольных детерпенов. Экстракт розмарина выпускается в жиро-растворимой и водорастворимой формах, а также в виде порошка на носителе.

Большую популярность в последнее время в качестве антиоксиданта получил экстракт зеленого чая (Green Tea Extract). Помимо выраженного антиоксидантного действия, зеленый чай улучшает функцию нервной системы, укрепляет иммунную, сердечно-сосудистую системы, улучшает психоэмоциональное состояние.

Guardian™ Green Tea Extract представляет собой натуральный экстракт ли-

стьев зеленого чая в виде порошка. В качестве носителя в экстракте зеленого чая используют обычно мальтодекстрин или соль. Основным действующими компонентами в экстракте являются катехины.

Интересная новинка компании – антиоксидант Guardian 74. Он состоит из экстрактов розмарина и зеленого чая. Продукт обладает высокой антиоксидантной активностью фенольных детерпенов розмарина и катехинов зеленого чая. Антиоксидант растворим в жирах и маслах, что позволяет использовать его в большинстве пищевых продуктов.

Одна из последних разработок ученых компании DuPont – Guardian Chelox L – новый защитный компонент, который сочетает в себе функции антиоксиданта и хелатора. Процессы окисления ускоряются катионами металлов, которые невозможно полностью удалить из пищевого сырья. Обычно в качестве хелатора применяют EDTA, максимальная норма введения которого строго ограничена. Учитывая тот факт, что потребителями кондитерских изделий являются в первую очередь дети, мы должны по возможности снизить применение различных добавок, имеющих ограниченное использование в пищевых продуктах. Guardian Chelox L – водорастворимая смесь экстракта розмарина и ромашки. С одной стороны, он работает как хелатор, то есть блокирует развитие свободных радикалов, образуя комплексы с металлами, предотвращая их каталитическое действие. С другой стороны, Guardian Chelox L проявляет высокую антиоксидантную активность, что позволяет использовать данную добавку как антиоксидант.

Применение натуральных антиоксидантов в рецептуре жировых продуктов, используемых для производства кондитерских изделий, позволяет производителям выпускать продукцию отличного качества, с максимальными сроками годности и высокой привлекательностью для потребителей. **КС**



## РАЗДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СМАЗКИ

Используются как антипригарное, антиадгезионное покрытие для хлебопекарных и кондитерских форм, лент и противней, холодных контактных поверхностей:

- ▶ Trennaktiv PR 100, Trennaktiv B 100, Trennaktiv 85, Trennwachs 30, SG OL (Германия)
- ▶ Протект 100Ф, Протект 100Л, Протект 100П (Россия)

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

Санкт-Петербург  
+7 (812) 600 22 45  
spb@emulgator.ru

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

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





Основатель американской компании {cocoa} Jewel Zimmer находит и объединяет вкусы и ингредиенты, создавая самые инновационные шоколадные коллекции. Вкусы разнообразные и необычные. Упаковка приятная и лаконичная.



Канадский производитель шоколада Camino сменил упаковку для своих плиток. Студия Karacters Design Group разработала новый дизайн, руководствуясь идеей «революции радости в питании», которая состоит в том, что через употребление вкусной еды, сделанной из качественных ингредиентов, люди будут радоваться и чаще думать о своей пище, откуда она берется, кто ее сделал и какие в ее составе ингредиенты.

Подготовила: **Светлана Карельская**

# Миссия: сохранить продукт и привлечь внимание!

*Как упаковать шоколад, чтобы он не только максимально долго сохранял свои потребительские свойства, но и привлекал внимание потребителя? Попробуем ответить на этот вопрос в данной статье.*

## Особенности упаковки шоколада

Современные требования к шоколадной упаковке весьма разнообразны, индивидуальны и зависят от свойств продукции и от вкусов упаковщиков и производителей. Во-первых, упаковка должна быть биологически безвредной, а ее составляющие не должны содержать вредных добавок. Во-вторых, она должна обладать необходимой механической прочностью и защищать изделия от загрязнения, различных повреждений, слипания, усушки, окисления и т. д.

В-третьих, упаковка должна обеспечивать высокую жиро- и влагостойкость продукта, иметь антиадгезионные свойства для предотвращения прилипания изделия к упаковке. Иногда покупателю от упаковки требуется хорошая видимость (пленка с высокой прозрачностью). Наконец, упаковка должна обеспечивать высокую технологичность упаковочного процесса на высокоскоростном оборудовании, что часто подразумевает придание материалу дополнительных свойств: прозрачности, жесткости, скольжения и антистатичности.

Шоколад – очень светочувствительный продукт и нуждается в защите от кислорода воздуха, особенно если изделие в своем составе содержит орехи. Поэтому для упаковки шоколадных плиток используются материалы с хорошими барьерными свойствами.

Упаковку для шоколада можно разделить на двуслойную и однослойную. Двуслойная упаковка состоит из фольги (алюминиевой, кашированной) или вощеной бумаги, в которую заворачивается шоколадная плитка или дольки шоколада, и упаковки, в которой будет храниться завернутая в фольгу продукция.

Завернутые шоколадные плитки могут быть упакованы в обычную обертку с красочной полноцветной печатью, или для них может быть разработана специальная коробка с ложементными для отдельных долек шоколада.

Алюминиевая фольга обеспечивает максимальный срок хранения продукта, практически исключает возникновение статического электричества, что делает ее удобной при работе на упаковочном оборудовании. Однако многие производители отказываются от упаковки шоколада в фольгу. Ведь, несмотря на свои уникальные защитные и эстетические свойства, фольга стоит дороже, чем пленочные материалы.



Любителей postcrossing и шоколада теперь можно порадовать приятным презентом от Lila Tóth из Будапешта.

Для упаковки шоколада можно применять полимерные пленки различной химической природы: полиолефиды (ПЭВД, ПЭНД, ПП и ОПП или БОПП), сарановые пленки (ПЭТФ, ПВХ и ПВХХ), ПА, ПК и др. Возможны также многообразные сочетания и комбинирования пленок с различными слоями.

Многие производители используют для фасовки шоколадных плиток металлизированные материалы: ПП, ПЭТ, ПК и ПС. Помимо ПП, металлизации подвергаются пленки из ПЭНД, ПЭТ, ПА, ПК, ПВХ, изготовленных на основе целлюлозных пленок (целлофан, ацетат целлюлозы и бумага). Металлизация уменьшает кислородопроницаемость, паропроницаемость и т. п. Именно металлизированная упаковка обеспечивает продукту, помимо привлекательного внешнего вида, высокую степень защиты от различного рода воздействий – таких как влага, пар, газ, свет или окисление.

Осуществляется металлизация в условиях вакуума с помощью специальных насосов. В ходе процесса испаряющийся в условиях вакуума металл (как правило, алюминий) оседает очень тонким слоем на двигающуюся подложку (как правило, пленку в бобинах).

