



30%

Импорт джемов из ЮАР в 2012 году превысил показатель 2011 года на 30%



1/3

Злаки должны составлять 1/3 от всего рациона питания



44%

Австралия повысила закупки шоколада в Великобритании на 44% (2011-2012 гг.)

издается с сентября 2004 г.

www.sfera.fm

№2 (49) 2013

хлебопечение/
кондитерская сфера

Хлебная матрица.

Предложение формирует спрос.

6



14



22



56



58

ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



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.

- ▼ Могильные 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



ШОКОЛАД



ЖЕВАТЕЛЬНЫЙ МАРМЕЛАД



ПОМАДА И ТОФФИ



ТВЕРДАЯ КАРАМЕЛЬ



ЭКСТРУДИРУЕМЫЕ МАССЫ

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

www.w-u-d.com

**WDS**
WINKLER und DÜNNEBIER
Süßwarenmaschinen



**ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ
ЖИРОВ ДЛЯ КОНДИТЕРСКОЙ
И ХЛЕБОПЕКАРНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Официальный дистрибьютор -
ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад»
тел./факс: +7 47234 44959
www.efko.ru



содержание

отрасль	18
Тесто без стресса	30
оборудование	Удачное слияние 34

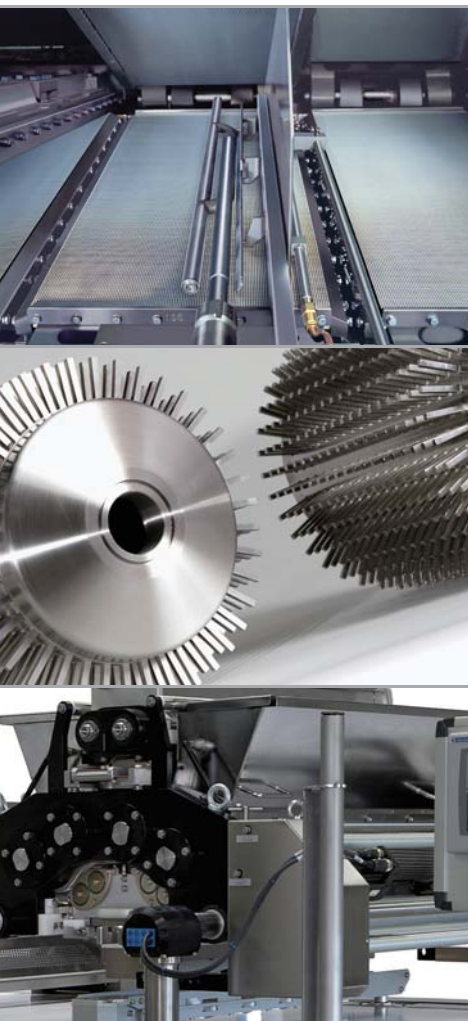


Грамотный руководитель чаще всего оптимизирует хлебную матрицу, исключая позиции, которые повторяются по рецептуре или производятся в неоправданно маленьких количествах.

6

тема номера	Хлебная матрица. Предложение формирует спрос	6	производство <i>/оборудование</i>	Imaforні: новые успешные продукты	42
женские правила	Мне помогает вовлеченность в то, что я делаю!	14		SCHALLER: Мультисенсорный и мультинадежный	44
отрасль <i>/крупным планом</i>	Все тренды продовольственного рынка	18		Технологии, позволяющие сэкономить	46
собственники	«Нижегородский хлеб». Мы дорожим своим именем. Нам есть что терять	22	<i>/события и факты</i>	Выставки SIGEP и A.V. TECH EXPO: успешный бизнес со всем миром	48
отрасль <i>/события и факты</i>	Новости	26		Точное дозирование	49
производство <i>/оборудование</i>	Тесто без стресса	30		Выверенное качество	50
	Удачное слияние	34	<i>/оборудование</i>	Новости	51
	Модернизация и экономия: универсальные технологии выпечки	36	<i>/ингредиенты</i>	Хрупкие леденцы для кашля: повышение производительности и Сохранение внешнего вида	56
	Новинки от Rondo	38		Переквалифицируемся в аптекарей?	58
	Экструзионные линии EVOLUM под ключ от CLEXTRAL	40			

ЭФФЕКТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ВАШЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ



Группа компаний
«Хаас» на выставке

СОВРЕМЕННОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ
МОСКВА

24 - 27 апреля 2013
Зал 2.3
Стенд № 23В5.3

Весь комплекс знаний под одной маркой.

Фирмы группы компаний «Хаас» объединяют традиции с высочайшими стандартами качества. Вместе они предлагают индивидуальные решения в области пекарной и кондитерской промышленности, а также систем смешивания, точно соответствующие Вашим потребностям.

Будем рады Вашему запросу! Подробнее по адресу: www.haas.com



содержание

производство	30
Какой блинчик Масленицу не испортил?	66
крупным планом	Российский рынок джема 70



Как отмечают в компании Ricola, все ожидания по улучшению качества были реализованы: количество «идеальных» леденцов в каждой упаковке увеличилось, а потери продукта значительно сократились.

56

производство <i>/ингредиенты</i>	Перспективы изменения отраслевого портфеля специализированных жиров	60	производство <i>/крупным планом</i>	Российский рынок джема	70
<i>/форум технологов</i>	Термостабильные начинки: тонкости приготовления	64	manufacture <i>/close-up</i>	Russian jam market	70
<i>/экспертиза</i>	Какой блинчик Масленицу не испортил?	66	<i>/крупным планом</i>	Моно- и эвтектические взаимодействия в жирах при производстве кондитерских изделий	74
<i>/крупным планом</i>	Вкусовые предпочтения подталкивают кондитеров к переходу на стальные ленты	68		Технология производства цельнозерновых снежков	76
	Антрацит: новый цвет профессионального оборудования Kärcher	69		ProSweets и ISM снова собрали профессионалов	78
				Дозаторы ISHIDA – решения для сладкого	80

хлебопечение/ кондитерская сфера

№2 (49) 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 № ФС77-46400 от 31 августа 2011г.

Адрес редакции: Россия, 199034, Санкт-Петербург, Большой проспект В. О., д. 18, лит. А, БЦ «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 Баричнова
a.barinova@sfera.fm

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

Перевод:
Янина Крупина

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 **P**, публикуются на коммерческой основе.

Мнение авторов не всегда совпадает с мнением редакции.

Отпечатано в типографии «ПремиумПресс». Подписано в печать: 11.04.13. Тираж: 5000 экз.





Художники по сладостям

В середине апреля в Санкт-Петербурге прошел достаточно необычный конкурс среди кондитеров. Мастера по приготовлению десертов должны были изготовить сладкий символ города. Жюри, состоящее как из школьников, так и из взрослых, было призвано оценить внешний вид и вкусовые качества продукта, после чего выбрать победителя.

Судьям наверняка пришлось нелегко, ведь все шедевры конкурсантов были восхитительны как на вкус, так и по исполнению: фигурные сахарные зонтики на мягком бисквите с кремом, шоколадные львы на нежном суфле и многое другое.

Видя всю эту красоту, осознаешь, что кондитеры – не просто кулинары, а настоящие художники. Очень сложно представить, чтобы мастера по приготовлению каких-либо других блюд создавали столько изящных скульптур, гравюр и рисунков, используя лишь съедобные ингредиенты.

Причем «художникам по сладостям» необходимо обладать не только тонким эстетическим вкусом, умением правильно сочетать ингредиенты и точным знанием свойств продуктов, из которых они изготавливают свои десерты, но и особой философией. Какую же выдержку надо иметь, чтобы создавать красоту, добросовестно прочерчивая каждую линию, оттачивая каждую деталь, и при этом знать, что твой шедевр будет съеден!

Кстати, наверняка умельцы-кондитеры столь высокого класса есть не только в Санкт-Петербурге, но и в других городах нашей страны, поэтому можно предположить, что конкурсы, подобные тому, что проводился в Северной столице, будут организовываться и в других регионах. И пусть сладкий символ города недолговечен, но те, кто будет наблюдать за его приготовлением и участвовать в дегустации, сам процесс запомнят надолго!

Редактор журнала
«Кондитерская сфера/хлебопечение»
Елена Максимова

Тема номера

ХЛЕБНАЯ МАТРИЦА.

Предложение формирует спрос.



Автор: Елена Максимова

«Классика» составляет основу
хлебной матрицы, а вновь внедряемые
позиции должны обновляться по мере спроса.

Еще в XIX веке человек, не имеющий образования маркетолога, осознал и выразил простыми словами то, что понимают не все современные предприниматели.

Хлеб – товар повседневного спроса. И, казалось бы, производить его – дело нехитрое: рецептуры давно отработаны, точки реализации известны. Однако не стоит забывать о том, что современные российские потребители не так просты: они желают получить максимум информации о продукции, которая оказывается у них на столе. При этом наши соотечественники все больше путешествуют, пробуют множество видов национальных и прочих хлебов и в связи с этим постоянно меняют свои вкусовые предпочтения.

Для того чтобы успевать за потребителем, необходимо научиться управлять ассортиментной матрицей: вовремя убирать из нее продукты, которые перестают пользоваться спросом, и заменять их на изделия, которые покупатели желают видеть на своем столе.

О спонтанности и продуманных стратегиях в управлении ассортиментом пойдет речь в теме этого номера.

Как один таракан смог изменить ассортимент булочной

Казалось бы, слово «маркетинг» появилось в нашей стране относительно недавно, а грамотные специалисты по разработке маркетинговых стратегий – еще позже. Особенно для такой продукции, как хлеб.

Однако еще до вхождения в обиход самого понятия в разных странах на протяжении многих лет хлебопек старался привлечь к себе внимание потребителя, используя для этого разные способы: выездную торговлю, красиво оформленные вывески и витрины, мальчиков-зазывал, скандирующих у входа в булочную зазорные короткие стишки об аппетитных калачах и ароматном хлебе, которые можно приобрести, зайдя в пекарню.

Самый известный московский булочник Иван Филиппов славился не только тем, что его выпечка была вкусной и свежей (в XIX веке этим могли похвастаться большинство пекарей),

но и тем, что он вовремя вывел на рынок принципиально новый для российского потребителя той эпохи продукт – булочки с изюмом. Современные аналитики сказали бы: «Какой удачный, а главное – своевременный коммерческий ход!»

Однако, по легенде, все произошло совершенно случайно. Вот как описывает происхождение булочек с изюмом от Ивана Филиппова В. А. Гиляровский:

«Вдруг появилась новинка, на которую покупатель набросился стаей, – это сайки с изюмом...

– Как вы додумались?

– И очень просто! – отвечал старик /Иван Филиппов/.

...В те времена всевластным диктатором Москвы был генерал-губернатор Закревский, перед которым трепетали все. Каждое утро горячие сайки от Филиппова подавались ему к чаю.

– Это что за мерзость /однажды прокричал чиновник, обнаружив в булочке таракана! Подать сюда булочника Филиппова!..

Слуги, не понимая, в чем дело, притащили к начальству испуганного Филиппова.

– Это что? Таракан?!..

– И очень даже просто, ваше превосходительство, – поворачивает перед собой сайку старик. – Это изюминка-с!

И съел кусок с тараканом.

– Врешь, мерзавец! Разве сайки с изюмом бывают? Пошел вон!

Бегом вбежал в пекарню Филиппов, схватил решето изюма, да в сачное тесто к великому ужасу пекарей и ввалил. Через час Филиппов угощал Закревского сайками с изюмом, а через день от покупателей отбою не было.

– И очень просто! Все само выходит, поймать сумей, – говорил Филиппов при упоминании о сайках с изюмом».

Таким образом, еще в XIX веке человек, не имеющий образования маркетолога, осознал и выразил простыми словами то, что понимают не все



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



Хлеб является социально значимым, а иногда даже политическим инструментом.

Хороший специалист при правильном подходе сможет реализовать любой продукт.

современные предприниматели: «Поймать сумей», – вот один из главных принципов успешного бизнеса. И совершенно неудивительно, что новый продукт стал таким популярным. Впервые, вокруг нового вида саек еще до его появления разгорелся серьезный скандал, слухи о котором распространились достаточно быстро. Во-вторых, высокопоставленный чиновник в итоге по достоинству оценил булочки с из-

От спонтанного маркетинга к продуманной стратегии

Если у Ивана Филиппова выведение на рынок нового продукта и его реклама получились спонтанными, то сын известного булочника, решив продолжить и развить дело отца после его смерти, действовал обдуманно. Для привлечения большего числа посетителей к булочной он организовал кофейню.

Для того чтобы успевать за потребителем, необходимо научиться управлять ассортиментной матрицей: вовремя убирать из нее продукты, которые перестают пользоваться спросом, и заменять их на изделия, которые покупатели желают видеть на своем столе.

юмом. «Уж он-то точно знает толк в хорошей выпечке», – скорее всего, именно так думали московские обыватели. Таким образом, пекарь не только разработал новый продукт, но и сделал ему громкую рекламу.

Более того, булочки с изюмом, как и их создатель, стали притчей во языцех, которую не обошли стороной русские писатели.

В произведении М. Е. Салтыкова-Щедрина «Современная идиллия» (1877) есть такой диалог: «Калач-то от Филиппова? – спросил я. – Да, от Филиппова. – Говорят, у него в пекарне тараканов много... – Мало ли что говорят! Вкусно – ну и будет с тебя!»

А. П. Чехов в повести «Три года» (1894) пишет: «На обратном пути заехали к Филиппову и взяли постных баранок с маком».

Благодаря русским классикам выпечка Филиппова стала известна не только в Москве, но и в других регионах России.

На современном языке упоминание определенного бренда в тексте – литературного или публицистического – называется «скрытая реклама», или «джинса», и, конечно, стоит денег.

Сегодня, когда понятие «маркетинг» имеет четкое определение и классификацию, когда существует множество специализированных вузов, где можно обучиться профессии маркетолога, казалось бы, любой продукт можно сделать хитом – было бы желание. Однако так ли это? И какие методы и приемы работают при продвижении хлебобулочных изделий? Об этом нам рассказывает **Виталий Лунин, руководитель хлебопекарного центра ООО «Саф-Нева».**



В некоторых городах, к примеру в Санкт-Петербурге, классический хлеб частично заменился тостовым.

Виталий, на что обращает внимание потребитель, выбирая хлебобулочные изделия?

– В Европе основными критериями покупки хлеба являются вкус, свежесть продукта и его стоимость, а также специальные предложения. Кроме того, европейские покупатели много внимания уделяют снижению соли в составе хлебобулочных изделий. Плюс ко всему во многих странах интенсивно развивается направление биопродуктов, причем это касается не только хлебопекарной отрасли.

В России в большинстве регионов многие производители основным фактором считают стоимость продукта. Как известно, хлеб является социально значимым, а иногда даже политическим инструментом.

В крупных городах нашей страны многие ретейлеры для привлечения дополнительного потока потребителей также выделяют группу продуктов (в том числе хлеб) по более низкой цене, чем среднерыночная. Такие предложения, безусловно, могут привлекать покупателя.

Но жизнь постепенно изменяет привычки. В некоторых городах России потребитель готов платить дополнительную стоимость в ответ за дополнительный комфорт или удобство продукции. Так, к примеру, все активнее развивается подсегмент нарезанного хлеба (его доля неуклонно прирастает ежегодно по всей России).

Также нельзя не упомянуть рост интереса к мелкоштучной продукции с большим содержанием начинки (иногда пропорция теста и начинки доходит до соотношения 1:1).

Отличаются ли факторы, влияющие на выбор покупателя при приобретении хлебобулочных изделий, в зависимости от территориального расположения?

– Отличаются, причем достаточно сильно. Если говорить о российском потребителе, живущем в средних и крупных городах, то из последних наиболее заметных тенденций стало



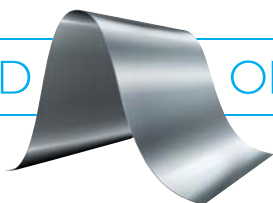
Только
стальная лента
даст Вам
такую
универсальность



Не имеющая себе равной универсальность стальной ленты Sandvik для тоннельных печей это лишь одно из многих ее достоинств. Износостойкая и прочная, стальная лента Sandvik обеспечивает превосходное качество продукта с хрустящей однородной выпечкой, а долгий срок ее службы гарантирует высокую окупаемость. Обратитесь к нам и узнайте, какие преимущества даст Вам стальная лента Sandvik.

- Сплошные и перфорированные ленты для различных видов выпекаемых продуктов
- Только ленты или комплектные системы, включающие компактные узлы центровки ленты и графитовые планки
- Для легкой чистки плоской и гладкой поверхности есть приспособление Sandvik QuickCleaner
- Глобальная сервисная сеть бизнес класса, включающая консультирование и обучение

QUALITY BAKED



ON A SANDVIK STEEL BELT

SANDVIK

Грамотный руководитель чаще всего оптимизирует хлебную матрицу, исключая позиции, которые повторяются по рецептуре или производятся в неоправданно малых количествах.

Если объем производства какой-либо продукции нерентабелен, то ей, безусловно, необходимо найти альтернативу.



Несмотря на то что формовой хлеб (пшеничный и ржано-пшеничный) и батон остаются основной позицией на крупных предприятиях, доля оригинальных сортов хлеба значительно возросла.

проявление интереса к полезным для здоровья сортам хлеба. К ним относятся изделия с повышенным содержанием пищевых волокон, имеющие низкую калорийность, обогащенные витаминами, минеральными веществами. Надо отметить, что большую роль здесь играет правильный маркетинговый подход.

В России все большую популярность завоевывает так называемый бездрожжевой хлеб. Мнение о том, что данный вид изделия намного полезнее, чем хлеб, приготовленный с использованием хлебопекарных дрожжей, абсолютно ошибочно. Хотя, несомненно, бездрожжевой хлеб имеет ряд преимуществ, которые выражаются в неповторимом вкусе и аромате, накопленном вследствие длительного брожения, к тому же срок свежести такого хлеба заметно больше.

Также можно отметить интерес к оригинальным видам изделий, экзотическим национальным сортам, это связано с тем, что люди стали больше путешествовать, открывая для себя новые виды товаров.

Возвращается интерес к свежеспеченным изделиям. Появление техно-

логии отложенной выпечки с замораживанием хлеба на различных стадиях приготовления и последующим допеканием его непосредственно перед продажей позволило покупателю приобретать еще горячий хлеб.

Появление и рост пекарен премиум-класса говорит о том, что достаточно много покупателей готовы покупать более дорогой хлеб, сделанный с использованием дорогостоящих ингредиентов (сливочное масло, цельные молочные продукты, орехи).

Можно ли сказать, что традиционные сорта хлеба вытесняются более дорогой продукцией: цельнозерновыми хлебами, ХБИ с сухофруктами и орехами, функциональным хлебом?