Металлизация пленочных материалов – операция более экономичная по сравнению с процессом производства фольги, в ее ходе сохраняется большое количество металла и энергии. Наиболее эффективными для упаковки шоколада являются многослойные пленки, как правило, состоящие из трех слоев: полимер – металл – полимер.

Процесс металлизации может быть применен по отношению к картону и бумаге, но он более сложен, так

как эти материалы обладают меньшей гладкостью и большей шероховатостью, нежели пленки. Именно поэтому в процесс металлизации картона и бумаги включают дополнительную операцию, в ходе которой материал покрывают лаком. Лак обеспечивает высокую адгезионную прочность наносимого на бумагу металла. Если использовать определенный пигмент, в процессе металлизации можно получить бумагу с эффектом «под золото».

В зависимости от типа пленки шоколадные плитки могут запечатываться горячим или холодным способами. Термосвариваемые пленки запечатываются при температуре 90-120 °С. Для осуществления сварки холодным способом требуется нанесение на внутреннюю сторону упаковочного материала самоклеящегося состава – слоя специального пищевого клея. Клей может быть нанесен как сплошным слоем – по всей поверхности материала, так и частично – в виде рамки, в местах сварочных швов.

Отметим, что для подавляющего большинства отечественных производителей эта технология слишком дорога. Во-первых, стоимость БОПП-пленок с клеем для холодной сварки выше, чем у пленок с термосвариваемым слоем. Во-вторых, при этом требуются дополнительные затраты на специальное фасовочное оборудование.

## Печать

Большое значение для производителей имеет качество печати, поэтому значительная доля российских компаний отдает предпочтение пленкам с глубокой печатью – ротогравюрой. Кроме стремления к высокому качеству печати, которое обеспечивается данным способом нанесения этикетки, выбор производителей также обусловлен высокой тиражестойкостью данной технологии, поскольку для крупных компаний, потребляющих упаковочные материалы в больших объемах, имеет немалое значение возможность производства крупного тиража на одном комплекте печатных валов. Также логотип и рисунок могут наноситься на упаковку с помощью флексографической печати. Специфика данного вида печати в том, что краска с гибкой фотополимерной формой под низким давлением переносится непосредственно на запечатываемый материал. Флексографическая печать сочетает в себе простоту изготовления



## ЭМУЛЬГАТОРЫ / ПАСТЫ ДЛЯ ВЗБИВАНИЯ

Используются при производстве мучных кондитерских изделий бисквитов, рулетов, кексов, маффинов, печенья:

- Colco, Pastello N (Швеция)
- Альфа-Гель МКИ, Альфа-Гель 475, Эмул Лакт (Россия)

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

Санкт-Петербург  
+7 (812) 600 22 45  
spb@emulgator.ru

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

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



(процесс несколько похож на изготовление офсетной формы) с высокой тиражестойкостью – от 1 до 5 миллионов оттисков. Флексомшины дают возможность использовать очень широкий диапазон материалов.

## Шоколадно-дизайнерский креатив

Шоколад является не только лакомством, но и отличным подарком для любителей сладостей. А подарок, как известно, должен быть красиво упакован. Кроме того, многие компании сегодня используют шоколад в каче-

стве своеобразной визитной карточки фирмы – маленькие шоколадные квадратики упаковываются различными способами, а на обертку наносятся контакты компании. Чтобы такая «визитка» сработала, она должна быть запоминающейся. Мы решили представить читателям лучшую подборку шоколадного дизайна.

**Антикризисный Selfridge's Credit Crunch Chocolate.** Элитный лондонский универсам Selfridges искал оригинальные решения для своих покупателей в рамках проведения Национальной недели шоколада

в 2008 году. Хрустящие шоколадки под названием Credit Crunch (одно из значений названия, помимо указания на хрустящие свойства, – «ограничение кредита») были изготовлены в целях благодарности покупателям, которые, несмотря на разгар экономического кризиса, не изменяли любимому магазину. Покупатели по достоинству оценили лаконичную упаковку в виде прозрачного целлофанового пакетика с коричневым бантом и этикеткой, напечатанной шрифтом гельветика.

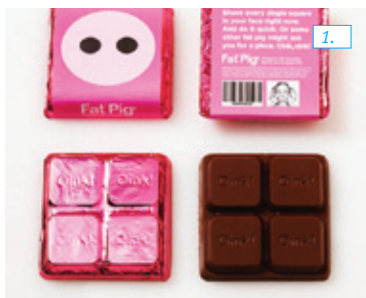
**Армейские мотивы.** Бренд Victorinox Swiss Army Knife Chocolate – это шоколад, выполненный и упакованный по форме классических швейцарских военных ножей. Производители уверены, что все поклонники этих multifunctional ножей оценят их юмор и с удовольствием попробуют вкусные «перочинные ножички» в индивидуальной упаковке, выполненной в цветовой гамме символики швейцарской армии.

**Шоколад в смокинге.** Компания Nestle несколько лет назад представила свой собственный бренд в оригинальной упаковке – волшебные плитки горького шоколада Nestle Black Magic. Лакомство было «одето» в красочный смокинг, который охватывает целый спектр цветов – золотой, красный и фиолетовый.

**«Свинское лакомство».** Компания Fat Pig Chocolate для привлечения внимания потребителей придумала «обидную» упаковку для шоколадки! Фронтальная сторона упаковки была украшена мультяшным рисунком пороссячего пятачка, а оборот упаковки содержал надпись: «Съешь меня быстрее, пока какая-нибудь другая проходящая мимо толстая свинья не попросила угостить и ее тоже!»

**Ром в шоколаде.** Представители компании True Rum полагают, что ром и шоколад – это идеальное сочетание. Оригинальная упаковка выполнена в виде тканевого мешка, в каких в старину хранили золотые монеты, и украшена печатями в старинном стиле.

Сочетание современных технологий и дизайнерской мысли позволяют не только максимально долго сохранить потребительские свойства продукта, но и превратить лакомство в настоящее произведение искусства! **КС**



1, 2. «Свинское лакомство»  
3, 4. Ром в шоколаде  
5. Шоколад в смокинге  
6. Антикризисный Selfridge's Credit Crunch Chocolate  
7, 8. Армейские мотивы

Подготовила: **Светлана Карельская**

# Глазурь: шоколадная или кондитерская?



*Производитель вправе сам выбирать, какой вид глазури использовать для изготовления своих изделий, но он обязан информировать потребителя, руководствуясь нормативными документами.*

**В** связи с тем, что требования к производителям кондитерских изделий, особенно в свете вступления России в ВТО, становятся все более жесткими, изготовители должны внимательно относиться не только к качеству выпускаемой продукции, но и к формулировкам, излагаемым на упаковке. При этом не так давно члены ассоциации потребителей «Общественный контроль» обнаружили, что некоторые компании намеренно или не намеренно вводят покупателей в заблуждение, используя для изготовления своих изделий кондитерскую глазурь, при этом указывая на упаковке шоколадную. Поэтому мы решили напомнить нашим читателям, в чем разница между этими видами глазури.

Кондитерской называется глазурь на основе заменителей какао-масла лауринового и нелауринового типов. Данная глазурь более дешевая, так как дорогостоящее какао-масло заменяется растительным жиром. При производстве изделий с применением кондитерской

глазури нет необходимости в стадии темперирования.

Шоколадная глазурь изготавливается с использованием тертого какао и какао-масла, получаемых при обработке какаобобов. Согласно нормативным документам, она должна содержать не менее 25% общего сухого остатка какао-продуктов, в том числе не менее 12% масла какао.

Молочная шоколадная глазурь – полуфабрикат, в состав которого входят не менее 15% общего сухого остатка какао, не менее 5% масла какао, не менее 12% сухих веществ молока или продуктов его переработки, не менее 2,5% молочного жира.

Белая шоколадная глазурь должна содержать не менее 10% масла какао, не менее 14% сухих веществ молока или продуктов его переработки, в том числе не менее 2,5% молочного жира.

Производитель вправе сам выбирать, какой вид глазури использовать для изготовления своих изделий, но на упаковке необходимо указывать достоверную информацию, руководствуясь нормативными документами. **КС**



## ПЕКАРСКИЕ ПОРОШКИ И ФОСФАТЫ

Используются при производстве мучных кондитерских изделий в качестве разрыхлителей:

- ▶ Аэро Актив (Нидерланды),
- Аэро Эффект (Россия)
- ▶ дигидропирофосфат натрия: SAPP 10, SAPP 15, SAPP 22, SAPP 28, SAPP 40
- ▶ алюмофосфат натрия: SALP

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

Санкт-Петербург  
+7 (812) 600 22 45  
spb@emulgator.ru

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

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





Компания:

**Ishida Europe Россия и СНГ**

129164, Россия, Москва,

Ракетный бульвар, 16

тел.: +7 499 272 05 36

e-mail: info@ishidaeurope.ru

www.ishidaeurope.ru



Канал Ishida на YouTube:  
Ishidaeuropeltd



Не пропустите видео с работой оборудования Ishida на фабрике РОЕХ, просканируйте данный QR-код Вашим смартфоном (приложение QR Reader)

# Докажите ритейлерам, что ваша продукция лучшего качества и безопасна для потребителя



1.



2.



3.

1. Начало процесса упаковки: миндаль в шоколаде подается к мультиголовочному дозатору.  
2. Продукция взвешивается дозатором Ishida серии R.  
3. Благодаря использованию большего количества комбинаций для нахождения заданное веса, потеря продукта снизилась практически до нуля.

**Ф**абрика РОЕХ Velké Meziříčí, расположенная в Чехии, неподалеку от города Брно (Brno), занимается упаковкой фруктов (в глазури и без), орехов, сухих завтраков и снежков, хрустящих хлебцев для многих ведущих европейских ритейлеров, а также производит продукцию под собственным брендом EXCLUSIVE.

Ритейлеры требовали, чтобы упаковочная линия обеспечивала должное качество и безопасность конечного продукта во время процесса упаковки. Компания РОЕХ искала самые простые способы улучшения эффективности производства контроля качества.

«Мы решили увеличить наши производственные мощности по упаковке орехов (в том числе в шоколадной глазури), инвестировав в уста-

новку новой линии», – рассказывает **Ярослав Цаха (Jaroslav Caha), руководитель отдела упаковки компании РОЕХ.**

Ранее компания РОЕХ использовала для своих производственных нужд линейные и волюметрические весовые дозаторы и до недавних пор мультиголовочные весовые дозаторы местных производителей.

«Мы работаем с заданным весом 30-500 г, при среднем весе упаковки в 100 г. В основном продукция фасуется в горизонтальные пакеты, но также используется и вертикально стоящая упаковка. Наша старая линия обеспечивала производительность 40 пакетов в минуту. Таким образом, установив оборудование Ishida со скоростью работы 75 упаковок в минуту, мы увеличили эффек-

тивность почти на 90%», – поясняет Ярослав Цаха.

«В прошлом проблема зачастую заключалась в том, что с увеличением скорости работы машин, мы существенно теряли в точности взвешивания. Кроме того, возникали трудности с уровнем вибрации подающих устройств, что отражалось на качестве продуктов».

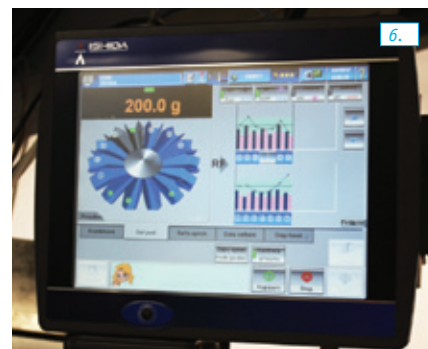
Переход на работу с мультиголовочным весовым дозатором Ishida R-серии позволил практически до нуля снизить потери продукта даже при высокой скорости работы: среднее отклонение от заданного веса составляет 0,2 г на 200-граммовую упаковку, а стандартное отклонение находится в диапазоне 99,8-100,2 г. Помимо мультиголовочного весового дозатора было решено приобрести систему рентгеновского контроля для снижения



4.



5.

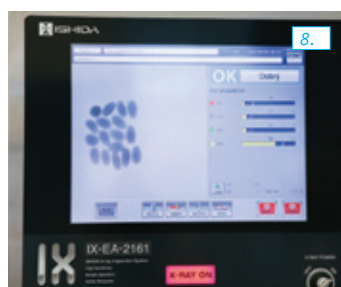


6.

4. Ранее скорость линии была 40 пакетов в минуту, однако с новым дозатором скорость теперь составляет 75 упаковок, увеличив эффективность почти на 90%.  
5. В данный момент производительность линии составляет 5 тонн кондитерских изделий за смену.  
6. Среднее отклонение от заданного веса составляет 0,2 г на 200-граммовую упаковку.



7.



8.



9.

7. В конце линии установлена система рентгеновского контроля Ishida IX-EA. Система отбраковывает продукцию с посторонними включениями: металл, скорлупа, дерево, пластик, резина, стекло.

8. На экране рентген-контроля пакет миндаля в шоколаде. Проверка контроля качества этой упаковки прошла успешно.

9. Контрольные весы гарантируют качество, обеспечивая соответствие заданному весу.

10. Ярослав Цаха (Jaroslav Caha), руководитель отдела упаковки, и Дана Харви (Dana Harvey), менеджер по экспортным продажам компании РОЕХ с готовой продукцией.

риска попадания посторонних предметов в упаковку.