– На самом деле, мы наблюдаем изменение ассортимента хлебобулочной продукции. Если сравнить хлебозаводы сегодняшние с предприятиями, которые работали 10-15 лет назад, то основная доля производства приходилась на хлеба массового потребления, на оригинальные виды хлебов отводилось менее 1%. Сейчас, несмотря на то что формовой хлеб (пшеничный и ржано-пшеничный) и батон оста-

ются основной позицией на крупных предприятиях, доля оригинальных сортов хлеба значительно возросла.

В некоторых городах, к примеру в Санкт-Петербурге, классический хлеб частично заменился тостовым.

Конечно, не во всех городах можно отметить резкий рост оригинальной продукции, но в целом можно сказать о том, что со сменой поколения будут меняться вкусы потребителей и, соответственно, произойдет изменение в хлебной матрице.

Какие сорта хлеба наиболее популярны сегодня у потребителя, а какие несправедливо им недооценены? Каким образом можно поднять популярность последних?

– Как уже говорилось, интерес проявляется к хлебам с содержанием зерен, семян, отрубей... Для пекарен премиум-класса есть покупатель, который оценил качество хлебов на закваске, из серии деревенских, выпекаемых на поду.

Что касается недооцененных видов хлеба, то это скорее вопрос маркетинга и корректировки рецептуры. Хороший специалист при правильном подходе сможет реализовать любой продукт. Безусловно, необходима поддержка, иногда на уровне правительства (в скандинавских странах по телевидению людей информируют о пользе зерновых хлебов и пищевых волокон).

Любая продукция, даже самая качественная и вкусная, приедается. Как часто, на ваш взгляд, производителю стоит обновлять свой ассортимент, чтобы не «наскучить» покупателям?

– В настоящий момент на большинстве предприятий можно найти более 200-250 наименований хлеба, булочных изделий и сдобы. Грамотный руководитель чаще всего оптимизирует хлебную матрицу, исключая позиции, которые повторяются по рецептуре или производятся в неоправданно малых количествах.

Бесконечное наслаждение

Посетите нас

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



24.-27.04.2013

Павильон 2.2
Стенд 22B2.1



SOLLICH



SOLLICH KG - фирма специализирующаяся в области шоколадных и кондитерских изделий

Зименштрассе 17-23 · 32105 Бад Залцфлен · Германия

тел.: +49 52 22 950 - 0 · факс: +49 52 22 950 - 300

E-Mail info@sollich.com · 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 · www.ohlert.com

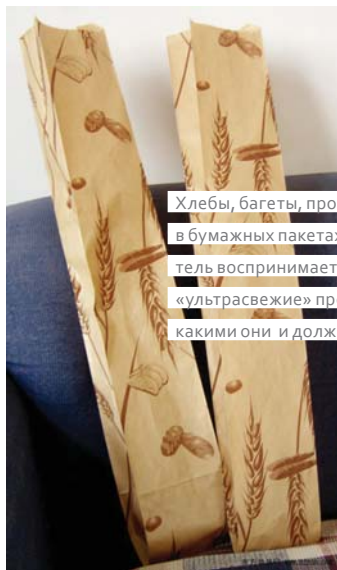
SOLLCOCAP®/SOLLCOFILL®

Самая гибкая система для наполнения бисквитов и сэндвичей.

Надёжно · качественно · экономически выгодно



Основной рекламой для любого хлебозавода или пекарни будет выпуск качественной или оригинальной продукции, которая сможет завоевать сердце потребителя.



Хлебы, багеты, продаваемые в бумажных пакетах, покупатель воспринимает как «ультрасвежие» продукты, какими они и должны быть.

Любой продукт, хлеб в том числе, имеет свой жизненный цикл. Классический ассортимент (батон нарезной, хлеб формовой) существенно медленнее подвержен изменениям в продаже, чем новые продукты. Поэтому «классика» составляет основу хлебной матрицы, а вновь внедряемые позиции должны обновляться по мере спроса. Если объем производства какой-либо продукции не рентабелен, то ей, безусловно, необходимо найти альтернативу.

Что можно сказать о правилах упаковки хлеба? Ведь обертка – это тоже действенный маркетинговый инструмент.

– Упаковка сегодня имеет не последнее значение. С прилавков практически исчезла неупакованная продукция. Достаточно часто изделия упаковывают либо в нарезке, либо в виде небольших булочек. Очень важна практичность и удобство в использовании. В европейских и западных странах популярна упаковка по несколько кусочков хлеба. При фасовке сэндвичей некоторые производители вкладывают какой-либо напиток, соус...

Какие нюансы необходимо учитывать, разрабатывая дизайн упа-

ковки для хлеба и хлебобулочных изделий?

– Упаковка должна привлекать внимание, содержать краткую и ясную информацию об основных преимуществах данной продукции, и, конечно, она должна быть эргономичной, то есть удобной в использовании. К примеру, в Европе очень популярна упаковка 12-16 булочек (BIG Pack), но при этом каждая булочка индивидуально упакована, таким образом, эту упаковку можно использовать порционно.

Должен ли отличаться дизайн упаковок традиционных сортов хлеба от того, что используется для оформления пакетов для более дорогих ХБИ? В чем основные отличия?

– Конечно, «обертка» должна указывать на «особенность» данного изделия. Возможна определенная цветовая гамма, в которой выполняется упаковка для одной серии хлебов.

Часто красным цветом обозначаются социальные сорта, другие цвета (шоколадный, зеленый, голубой, серый) могут использоваться для более дорогих изделий. Важно как сочетание цветов, так и качество упаковки и размещенной на ней информации. Вполне достаточно использовать несколько цветов на социальной упаковке, в некоторых случаях можно применять бесцветный пакет и наклеивать на него этикетку.

Для премиальных хлебов используется многоцветная печать, более до-



Вполне достаточно использовать несколько цветов на социальной упаковке, в некоторых случаях можно применять бесцветный пакет и наклеивать на него этикетку.

рогой упаковочный материал. Хлебы, багеты, продаваемые в бумажных пакетах, покупатель воспринимает как «ультрасвежие» продукты, какими они и должны быть.

Как говорится, встречают по одежке!

Нуждается ли хлеб в рекламе? Какие маркетинговые стратегии наиболее эффективны для продвижения ХБИ?

– Более 85% всего продаваемого хлеба – это социальные сорта с низким уровнем маржинальности, и заводам очень трудно найти средства для поддержания или развития продаж данного сегмента. Чаще всего бюджеты отводятся для оплаты выкладки хлеба в сетях.

Реклама новых хлебобулочных продуктов может проходить в виде дегустиаций в точках продаж, раздачи информационных материалов в местах, где концентрируется целевая аудитория (например, реклама зернового хлеба в фитнес-центрах). В очень редких случаях задействуется телевидение, так как это дорогостоящий коммуникационный канал.

А в целом основной рекламой для любого хлебозавода или пекарни будет выпуск качественной или оригинальной продукции, которая сможет завоевать сердце потребителя.

Качество, опыт и технологии

Таким образом, для того чтобы хлебопекарное предприятие было конкурентоспособным, а продукция не приелась потребителям, необходимо вовремя отслеживать тенденции рынка, корректировать объем выпуска тех или иных изделий, исходя из количества продаж, а иногда и не бояться смелых экспериментов.

И конечно, во главе всего должно быть качество: вкусный и полезный продукт потребителю обязательно оценит по достоинству, даже если его появление на рынке не будет сопровождаться громкой рекламной кампанией с внушительным бюджетом. **КС**

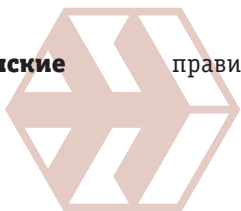


ТОНЧАЙШИЙ ИНЖИНИРИНГ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТОВ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ ВКУС.

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





Гость:
Елена Стрельцова,
генеральный директор
ЗАО «Кондитерское объединение
«Любимый Край»

Беседовала:
Виктория Загоровская

Фото:
Лиза Калакуцкая



Елена Стрельцова:

Мне помогает вовлеченность в то, что я делаю!

досье

Имя, Фамилия:

Елена Стрельцова

Место и дата рождения:

Ленинград, 16 сентября 1969 года

Образование:

в 1992 году окончила Санкт-Петербургский институт культуры по специальности «дирижер». Также окончила Университет экономики и финансов по специальности «бухгалтерский учет и аудит». В 2002 году получила степень MBA на факультете менеджмента СПбГУ

Название компании, должность:

ЗАО «Кондитерское объединение «Любимый Край», генеральный директор

Работает на руководящей должности:

в компании «Любимый Край» – 10 лет

Основные достижения в карьере:

с 1992 года занимается финансовой и управленческой деятельностью. Работала финансовым директором концерна «Колибри», финансовым контролером ЗАО «Петросоюз», директором торгового комплекса «Лента». С 20 октября 2003 года – генеральный директор ЗАО «Кондитерское объединение «Любимый Край»

Семейное положение:

замужем, воспитывает двоих сыновей

Хобби:

любит читать (особенно бизнес-романы, фантастику), в музыке отдает предпочтение классике и джазу, много путешествует

Как вы попали в сферу бизнеса?

– Я окончила вуз и стала дирижером в 1992 году. Варианты работы для меня тогда были следующие: петь в ресторане, учить детей пению, заниматься организацией дискотек и других мероприятий для подростков в каком-нибудь клубе. За все эти виды работ в то время очень мало платили, они быстро обеспе-

Свобода – это быть в гармонии с собой. Мне лично для этого нужно понимать, что, с одной стороны, моя работа приносит кому-то пользу, а с другой – что это занятие нравится мне самой.

нивались, а у меня на руках была 72-летняя бабушка и двухлетний сын, которых нужно было кормить. Поэтому я пошла в бюро по трудоустройству и согласилась на первую же работу, которую мне предложили. Мне повезло, так я попала в концерн «Колибри», которым руководил Алексей Юрьевич Наровлянский. Он меня заметил и сделал на меня ставку как на спе-

Полезно четко отделять главное от второстепенного, чтобы больше времени и сил уделять самому важному.

От мужчины в бизнесе женщину отличает большее терпение к сотрудникам и уважение к чужому свободному времени.

Есть хорошие и плохие руководители как среди мужчин, так и среди женщин. Последних в бизнесе просто меньше.



Самое главное – давать другим возможность самим решать что, когда и как делать, а не вынуждать поступать по-моему.

циалиста. А я постаралась оправдать его доверие.

Это не был осознанный выбор. В какой-то момент нужно было делать что-то, а, кроме меня, было некому – и я делала, как умела. Часто получалось хорошо!

В любой судьбе есть вехи, когда заканчивается один жизненный цикл и начинается другой. Вы можете определить основные вехи своей жизни?

– Да, конечно. 1989 год – рождение первого ребенка. 1992 год – начало работы в частной компании. 1998 год – появление на свет второго ребенка и связанный с этим уход из «Колибри». 2000 год – поступление на МВА. И конечно, 2003 год – начало работы в кондитерском объединении «Любимый Край».

В вашей жизни был человек, которого вы могли бы назвать своим учителем?

– Первым учителем в бизнесе был уже упомянутый мною Алексей Юрьевич Наровлянский, и я ему очень благодарна. А сейчас это наш акционер – Дмитрий Костыгин.

Что отличает женщину в бизнесе?

– Отличает от кого? От мужчины в бизнесе или от женщины не в бизнесе? Если от мужчины, то практически ничего, кроме большего терпения к сотрудникам и уважения к чужому свободному времени.

Лучшие руководители – мужчины или женщины?

– Есть хорошие и плохие руководители как среди мужчин, так и среди жен-

щин. Женщин-руководителей просто меньше, а дальше все зависит от того, кто что ищет и хочет видеть. Если искать везде плохих руководителей, то будешь видеть плохих больше, чем хороших, а если искать хороших, то наоборот. Все зависит от восприятия и точки зрения того, кто смотрит.

Откуда к вам приходят идеи?

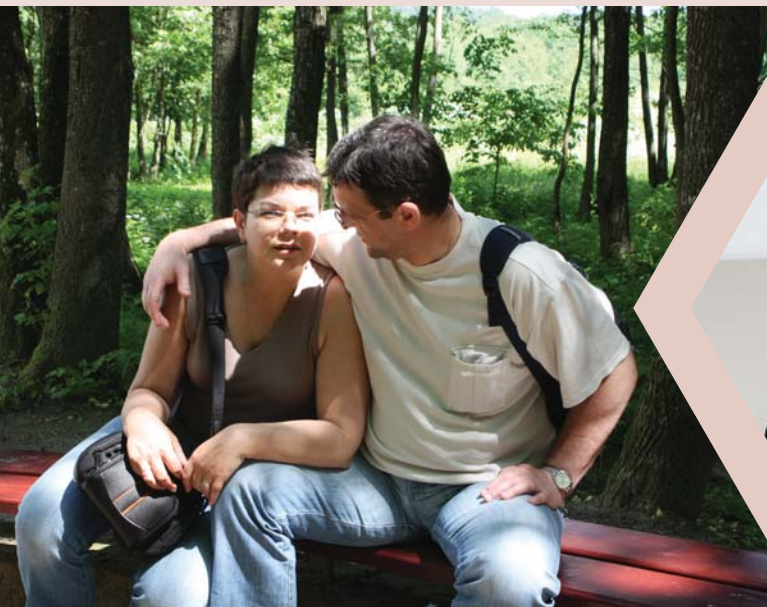
– Да откуда угодно! Из книг, причем как художественных, так и по бизнесу, от сотрудников, благодаря общению с друзьями и коллегами.

Какой принцип управления вам близок?

– В компании действует следующий принцип: единая цель и единые правила игры для всех сотрудников, а также доступность информации как об этой

В компании действует принцип: единая цель и единые правила игры для всех сотрудников, а также доступность информации как об этой цели и способах ее достижения, так и о результатах нашей деятельности.

Если то, что я делаю, кому-то интересно и приносит реальную пользу – то это и есть успех.



Я считаю, что мне удастся сочетать дом и работу, но у мужа и детей по этому поводу может быть другое мнение!

цели и способах ее достижения, так и о результатах нашей деятельности.

На практике общая цель выражается одним финансовым показателем для всех членов команды, от среднего значения которого за последние три года зависит размер годовой премии. Иллюстрацией единства правил является годовая премия, которая рассчитывается в окладах, и ее получают все сотрудники, которые отработали в компании полный календарный год. А примером доступности информации является «Счет на табло», в котором отражены основные финансовые и нефинансовые показатели. Этот отчет заполняется ежемесячно, раскрашивается в цвета светофора и вывешивается на стендах компании.

Стандартная российская история: люди не уверены, что завтра не потеряют то, что имеют сегодня, из-за этого никто не хочет работать на перспективу. Что помогает вам мотивировать сотрудников?

– Не знаю, наверное, мне помогает вовлеченность в то, что я делаю.

Азарт заразителен, особенно когда он подкрепляется реальными результатами. Но на голом азарте далеко не уедешь!

Кроме того, что мне самой интересно, я стараюсь вовлекать в процесс управления компанией как можно больше сотрудников. Для этого мы создали корпоративный университет (ЛКУ), в котором они изучают нашу модель управления, применяют ее в реальных условиях и, убеждаясь, что она работает не только в нашем случае, осознанно следуют ей в ежедневной работе.

Ваши коллеги становятся друзьями?

– Пожалуй, да.

Ценности, которые заложены в вас семьей, приходилось ли когда-нибудь опровергать?

– Если я не помню об этом, то, наверное, нет.

Карьера не мешает семейной жизни? Как удастся сочетать эти две вещи?

– Об этом лучше спросить у моей семьи. Я считаю, что мне удастся сочетать и то и другое, но у мужа и детей по этому поводу может быть другое мнение.

Вы считаете себя успешным человеком? И чем измеряется успех?

– Да. Моя любимая цитата на эту тему: «Мало знать себе цену, надо еще пользоваться спросом». Если то, что я делаю, кому-то интересно и приносит реальную пользу, то это и есть успех.

Сейчас многие считают свободу высшей ценностью. Что для вас значит «быть свободной»?

– Непростой вопрос. Сейчас много спекуляций на эту тему. Наверное, свобода – это быть в гармонии с собой. Мне лично для этого нужно понимать, что, с одной стороны, моя работа приносит кому-то пользу, а с другой – что это занятие нравится мне самой.

Назовите правила вашей жизни, которые ведут к успеху как в бизнесе, так и в личной жизни.

– Наверное, самое главное – давать другим возможность самим решать, что, когда и как делать, а не вынуждать людей делать все по-моему. Еще полезно четко отделять главное от второстепенного, чтобы больше времени и сил уделять самому важному. **КС**



Профессиональные
решения



Маргарин высокожирный SolPro

СТОЛОВЫЙ МОЛОЧНЫЙ TRANS FREE

Марка МТ, жирность 82%



специализированные жиры и маргарины

www.solpro.ru

Область применения:

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

Функциональные преимущества маргарина SolPro «Столового молочного» TRANS FREE:

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

Холдинг «Солнечные продукты»:
«Жировой комбинат»
«Московский жировой комбинат»
«Новосибирский жировой комбинат»

Саратов +7 8452 459 000
Москва +7 495 777 55 01
Новосибирск +7 383 230 35 00

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



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**





С 11 по 15 февраля в Москве прошла 20-я Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2013». Свыше 2200 компаний из 63 стран мира демонстрировали свою продукцию, ноу-хау и передовые технологии во всех павильонах «Экспоцентра» на Красной Пресне на площади, превышающей 47 тыс. кв. м (нетто) или 100 тыс. кв. м (брутто).



Информация предоставлена
пресс-службой КВК «Империя»

Подготовила: **Светлана Карельская**

Все тренды продовольственного рынка

По словам **Сергея Беднова, генерального директора ЦВК «Экспоцентр»**, с 1994 года смотр вырос в пять раз.

Причем увеличивается не только количество экспонентов, но и число национальных экспозиций: в этом году на государственном уровне в смотре участвовали 34 страны. Впервые с национальными экспозициями приехали компании из Армении, Марокко, Парагвая и Черногории. «Расширение национальных экспозиций

говорит о том, что есть повышенный интерес со стороны иностранных предпринимателей к российскому продовольственному рынку», – подчеркнул господин Беднов на открытии выставки.

В то же время значительно выросли экспозиции российских предприятий. Пищепром России на «Продэкспо-2013» представляли 1450 экспонентов. Отечественные эксперты с удовлетворением отмечали, что многие из них могут успешно конкурировать с лучшими мировыми производителями.

куррировать с лучшими мировыми производителями.

Смотр «Продэкспо-2013» традиционно отличала обширная деловая программа. В рамках выставки состоялись VIII Всероссийский алкоконгресс, VIII Всероссийский торговый форум, IV Форум производителей и ретейлеров, VII Всероссийский продовольственный форум.

Выставка приобрела особую актуальность в условиях вступления России в ВТО. Эта тема, а также вопросы продовольственной безопасности оказались в центре обсуждения на многих мероприятиях деловой программы, таких как конференция «Перспективы развития пищевых и перерабатывающих отраслей агропромышленного комплекса с учетом вступления России в ВТО». В ее работе приняли участие более 100 человек, в том числе: представители крупнейших предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности, отраслевых союзов и ассоциаций.



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

ций, научного и экспертного сообщества, федеральных и региональных органов исполнительной власти.

В ходе дискуссии были затронуты актуальные вопросы развития отечественного АПК в условиях ВТО, в том числе: поддержки отдельных подотраслей пищевой и перерабатывающей промышленности, развития агропродовольственного рынка, нормативного правового и технического регулирования, применения механизмов внутренней продовольственной помощи.

Выставка также продемонстрировала, что сейчас российский рынок продовольствия начал осваивать нишу здорового питания. Большой интерес в профессиональной среде вызвали представленный на «Продэкспо-2013» ежегодный салон «Здоровое питание», а также конференция «Развитие рынка БИОпродукции в России». Кроме того, впервые в этом году на выставке работал Международный ЭкоБиоЦентр, который, в частности, разъяснял вопросы сертификации экопродукции.

«Продэкспо-2013» также положила начало реализации нового проекта: «Экспоцентр» – за выставки без контрафакта». Его задача – противодействовать демонстрации на выставках контрафактной продукции, незаконному копированию экспонируемых новых разработок.

Повышенным спросом участников и посетителей «Продэкспо-2013» пользовался работавший на выставке Центр закупок сетей, который стал эффективной площадкой для прямых контактов производителей и поставщиков с ведущими торговыми сетями. Центр давал возможность договориться о поставках со 100 сетями одновременно. В итоге состоялись тысячи деловых переговоров. Впервые в этом году Центр закупок сетей дополнил раздел по собственным торговым маркам и по онлайн-торговле.

12-14 февраля в рамках деловой программы КВК «Империя», постоянного партнера ЦВК «Экспоцентр», на выставке «Продэкспо» состоялись девять бизнес-мероприятий: четыре профильные конференции, два Центра закупок сетей, два конкурса для производителей и гурме-фуршет директоров. В мероприятиях приняли участие 1250 участников продовольственного бизнеса, 90 экспертов и первых лиц индустрии, в том числе закупщики 130 федеральных и региональных розничных сетей. В Центрах закупок сетей достигнуты договоренности о поставках продуктов питания в сети на сотни миллионов долларов.

В ходе Всероссийского торгового форума были затронуты вопросы взаимодействия поставщиков и потребителей, в частности тема продвижения продукции.

По словам **Григория Трусова (президент консалтинговой компании «Контакт-Эксперт»)**, в наши дни «работает» только «маркетинг аутентичности». Потребителю больше не интересны «легенды о бренде». Сегодня поведение в точке продаж обусловлено поиском «подлинности» продукта: покупатель смотрит на состав, выбирает, переворачивая упаковку. И маркетолог должен учитывать эту изменившуюся психологию потребления, при разработке механизмов увеличения продаж. Один из способов, который, по мнению специалистов, может подтолкнуть человека к покупке того или иного товара, – «дескриптор» (непреднамеренный элемент коммуникации, говорящий о качестве продукта) – например, им может послужить глубокая выемка в дне бутылки вина. Дескриптор делает продукт подлинным в глазах покупателя, а значит, достойным приобретения.

Также Г. Трусов отметил, что сегодня, при условии что продукт рассчитан на молодую потребительскую аудиторию, ре-



клама в социальных сетях работает лучше, чем телевизионная.

По мнению **Игоря Дымшица, директора по маркетингу компании «Молочное Дело»**, главное в продвижении продовольственного бренда – потребительские качества самого продукта. Как отметил эксперт, никакие маркетинговые ухищрения не смогут сделать товар хитом. Стать хитом бренд сможет только в случае наличия при выводе на рынок потребительских характеристик, превосходящих лидера в данной категории.

Важной составляющей деловой программы стали престижные профессиональные конкурсы: «Лучший продукт», «Инновационный продукт «Продэкспо-2013», «Выбор сетей», VIII Международный конкурс на лучшую упаковку и этикетку для пищевой продукции «ПродЭкстраПак», XV Международный дегустационный конкурс «Москва-2013».

По традиции ведущий отраслевой конкурс «Лучший продукт-2013» был организован фирмой «Агроэкспосервис» под эгидой Центральной дегустационной комиссии Министерства сельского хозяйства РФ с целью поддержки отечественных производителей, расширения ассортимента и продвижения их продукции на отечественный и зарубежный рынок.

На конкурсе были представлены 1475 образцов продукции от 461 предприятия. Гран-при награждены 12 образцов, золотыми медалями – 202, серебряными – 217, бронзовыми – 154 и дипломами – 121 образец продукции, наградой «Золотая звезда» в номинации «Лучший инновационный продукт» – 10 образцов.

За показатель качества в номинации «Кондитерские изделия» из представленного 191 образца от 66 предприятий Гран-при было вручено двум предприятиям: ОАО «АККОНД» (г. Чебоксары) и ЗАО «КОНТИ-РУС» (г. Курск).

Золотые медали получили 30 образцов, серебряные – 33, бронзовые – 19, ди-

пломы – 15. В конкурсе приняли участие: ООО «Азовская КФ» (Ростовская обл.), ИП «Сажина Л.П.» (г. Краснодар), ЗАО «Челны-хлеб» (Татарстан), «Кондитерская фабрика «1 мая» (Нижегородская обл.), холдинг «Объединенные кондитеры» и др.

В номинации «Хлебобулочные изделия» были представлены 44 образца от 24 предприятий. Золотые медали получили 6 образцов, серебряные – 4 и бронзовые – 8. В конкурсе участвовали: Магнитогорский комбинат хлебопродуктов – «СИТНО», ОАО «Мелькомбинат №3», ОАО «Аг-

рокомбинат Скидельский», ОАО «Омская макаронная фабрика», ОАО «Магнитогорский хлебокомбинат», ООО «Елизавета», ООО «Мельничный комплекс Роса», ООО «Мистраль Трейдинг» и др. Все участники, удостоенные наград, получили не только признание потребителей. Ввиду того что на смотре присутствовали представители отделов закупок предприятий розничной торговли различных форматов и ценовых сегментов, лауреаты конкурса смогли лишний раз обратиться на себя внимание потенциальных партнеров. **КС**

Комментарий победителя конкурса «Лучший продукт – 2013» ▶

Елена Тимофеева,
специалист отдела маркетинга и рекламы ОАО «Акконд»

Елена, какая продукция была выставлена на конкурс вашей компанией?

– Из всего нашего ассортимента для участия в конкурсе мы выбрали десерт «Со сгущенкой», десерт «Элитана-мини», а также оригинальные конфеты «Болетто».

За какую продукцию ваша компания получила Гран-при?

– Эту награду мы получили за десерт «Элитана-мини» и оригинальные конфеты «Болетто».

Какие качества, на ваш взгляд, оценили в вашей продукции потребители во время дегустации?

– Скорее всего, потребителям понравились оригинальный дизайн, форма продуктов, их вкус и, конечно, высокое качество.

Какие преимущества дает производителям участие в конкурсе «Лучший продукт» на «Продэкспо»?

– В первую очередь возможность прямого контакта с перспективными клиентами – как действующими, так и потенциальными. Выставки – это живое общение. Следовательно, как конкурс, так и смотр в целом – отличные площадки для живого обсуждения и оперативного решения текущих вопросов. Кроме того, клиенты могут на месте ознакомиться с последними ассортиментными новинками, оценить их качество.

Будете ли вы на упаковке своей продукции писать о том, что ваш товар был удостоен Гран-при на дегустационном конкурсе в рамках выставки «Продэкспо»?

– Да, планируем.



АГРО-3

реклама

ТАРРА

RHEON



MINIPAN

EUROFOURS



STAMAP

BACKTECH



HYDROVIMA Bakery Division

Jufeba

MIMAC

USA

BAKON

HUSA

DAUB IV

COMIX

SP
general system pack

Комплексные решения для предприятий хлебопекарной и кондитерской промышленности



МОСКВА: (495) 721-20-77
 Краснодар: (861) 275-70-88
 Саратов: (8452) 23-18-97
 Красноярск: (391) 264-01-82
 Новосибирск: (383) 362-02-52
 Екатеринбург: (343) 375-72-39
 Ростов: (863) 295-40-54
 С.-Петербург: (812) 337-15-08

Приглашаем Вас посетить
 стенд компании "АГРО-3" на
 ежегодной международной выставке
 "Современное хлебопечение-2013", которая
 пройдет в Москве, в Экспоцентре на Красной Пресне
 с 24 по 27 апреля (павильон 2, зал 3, по главной аллее)

Гость:
Сергей Вдовин,
генеральный директор
ООО «Нижегородский хлеб»

Беседовала:
Ксения Каланова




собственники



Сергей Вдовин:

«Нижегородский хлеб». Мы дорожим своим именем. Нам есть что терять

У каждой компании есть своя пиар-легенда. Когда вы рассказываете о компании «Нижегородский хлеб», пользуетесь ли вы легендой или рассказываете все как есть?


 – Никакой легенды мы не придумывали. История начинается в 90-х годах, когда нижегородские оборонные заводы вынуждены были искать возможные пути выживания в рыночных условиях. Одной из идей было освоить выпуск оборудования для мини-пекарен. Вокруг одного более-менее профильного предприятия (завод изготавливал печи для военно-морского флота) образовывался альянс смежников. На одном предприятии по конверсионной про-

грамме делались тестомесы, на другом – расстойные шкафы, на третьем – мукопросеиватели. Для организации централизованного сбыта продукции был создан концерн «Нижегородский хлеб», куда я попал по воле случая коммерческим директором.

Как вы догадываетесь, затея не удалась. Продукция, выпускаемая бывшими оборонзаводами, была неконкурентоспособной. Они умели делать хорошие БТР, и как они ни старались сделать тестомес, вместо него получались БТР. Через два года производители махнули на это занятие рукой. Нам было жалко потраченного времени и усилий, поэтому мы решили продолжить работу, но уже с профессиональным оборудованием. Фирма

«Нижегородский хлеб» стала частной, название мы сохранили.

Как вы пришли к профессии?

 – Я окончил Ставропольское высшее военно-летное училище, где меня готовили к управлению боевыми действиями полка, чем я сейчас благополучно и занимаюсь!

Как так сложилось, что ваше «управление боевыми действиями полка» перешло в сферу хлебопечения?


– Стечение обстоятельств. К сожалению, я был вынужден покинуть Вооруженные Силы: уволился из армии, а через два года наш полк расформировали,

То, что мы ценим партнерские отношения, – не просто слова. Вообще, Нижний Новгород – купеческий город. Купеческий дух, где ценится честное слово, мне близок, и я стараюсь, чтобы он присутствовал в работе нашей компании.


Продукция, выпускаемая бывшими оборонзаводами, была неконкурентоспособной. Но нам было жалко потраченного времени, поэтому мы решили продолжить работу.

так что я немного опередил естественный ход событий. Это было время вывода российских войск из Германии. Немцы в качестве компенсации за оставленные аэродромы, технику и инфраструктуру направили в Россию своих преподавателей, вложили деньги в систему переквалификации военных кадров в представителей мирных профессий. Я прошел отличную по тем временам школу с преподавателями из Германии, получил диплом менеджера и случайно познакомился с одним из учредителей той первой компании концерна «Нижегородский хлеб».


Сколько лет вы уже работаете?

 – 18 лет.

Когда вы осознали, что компания завоевала репутацию и стала узнаваемой?

 – По мере развития нас стали узнавать сначала в Нижегородской области, потом – в России, затем – за рубежом, все пришло постепенно. Сейчас компания успешна, стабильна, финансово устойчива, входит в пятерку лидеров отрасли.

Каковы планы на ближайшее будущее, что бы вам хотелось осуществить?

 – «Хочешь насмешить Бога – расскажи о своих планах». Поэтому не очень люблю говорить о планах, больше о результатах. Безусловно, я приверженец принципов стратегического менеджмента. Перед компанией поставлены конкретные цели по всем направлениям деятельности и разработаны планы их достижения. Но при этом я уверен, что стратегия должна быть адаптивной. Изменения на рынке происходят очень быстро. Успешный менеджер должен обладать фундаментальными знаниями в области управления и хорошей интуицией, чтобы своевременно реагировать на изменения; умело маневрировать, уклоняясь от угроз и не упуская открывающихся возможностей. Цена медлительности сегодня зачастую больше, чем цена ошибок. Например, два года назад мы выделили в отдельную бизнес-единицу группу менеджеров по продажам оборудования в сектор ретейла. Это стало нашей реакцией на тенденцию оснащения гипермаркетов и других сетевых магазинов собственными пекарнями и мяс-

досье

Имя, фамилия:

Сергей Вдовин

Должность, название компании:

генеральный директор
ООО «Нижегородский хлеб»

Место рождения:

Нижний Новгород

Образование:

Ставропольское высшее военное авиационное училище; Государственный университет Высшей школы экономики; мастер делового администрирования «МВА – общий и стратегический менеджмент»

Основные рынки,

на которых работает компания:

рынок пищевого и упаковочного оборудования России, стран СНГ; рынок пищевых ингредиентов

Семейное положение:

женат, две дочери

Хобби и интересы:

занимаюсь экстремальными видами спорта: самый любимый – мотопараплан; зимой – кайт (маленький парашют в сочетании с горными лыжами).


Катаюсь на горных лыжах по нижегородской равнине, несколько раз в год стараюсь выезжать на горные склоны с хорошей компанией.

Летом – виндсерфинг, дайвинг

ными производствами. Сегодня это самый динамично развивающийся департамент в нашем холдинге.

Сказать, что пять лет назад я видел это в своих стратегических планах, не могу. Мы проанализировали ситуацию и ответили на нее.


Что вы думаете по поводу вступления России в ВТО, изменится ли как-то работа вашей компании в связи с этим событием?

 – Для «Нижегородского хлеба» вступление России в ВТО не явилось причиной каких-то кардинальных изменений

и потрясений. Мы уже давно работаем по европейским стандартам – наши основные поставщики находятся в Европе. Они предъявляют высокие требования к дистрибьюторам, которым мы соответствуем. Поэтому нам ничего в своей работе радикально менять не придется.


Перемены ожидают наших клиентов. Усилится конкуренция, на полках магазинов появится больше импортной продукции, ужесточатся требования к производствам. Наша задача находить лучшие технические и технологические решения и своевременно предлагать их нашим партнерам.

С какими странами-производителями сейчас работает компания «Нижегородский хлеб»?


 – Польша, Чехия, Италия, Германия, Швеция, Голландия, Турция, Украина.

Мы стараемся представить на рынке лучшие решения в разных ценовых сегментах оборудования.

Как вы выбираете производителей? Находите их на выставках или на других отраслевых мероприятиях?

 – Конечно, мы используем все возможные способы для сбора информации и поиска новых партнеров. Мы отслеживаем появление новинок на всех тематических выставках, анализируем результаты участия в тендерах, общаемся с клиентами, чтобы понять, чем они руководствуются при выборе конкретного вида оборудования, собираем отзывы о работоспособности и надежности техники. Наш потенциальный партнер – это надежный производитель с оптимальным соотношением показателей цены и качества, пониманием, что значит отличный сервис, и, конечно, он должен разделять наши принципы в работе. Я стараюсь выстраивать с клиентами честные отношения, поэтому важно, чтобы мы были уверены в своих партнерах.

Как вы считаете, ощущают ли предприниматели сегодня помощь от государства? Пользуется ли ваша компания кредитами, дотациями?

 – Что касается нашей фирмы – мы работаем на собственном капитале. Но я искренне рад, когда наши клиенты получают господдержку. В качестве при-

Наш потенциальный партнер – это надежный производитель с оптимальным соотношением показателей цены и качества.



Не имя красит человека, а человек имя – то же и с компанией.



«Мне не так важна упущенная прибыль, важнее сохранить репутацию и доброе имя в спорной ситуации. Прибыль – не цель, а лишь одно из необходимых условий существования компании на рынке».

мера приведу Республику Татарстан, где идет мощная поддержка сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий по программе софинансирования. Мы – коммерсанты. В тех условиях, которые сейчас существуют, предприятие нашего типа может быть успешным и зарабатывать достаточно для нормального развития на долгие годы. Помогать необходимо производителям оборудования и продуктов питания – чтобы они имели необходимую техническую базу и могли выпускать качественный конкурентоспособный продукт для людей. Особенно это актуально в современных условиях вступления России в ВТО.

Хотя фирма называется «Нижегородский хлеб», у вас есть департаменты, которые работают в сфере мясопереработки, сегменте ретейла, ингредиентов. Не возникало мысли сменить название?

– Подобные идеи периодически возникают у сотрудников департаментов. Однако в то время, когда мы начали работать в этих сегментах, компания «Нижегородский хлеб» уже была известна как надежный поставщик и честный партнер, фирма завоевала репутацию. Взвесив все за и против, мы решили оставить прежнее название. Основные принципы, наша политика и корпоративная культура распространяются на все департаменты, независимо от того, в какой отрасли

они работают. Проработав какое-то время, новые отделы завоевывали себе имя, все меньше остается клиентов на рынке, которые нас не знают. Как говорится, не имя красит человека, а человек имя – то же и с компанией.

Вы сами принимаете активное участие в работе компании или занимаете наблюдательную позицию?

– Я руководитель организации и по определению не могу занимать роль наблюдателя. Если говорить о стиле управления, то это больше делегирование полномочий. В холдинге несколько департаментов, и я, конечно, не могу быть экспертом во всех областях. На каждом ключевом посту у нас работают настоящие профессионалы своего дела. Мои основные задачи – это стратегия и организационное совершенствование. Но при этом я всегда помню, что несу ответственность за работу всей компании. Поэтому постоянно нахожусь в курсе оперативной деятельности департаментов и держу на контроле все значимые события и проекты.

Как вы поддерживаете «интеллектуальную» форму? Читаете профессиональную литературу, посещаете тренинги?

– Когда мне стало не хватать знаний, полученных на курсах переподготовки, я поступил в Высшую школу эко-

номики и получил диплом МВА. С удовольствием посещаю семинары в Москве и Санкт-Петербурге, если вижу, что к нам приезжают «гуру». Постоянно учусь сам и вовлекаю в этот процесс всю компанию. В холдинге поставлена система управления компетенциями. Каждый год мы выделяем приличный бюджет на повышение квалификации сотрудников. Ежедельные семинары, тренинги, обмен опытом в малых группах, стажировки у производителей – это часть нашей работы.