Рентгеновская система Ishida IX-EA-216, распознающая мельчайшие по размеру посторонние предметы в упаковке кондитерской продукции, стала для производителей и ритейлеров гарантом того, что изделия соответствуют самым высоким требованиям к качеству и безопасности. К успешно распознаваемым материалам относятся: металл, стекло, камень, резина и пластмасса.

Компания РОЕХ решила установить данную систему контроля на одной из новых линий, зная, что высокая скорость ленточных транспортеров (до 60 м/мин) модели IX-EA-2161 позволяет с легкостью поддерживать ту высокую производительность, которую задает работа других машин линии.



10.

Гарантия соответствия заданному весу – еще одна проблема, которая решается для удовлетворения строгих требований ритейлеров. Быстрые и точные контрольные весы Ishida DACS-W установлены непосредственно за системой рентгеновского контроля и также связаны с контейнером для сброса бракованной продукции. Надежные контрольные весы гарантируют качество, обе-

спечивая соответствие заданному весу и поддерживая желаемую для РОЕХ высокую производительность всей линии.

Таким образом, компания РОЕХ добилась поставленной цели – увеличения эффективности производства и, выйдя на средний уровень в 5 тонн за смену, доказала ритейлерам, что ее продукция полностью соответствует самым высоким требованиям качества. **Р**





# Мармеладные секреты

Автор:



Елена Максимова

*Пожалуй, ни один вид кондитерских изделий производители так часто не «камуфлируют» под дольки фруктов, как мармелад. И это неудивительно, ведь данное лакомство не только обладает различным спектром фруктовых вкусов, но и ассоциируется у покупателей с одним из самых низкокалорийных и полезных десертов.*

К слову сказать, спрос на мармеладную продукцию уже долгое время устойчиво высокий, а спрос, как известно, рождает предложение, причем как на рынке конечной продукции, так и на рынке ингредиентов для ее производства.

Одно из качеств, которое отличает мармелад от других видов кондитерской продукции, – гелеобразные свойства. В качестве гелеобразователей при производстве мармелада могут использоваться агары, желатин или пектины, причем последним изготовители отдают все большее предпочтение.

Конкуренция на российском рынке пектинов достаточно высокая, и правильный выбор поставщика данных гелеобразователей позволяет изготовителям не только выпускать мармеладные изделия высокого качества, но и существенно повысить рентабельность производства в том случае, если кондитерское предприятие сможет выбрать производителя пектинов, предлагающего высококачественную продукцию по оптимальной цене.

Очевидно, что вопрос выбора поставщика пектинов для изготовителей мармелада является весьма актуальным. Ниже приведена выдержка из письма, которое пришло на электронную почту Издательского дома «СФЕРА».

«...Наша компания начинает осваивать производство мармелада. В том, что в качестве гелеобразователя мы будем использовать пектин, сомнений не было. А вот выбор поставщика пектина для нас стал реальной проблемой. Цены западных производителей достаточно высоки, а в России, насколько я понимаю, пектины не производятся. Возможно ли найти поставщика пектинов с оптимальным сочетанием цены и качества? Хотелось бы, чтобы Вы осветили данную тему в одной из статей Вашего журнала...»

Чтобы максимально полно ответить на вопрос читателя, мы пообщались с **Ириной Шаповаловой, главным технологом рязанской кондитерской фабрики «Алела».**



ПРЯМАЯ  
РЕЧЬ



**Ирина Шаповалова,**  
главный технолог  
рязанской кондитерской  
фабрики «Алела»:

*«Используя все разнообразие пектинов, можно добиться требуемых текстурных показателей, приспособленных к определенным техническим и технологическим условиям».*

**Ирина, какие требования покупатели выдвигают сегодня к мармеладной продукции?**

– Сегодня на первый план выдвигаются вопросы качества готовой продукции. Это основа успешной работы любого предприятия. Качество готового продукта, безусловно, определяется качеством используемого сырья.

Не менее важным аспектом является умение грамотно использовать сырье. Чтобы правильно сделать выбор, необходимо понимать, как взаимосвязаны качественные характеристики сырья и готового продукта.

Российские потребители сегодня стали внимательно читать состав продукта, указанный на упаковке, ведь они знают, что от исходного сырья напрямую зависит качество употребляемой пищи. Мармелад – одно из самых любимых лакомств наших соотечественников, так как он не только вкусный, но и полезный. При условии, конечно, что для его изготовления были выбраны натуральные и качественные ингредиенты, в том числе и гелеобразователи.

**Какие гелеобразователи для изготовления мармелада использует Ваша компания? Почему?**

– Наше предприятие при производстве мармелада использует пектин. Он обладает целым набором свойств, необходимых для лечения и профилактики здоровья человека.

Пектин не имеет ограничений по применению и является ценным пищевым продуктом, нейтрален и не создает энергетического запаса в организме. Всемирной организацией здравоохранения данный гелеобразователь признан абсолютно безопасным.

**Какие факторы влияют на развитие мирового рынка пектинов?**

– В настоящее время на рынок ингредиентов, в том числе пектинов, значительное влияние оказывают следующие факторы:

- увеличение спроса на готовые продукты и полуфабрикаты;
- рост требований к экологии продуктов, их вкусу, малому содержанию сахара и жира;
- отказ потребителей от искусственных добавок и генномодифицированных продуктов;
- рост потребления натуральных и функциональных ингредиентов со стороны производителей пищевых продуктов.

**Что можно сказать о спросе на пектин в России?**

– Российский рынок пектина является одним из наиболее динамично развивающихся, и темпы его роста сохраняются на высоком уровне. Основным сырьем для производства пектина в мировой практике стали выжимки из цитрусовых и яблок.

Сегодня весь пектин, представленный на отечественном рынке, является продуктом иностранных производителей.

**Насколько я знаю, основными поставщиками пектинов на российский рынок являются США и европейские страны. Однако сегодня некоторые дистрибьюторы начинают предлагать отечественным производителям мармелада пектины китайского происхождения, которые значительно привлекательнее по цене, если сравнивать их с евро-**





**пейскими. Что можно сказать о качестве китайских пектинов?**

– На российском рынке китайские пектины появились около четырех лет назад. Они действительно намного дешевле, чем те, которые предлагают европейские производители, поэтому многие изготовители мармеладных изделий их используют в целях снижения себестоимости своей продукции. Однако качество пектинов большинства китайских производителей не стабильно.