Какие принципы есть в вашей компании, какие из них для вас важны?

– То, что мы ценим партнерские отношения, – не просто слова. Моя родина – Нижний Новгород – «город купеческий, дома каменные, а люди железные». Купеческий дух, где ценится честное слово и слова не расходятся с делами, мне близок, и я стараюсь, чтобы он присутствовал в работе нашей компании. Среди руководителей департаментов и менеджеров я кого-то убеждаю, а кого-то поначалу заставляю следовать этим принципам. Мне не так важна упущенная прибыль, важнее сохранить репутацию и доброе имя в спорной ситуации. Прибыль – не цель, а лишь одно из необходимых условий существования компании на рынке. Репутация зарабатывается годами, а потерять ее можно за один день. Круг общения в нашем бизнесе достаточно стабилен. Бывает, что предприятия уходят с рынка, но люди редко уходят из отрасли: из одних компаний они зачастую переходят в другие. Поэтому мы дорожим своим именем «Нижегородский хлеб». Нам есть что терять. **КС**

ЭКСКЛЮЗИВ!

ЛИНИЯ VARIETEE

от 700 кг до 3000 кг в час

Одна **ЕДИНСТВЕННАЯ**
автоматическая линия для производства:



- Тостового хлеба и багетов
- Булочек и сдобы от 50 г до 900 г
- Изделий с мягкой и хрустящей корочками

ВСТРЕТИМСЯ НА
**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



С 24 ПО 27
АПРЕЛЯ 2013 Г.
СТЕНД 21.С1.2



Хлеб



Тостовые хлеба



Молочные булочки

THE

MECATHERM

GROUP

MECATHERM S.A. - F 67133 BAREMBACH (near Strasbourg - France)

Phone +33 (0)3 88 47 43 43 - Fax +33 (0)3 88 47 43 03 - info@mecatherm.fr - www.mecatherm.fr

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР MECATHERM



Единственный в мире технологический центр, занимающий по площади 3 000 кв.м., расположен в нашем головном офисе.

Этот опытный центр представляет собой симуляцию хлебокомбината имеющего 4 производственные линии, включающие в себя всю гамму изделий компании. Вы можете опробовать разделочно-формовочную линию, печь, носители тестовых заготовок, требуемую производительность, технологический процесс и рецептуры для производства наилучшего изделия. Мы рады поделиться с Вами нашими знаниями и опытом, полученными на протяжении многих лет работы на

международном рынке.

Совместно с Вами мы разрабатываем Ваши рецептуры, будь то для формовых или подовых сортов хлеба, для традиционных или современных хлебобулочных изделий, для сдобы или слоеных продуктов, используя Ваши или имеющиеся у нас в наличии ингредиенты.

Вы можете рассчитывать на наших высококвалифицированных и опытных технологов для разработки заданных Вами изделий. Наши эксперты «теста» будут в Вашем распоряжении, как в нашем технологическом центре, так и на Ваших производственных площадках при запуске линии.



Производитель хлебопекарных промышленных линий

THE **MECATHERM** GROUP

MECATHERM S.A. Головной офис и производственный цех: Route du Maréchal de Lattre de Tassigny • F67130 Barmbach, France (Франция)

Адрес: Barmbach • F67133 Schirmeck Cedex, France • Тел.: +33 (0) 3 88 47 43 43 • Факс.: +33 (0) 3 88 47 43 03 • <http://www.mecatherm.fr> • info@mecatherm.fr

ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ*

18-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
«ОБОРУДОВАНИЕ, МАШИНЫ
И ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

www.agroprod mash-expo.ru



АГРО ПРОД МАШ

7—11 октября
2013

12+



реклама

* На основании итогов официального аудита выставочных мероприятий ЗАО «Экспоцентр» 2012 года по количественным показателям: «Общая площадь выставки нетто», «Общее количество участников», «Общее количество посетителей», «Общее количество посещений», «Количество стран-участниц» в тематике «Пищевая промышленность: оборудование и ингредиенты»

Организатор:



При содействии:

Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом:

Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

Генеральный
информационный
партнер:

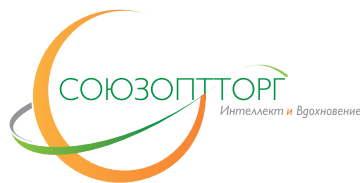


Информационный
партнер:



Официальный
интернет-
партнер:





Ингредиенты, достойные медалей

15 марта 2013 года были подведены итоги конкурса «Ингредиент года», который ежегодно проводит Союз производителей пищевых ингредиентов (СППИ) в рамках выставки Ingredients Russia. Одним из победителей стала Группа компаний «Союзоптторг», а точнее ингредиенты, эксклюзивным поставщиком которых на российский рынок она является.

Высшую награду конкурса, золотую медаль в номинации «Инновационный продукт: внедрение», получил каррагинан Bengel EP 256 (производитель Shemberg, Филиппины). В составе мягкого ириса этот ингредиент обеспечивает уникальную структуру продукта. Созданная технологами ГК «Союзоптторг» рецептура уже успешно используется российскими

предприятиями. Геллановая камедь, новинка на отечественном рынке, удостоилась серебряной медали конкурса в номинации «Инновационный продукт: разработка».

Одно из применений геллановой камеди – в термостабильных начинках с низким содержанием сухих веществ (30-50%) – заинтересует производителей кондитерских изделий. С помощью



геллановой камеди обеспечиваются особые характеристики фруктовых и овощных начинок: пластичная консистенция, естественный вкус, устойчивость в цикле замораживания – оттаивание.

Председатель конкурсной комиссии, президент СППИ А. П. Нечаев, выступая на торжественной церемонии, отметил, что все ингредиенты-победители, без сомнения,

имеют широкие перспективы применения в пищевой, в том числе кондитерской, промышленности и способствуют улучшению качества продуктов питания. **□**

www.soyuzoptorg.ru
e-mail: office@soyuzoptorg.ru
тел.: 8 (800) 333-00-89
(бесплатно для всех регионов России)

«Стойленская Нива» выступила партнером IV Регионального заседания Зернового клуба

14 февраля 2013 года при поддержке АПК «Стойленская Нива» в городе Старом Осколе состоялось IV Региональное заседание Зернового клуба. В конференции приняли участие более 60 делегатов, в том числе представители региональных органов власти, руководители ведущих агрохолдингов и сельхозорганизаций, предприятий по переработке и хранению зерна, ведущие российские эксперты.



В рамках заседания клуба участники мероприятия обсудили актуальные вопросы современного состояния и перспектив развития российского рынка зерна, в том числе экономические условия развития рынка зерновых с учетом текущей неопределенности. Экспер-

ты пришли к выводу о том, что рост цен на зерновые продолжится. Ввиду небольшого урожая, крайне незначительных остатков на конец сезона и прогноза на плохой урожай озимых, предложение на рынке зерновых будет небольшим и значительно уступит спросу.

Специалисты особо подчеркнули, что в настоящее время балансовые переходящие остатки зерна (прежде всего пшеницы) находятся на исторически рекордно низком уровне. Для сравнения: остатки зерновых на 1 июля 2010 года составляли около 28,2 млн тонн, остатки зерновых сезона 2010-2011 гг. уменьшились до 18,6 млн тонн, а остатки 2011-2012 гг. сократились до 15,8 млн тонн зерна. Прогноз на текущий зерновой год составляет около 8,7 млн тонн.

По мнению участников мероприятия, регулирующий потенциал зерновых интервенций не реализовал себя в полной мере и их стабилизирующий эффект может быстро исчезнуть. Вместо того чтобы оказать понижающее влияние на рыночную стоимость зерна, цены на интервенционных торгах постепенно увеличились до уровня рыночных.

Еще один актуальный вопрос, обсуждавшийся в рамках заседания, – состояние мясного

животноводства в стране. Сложнее всего приходится участникам рынка в секторе свиноводства. На сегодняшний день, после вступления России в ВТО, таможенные барьеры для иностранных свиноводов значительно снижены, цены на живых свиней упали на 25-30%. В силу вышеуказанных факторов, в условиях роста цен на зерно и корма рентабельность отечественных свиноводов упала вплоть до отрицательных показателей.



Сергей Пивнев, руководитель дивизиона переработки зернового сырья АПК «Стойленская Нива»: «Наша компания является постоянным участником заседаний Зернового клуба. Это позволяет нам быть в курсе наиболее актуальных событий и основных тенденций аграрного рынка. Обмен мнениями между аналитиками и практиками полезен как для оценки реальной ситуации на рынке зерна, так и для формирования стратегических управленческих решений».

Зерновой клуб – форум регулярного обсуждения и анализа важнейших для зернового рынка вопросов: баланса спроса и предложения, ценовой конъюнктуры, перспектив и прогнозов отрасли. Первое заседание Зернового клуба, организованное центром «СовЭкон», прошло в Москве в 2005 году.

Пресс-служба АПК «Стойленская Нива»

Шоколад – один из самых быстрорастущих экспортных секторов Великобритании

Рост сегмента стимулируется быстрым ростом продаж на рынках Среднего Востока и Африки, а также расширением производственных мощностей шоколадного гиганта Nestle.

В 2012 году стоимость экспорта шоколада из Великобритании составила 524 млн фунтов стерлингов, увеличившись на 19,3% с предыдущего года. Большая часть шоколадного экспорта (общей стоимостью около 148 млн фунтов) отправляется в соседнюю Ирландию, и в прошлом году экспорт в данном направлении вы-



Облегчение процесса работы с тестом

Vloc Combi является универсальной высокопроизводительной и полностью автоматической формовочной линией. Она производит как буханки, багеты и тостовые хлеба, так и изделия, полученные при их непосредственном делении, – полубагеты, сдобные и пресные булочки к завтраку.

Все этапы формовки – деление, отлежка, раскатка, закатка, калибровка и укладка на противни – осуществляются одной единственной формовочной линией.

Данное оборудование было удостоено премиями по инновации на самых престижных выставках по хлебопечению – Europain-2012 и IBA-2012. **Р**

Mecatherm S.A.

Андрей Бездыга, менеджер по продажам
тел.: +33 (0) 3 88 47 43 17

e-mail: andrei.bezdiga@mecatherm.fr

THE MECATHERM GROUP

www.mecatherm.fr



От проекта – до продукта

На наших тоннельных печах и линиях производят:

- подовый, формовой и тостерный хлеб, батоны и булочки;
- пряники, печенье, кексы;
- сушки и баранки;
- хлебные палочки, сухарики и снеки;
- и многое другое!



Наш стандарт Современного Хлебопечения 23С3

рос на 15,4%. Однако с каждым годом отмечается рост поставок и на рынки таких стран, как Германия, Франция, Голландия.

Объединенные Арабские Эмираты также являются одним из значимых рынков для британского шоколада. В прошлом году ОАЭ увеличили импорт британского шоколада на 69%. Австралия повысила закупки шоколада в Великобритании на 44%, а ЮАР – почти в 2 раза.

Компания Nestle частично несет ответственность за этот рост

шоколадного экспорта. За последние 5 лет ее завод в Йорке, один из крупнейших заводов в мире, получил новые инвестиции в размере 50 млн фунтов стерлингов. Около 2% производимой заводом продукции отправляется на экспорт, в основном в Германию, Италию и Канаду.

Небольшие кондитерские компании также способствуют росту шоколадного экспорта. Многие экспортируют свою шоколадную продукцию в Австралию, Мексику, Польшу. Производители шоколада премиум-класса сообщают, что их продукция пользуется постоянным спросом у клиентов из-за рубежа, в частности из Катара, Дубая, Кувейта, Швейцарии и Чили, а также США и стран Латинской Америки.

Экспорт сахарных кондитерских изделий из Великобритании также вырос в прошлом году. Общая стоимость экспортных продаж в 2012 году достигла 172 млн фунтов стерлингов. Ирландия остается основным экспортным рынком для такой продукции, а на втором месте расположилась Канада.

Sweetinfo.ru



Наши дилеры:

«АГРО-3»

Тел./факс: +7 (495) 721-20-77

«СЭМЗ»

Тел./факс: +7 (343) 37-37-171
37-37-121

ООО «УК Меркурий»

Тел./факс: +7 (8412) 57-25-57
+7 (903) 794-76-91

«DVORAK»

Тел./факс: +7 (495) 926-10-92

ООО «Нижегородский Хлеб»

Тел./факс: +7 (831) 248-18-48
273-98-46, 273-98-47

Представительство J4 в РФ и странах СНГ

2-я Тверская-Ямская 31/35, 125047, Москва

Тел.: +7 (499) 978 71 95

+7 (926) 522 42 66

+7 (926) 522 45 49

moskva@j4.cz

info.moskva@j4.cz

www.j4.cz

www.j4.eu

Наши партнеры:



www.j4.cz

Мода на брецели в России

Фирма FRITSCH, золотой спонсор выставки Modern Bakery Moscow – 2013, демонстрирует линию MULTITWIST для производства брецелей.

В этом году выставка Modern Bakery проходит в Москве с 24 по 27 апреля в павильоне 2, что особенно порадовало постоянного участника – фирму FRITSCH. Больше пространство в павильоне – это прекрасная возможность показать заинтересованным посетителям мир современного хлебопечения. «Показать» подразумевается в буквальном смысле: на стенде пекари и технологи немецких компаний-производителей продемонстрируют посетителям живую процесс создания хлебопе-



карных изделий. В этом году в Москве впервые будет представлена линия для производства кренделей MULTITWIST (совместно будут показаны делитель и формовщик теста и расстоечный шкаф от фирмы Fortuna, а также установка для обработки выпечки содовым раствором от фирмы Riehle). Подобное оборудование было успешно поставлено в Россию. Ничего удивительного в этом нет: современные тенденции подтверждают, что

брецели уже давно заняли видное место по популярности в выпечке. Фирма FRITSCH расскажет, как производить этот популярный продукт высокого качества, но экономически эффективно и технологически безопасным образом. Также будет продемонстрирован процесс производства таких изделий, как однорядная коса, кунжутные кольца и закрученный брецель. Посетители смогут получить полное вкусовое представление о производстве брецелей: изделия будут не только сформованы, но также прямо на стенде обработаны щелочным раствором и выпечены.

На стенде будет представлена и универсальная классика в действии – тестораскаточные машины FRITSCH ROLLFIX. Посетители смогут получить консультацию по техническим и технологическим вопро-

сам относительно представленного на стенде оборудования, а также по всей линейке техники от представителей и сервисных инженеров компании FRITSCH.

Фирма FRITSCH с 1989 года принимает постоянное участие в выставке Modern Bakery. В этом году, как и ранее, компания выступит золотым спонсором выставки – а это лучшее доказательство, насколько важен российский рынок для фирмы FRITSCH. Мы будем рады видеть вас на выставке Modern Bakery – павильон 2, стенд 22 ВЗ. **Р**

ООО ФРИЧ

Россия, Москва, 127055, ул. Лесная, 43

Тел: +7 (495) 380 09 50

Факс: +7 (499) 973 20 17

E-mail: sales@fritsch-russia.ru

www.fritsch-russia.ru



The tradition of Innovation

CM-OPM на ProSweets-2013

На выставке ProSweets-2013 компания Carle & Montanari-OPM впервые выставилась как одно предприятие.

Carle & Montanari (CM) и OPM объединились в октябре 2012 года, и выставка ProSweets-2013 стала первой возможностью представить новую компанию на рынке.

Благодаря большому опыту Carle & Montanari по производству и формовке изделий из какао и шоколада, а также широким познаниям специалистов OPM в области формовки, первичной и вторичной упаковки, новое предприятие предоставляет широкий спектр продукции и полноценные решения для кондитерского рынка.

На своем стенде Carle & Montanari-OPM представила два гибких технических решения для приготовления шоколада и первичной упаковки: но-

вую установку BETA X и машину JT PRO с системой подачи FAST PICKER. Компания CM-FIMA представила новую оборотную установку V-pack2CB4 RF.

BETA X – идеальное решение для клиентов, которым необходима гибкость при наполнении начинкой шоколадных изделий: BETA X может использоваться на 10-100% от номинальной мощности. Установка отличается компактностью и уже готова к использованию. Благодаря запатентованной системе SMART TEMP все параметры установки и ее секторов автоматически подстраиваются в соответствии с необходимой скоростью шоколадного потока. Это позволяет более гибко подходить к традиционному

процессу начинки и экономить энергию, особенно при использовании технологии холодной штамповки Fast-Shell и ей подобных (например, Frozen Cone, Cold Stamp и т. д.).

JT PRO подачи FAST PICKER – оборотная и упаковочная установка нового поколения, подходящая для работы с приложениями на средней скорости. Она была разработана для беспрепятственной интеграции с автоматизированными линиями и потому полностью работает от сервера. Работа установки была усовершенствована с учетом наилучшего соотношения цены и мощности.

JT PRO полностью интегрирована с новым системным решением для подачи – установкой FAST PICKER. Последняя представляет собой особую роботизированную систему загрузки, состоящую из двух четырехосных роботов, позволяющих отбирать продукты. Система распознавания способна правильно размещать продукты и гарантирует их правильное направление и ориентацию в пространстве в процессе, а следовательно, равномерное распределение в упаковке.

Последняя модель из «заслуженной» серии установок V-pack series и первая совместная разработка CM-FIMA вообрала в себя опыт по обертке шоколада от компаний Carle & Montanari Wrapping Systems и Fima. Несмотря на то что новинка рассчитана на небольшие плитки шоколада и фигурки в конвертах и футлярах, она обладает некоторой гибкостью. С помощью этой установки можно упаковывать продукцию даже в связки и двойные обертки. Данная машина может служить идеальным выбором для производителей шоколада, которым необходимы высокая производительность и своевременная отдача вложенных средств.

Все продукты доступны уже сейчас. **Р**

Антонелла Кавальери Манассе,
менеджер по маркетингу
и коммуникациям

Carle & Montanari-OPM S.p.A.

Via Trebbia 22

20089 Rozzano (MI)

Тел.: +39 02 82452 209 (раб.)

+39 346 8538181 (моб.)

E-mail:

antonella.cavaliere@cm-opm.it



BETA X



JT PRO



V-pack2CB4 RF

18-я международная выставка упаковочной индустрии



RosUpack

RUSSIA

18 – 21 июня 2013

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Упаковочное оборудование,
технологии и материалы



Реклама

Организатор:



В составе группы компаний ITE
Тел.: +7 (495) 935 81 00
E-mail: rosupack@mvk.ru

Генеральный
Интернет-партнер:



Подготовила: **Светлана Карельская**

Тесто без стресса

Для того чтобы конечный выпечной продукт получился максимально вкусным, необходимо правильно приготовить тесто. А современные технологии и оборудование могут стать отличными помощниками в его производстве.

Так, замешивание теста из пшеничной муки проходит опарным (двухфазовым) или безопарным (однофазовым) способом. При опарном способе сначала готовят опару, в которую после 3-4 часов брожения и обминки добавляют другое сырье.

Замешивание

Существует несколько видов теста и, соответственно, различные техно-

логии замешивания. Хлеб из ржаной, а также ржано-пшеничной муки готовят на закваске или заварным способом. Закваска – это опара, в которой увеличена кислотность за счет молочнокислых бактерий. Хлеб имеет эластичную середину и более благородный вкус, чем изделия, выпеченные на дрожжах. Заварка – опара, в которой часть ржаной муки заваривают кипятком. Для замешивания используют

различные тестомесильные агрегаты. Для приготовления ржаного и пшеничного теста двухфазовым способом используются тестомесы, в которых замес опары и теста осуществляется непрерывно в разных емкостях, а брожение – в секционных бункерах.

Затем замешенная опара подается в шестисекционный бункер по трубе с помощью шнекового питателя. Выброженная опара забирается из бункера и подается дозатором опары по трубе в тестомесильную машину, в которую также дозируются мука и жидкие компоненты. Аналогичная станция применена и для дозирования жидких компонентов в опару.

Агрегаты для приготовления теста безопарным способом, как правило,



Закваска – это опара, в которой увеличена кислотность за счет молочнокислых бактерий. Хлеб имеет эластичную середину и более благородный вкус, чем изделия, выпеченные на дрожжах.



имеют только одну тестомесильную емкость, в которой сразу смешиваются все ингредиенты без добавления каких-либо выброженных полуфабрикатов (опары, закваски).

Деление теста

Этот этап начинается, когда замешенное тесто подается в бункер тестоделительной машины.

Тестоделитель позволяет делить тесто на порции нужного размера, причем важно, чтобы он при этом не оказывал на заготовку сильного давления, которое чревато тем, что готовое изделие может быть испорченным.

Для того чтобы правильно выбрать данную установку, нужно определиться с необходимыми функциями. Если производитель желает, чтобы в дополнение к своей основной задаче – делению, устройство еще и округляло тестовые заготовки, необходимо выбирать тестоделители с функцией округления. Использование в работе такой техники не просто позволит вам существенно сэкономить собственные силы и время, но и добиться

поражающих результатов – полного соответствия заданным параметрам и идеальной формы теста.

С точки зрения способа деления теста тестоделители бывают двух видов: использующие в качестве меры деления вес теста (весовой способ деле-

Экструзия – это равномерная подача (продавливание) теста через систему валков, которая исключает сильное сжатие и перетираание.

ния) или ориентирующиеся на объем заготовки (волюмометрический способ деления).

Особенности весовых тестоделителей

Тестоделитель, в основе работы которого лежит весовой принцип, работает следующим образом:

- вычисляет точный вес теста путем умножения количества требуемых заготовок на их вес и взвешивает тесто;

- размещает тесто на рабочей поверхности и готовит его к делению;
- делит тесто.

В большинстве случаев именно такие тестоделители комплектуются округлителями.

Достоинством этого вида автоматов считается их компактность, недостатком – относительно невысокая производительность.

Особенности волюмометрических тестоделителей

Вес полученных таким способом заготовок приблизительно одинаков, поскольку тесто – однородная масса и равные по объему куски имеют равный вес.

Тесто подается в специальный механизм – делительную головку, где и происходит деление. По методу подачи теста в головку различают поршневого, вакуумный и вакуумно-поршневой виды установок.

К достоинствам волюмометрических тестоделителей причисляют хорошую производительность и более высокие пределы деления.



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






Ферментатор для жидких заквасок

Tradilevain

Делитель-формовщик

Tradiform

WWW.JAC-MACHINES.COM



2013-100-02-RU

Принципы работы тестоделителей различных моделей могут быть вариативными.

Например, в вакуумно-поршневых установках тесто под собственной тяжестью поступает в цилиндр, благодаря движениям которого в поршне образуется вакуумная система, обеспечивающая точность деления. Тесто нарезается без стресса, сжимания и разрыва.

Тестоделители обоих видов могут комплектоваться ручной или цифровой панелью управления, позволяющей задавать и менять программы деления, счетчиками для подсчета заготовок и бункерами, размер которых определяется производительностью машины; системой смазки деталей, которая работает автоматически, что способствует более длительной работе оборудования (в этом случае все поверхности деталей оборудования смазываются маслом, годным для пищевой продукции).

Некоторые современные тестоделители также оснащены противовибрационной системой, снижающей уровень шума.

Подготовка к формованию

Для бесстрессовой подготовки некоторых видов теста к формованию производители оборудования предлагают такие технические решения, как ламинирование и экструзия.

Ламинирование, по сути, является слоением теста без использования жиров. Оно улучшает структуру заготовки, повышает пористость и рав-

Ламинирование, по сути, является слоением теста без использования жиров. Оно улучшает структуру заготовки, повышает пористость и равномерность мякиша в конечном продукте.

номерность мякиша в конечном продукте. Такой способ подготовки теста может применяться при производстве сахарно-бараночных изделий, снежков, галет, крекеров и др.

Под экструзией разработчики в данном контексте подразумевают не



Тестоделители могут комплектоваться ручной или цифровой панелью управления, позволяющей задавать и менять программы деления, счетчиками для подсчета заготовок и бункерами, размер которых определяется производительностью машины; системой смазки деталей, которая работает автоматически, что способствует более длительной работе оборудования (в этом случае все поверхности деталей оборудования смазываются маслом, годным для пищевой продукции).

сильное давление на тесто, а его равномерную подачу (продавливание) через систему валков, которая исключает сильное сжатие и перетираание.

Этот метод бесстрессовой подготовки теста способствует образованию равномерной пористости по всему объему заготовки.

Справка

Наиболее популярными видами теста в российском хлебопекарном и кондитерском производстве являются:

- хлебное тесто – полуфабрикат хлебопекарного производства, полученный замесом с использованием или без использования опары, закваски и дополнительного сырья в соответствии с утвержденной рецептурой и технологической инструкцией;
- бисквитное тесто (франц. biscuit от итал. biscotto – «печенный дважды») – кондитерское тесто, приготовленное из муки, сахара и яиц. Используется преимущественно при приготовлении тортов, рулетов и пирожных;
- дрожжевое тесто – применяют для изготовления многих видов хлеба, пирожков и беляшей;
- заварное тесто – полуфабрикат для производства пирожных, в том числе эклеров, а также некоторых видов хлеба, например бородинского;
- песочное тесто – используется при изготовлении основ для тортов, а также различных пирожных и печенья;
- пресное тесто – тесто без биологических разрыхлителей, используется при изготовлении пельменей, пиццы, чебуреков и пресных лепешек;
- сдобное тесто – тесто с повышенным содержанием сдобы: сахара, яиц и масла;
- слоеное тесто – используется при изготовлении слоев и самсы;
- блинное тесто – жидкое тесто, используется для приготовления блинов.

Формование

После деления заготовки нужного размера подаются в зависимости от вида конечного продукта в тестоформирующие или тестораскатывающие машины.

В зависимости от производительности цеха существуют два подхода к последовательности формирования тестового полотна: формирование тестовых полотен фиксированной длины с последующим их переносом на формирующую линию и формирование непрерывного тестового полотна. В первом случае применяются тестораскаточные машины. Они формируют полотна конечной длины, которые затем наматываются на скалку и переносятся на формирующую линию. Предварительно намотанные на скалку тестовые отрезки последовательно разматываются друг за другом на приемном участке транспортера формовочной линии.

Существуют также комбинированные тестораскаточные машины, которые помимо своей основной функции осуществляют еще дополнительно и деление полотна на стандартные заготовки заданной формы, а также служат еще и формовочным столом для ручного дозирования начинки и формования кондитерских изделий.

Установки для формования теста состоят из подающего конвейера с несколькими валками для раскатки теста, которое затем попадает на участок между лентами, вращающимися на различных скоростях, и закатывается, образуя всевозможные виды выпечных изделий.

Правильно подобранные установки для смешивания, деления и формования позволяют сделать тесто однородно плотным, воздушным и упругим, а изделия, выпекаемые из него, – самого 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

Проанализирована 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.



сфера
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

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

реклама

+

еще
убедительнее

- Меньше шума и вибрации
- Более мощная и эффективная
- Сверхстильная и эргономичная



JAC



Автоматическая хлеборезка

Eco+

WWW.JAC-MACHINES.COM

реклама

2013-100-01-RU

Pavailler

Компания: **PAVAILLER**
 тел.: +33 47557 5500
 www.contact@pavailler.com

Удачное слияние

В результате объединения компаний PAVAILLER, BERTRAND PUMA и CFI хлебопекарные и кондитерские предприятия всего мира имеют возможность получать широкий ассортимент качественного оборудования для различных нужд кондитерской и хлебопекарной промышленности.



Компания PAVAILLER изготавливает и продает качественное оборудование для требовательных специалистов, которые заботятся о качестве продукции по разумной цене.

Французская фирма PAVAILLER производит хлебобулочное и кондитерское оборудование для пекарен и супермаркетов. Заводы предприятия расположены на территории Франции.

BERTRAND PUMA выпускает технику для приготовления теста. Например, классические машины для замеса, такие как тестомесы спиральные и вилкообразные, тестоделители круглые или квадратные для заготовок массой от 120 до 1200 г, объемные тестоделители, скорость которых достигает 1800 заготовок в час, тестоформовочные и тестораскатывающие машины, а также люльки высокой производительности.

CFI – это производитель холодильного и морозильного оборудования. Компания изготавливает охладители воды, ферментационные шкафы и камеры, шкафы для контролируемой расстойки, для хранения продукции при температуре -20 для быстрой заморозки при -40 холодильные столы.

Подовые и ротационные печи, выпускаемые компанией PAVAILLER, могут использовать разный тип энергоносителя: газ, жидкое топливо или электричество. А конвекционные

и модульные печи работают только на электричестве.

Вся продукция разрабатывается на наших заводах. Каждый день наши сотрудники заботятся о совершенствовании производимого оборудования. Основные цели компании – экономия энергозатрат, эргономика и надежность техники.

Вот несколько примеров.

Fermentolevain

Мы придумали эту машину, чтобы пекарь мог создавать свой собственный хлеб. Теперь он получает 100%-й натуральный продукт без использования улучшителей и добавок, изготовитель сам создает вкус хлеба. Изделия выпекаются с использованием произведенной пекарем жидкой закваски на базе закваски-основы.

Панель C-Touch с сенсорным экраном создана для интуитивного программирования холодильного оборудования. Она встроена в двери камеры на уровне человеческого роста, что позволяет каждому оператору настраивать оборудование для выработки «отрицательного» или «положительного» холода

либо использовать режим ферментации или контролируемой расстойки.

Расположение ТЭНов в передней части электрических подовых печей предназначено для удобного технического обслуживания. Вы можете ставить рядом с печью другие производственные аппараты – это не мешает проведению ТО, которое осуществляется со стороны фасада.

Divitrad

Мы создавали эту машину в том же духе, что и Fermentolevain. Это три машины в одной: пресс, классический тестоделитель и тестоформовочная машина. Вы можете работать с очень влажным тестом, используя функцию тестоформовки, а затем сразу выпекать продукцию. Достаточно лишь сменить решетки, чтобы изменить форму хлеба.

Наши специалисты много работали над вопросом циркуляции горячего воздуха в конвекционных печах, чтобы обеспечить равномерность выпечки хлебобулочных и кондитерских изделий.

Панель управления C-Touch запоминает рецепты и программирует отсрочку запуска печи.

Превосходная изоляция машин позволяет расположить конвекционную или модульную печь рядом с холодильной камерой. С помощью тележки FAST Rack вы можете осуществлять быструю загрузку сразу десяти или четырех листов в конвекционную печь.

Помимо новой продукции не стоит забывать наших лидеров продаж, получивших признание в среде пекарей, таких как вилкообразные тестомесы, которые особенно хорошо насыщают тесто кислородом. Наши автоматические линии производства широко используются в супермаркетах для выпечки до 1800 изделий в час. Мало кто из производителей выпускает объемные тестоделители с автоматическим затвором. Наши ротационные печи для тележек размером 600 x 800 получили репутацию неломашихся и работают без сбоев на протяжении многих лет.

Компания PAVAILLER изготавливает и продает качественное оборудование для требовательных специалистов, которые заботятся о качестве продукции по разумной цене. ■



Читайте.

www.sfera.fm

Пищевая отрасль в цифрах и фактах



Автор: **Светлана Тюрева,**
главный технолог компании
«Агро-3»

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



Модернизация и экономия: универсальные технологии выпечки



Весь ассортимент хлебобулочных изделий в одной тоннельной печи – утопия или реальность? Этот вопрос давно волновал хлебопеков, причем не только на предприятиях средней и малой мощности, но и на крупных хлебокомбинатах.

Возможности модернизации зачастую ограничиваются банальным отсутствием необходимых производственных площадей или финансовых ресурсов. Далеко не все предприятия могут установить тоннельные печи целевого назначения, например, отдельно для ржано-пшеничных подовых сортов хлеба или отдельно для батонных изделий из пшеничной муки. Однако рецептурный состав такой продукции, ее развес и валка (процентное соотношение ржаной и пшеничной муки в хлебе) существенных изменений режима выпечки не требуют, так как готовая продукция имеет схожие физико-химические показатели, поэтому регулируемым параметром остается только время выпечки.

Это означает, что принципиальное решение вопроса универсальной выпечки возможно.

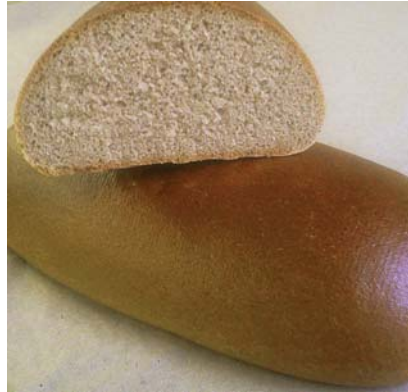
Но выпекать в одной печи и батонны, и ржано-пшеничный подовый хлеб пробовали пока единицы. Специалисты чешской фирмы J4 и компании «Агро-3» совместно с инженерами и технологами ряда заинтересованных предприятий внедрили данную инновацию, получив хорошие результаты по качественным и экономическим показателям.

Сегодня такой опыт имеют несколько хлебозаводов. В Вязьме установлена универсальная линия по изготовлению в одной печи как подового, так и формового хлеба. В Вологде установлена линия, укомплектованная разделочным оборудованием для ржано-пшеничных и для пшеничных сортов, универсальным расстойным шкафом и 12-метровой печью, в которой создают поочередно широкий ассортимент подовой продукции. В Елани (ЧП Магомедов) на линии с универ-

сальной расстойкой и печью с 9-метровой рабочей зоной выпекают белый формовой хлеб, батонны, багеты, ржано-пшеничный подовый хлеб и даже булочные изделия на листах. В Ковеле (Украина) производится выпечка пшеничной и ржано-пшеничной продукции весом 0,7 кг с расстойкой в формах из лозы.

Суммируя накопленные результаты, можно сказать, что при универсальном использовании оборудования главной задачей является грамотная перенастройка печи с одного режима выпечки на другой. Так, если согласно требованиям технологии выпечка батонной продукции должна начинаться с более низкой (в зоне пароувлажнения) температуры с постепенным ее повышением и последующим допеканием, то для ржано-пшеничных сортов хлеба необходима высокая температура начала выпечки и постепенное ее понижение. Существенное значение для ржано-пшеничного хлеба имеет и температура пода печи. Поэтому важно отработать механизм перевода печи с выпечки ржаного на выпечку пшеничного, пройдя стадию ее неполного охлаждения и переустановки положения шибера обогрева. Обычно для вывода печи на нужный режим выпечки требуется порядка 2 часов и более, но умело подобранный ассортимент и его последовательность (ярким примером является производство в Елани) позволяет производить выпечку и в течение периода перенастройки.

Экономичным решением для предприятий с малым размером производственных помещений является использование тоннельной печи небольшой длины (рабочая зона – 9-12 м) с применением СТИР-технологии. Это позволяет за более короткое вре-



мя качественно пропечь продукцию, уменьшив энергозатраты (батоны весом 0,4 кг – 18 минут, хлеб столичный весом 0,5 кг – 25 минут). СТИР-технология успешно внедрена и работает на предприятиях Липецка (Липецкхлебмакаронпром), Магнитогорска, Минска и Витебска (Беларусьхлебмакаронпром).

Для тех, кто мало знаком со СТИР, хотелось бы пояснить, что представляет собой эта технология. В определенной зоне тоннельной печи (в 3-зонных печах это преимущественно 2-я зона, в 5-, 6-зонных – 3-я или 4-я зона) на радиаторы наносится специальное керамическое покрытие. Оно создает инфракрасное излучение, позволяющее ускорить выпечку и увеличить равномерность пропекания, снизить упеки, улучшить вкусовые качества продукции, в большей степени сохранив ее витаминно-минеральный комплекс. В России наработан уже солидный экспериментальный и практический опыт применения СТИР-технологии выпечки. Интересное экспериментальное исследование СТИР-эффекта было проведено кафедрой теплотехники МГУПП под руководством д. т. н., профессора В. А. Брязуна при содействии фирм J4 (Чехия) и IBT (Германия). В результате ученые и производственники пришли к следующим выводам.

При одинаковом термовлажностном режиме выпечки СТИР-технология, по сравнению с обычным ИК-подводом теплоты, позволяет заметно интенсифицировать прогрев выпекаемых заготовок без существенного повышения скорости испарения влаги. Это означает, что при СТИР-воздействии на прогреваемый мякиш необходимая температура в его центре достигается быстрее и, соответственно, с уменьшением упека.

От СТИР-воздействия выпекаемые заготовки становятся более округлыми, но их конечный объем по сравнению с обычной выпечкой практически не изменяется.

Производители оборудования предоставляют хлебопекам реальную возможность модернизировать производство, добиваться отличных результатов по ассортименту, качеству и сбыту, существенно экономя при этом на затратах.

Рациональное сокращение длительности СТИР-выпечки может составлять 10-12%. Упек при этом уменьшится приблизительно на 1%, а величина удельных затрат теплоты, непосредственно связанных с выпечкой, – на 40-45 кДж/кг.

СТИР-эффект, обусловленный в основном повышением теплопроводности теста, мякиша и корки, имеет место



при любой температуре греющих поверхностей.

Для изделий из пшеничной муки СТИР-технология целесообразно применять в период допекания, то есть во второй половине процесса выпечки.