**Вы сказали – большинства. Значит ли это, что среди китайских предприятий есть достойные производители пектинов, которые смогут конкурировать со знаменитыми европейскими брендами?**

– Сейчас мы отрабатываем мармеладные рецептуры с использованием пектинов китайского изготовителя Yantai Andre Pectin. Мы обратили внимание на данную компанию по нескольким причинам. Во-первых, реализацией продукции от Yantai

**Справка**

Пектины представляют собой пищевые растительные волокна. Данные гелеобразователи позволяют производить изделия с хорошей текстурой и обеспечивают приятные вкусовые ощущения. Кроме того, их выгодно использовать из-за относительно быстрого и регулируемого студнеобразования. Немаловажен и тот факт, что эти вещества сорбируют и выводят из организма токсичные продукты обмена, радионуклиды, тяжелые металлы, шлаки; нормализуют работу желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистой системы; снижают уровень глюкозы в крови.



**Справка**

За долгие годы советского и постсоветского периодов российские потребители привыкли к классическому мармеладу с характерным хрустом сахарного песка на зубах — небольшая технологическая хитрость, придуманная для того, чтобы продукт, имеющий свойство выделять влагу, не слипался между собой. Такой мармелад и сегодня пользуется популярностью у наших соотечественников, однако в последние несколько лет ассортимент мармеладной продукции значительно расширился как под влиянием западных тенденций, так и благодаря самостоятельным находкам российских технологов.

Andre Pectin занимается компания «Союзоптторг», с которой мы давно работаем и которой доверяем.

Кроме того, нам были предоставлены образцы мармеладной продукции с использованием пектинов от упомянутой китайской компании, и эти образцы нам очень понравились и по органолептическим свойствам, и по внешнему виду. И конечно, пектины компании Yantai Andre Pectin значительно дешевле, чем те, которые предлагают американские и европейские производители.

**На какие аспекты следует обращать внимание российским изготовителям мармелада при выборе пектинов?**

– Выбор пектина должен быть обусловлен следующими факторами: растворимость; реологические и гелеобразующие свойства; взаимодействие с другими ингредиентами.

Тип пектина для того или иного продукта определяется температурой и скоростью гелеобразования. Пектины быстрой садки лучше использовать при температуре выше 85 °C; умеренно быстрой – при 75 °C; медленной – при 65 °C; очень медленной – при 60 °C.

Используя все разнообразие пектинов, можно добиться требуемых текстурных показателей, приспособленных к определенным техническим и технологическим условиям.

Предприятия, использующие в своем производстве пектины, могут выбрать для себя наиболее подходящий тип из предлагаемого ряда и найти оптимальные параметры для получения полуфабрикатов и готовой продукции высокого качества. **КС**

# Издательский дом «СФЕРА» предлагает уникальные маркетинговые ИССЛЕДОВАНИЯ ПО РАЗЛИЧНЫМ ОТРАСЛЯМ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

Исследования, отвечающие на самые актуальные вопросы бизнеса, помогут быстро сориентироваться в меняющихся условиях современного рынка.

## \* РЫНОК МЯСА ПТИЦЫ РОССИИ: «РЕВОЛЮЦИОННЫЙ СЕГМЕНТ»

Вы узнаете:

- на что лучше всего ориентировать производство в ближайшие годы;
- как не допустить ошибок зарубежных и отечественных конкурентов;
- как избежать рисков;
- какие уроки извлечь из деятельности главных игроков.

## \* РЫНОК МЯСА СВИНИНЫ: «ПЕРСПЕКТИВЫ И КОНКУРЕНЦИЯ»

В отчете представлены аналитические материалы, которые помогут определить основные тенденции и драйверы роста рынка свинины в России, спрогнозировать его развитие.

## \* РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОЛОКА: «РИСКИ И ДОСТИЖЕНИЯ»

Каким будет российский рынок молока в условиях стагнации мирового рынка? В обзоре проводится детальный анализ молочной отрасли России, ключевых трендов.

## \* АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КРЕПКИХ СПИРТНЫХ НАПИТКОВ В 2011-2012 ГОДАХ

Проанализированы конкурентная ситуация на рынке, динамика и особенности развития, дан прогноз продаж крепкого алкоголя в краткосрочной перспективе.

## \* АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВИНА В 2011-2012 ГОДАХ

В работе описана общая ситуация на мировом рынке вина, перечислены страны-лидеры, приведены экономические и политико-правовые факторы развития мирового и российского рынков.

## \* СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОГРАММ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Исследование предоставляет полную информацию о программах кредитования бизнеса и банках, которые предлагают ими воспользоваться. Перечислены подробные условия получения кредита по каждой программе.



**Будем рады видеть вас  
в числе наших клиентов!**

Анастасия Кочеткова,  
менеджер по маркетингу и развитию  
Издательского дома «СФЕРА»  
тел./факс +7 (812) 70-236-70  
e-mail: a.kochetkova@sfera.fm





Объем производства какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий за 10 месяцев прошлого года составил 1 млн 248 тыс. тонн.

## Рынок кондитерских изделий: производство и цены

Суммарный объем производства кондитерских изделий по итогам января-октября 2012 года составил 2 млн 452 тыс. тонн, что на 3% превышает показатель прошлого года за аналогичный период. Объем производства какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий за 10 месяцев прошлого года составил 1 млн 248 тыс. тонн, здесь мы также наблюдаем увеличение производственного показателя по сравнению с уровнем 2011 года – на 2%. На 7% больше, чем в январе-октябре 2011 года, произ-

## Confectionery market: production and prices

The total volume of confectionery production from January to October, 2012, has reached 2 million 452 thousand tons, which is 3% more than in the same period in 2011. The volume of cocoa, chocolate and sugary confectionery products for 10 months of 2012 has reached 1 million 248 thousand tons, here we can see the 2% increase of production amount compared to the year before. The production of cookies, gingerbread, biscuits and wafers has increased 7% compared to the same period in 2011. The amount for this position last year is 942.9 thousand tons. In the same time, the 1% negative dynamics is seen in the segment of



Автор:

**Анна  
Евангелева,**  
аналитик Sweetinfo.ru  
тел.: +7 (495) 721-88-57,  
+7 (812) 448-84-18  
e-mail: sl@inline-ltd.ru  
<http://sweetinfo.ru>

Author:

**Anna  
Evangeleeva,**  
Sweetinfo.ru analyst  
phone: +7 (495) 721-88-57,  
+7 (812) 448-84-18  
e-mail: sl@inline-ltd.ru  
<http://sweetinfo.ru>

**Таблица 1. Динамика производства изделий хлебобулочных (недлительного хранения) и сахаристых кондитерских изделий, какао, шоколада в январе-октябре 2012 года, тыс. тонн**

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Прирост за месяц, %	Прирост октября 2012 г. к октябрю 2011 г., %	Прирост января-октября 2012 г. к январю-октябрю 2011 г., %
Изделия хлебобулочные недлительного хранения	519	502	537	525	555	544	548	556	549	563	2,0	-0,3	-1,7
Какао, шоколад и изделия кондитерские сахаристые	100	112	134	120	111	116	114	131	145	165	10,7	1,0	1,6

**Table 1. The production dynamics for short-storage bakery and sugary confectionery, cocoa and chocolate in January-October, 2012, thousand tons**

	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	Monthly growth, %	Growth rate To October To 2011	January-October 2012 to January-October 2011, %
Short-storage bakery products	519	502	537	525	555	544	548	556	549	563	2,0	-0,3	-1,7
Cocoa, chocolate and sugary confectionery	100	112	134	120	111	116	114	131	145	165	10,7	1,0	1,6

вели печенья и пряников имбирных, печенья сладкого и вафель. Сам показатель по данной позиции в прошлом году составлял 942,9 тыс. тонн. В то же время отрицательная динамика на уровне 1% отмечена в отношении изделий мучных кондитерских, тортов, пирожных недлительного хранения (всего за 10 месяцев 2012 года произвели 272,4 тыс. тонн) и карамели (162,6 тыс. тонн).