За время работы по запуску в производство печей подобного типа специалисты «Агро-3» также смогли убедиться, что технология СТИР реально работает. Выпеченная за более короткое время продукция имеет температуру внутри мякиша 97,4-97,7 °С, тонкую, равномерно окрашенную верхнюю корочку и достаточно сухой мякиш с хорошо развитой, равномерной пористостью.

Еще одна интересная инновация наших чешских коллег, направленная на экономию ресурсов предприятий отрасли, – система ДУАТЕРМ, то есть дву-

сторонний обдув пекарной камеры для получения более равномерного пропекания верхней и боковых корочек батонов при условии более плотной укладки их под печи. Каждому производителю хочется максимально эффективно, с высокой производительностью использовать имеющееся оборудование. В варианте с тоннельными печами – это выпечка при более плотной загрузке пода с уменьшением времени. Рациональным решением такой задачи является совокупное применение технологий СТИР и ДУАТЕРМ.

Таким образом, производители оборудования предоставляют хлебопекам реальную возможность модернизировать производство, добиваться отличных результатов по ассортименту, качеству и сбыту, существенно экономя при этом на затратах. Однако современные высокоэффективные технологии требуют профессионального внедрения и освоения с учетом специфики как оборудования, так и предприятия.

Важно понимать, что только кропотливый труд, специфические знания специалистов-наладчиков, их слаженная совместная работа с инженерами и технологами предприятия-заказчика обеспечат требуемые результаты. ■

RONDO
Dough-how & more.

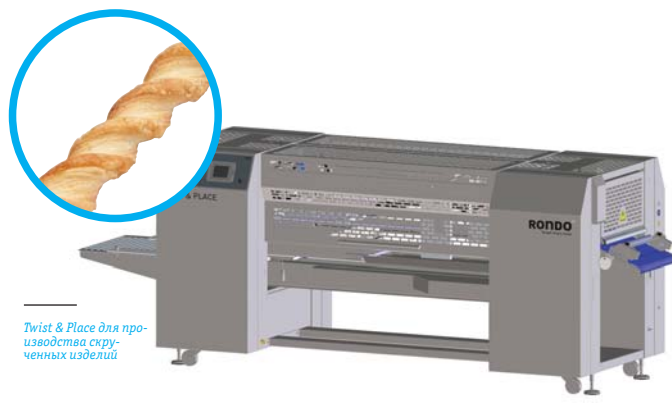


Компания: **ООО «Рондо Русь»**
127411 Москва,
Дмитровское шоссе, 157, стр. 4
тел.: +7 (495) 665-67-93
факс: +7 (495) 665-67-94,

телефон технической поддержки:
+7 (903) 153 35 75, с 9.00 до 21.00
e-mail: info@rondo-online.ru
www.rondo-online.com



Компактная машина
Crustinette



Twist & Place для про-
изводства скру-
ченных изделий

Новинки от **RONDO**

Один из ведущих производителей оборудования для работы с тестом – компания Rondo – вывела на рынок несколько новинок. Расскажем о каждой из них подробнее.

Twist & Place для автоматического производства скрученных изделий

Эта машина создана для изготовления эксклюзивных скрученных изделий. В работе установки применяются абсолютно новые принципы обработки теста, что позволяет значительно уменьшить количество отходов.

После скручивания тесто растягивается и автоматически выкладывается на поддоны, где затем при помощи специального модуля разрезается на изделия необходимой длины.

Благодаря разнообразным функциям машина Twist & Place решает многие проблемы автоматизации производства скрученных изделий.

На выбор клиента предлагается большое количество возможностей: производить сладкие, острые или пряные изделия; использовать разнообразные начинки – шоколад, сыр, специи и многое другое; скручивать изделия сильнее или слабее; производить свежие, длительного хранения, а также замороженные изделия.

Crustinette

Решение для упрощения производства «крестьянского» хлеба длительной расстойки с высоким содержанием влаги и пористой структурой.

Ранее ручное изготовление подобной выпечки было сложным и кропотливым процессом. Сейчас компактная машина Crustinette значительно упрощает его.

Высокоточный тестоделитель Cut & Check

Данная машина от Rondo станет отличным помощником для тех, кто стремится к созданию простого и эффективно-го производства хлеба при помощи точного контроля веса. Эта установка способна работать со всеми видами теста – начиная от заготовок для мягкой чиабатты или теста из ржаной муки и заканчивая плотным тестом.

Вес каждого кусочка теста фиксируется в памяти Cut & Check. Причем для приготовления булочек меньшего размера можно легко перейти от однорядного режима к двухрядному без замены инструментов. **▶**



Высокоточный
тестоделитель
Cut & Check

RONDO
Dough-how & more.

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



Посетите нас в павильоне 2
на стенде 21С3



Наши инновации – Ваш успех



RONDO не мыслит свое развитие без инноваций: Инновационных машин и оборудования. Инновационных процессов. Производства инновационной продукции. Вы получаете выгоду от наших инноваций. Наши инновации – основа Вашего успеха. www.rondo-online.ru

000 Рондо Русь, Москва/Россия, Тел. +7 (495) 665 67 93, Факс +7 (495) 665 67 94, info@rondo-online.ru



CLEXTRAL

Компания:

CLEXTRAL

Тел.: (+7) 985 929 22 75

E-mail: nlesyk@clextral.com

Экструзионные линии **EVOLUM** под ключ от **CLEXTRAL**

Новые возможности в производстве цельнозерновых снэков



Экструдер Evolum HT 53 от Clextral обеспечивает предприятия пищевой промышленности гибким, прибыльным механизмом для обработки продуктов с высоким содержанием клетчатки и цельных зерен.

Цельные зерна являются жизненно важной частью здорового рациона в соответствии с «Диетическими рекомендациями для европейцев». Согласно руководству, недавно опубликованному в постановлении ЕС, люди должны обратить внимание на то, что включение цельных зерен в рацион позволяет наполовину удовлетворить суточную потребность злаковых в день (по мнению европейских ученых, суточная норма зерновых должна составлять 3-ю из 10 частей рациона). Именно поэтому сейчас самое подходящее время для производителей, чтобы добавить цельное зерно или увеличить его количество в сухих завтраках, макаронных изделиях, соэкструдированных продуктах, плоском хлебе и различных других продовольственных товарах.

Технология Clextral позволяет обрабатывающим машинам включить цельное зерно в эти экструдированные продукты, превратив их из товаров с фиксированной ценой в продукцию с добавленной стоимостью, что, в свою очередь, способно повысить прибыльность и расширить ассортимент.

Уникальная технология двухшнекового экструдера Evolum HT 53 от Clextral обеспечивает предприятия пищевой промышленности и обрабатывающие компании гибким, прибыльным механизмом для обработки продуктов с высоким содержанием клетчатки и цельных зерен. Этот

экструдер предназначен для того, чтобы помочь производителям достичь максимальной эффективности своих экструзионных линий обработки. Он предлагает увеличенную пропускную способность и совершенный контроль температуры. Особое внимание было отдано обеспечению полной гибкости обработки. Общая длина корпуса может колебаться от 3 до 12 модулей (L:D = 12:48), в зависимости от требований заказчика к обработке. Отверстие в гидравлическом корпусе Clextral облегчает мгновенный доступ к винту для реконфигурации и санитарной очистки. А дизайн Evolum также предоставляет быстрый доступ к распределительному блоку и муфте сцепления валов.

Зарабатывайте на возрастающем спросе на цельное зерно, налаживая партнерство с Clextral, чтобы улучшить существующую продукцию, внедряя передовые производственные технологии или создавая абсолютно новые виды продукции. Clextral предлагает две полнофункциональных пилотных установки для научно-исследовательских разработок, а также тестирования рецептур новых продуктов. Опытная команда разработчиков компании Clextral предоставит экспертную помощь и предложит идеи для расширения ассортимента наших клиентов.

Clextral является одним из подразделений диверсифицированной промышленной группы Legris Industries и мировым лидером в области экструзии, применяемой в пищевой индустрии, химии, работе с пластмассой и бумажной отрасли. Компания специализируется на проектировании, производстве, монтаже и обслуживании промышленного оборудования для экструзии и на производстве и установке экструзионных линий под ключ. **Р**

Многофункциональные производственные линии под ключ модели EVOLUM® от французской фирмы CLEXTRAL

для изготовления широкого спектра злаковых снежков современным методом экструзии-варки



кукурузные чипсы

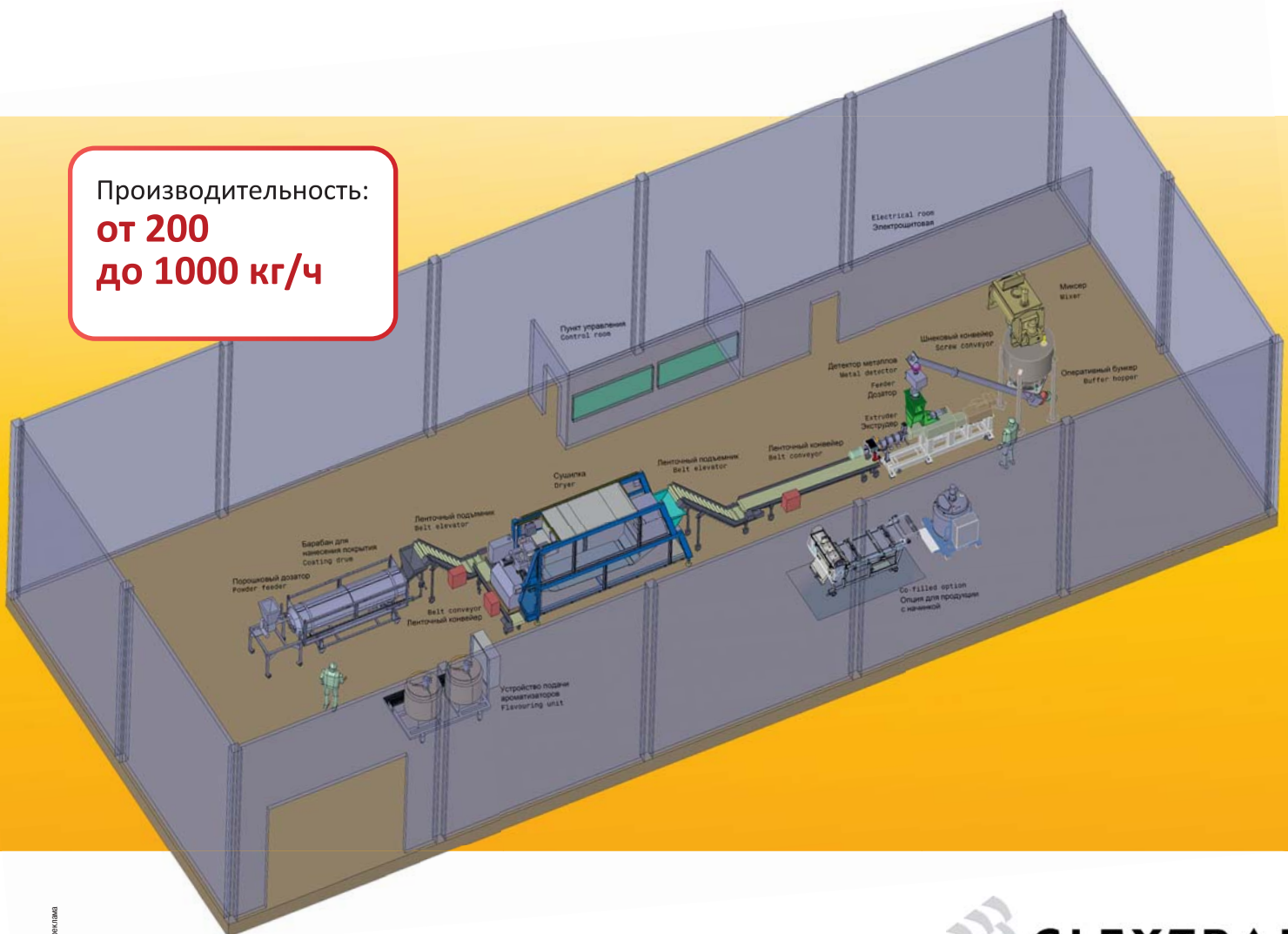


снеки разнообразных форм и текстур



сухарики пшеничные

Производительность:
от 200
до 1000 кг/ч



реклама



Посетите нас на Modern Bakery
Стенд 2.1E1



CLEXTRAL

www.clextral.ru

Компания: **IMAFORNI INT'L S.p.A.**
Риккардо Зузи,
региональный менеджер
по продажам
тел.: +39 045 6174711
e-mail: info.ima@imaforni.it
www.imaforni.it

IMAFORNI
The basic ingredient

Imaforni: НОВЫЕ успешные продукты

Imaforni Int'l S.p.A. с большим успехом произвела запуск нового продукта: карамелизованного сладко-соленого крекера. Этот затыжной продукт имеет большой успех на рынке.

Производится крекер на линиях Imaforni, недавно установленных в Азии, а также в Центральной и Южной Америке.

Так сложилось, что затыжное печенье и классический крекер в других странах имеют большую долю рынка по сравнению с Россией, так как российские потребители в своем выборе кондитерских изделий обычно отдают предпочтение более богатому и сладкому вкусу (фото 1).

Продукт, предлагаемый нашей компанией, имеет своеобразную особенность: он сочетает в себе одновременно сладкий и соленый вкус! И мы верим, что такая продукция могла бы иметь в России большой успех. Но даже если этого не произойдет, оборудование не будет простаивать: на данной линии можно производить и другие виды изделий, такие как соленый крекер и снежки, а также сладкое затыжное печенье типа Petit Beurre и Sultana (фото 2).

Высокое качество предлагаемого оборудования в сочетании с инновационными технологиями и многолетним опытом компании дает возможность клиентам Imaforni производить и поставлять на рынки продукт высокого качества с минимальным количеством производственных отходов. А эксплуатационные возможности оборудования позволяют обеспечить его амортизацию в кратчайшие сроки. **Р**



Фото 1



Фото 2





Надежность, точность, знания, инновации.
Наши ноу-хау для каждой стадии
вашего производства.



50
IMAFORNI ANNIVERSARY
1962-2012

IMAFORNI
The basic ingredient



Компания: **ЗАО «ШАЛЛЕР»**
 Россия, 115054, Москва,
 Павелецкая площадь, д. 2, стр. 2
 Тел.: +7 (495) 797-63-33
 Факс: +7 (495) 797-63-44
 E-mail: office.moskau@schalleraustria.com

NORBERT SCHALLER GESMBH
 Donau-City-Strasse 11, 1220 Wien, Austria
 Tel.: +43-1-368 65 05
 Fax: +43-1-368 66 36
 E-mail: office@schalleraustria.com
 www.schalleraustria.com

Мультисенсорный и мультинадёжный

Сладости, как ни один другой продукт, требуют такой упаковки, которая бы сразу пробуждала желание купить и попробовать. Но наряду с визуальной привлекательностью упаковка для кондитерских и хлебобулочных изделий должна выполнять и другие важные функции: обеспечивать свежесть, качество и безопасность продукта. Кроме того, для многих продуктов, особенно премиум-класса, важна чрезвычайная аккуратность в процессе упаковки, при этом быстрота и точность здесь также остаются актуальными запросами.

Тонкости упаковки

При упаковывании кондитерских и хлебобулочных изделий в промышленных условиях часто невозможно избежать загрязнения сварного инструмента или сварной кромки. Попадание дефектных упаковок на прилавки магазина, в свою очередь, может нанести значительный ущерб имиджу любого предприятия. Упаковка с плохо обрезанной или деформированной верхней пленкой, с дефектным уголком для открывания или криво наклеенной и плохо читаемой этикеткой останется лежать на прилавке, в то время как покупатель предпочтет

более качественную альтернативу. В худшем случае на плохо защищенном изделии может образоваться плесень, что ставит под удар здоровье потребителей.

В этой связи действительно важным моментом является внедрение надежной системы контроля конечных упаковок. Речь идет о всеобъемлющей проверке уже произведенных упаковок на целостность, в том числе на герметичность сварного шва, корректные и полные данные на этикетке, а также оптическое совершенство, например правильное расположение этикетки или качество печати.

Эксклюзивный партнер Schaller® в сфере упаковочных решений – компания Sealpac, ведущий производитель высокотехнологичных термоформеров и трейсилеров, – представляет инновационную систему контроля упаковок. Система PacInspect надежно тестирует запаянные упаковки, комбинируя при этом визуальный контроль с механической нагрузкой под давлением, что позволяет достичь лучшей результативности в сравнении с иными доступными системами. Такой двойной контроль существенно увеличивает безопасность продуктов питания.

По словам **Берта Бросса, директора по экспорту компании Sealpac**, отвечающего за российский рынок, до 10% готовых упаковок имеют те или иные дефекты. «С помощью системы контроля мы даем возможность предприятиям ликвидировать этот источник ошибок и поставлять на рынок только качественные, проверенные упаковки», – рассказывает г-н Бросс.

Как это работает

Контроль упаковок с помощью системы PacInspect происходит в два этапа. Первый – механический: запаянная упаковка продвигается через механический контрольный модуль и подвергается нагрузке под давлением. Затем к процессу подключается специальное аналитическое программное обеспечение этого модуля, которое распознает, регистрирует и оценивает

референтные отклонения при тестировании верхней пленки и выдает заключение о прочности и целостности сварного шва.

Вторая ступень – визуальный контроль. Он происходит при помощи инновационного процесса TQ-Select, преобразовывающего упаковку в цифровое изображение, оценка которого осуществляется при помощи современной технологии обработки изображений. При этом производится тщательная проверка этикетки: есть ли она вообще, на правильном ли месте, соответствуют ли штрихкод и цена содержимому упаковки, сможет ли кассовый сканер распознать штрихкод и т. д.

Модульная конструкция PacInspect позволяет выбрать одну из двух ступеней контроля. В будущем станет возможным также функция визуального контроля сварного шва на наличие дефектов, таких как, например, воздушные включения или чужеродные предметы. Этой опцией можно будет дооснастить любую установку PacInspect.

Три варианта для любых нужд

Система PacInspect доступна в трех различных вариантах исполнения. Первый вариант предполагает чисто механический контроль с помощью давления для проверки герметичности запаивания упаковки. Второй вариант предусматривает визуальный контроль сверху и снизу. В третьей модели, особенно эффективной и производительной, полностью скомбинированы оба метода проверки (механический и визуальный).

Модульная конструкция установки позволяет дооснастить любую модель такими опциями, как сканер штрихкода, устройство считывания оперативных кодов, устройство контроля этикеток и т. д.

Производительность установок достигает до 200 упаковок в минуту. Гигиеническая конструкция способствует простой очистке и удобному обслуживанию. Система прекрасно подходит для работы с упаковочными материалами с цветной печатью, многоцветными верхними пленками с нанесением печати, любыми этикетками или наклейками.

Эти и многие другие комплексные упаковочные решения эксклюзивно предлагает на российском рынке компания Schaller®. **Р**



Конструкция PacInspect позволяет выбрать одну из двух ступеней контроля. В будущем станет возможна также функция визуального контроля сварного шва на наличие дефектов.

SkirtAll® - успешное сочетание традиций и инноваций



Трейсилер Sealpac A8

||| SCHALLER®

Домашние заготовки в промышленном исполнении!



Новая технология SkirtAll® компании Sealpac позволяет объединить автоматический процесс, обеспечивающий высочайшую надежность упаковки, с её необычным внешним видом. Это отличный шанс выделиться среди массы идентичных продуктов!

Преимущества технологии SkirtAll®:

- традиционный вид домашнего продукта в сочетании со всеми преимуществами автоматического процесса упаковки;
- необычный, привлекающий внимание внешний вид;
- высокая узнаваемость марки.



В такой упаковке Ваши продукты выглядят особенно аппетитно!

ЗАО «ШАЛЛЕР»

Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2. Тел.: +7-495-797 63 33

Факс: +7-495-797 63 44, office.moskau@schalleraustria.com, www.schalleraustria.com



Компания: **GEA Refrigeration Technologies**
 105094, г. Москва, ул. Семеновский Вал, 6А
 тел: (495) 787-20-11, факс: (495) 787-20-12
 e-mail: moscow.grasso@gea.com
 www.grasso.ru, www.gea.com

Автор: **Михаил Батыгин,**
 руководитель направления
 «Скороморозильная техника»
 ООО «ГЕА Грассо Рефрижерейшн»

Технологии, позволяющие сэкономить

Сегодня, когда рынок замороженного хлеба и хлебобулочных изделий в России показывает неуклонный рост, который, по прогнозам специалистов, составит 20-25% в год, многие производители встают перед выбором: как и с кем развивать новое направление в производстве. Имея более чем 30-летний опыт работы в хлебобулочной промышленности, GEA Refrigeration Technologies может предложить вам наилучшее качество и надежность.

Наши инженеры и технологи подберут наиболее адаптированное к вашим условиям и требованиям решение по охлаждению и замораживанию продукта. Опыт, воплощенный в нашем оборудовании, будет гарантировать высокое качество ваших продуктов:

- снижение потерь веса изделия;
- отсутствие повреждений продукта в процессе его замораживания;
- сохранение формы и внешнего вида;
- минимизация отпечатков конвейера на продукте.

Мы готовы предложить спиральные скороморозильные аппараты с конвейерной лентой из пластика или нержавеющей



Рынок замороженного хлеба и хлебобулочных изделий в России показывает неуклонный рост, который, по прогнозам специалистов, составит 20-25% в год.

стали, в том числе самонесущие; спиральные конвекционные охладители горячего продукта; спиральные расточечные камеры (пруферы); а также системы холодоснабжения.

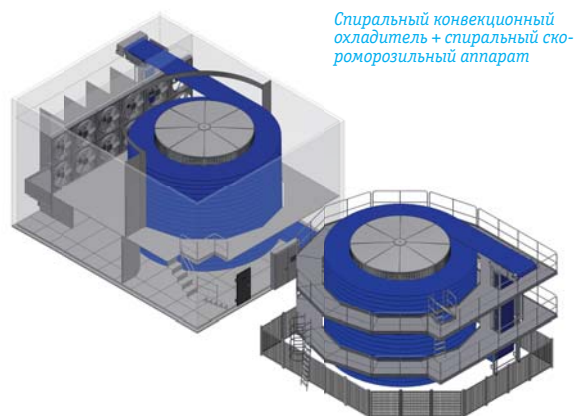
Технические решения, разработанные экспертами, гарантируют надежность и оптимальную производительность при наименьшем потреблении электроэнергии.

Воздухоохладители и воздушный поток разработаны и оптимизированы для получения продукции высокого качества. С целью повышения эффективности ва-

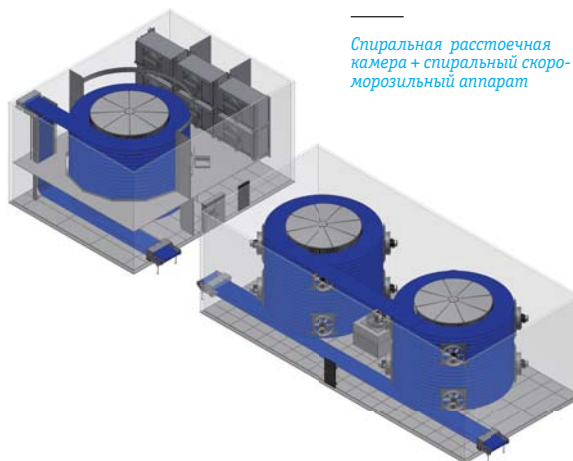
шего производства наши скороморозильные аппараты способны производить замораживание изделий до шести дней без остановки на оттайку, не снижая при этом показатели производительности по продукту. Наши эффективные системы удаления инея SRS и посекционного размораживания испарителя помогут вам снизить себестоимость продукции и эксплуатационные расходы, увеличив объем выпускаемых изделий.

Все наше оборудование отвечает самым высоким требованиям по санитарии и гигиене, предъявляемым на рынке. Изначально применяя гигиеничный дизайн, мы производим оборудование с минимизацией мест возможного накопления отходов продукта. Все части оборудования легко доступны для очистки и мойки, а предлагаемая многоступенчатая система автоматической мойки СІР позволяет производить комплексную очистку всего внутреннего объема оборудования с минимальными затратами по времени и ресурсам.

Оборудование будет спроектировано с учетом всех ваших пространственных ограничений, но без ограничений по доступности и обслуживанию. **■**



Спиральный конвекционный охладитель + спиральный скороморозильный аппарат



Спиральная расточечная камера + спиральный скороморозильный аппарат



engineering for a better world

GEA Refrigeration Technologies

Москва:

105094, ул. Семеновский Вал, 6А
Тел.: (495) 787-20-11; факс: (495) 787-20-12

Екатеринбург:

620028, ул. Фролова, д.31, офис 31
Тел./ факс: (343) 287-37-30

Санкт-Петербург:

190031, ул. Гороховая, 53, лит. А, пом. 6Н
Тел. / факс: (812) 310-38-49

Владивосток:

690091, ул. Набережная, 9
Тел. / факс: (4232) 65-02-80

Событие: **34-я Международная выставка авторских десертов, кондитерских и мучных изделий SIGEP**

3-я Международная выставка технологий и продукции для хлебопечения, выпечки и кондитерских изделий А.В. Tech Expo

Выставки SIGEP и А.В. TECH EXPO: успешный бизнес со всем миром



Итальянские мастера десертов были выбраны для участия в мировом чемпионате на Sigep-2014.

Добиться успеха в бизнесе компаниям, нацеленным на экспорт, в очередной раз помогают салоны SIGEP и А.В. TECH EXPO в Римини (Италия). В этом году мероприятие, действовавшее в течение пяти дней, посетили 144 803 деловых визитеров (на 18% больше, чем в 2012 году).

34-я Международная выставка авторских десертов, кондитерских и мучных изделий SIGEP и 3-я Международная выставка технологий и продукции для хлебопечения, выпечки и кондитерских изделий А.В. TECH EXPO заняли помещения целого выставочного центра: в 16 залах была представлена продукция более чем 1000 компаний.

Как в количественном, так и в качественном отношении наметился самый быстрый рост со стороны иностранных посетителей: их число в этом году выросло на 10% и составило 26 247 человек.

Это может служить подтверждением возрастающего интереса со стороны представителей различных стран мира к авторской выпечке и кондитерским изделиям итальянского производства (продуктам, ноу-хау, технологиям), ко-

торым на SIGEP и А.В. TECH EXPO было уделено большое внимание.

В рамках салонов были организованы различные инициативы и проекты, стимулирующие выход компаний на международный рынок. На выставках были представлены национальные и международные торговые организации. Фирмы, участвующие в мероприятии, обратили особое внимание на улучшение качества экспозиции: в результате заказы стали производиться прямо в течение пяти дней выставки.

В ходе мероприятия прошло множество международных событий, экспозиций и соревнований с участием наиболее известных мастеров мира. Итальянские создатели десертов были выбраны для мирового чемпионата на SIGEP-2014. Победителями индивидуальных отборочных соревнований, завоевавшими право представлять Италию на конкурсе в следующем году, стали Стефано Биазини, мастер десертов из Аквилы; Лука Маззотта, изготовитель мороженого из Бельмонте-Калабро (провинция Казерта); Марко Мартинел-

ли, шеф-повар из Брешии; Массимо Карнио, шоколадный мастер из Вальдобьядене (провинция Тревизо). Новые участники итальянской команды будут готовиться к соревнованиям в следующем январе в Каст-Алименти под руководством тренера Диего Крозара. Запасным игроком итальянской команды станет Антонио Меццалира, мастер десертов из Гаццо-Падовано. Его коллега Луджи Тирабасси из Субьяко, города в окрестностях Рима, завоевал специальный приз за чистоту и порядок, учрежденный признанным мастером десертного искусства Карло Поцци. Соревнования были организованы выставочной компанией Rimini Fiera в сотрудничестве с Co.Gel.-Fipe Confcommercio и Gelato e Cultura.

Чемпионами в сфере выпечки среди юниоров (в возрастной категории до 23 лет) стали два молодых итальянца – 22-летний житель Рима Джиданлука Форино и 21-летний Давиде Верга из Кабиате (провинция Комо).

Также в соревнованиях участвовали парные команды пекарей из Бразилии, Тайваня, Австралии, Японии, Сингапура, Швейцарии, Южной Кореи, Новой Зеландии и Франции. Италия подтвердила свой чемпионский титул в данных соревнованиях: они проводятся раз в два года и в 2011 году итальянцы тоже были победителями. Второе место завоевали кондитеры из Японии. Страну представляли Томохиро Табата и Нарутоси Намбу. Третьими стали участники из Сингапура – Ни Уэй Энг Джейслин и Сит Хвэ Лэнг.

Впечатляющим зрелищем стали выступления в номинации «Сахарная Звезда» (The Star of Sugar) – соревнованиях по мастерству украшения выпечки сахаром. Общей темой для них стало изображение девочки-клоуна. Главным судьей состязания выступил Стефан Клейн. Результаты оказались следующими: первым стал Давиде Малицья, вторым – Стефан Пекрикс, третьим – Марко Татео. ■

Компания: **Bühler AG**

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



Точное дозирование

Как увеличить объем выработки теста из вашей муки? Как достигнуть ее оптимальной консистенции? И как выделить себя на рынке, исходя из индивидуальных решений для муки и концепций инновационных продуктов?

Важнейшими технологическими операциями при изготовлении теста являются точное дозирование разных ингредиентов, таких как мука, вода, лимонная кислота или добавки, вводимые вручную, а также замес.

Для хлебопекарных предприятий «Бюлер» предоставляет комплект-

ные линии приемки сырья, силосные хранилища, системы дозирования, взвешивания и транспортировки муки и необходимых жидких компонентов согласно заданной рецептуре.

Вся техника может быть изготовлена из нержавеющей стали, установ-

ки отвечают самым высоким требованиям гигиены и безопасности. Специалисты фирмы помогут подобрать правильное оборудование, установить его, запустить, а также обучат персонал работе на нем.

Кроме того, «Бюлер» обладает очень большим опытом в разработке систем управления для хлебозаводов. Линия может быть полностью автоматизирована и управляться с компьютера при помощи программного продукта WinCos.

Система управления «Бюлер» путем точной корректировки обеспечивает обработку теста тестомесильной машиной с заданным основной рецептурой соотношением ингредиентов. Система постоянно корректирует подачу сырья таким образом, чтобы тестомесильная машина всегда выдавала тесто одного и того же качества.

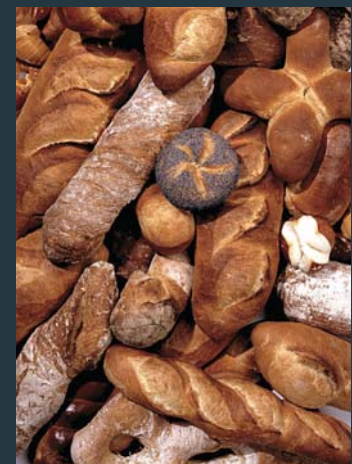
Система управления WinCos осуществляет также все необходимое протоколирование и ведение статистики для обратного отслеживания производства в любой момент времени. **Р**

Технологии и консультации - от одного поставщика. Оборудование и комплексные решения для управления хлебозаводами.

Бюлер АГ, Представительство в Москве
Т/Ф +7 495 786 87 63, E-mail: office.moscow@buhlergroup.com
www.buhlergroup.com



Современное
хлебопечение-2013
Павильон 2, стенд 23D6.3
ЦВК «Экспоцентр»



Innovations for a better world.



Rademaker

Компания: **Rademaker**

Радемейкер Россия
 Проспект Кирова 48, а/я 15
 140411 Коломна, Московская область
 Телефон: +7 962 942-78-75
 officeru@rademaker.ru

Выверенное качество

Основная задача компании Rademaker – использовать опыт традиций хлебопечения прошлого для создания надежных в эксплуатации ультрасовременных промышленных хлебопекарных установок, отвечающих требованиям клиентов со всего мира.

Основываясь на требованиях пользователей, технологи пищевого производства компании Rademaker сочетают индивидуальные разработки с последними технологическими стандартами, и результатом этого становятся производственные линии и решения, сделанные с учетом всех требований клиента и полностью готовые к использованию.

Неудивительно, что обработка теста для хлебобулочных изделий не составляет труда для установок фирмы Rademaker. Решения компании настраиваются в соответствии с особенностями рецептур каждого клиента. Разработка начинается в технологическом центре Rademaker: здесь все процессы производства тестируются в среде, максимально приближенной к условиям эксплуатации. Инженеры-технологи компании Rademaker разрабатывают лучшие продукты по запросам своих клиентов, а затем интегрируют проверенные технологии в производственные линии Rademaker. Такой подход позволяет клиентам достигать максимальных результатов в отношении качества продукции и возврата инвестиций, также особое внимание уделяется ингредиентам и уменьшению количества отходов.

Справка


Компания Rademaker, основанная в 1977 году, была одним из первых предприятий, специализировавшихся на разработке и поддержке инновационных решений для хлебопекарной промышленности. В настоящее время Rademaker является одной из передовых компаний в хлебопечении с подразделениями по всему миру и обеспечивает высококачественный сервис, не ограничивающийся лишь доставкой и установкой линий хлебопекарного оборудования. Преданные своему делу, опытные и высококвалифицированные специалисты внедряют новейшие инженерные технологии, чтобы обеспечить пользователям решения, позволяющие уверенно смотреть в будущее.

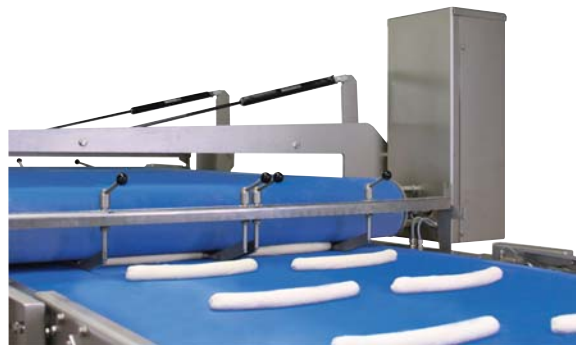
В портфолио компании – широкий ассортимент установок для обработки теста. Ноу-хау в области хлебопечения специалисты Rademaker воплотили в своей гибкой линии оборудования для производства хлебобулочных изделий Crusto, позволяющей пользователям отвечать будущим требованиям рынка. Будучи разработанной для производства широкого ассортимента хлебобулочных изделий, установка позволяет быстро менять продукцию, также возможно ее расширение с помощью индивидуальных дополнительных решений. Таким образом,

каждый клиент может адаптировать под себя ассортимент продукции. Производственная линия для изготовления пиццы и лепешек Rademaker Flatbread позволяет изготавливать самые разные виды высококачественного плоского хлеба, вплоть до пиццы с разнообразной начинкой.

Одними из первых хлебопекарных линий от Rademaker стали установки по производству круассанов. В настоящее время компания является признанным лидером по изготовлению гибких и многофункциональных линеек для круассанов, позволяющих создавать большие объемы продукции. Более чем 30-летний опыт отразился в приготовлении теста непревзойденного качества.

Секрет хорошего качества теста для круассанов и другой выпечки заключается в процессе производства слоеных материалов. Компания Rademaker является экспертом в области свободного слоения и подачи теста и имеет большой опыт подобных технологий. Именно поэтому ее специалисты разработали четыре различных метода слоения, базирующихся на теоретических исследованиях и практических разработках в соответствии с требованиями рынка. Установки для слоения от Rademaker гарантируют высокую производительность и лучшее качество. Они могут быть разработаны в виде модульных либо полностью автоматизированных систем. С помощью универсальной линии разделки возможно производство изделий самых разных видов.

Также Rademaker предлагает производственные решения для пирогов из традиционного и песочного теста, основанные на специальной линии по их производству. Уникальное сочетание проверенных и новых технологий, а также внимание к деталям позволяют компании Rademaker быть надежным деловым партнером в хлебопекарной отрасли. Поэтому неудивительно, что она превосходно зарекомендовала себя в области хлебопечения по всему миру. 



«Керхер» будет отвечать за чистоту на олимпийских объектах

Компания «Керхер» стала поставщиком Олимпийских игр – 2014 в Сочи в категории «Клининговое обслуживание мероприятий». Соответствующий договор был подписан президентом оргкомитета «Сочи-2014» Дмитрием Чернышенко и генеральным директором ООО «Керхер» Олегом Минаевым.



Фото пресс-службы оргкомитета «Сочи-2014»

Согласно контракту, в период Олимпийских игр «Керхер» предоставит их организаторам более 200 единиц техники, а сотрудники компании будут привлечены к техническому обеспечению уборки объектов Прибрежного и Горного кластеров.

Во время Игр на территории Олимпийского парка будут работать в общей сложности 153 единицы техники «Керхер», в том числе поломойные машины с сиденьем оператора, ручные

самоходные поломойные машины и коммунальные машины. В Горном кластере будут задействованы 64 единицы техники, среди которых 13 ручных самоходных поломойных машин.

Президент оргкомитета «Сочи-2014» Дмитрий Чернышенко подчеркнул:

«Я рад, что за наведение чистоты на олимпийских объектах будет отвечать именно компания «Керхер» – лидер в сфере клининга, который уже сполна доказал свой профессиона-

лизм на предыдущих Играх. Благодаря «Керхер» чистота олимпийских объектов Прибрежного и Горного кластеров будет гарантирована на 100%».