Объем производства изделий хлебобулочных недлительного хранения по итогам января-октября 2012 года составил 5 млн 398 тыс. тонн, что на 1,7% ниже показателя 2011 года. Показатель в октябре прошлого года также ниже уровня 2011 года на 0,3%. Хотя за последний месяц мы наблюдали положительную динамику.

В октябре 2012 года мы наблюдали снижение ценовой планки на шоколад и шоколадные изделия в упакованном виде (кроме конфет) по сравнению с показателем предыдущего месяца на 7%. Сама производственная цена достигла отметки 186,6 руб./кг. В то же время карамель подорожала на 5% – до 70,0 руб./кг, конфеты шоколадные – на 1%, до 118,7 руб./кг.

По итогам октября 2012 года производственная цена большей части позиций группы «Мучные кондитерские изделия» продемонстрировала рост. Наиболее заметно подорожали изделия сухарные – на 14%, до отметки 70 339 руб./тонну. По данной позиции мы наблюдаем и максимальный темп роста по срав-

floury confectionery, cakes, short storage cookies (272.4 thousand tons in 10 months of 2012) and hard candies (162.6 thousand tons).

The volume of short-storage bakery production from January to October reached 5 million 398 thousand tons, which is 1.7% less than a year ago. The amount for October 2012 is 0.3% lower than in 2011. Though we see the positive dynamics for the last month reviewed.

Last year in October we could see the 7% fall of prices for packed chocolate and chocolate products (except candies) compared to September. The production price has reached 186,6 rubles per kilo.

At the same time, hard candies became 5% more expensive (70 rubles per kilo), chocolate candies – 1% more expensive (118.7 rubles per kilo).

The volume of cocoa, chocolate and sugary confectionery products for 10 months of 2012 has reached 1 million 248 thousand tons.



**Таблица 2. Динамика средней производственной цены по России на мучные кондитерские изделия в разрезе товарных групп с октября 2011 года по октябрь 2012 года, руб./тонну**

	Октябрь 2012 г., руб./тонну	Прирост за месяц, %	Прирост за год, %
Вафли и облатки вафельные	82 143	-1	6
Изделия бараночные (бублики, баранки, сушки)	50 735	1	6
Изделия мучные кондитерские	133 417	0,1	3
Изделия сухарные	70 339	14	19
Изделия хлебобулочные сдобные	62 917	3	10
Печенье сладкое	63 403	2	7
Печенье сухое (галеты и крекеры)	49 614	3	-5
Хлебцы хрустящие выпеченные	119 415	-4	20

**Table 2. Average production price for floury confectionery in Russia broken down by product groups, October 2011 – October 2012, rubles per ton**

	October 2012, rubles/ton	Monthly growth, %	Growth in a year, %
Wafers and wafer cachets	82 143	-1	6
Bagels, cracknels and dried biscuits	50 735	1	6
Floury confectionery	133 417	0,1	3
Hard biscuits	70 339	14	19
Puff pastry	62 917	3	10
Biscuits	63 403	2	7
Crackers	49 614	3	-5
Baked crisp bread	119 415	-4	20

нению с показателем октября 2011 года – на 19%. На 3% по итогам октября выросла ценовая планка на сдобные хлебобулочные изделия и печенье сухое (галеты и крекеры) – до 62 917 руб./тонну и 49 614 руб./тонну соответственно.

Печенье сладкое подорожало на 2% за месяц – до отметки 63 403 руб./тонну, изделия бараночные (бублики, баранки, сушки) на 1% – до 50 735 руб./тонну. Производственная цена на изделия мучные кондитерские также выросла, но всего на 0,1% – до 133 417 руб./тонну. Присутствует в этом месяце и отрицательная динамика. Так, вафли и облатки вафельные подешевели по итогам октября 2012 года на 1% – до 82 143 руб./тонну.

Потребительские цены на кондитерские изделия по итогам октября по всем наиболее крупным позициям продемонстрировали рост. Большая часть подорожала на 1%: кексы и рулеты – до 169,22 руб./кг; конфеты шоколадные натуральные и с добавками – до 374,37 руб./кг; печенье – до 96,76 руб./кг; пряники – до 85,2 руб./кг; торты – до 298,65 руб./кг.

По сравнению с показателем октября 2012 года мы наблюдаем рост потребительских цен. Наиболее заметный в отношении булочных изделий – на 8%, кексов, рулетов, конфет мягких, глазированных шоколадом и тортов – на 7%, по остальным позициям рост составил 6%. **КС**

Following the results of October 2012, the production prices for most of the positions in floury confectionery group have demonstrated their growth. Hard cakes have grown mostly in price – for 14%, or 70,339 rubles for ton. In this position, we can see the maximum growth rate compared to October 2011 (19%). Prices for puff pastry and hard crackers have increased 3% – for 62,917 rubles/ton ad 49,614 rubles/ton relatively.

Sweet biscuits became 2% more expensive in a month (63,403 rubles/ton), bagels, cracknels and dried biscuits – 1% more expensive (50,735 rubles/ton). The production price for floury confectionery has also increased, but only 0.1% for 133,417 rubles/ton. The negative dynamics for October can also be seen. Thus, wafers and wafer cachets became 1% cheaper – for 82,143 rubles/ ton.

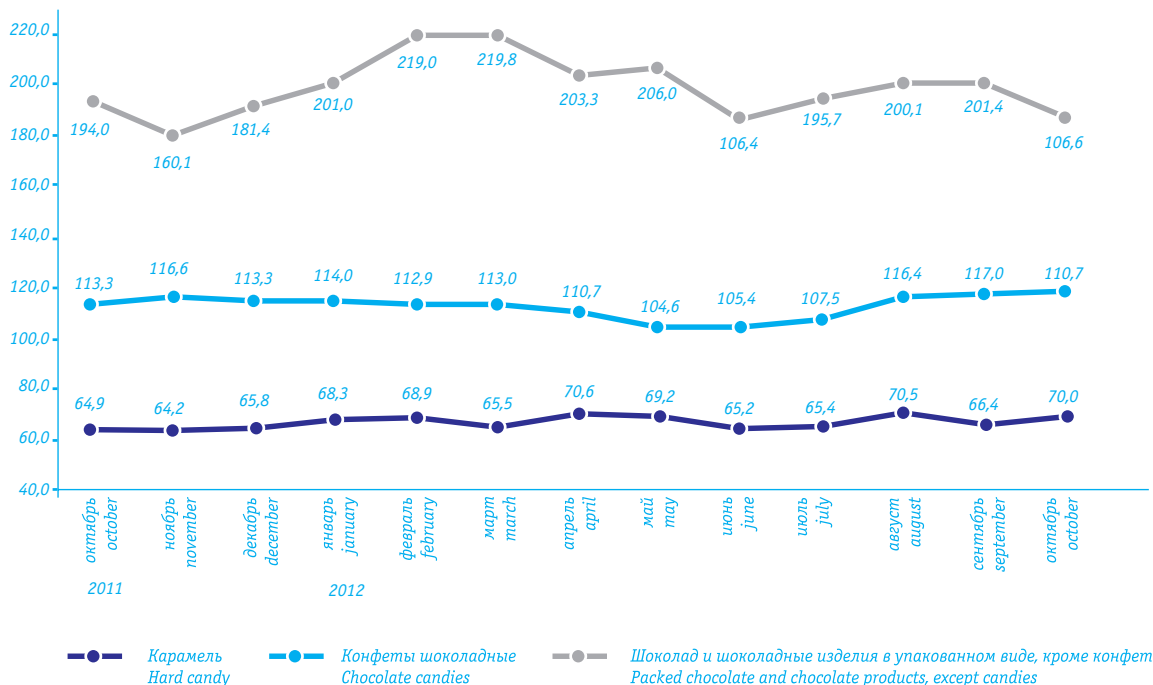
The customer prices for confectionery at the end of October have demonstrated their growth in all large position. The major part has become 1% more expensive: cakes and rolls – for 169.22 rubles per kilo, natural and flavored chocolate sweets – for 374.37 rubles per kilo, biscuits for 96.76 rubles per kilo, gingerbread for 85.2 rubles per kilo, cakes – for 298.65 rubles per kilo.

We can see the growth of the customer's prices as compared to October 2011. It is mostly seen for bakery (8%). For cakes, sweet rolls, soft glazed candies and cakes it is 7%, for other positions the growth rate has reached 6%. **CB**

*Following the results of October 2012, the production prices for most of the positions in floury confectionery group have demonstrated their growth.*

**График 1. Динамика средней производственной цены по России на сахаристые кондитерские изделия в разрезе товарных групп с октября 2011 года по октябрь 2012 года, руб./кг**

**Diagram 1. Average production price for sugary confectionery in Russia broken down by product groups, October 2011 – October 2012, rubles per kilo**

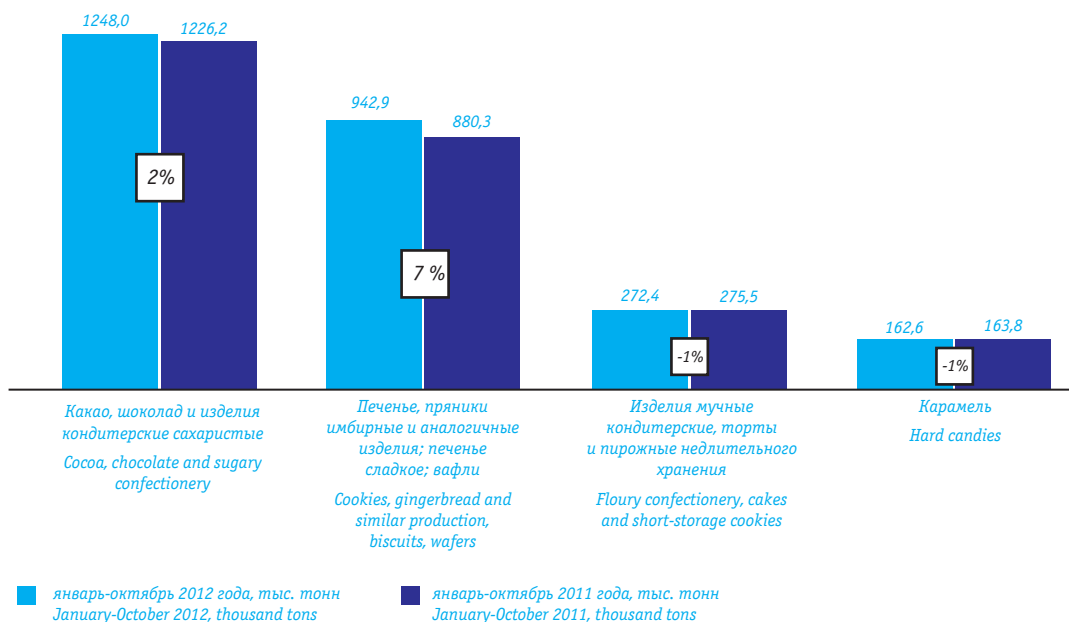


Last year in October we could see the 7% fall of prices for packed chocolate and chocolate products (except candies) compared to September.

В октябре 2012 года мы наблюдали снижение ценовой планки на шоколад и шоколадные изделия в упакованном виде (кроме конфет) по сравнению с показателем предыдущего месяца на 7%.

**График 2. Объем производства кондитерских изделий в разрезе наиболее весомых товарных групп по итогам января-октября 2011-2012 гг., тыс. тонн (прирост за год в %)**

**Diagram 2. The volume of confectionery products in January-October 2011-2012 broken down by most valuable product groups (yearly growth, %)**



По итогам октября 2012 года производственная цена большей части позиций группы «Мучные кондитерские изделия» продемонстрировала рост.



# КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ XXI ВЕКА

## IX Международная конференция

26 - 28 февраля 2013 года

### ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

- Ассоциация предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД»
- ГНУ НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии
- Международная промышленная академия

### ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

- Министерства сельского хозяйства РФ
- Российской академии сельскохозяйственных наук
- Национального фонда защиты потребителей
- Союза производителей пищевых ингредиентов
- Издательства «Пищевая промышленность»

**В рамках конференции состоится выставка  
фирм-производителей оборудования и ингредиентов**

### В ПРОГРАММЕ КОНФЕРЕНЦИИ

- Современное состояние и перспективы развития кондитерской промышленности в странах Таможенного союза и за рубежом
- Новое в технологии и оборудовании производства кондитерских изделий

- Перспективы технической и технологической модернизации отрасли
- Реформа технического регулирования в кондитерской промышленности России
- Программа разработки национальных стандартов
- Качество и безопасность кондитерских изделий
- Научное обеспечение производства кондитерских изделий в России
- Реализация концепции государственной политики в области здорового питания в производстве кондитерских изделий лечебного, профилактического и специального назначения
- Сырьё, пищевые добавки и другие ингредиенты: перспективы использования
- Контроль качества сырья, полуфабрикатов и готовой продукции: лабораторное оборудование и методы
- Новое в упаковке и маркировке кондитерских изделий
- Актуальные вопросы защиты интеллектуальной собственности
- Таможенное регулирование импорта сырьевых товаров и готовой продукции
- Маркетинг в кондитерской промышленности
- Информационное и кадровое обеспечение отрасли

**Конференция и выставка состоятся в Международной промышленной академии  
по адресу: г. Москва, 1-й Щипковский пер., д. 20**

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ СМОТР КАЧЕСТВА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ

25 - 28 февраля 2013 года

### ОРГАНИЗАТОРЫ

- Ассоциация предприятий кондитерской отрасли Таможенного союза «АСКОНД-ТС»
- Ассоциация предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД»
- ГНУ НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии
- Международная промышленная академия

### ЦЕЛЬ СМОТРА

- Оценка уровня качества кондитерских изделий, выпускаемых кондитерскими предприятиями Российской Федерации, стран Таможенного союза, СНГ и дальнего зарубежья
- Анализ тенденций в развитии ассортимента, оценка новых разработок
- Разработка предложений по повышению конкурентоспособности кондитерских изделий

### ЗАДАЧИ СМОТРА

- Открытая демонстрация лучших кондитерских изделий, выпускаемых предприятиями Российской Федерации, стран Таможенного союза, СНГ и дальнего зарубежья
- Реклама и поддержка кондитерской отрасли в СМИ

### ПРЕДПРИЯТИЯ-ПОБЕДИТЕЛИ

Смотра награждаются золотыми, серебряными и бронзовыми медалями «За высокое качество продукции», а также дипломами, подтверждающими право владения медалью

### ГРУППЫ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ, представляемых на Смотри качества (номинации Смотра)

#### Сахаристые кондитерские изделия:

- Конфеты глазированные
- Конфеты неглазированные
- Карамель леденцовая
- Карамель с начинками
- Шоколад
- Конфеты шоколадные типа «Ассорти»
- Пастиломармеладные изделия
- Драже

#### Мучные кондитерские изделия:

- Печенье сахарное
- Печенье затяжное
- Крекер
- Печенье сдобное
- Рулеты
- Пряники
- Вафли
- Кексы
- Восточные сладости

#### Медиа-поддержка:

- Издательство «Пищевая промышленность»
- Журнал «Кондитерское производство»
- Журнал «Хлебопечение России»
- Журнал «Хлебопродукты»
- Журнал «Кондитерское и хлебопекарное производство»
- Журнал «Хлебопек» (Республика Беларусь)
- Журнал «Хлебопечение/Кондитерская сфера»
- Журнал «Партнер: Кондитер Хлебопек»

#### Международная промышленная академия

(495) 959-66-51  
(495) 959-71-01 (тел./факс)  
(495) 959-66-52 (тел./факс)  
(495) 959-66-86, 959-74-10  
(499) 235-40-68 (тел./факс)  
(499) 235-95-79 (тел./факс)

#### СПРАВКИ И ЗАЯВКИ:

Иунихина Вера Сергеевна, [iunikhina@grainfood.ru](mailto:iunikhina@grainfood.ru)  
Масальцева Ольга Ивановна, [masaltseva@grainfood.ru](mailto:masaltseva@grainfood.ru)  
Баландина Анна Сергеевна, [balandina@grainfood.ru](mailto:balandina@grainfood.ru)  
Чибисова Елена Серафимовна, [chibisovaelena@grainfood.ru](mailto:chibisovaelena@grainfood.ru)  
Александрова Ирина Львовна, [aleksandrova@grainfood.ru](mailto:aleksandrova@grainfood.ru)  
Деканат, [dekanat@grainfood.ru](mailto:dekanat@grainfood.ru)

#### Справки по идентификации продукции:

ГНУ НИИ кондитерской промышленности Россельхозакадемии  
(495) 963-65-00 (тел./факс)  
Савенкова Татьяна Валентиновна, [confect@mail.ru](mailto:confect@mail.ru)

**ГЛАВНАЯ ВЫСТАВКА ПИЩЕВОГО РЫНКА РОССИИ**

**11—15 февраля  
2013**



**ПРОДЭКСПО**

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

**Центральный выставочный комплекс  
«Экспоцентр», Москва, Россия**

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

**16+**

Реклама

 **ЭКСПОЦЕНТР**  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ  
МОСКВА

**Организатор:**  
ЗАО «Экспоцентр»



**При поддержке:**  
Министерства сельского  
хозяйства РФ



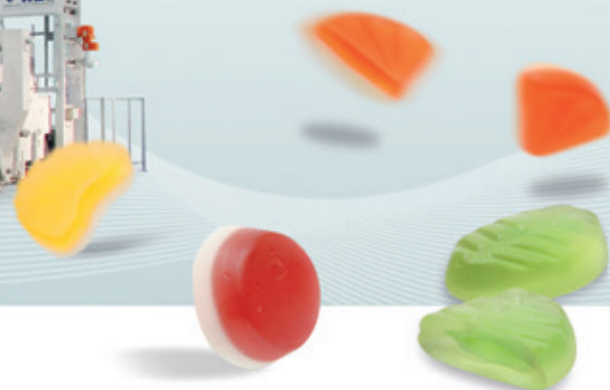
# ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



VISIT US AT

Hall 10.1  
Booth no. C049  
27.01. –  
30.01.2013

**pro**  
**sweets**  
COLOGNE



Являясь одним из ведущих мировых производителей оборудования для кондитерской промышленности, мы оперативно реагируем на постоянно меняющиеся требования рынка и изучаем его динамику. WDS — это гарант настоящего немецкого качества, непрерывных инноваций и доступности в любом уголке мира. Так создается мощное и экономичное оборудование высокого качества, отвечающее индивидуальным потребностям наших клиентов.

- ▶ Могульные установки
- ▶ Установки для формирования шоколадных изделий
- ▶ Установки для отливки твердой карамели
- ▶ Установки для бескрахмальной отливки помадных, тоффи и жележных изделий
- ▶ Экструдеры
- ▶ Лабораторные отливочные машины
- ▶ Модернизация отливочных машин для всех групп продукции
- ▶ Широкий спектр услуг по техническому обслуживанию



Ringstraße 1 • 56579 Rengsdorf • Germany

Тел. +49 2634 9676-200 • Факс +49 2634 9676-269 • sales@w-u-d.com

[www.w-u-d.com](http://www.w-u-d.com)

**WDS**  
WINKLER und DÜNNEBIER  
Süßwarenmaschinen