Генеральный директор ООО «Керхер», дочернего предприятия концерна Alfred Kärcher GmbH & KG в России, Олег Минаев отметил:

«Поддержка международных и национальных спортивных мероприятий – давняя традиция «Керхер». Мы всегда стремимся привлечь как можно больше внимания к спорту и здоровому образу жизни, что в полной мере соответствует ценностям компании. Участие «Керхер» во всемирном празднике спорта – Олимпиаде «Сочи-2014» – станет еще одной вехой в содействии развитию физической культуры. Наша техника неоднократно использовалась на Олимпийских играх, и мы гордимся, что стали поставщиком первых в истории России зимних Игр. Наш опыт обслуживания мероприятий подобного масштаба является гарантией того, что уборка спортивных объектов будет организована на самом высоком уровне». **Р**

ООО «Керхер»

Адрес: 107023, г. Москва,

ул. Электротехническая,

д. 27, стр. 2

www.karcher.ru

Латвийский производитель тортов инвестирует в новую технологию



Кондитерское предприятие Staburadze инвестирует в технологию производства новых шоколадных тортов, которая позволит улучшить вкус, структуру продукта, а также создавать лакомства нетипичной формы, сообщил порталу DELFI глава предприятия **Роландс Гулбис**. В новую технологию Chocolate Spray (шоколадное распыление) предприятие вложило 30 тыс. латов.



«Новый метод распыления шоколада позволит создавать торты новых видов. В Латвии в сфере широкого потребления таких предложений нет. Благодаря этой технологии можно создавать продукт с мягкой, бархатной структурой. В мире же такие десерты особо популярны в ресторанах», – поясняет Р. Гулбис. По его словам, первые такие торты появятся в сетях Латвии, а также в фирменных магазинах Laima.

Delfi.lv

Rademaker

Радемакер стенд 21C1.1 (зал 2.1)



Специалист по перерабатывающему оборудованию

Пища для размышлений, вот как мы это называем. Когда бы Вы не посетили Технологический Центр Rademaker, мы будем рады предложить Вам кусочек острой инновации наших самых последних разработок, оптимального гибкого дизайна и надежного оборудования. Почувствуйте вкус элитарного качества нашей основы для пиццы и линий для украшения изделий – или любой из наших линий для производства хлебов, пирогов, пирожных, круассанов или линий для украшения или для наполнения начинкой – и мы Вам объясним, как это может помочь Вам производить продукты высочайшего качества наиболее эффективным и гибким способом.



officeru@rademaker.ru

www.rademaker.ru

Модульные решения пользуются спросом

В этом году компания Theegarten-Pactec для продвижения своей продукции выбрала одно из наиболее крупных мероприятий для специалистов кондитерской и хлебопекарной отраслей – выставку ProSweets. Это решение можно назвать вполне разумным и взвешенным, и его результаты дали свои плоды: у целого ряда проектов компании появились клиенты.



В результате проведенных переговоров были заключены контракты и достигнуты договоренности на перспективу. Коллектив менеджеров по продажам смог укрепить существующие деловые контакты и установить новые.

«Динамичный тандем ISM и ProSweets помог увеличить число особых, специализированных запросов», – заявил исполнительный директор Theegarten-Pactec Маркус Рустлер. В процессе диалога с представителями компании производители подчеркнули, что нуждаются в установках модульной конструкции. Одна из таких установок – горизонтальная машина для флоупаков FPC5, которая может быть модифицирована в соответствии с требованиями клиента.

Подобная гибкость позволяет компаниям не превышать бюджет и не экономить средства при заказе производственного оборудования. Другое техническое решение, представленное на выставке, – установка MCH. Она также отличается гибкостью: как в отношении способа упаковки, так и в аспекте ассортимента обрабатываемых продуктов. На ProSweets был продемонстрирован процесс упаковки железных изделий в двойную обертку вперекрутку.

Еще одно преимущество установки – возможность быстрой смены продуктов, что позволяет обрабатывать самые разные их виды, будь то карамель с начинкой или изделия в шоколадной глазури. Установка дает возможность быстро менять виды упаковки – например,

на одиночную упаковку или металлическую фольгу.

Theegarten-Pactec предоставляет заказчикам полный спектр упаковочного оборудования с возможностью сотрудничества с компанией LoeschPack. Возможность такого сотрудничества в качестве поставщика системных решений была встречена с большим интересом. Деятельность обеих компаний охватывает широкий спектр упаковочных решений – от начинки и изначальной упаковки до помещения в картонные коробки.

Компания Theegarten-Pactec занимается разработкой и изготовлением упаковочного оборудования для небольших кондитерских предприятий. Производитель сочетает более 20 видов упаковки и широкий спектр решений в действии. Помимо отдельных установок компания предлагает полные упаковочные линии, являясь ключевым партнером для многих своих клиентов.

Процесс упаковки осуществляется для следующих изделий: твердой и мягкой карамели, жевательных конфет, жевательной резинки, шоколада, различной пищевой и непищевой продукции. **2**

THEEGARTEN-PACTEC GmbH
& Co. KG
Breitscheidstr. 46 – D-01237
Дрезден
Тел.: +49 351 2573-0
Факс: +49 351 2573-329
E-mail:
pactec@theegarten-pactec.de
www.theegarten-pactec.com

В Ирбите незаконно продали действующий хлебозавод

Следователи ГСУ ГУ МВД России по Свердловской области завершили расследование уголовного дела в отношении бывшего генерального директора Ирбитского хлебопекарного завода, который обвиняется в хищении вверенного имущества в особо крупном размере (ч. 4 ст. 160 УК РФ).

Как установило следствие, гендиректор с 2003 по 2010 год, используя свое служебное положение, поэтапно, по частям, и по заведомо заниженной рыночной стоимости продавал недвижимое имущество подконтрольной ему организации, основным акционером которого является Министерство по управлению государственным имуществом Свердловской области. Таким образом, компания потеряла свою собственность и теперь не может осуществлять уставную деятельность. Материальный ущерб составляет свыше 30 млн рублей.



«Отчитываясь перед акционерами Ирбитского хлебопекарного завода, обвиняемый заверял их, что реализуемые объекты недвижимого имущества являются неликвидными и обременяют общество затратами по эксплуатации. В действительности же недвижимость находилась в работоспособном состоянии, имела высокую рыночную стоимость и была необходима для осуществления производства по выпуску хлебобулочной продукции», – отмечает официальный представитель ГСУ ГУ МВД России по Свердловской области Татьяна Васильева.

По ее словам, данное уголовное дело направлено с обвинительным заключением на рассмотрение прокурору Свердловской области.

Российская газета

В шоколадках Kit Kat нашли пластмассу

В одном из самых популярных продуктов Nestle, шоколадках Kit Kat, нашли пластмассу. Производитель объявил об отзыве шоколадных батончиков.

Большая часть бракованной продукции Kit Kat была поставлена в Великобританию, однако батончики решили изъять также в Германии, Швеции, Австрии и Канаде. О том, как пластик оказался в шоколаде, рассказал директор по корпоративным делам компании Nestle в России и Евразии Андрей Бадер: «Отзываются четыре продукта наименования Kit Kat. Это связано, откровенно говоря, с технической проблемой в производстве: шоколад отливают в специальной

форме из мягкого пластика, который, видимо, в какой-то момент крошился». Россию и СНГ эта проблема не касается, так как Kit Kat не завозится, а производится на заводе в Перми.



Тем не менее бракованные продукты часто встречаются и у нас, так как полностью все сырье проверить невозможно, говорит ресторатор Роман Рожниковский: «Бывает так, что в самом сырье мука – это крупа, также встречаются включения, которые попали в процессе производства. Их выявить невозможно, и, к сожалению, это может быть пластик, камень. От этого никто не застрахован. Единственная возможность избежать таких ситуаций, которую мы используем, – ответственность перед третьими лицами за причиненный моральный или даже неморальный ущерб».

BFM

Европейская квота на сахар будет отменена к 2017 году

Европейский совет сообщил, что квота на сахар будет отменена в 2017 году, хотя финальное рассмотрение данного вопроса отложено до июня.

Европарламент проголосовал за сохранение сахарной квоты в рамках Единой сельхозполитики ЕС (CAP) до 2020 года. Голосование прошло 13 марта. Финальное решение по квотам теперь будет принято в июне в ходе дебатов между представителями Европарламента, Европейской комиссии и Европейского совета.

Европейская ассоциация потребителей сахара (CIUS), в которую входят многие крупные кондитерские компании, в том числе Mars, Mondelez, Ferrero и Nestle, заявила о своем разочаровании в том, что сахарные квоты не будут отменены к 2015 году, как было предложено Еврокомиссией, однако подчеркнула, что 2017 год – это тоже неплохой результат, своего рода компромисс. Тем не менее секретарь CIUS заявил, что хотя срок до 2017 года является политическим компромиссом, каждый дополнительный год, когда сахарная квота будет действовать, лишает конкурентоспособности европейскую кондитерскую промышленность. В ЕС действует квота на производство сахара из сахарной свеклы в размере 13,3 млн тонн в год. Квота действует с 2010 года, и многие продовольственные компании заявляют, что ограничения на производство сахара привели к сокращению поставок и вынужденному росту цен на сахар и многие продукты, не говоря уже о падении конкурентного уровня европейских продовольственных компаний на мировом уровне.

Sweetinfo.ru



Пищевые ингредиенты: курс на внедрение инноваций

С 12 по 15 марта представители отрасли пищевых ингредиентов России собрались в Москве в рамках ключевого ежегодного мероприятия – XVI Международной выставки «Пищевые ингредиенты, добавки и пряности / Ingredients Russia – 2013».

Выставка, известная своим авторитетом и представительностью, традиционно прошла на территории ВВЦ и привлекла внимание ведущих специалистов пищевой промышленности, объединив на своей площадке сразу несколько отраслевых мероприятий: экспозицию пищевых ингредиентов, добавок и пряностей, Школу технолога пищевых производств, XIV Международный форум «Пищевые ингредиенты XXI века» и профессиональный конкурс «Ингредиент года – 2013».

Центральное место в работе выставки занял Международный форум. Благодаря своей обширной программе он стал, по мнению экспертов, главным деловым событием года. Значительный интерес к участию в нем проявили не только ведущие производители пищевых ингредиентов, но и смежные институты и центры: Союз производителей пищевых ингредиентов, НИИ питания РАМН, ГНУ НИИ кондитерской промышленности РАСХН, ГНУ ВНИИ холодильной промышленности РАСХН, ВНИИЖ РАСХН, Союз мороженщиков России, Союз участников потребительского рынка и другие. Научную и практическую ценность конференции значительно дополнили многочислен-

ные доклады Корпорации «СОЮЗ», выступившей активным участником всех секций форума. Разноплановый характер спикеров сделал программу мероприятия обширной и насыщенной, позволив комплексно взглянуть на вопросы индустрии.

Форум четко озвучил вектор дальнейшего развития пищевых ингредиентов – это функциональность. Если несколько лет назад функциональные изделия воспринимались как продукты будущего, то сегодня это объективная реальность. Сейчас недостаточно, чтобы ингредиенты были только технологичны, отлично сочетались с другими компонентами и придавали продукту знакомый вкус, аромат и форму. Сбалансированный состав, безопасность для здоровья и направленное воздействие на организм человека – вот те показатели, которые профессионалы обозначили в качестве определяющих характеристик современных пищевых ингредиентов. Этот тренд прозвучал не только в рамках специально созданной секции «Здоровое питание», но и в обсуждении продуктов массового спроса – хлебопекарных, кондитер-



ских, масложировых, молочных и даже мороженого.

Как показала работа форума, такие ингредиенты разрабатываются и производятся в России на ведущих отраслевых площадках. Лучшие из лучших подтверждают свою инновационность и перспективность в рамках ежегодного авторитетного конкурса «Ингредиент года». Новатором отрасли и победителем 2013 года в очередной раз стала продукция Корпорации «СОЮЗ». Высших наград конкурса были удостоены заменители молочного жира СОЮЗ 52L и СОЮЗ 60, соответствующие национальному стандарту ГОСТ Р 53796-2010 «Заменители молочного жира. Технические условия», а также новинка отечественного рынка – эквивалент масла какао SDS Chocovit Plus 250.

Применение этих жировых компонентов, равно как и других инновационных разработок, позволяет расширять ассортимент продовольствия и создавать на территории Таможенного союза актуальное поколение продуктов питания. Такое направление развития отрасли неизменно требует качественной научной базы, современных производственных мощностей и внедрения инновационной составляющей.

Вместе с тем, как отметили представители деловых и научных кругов, инновационный путь развития пищевых ингредиентов является наиболее перспективным и полностью отвечает государственному курсу Российской Федерации.

Концентрируя идеи, технологии и решения отечественных разработчиков, уже на протяжении 16 лет Ingredients Russia является квинтэссенцией отраслевых успехов в деле развития пищевой промышленности и насыщения рынка качественным продовольствием. Поэтому, как отмечают эксперты, итоги этого ежегодного влиятельного проекта играют существенную роль в формировании перспектив и тенденций отрасли. «Лозунг нашего времени: пищевые продукты XXI века – это здоровье и вкус», – убежден президент Союза производителей пищевых ингредиентов, профессор А. П. Нечаев. Как показали итоги выставки, потенциал ведущих российских компаний полностью отвечает ключевым мировым тенденциям и стоящим перед страной задачам.

Корпорация «СОЮЗ»
тел.: +7 (812) 336-91-15
www.soyuzcorp.com

Pavailler



Оборудование для пекарен



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

«Объединенных кондитеров» хотят оставить без брендов

Конкуренты «Объединенных кондитеров» разом ополчились на товарные знаки холдинга.

Как стало известно, норвежская Orkla пытается оспорить регистрацию бренда «Аленка» за «Красным Октябрем» в арбитраже и Палате по патентным спорам. Харьковская бисквитная фабрика намерена лишить правовой охраны знак «Косолапый», принадлежащий «Бабаевскому». Раменской кондитерской фабрике уже удалось частично лишить охраны знак «Лесные ягоды», зарегистрированный «Рот Фронтом».

В середине ноября компания «Оркла Брендс Россия», российское подразделение норвежской Orkla Brands, инициировала два судебных процесса против фабрики «Красный Октябрь», входящей в состав холдинга «Объединенные кондитеры». По одному из них против московской фабрики был подан иск в защиту группы кондитерских предприятий.

Параллельно «Оркла» подала иск в Арбитражный суд Москвы с требованием досрочно прекратить правовую охрану товарного знака «Аленка» для всех товаров 30-го класса. Этот класс поми-

мо кондитерских изделий включает кофе, чай, какао, хлебобулочные изделия. Ответчиком по иску выступает «Красный Октябрь», третьим лицом – Роспатент. Федеральная служба привлечена потому, что ей в случае лишения правовой охраны товарного знака придется исполнять решение суда.



Действуя наверняка, одновременно с этим заявлением «Оркла» подала возражение в Палату по патентным спорам Роспатента по товарному знаку «Аленка», принадлежащему «Красному Октябрю». Получить комментарии сторон по этому делу не удалось.

По словам юриста компании «Николаев и партнеры» **Василия Моисеева**, как правило, фирмы, желающие лишить какой-либо товарный знак правовой охраны, обращаются на первом этапе в Палату по патентным спорам. В случае отказа они обжалуют решение палаты в Арбитражном суде.

Скорее всего, «Оркла Брендс Россия» подала в Палату по патентным спорам заявление о признании товарного знака «Аленка» неохраняемым, предположил г-н Моисеев. Однако сложно предположить, какие доводы привел заявитель, добавил он. В любом случае, какое бы решение ни приняла Палата по патентным спорам, решение Арбитражного суда будет иметь приоритет, подчеркнул юрист. Харьковская бисквитная фабрика, в свою очередь, решила последовательно оспаривать регистрацию товарного знака «Косолапый», принадлежащего кондитерскому концерну «Бабаевский». В ноябре 2011 года украинская компания подала заявление в палату, и в марте 2012 года этот знак был лишен правовой охраны. Однако «Бабаевский» оспорил решение в Арбитражном суде Москвы, который в октябре 2012 года признал недействительным решение Палаты по патентным спорам, восстановив правовую охрану. Тем не менее месяц спустя Харьковская бисквитная фабрика вновь потребовала вывести из-под охраны знак «Косолапый». Доводы очередного заявления пока неизвестны.



В ноябре подмосковный Раменский кондитерский комбинат смог частично лишить правовой охраны товарный знак «Лесная ягода», принадлежащий «Рот Фронту», по товарам «кондитерские изделия 30-го класса» международной классификации.

РБК daily

Украинские кондитеры предупреждают о подделках и клонах

Порядка 80 кондитерских фирм-однодневок в Харькове реализуют свой сомнительного качества товар под видом известных марок.

«Они создаются в начале октября и работают до Пасхи, потом пропадают с рынка и осенью появляются вновь, – рассказал в ходе круглого стола в Харьковском территориальном отделении Антимонопольного комитета Украины гендиректор ТОВ «Конд-класс» **Владимир Скубий**. – Воруют не только названия, которые на слуху, но и формируют свою продукцию по образу и подобию товаров известных производителей. В супермаркетах такие подделки редкость, а вот на рынке – сплошь и рядом, поскольку там ни этикетку не прочитать, ни реквизиты производителя толком не рассмотреть. Я уж не говорю о демпинговых ценах».

Директор ПАО «Кондитерская фабрика «Харьковчанка» **Владимир Домбровский** добав-



ляет, что воруют не только названия, но и фирменную тару известных кондитерских фабрик.

«Ко мне на прием по личным вопросам приходят покупатели с Центрального рынка и жалуются: «Купили ваши конфеты на развес – а их есть невозможно». Спрашиваю: «Почему вы думаете, что эта наша продукция?» Отвечают: «Вы же людям выдаете зарплату кондитерскими изделиями – так продавцы объяснили», – возмущен Владимир Скубий. – На самом деле просто берут наш ящик и туда засыпают неизвестно что. К примеру, всем известные конфеты «Солнечный веночек» мы выпускаем исключительно расфасованными».

А замдиректора по производству «Харьковчанки» Ольга Голик обнаружила весовой «Солнечной веночек» даже в одном из супермаркетов города: «Свою продукцию я отличу с закрытыми глазами. Поэтому, когда увидела в супермаркете конфеты на развес, заинтересовалась, кто производитель. Мне назвали нашу кондитерскую фабрику. Но я-то вижу – по форме «веночек» не наш. Попросила показать упаковку. Каково же было мое удивление, когда в качестве доказательства предъявили... наш фирменный ящик, правда из-под трубочек. Обман раскрылся только когда я потребовала показать документы на товар».



С клоном своей продукции столкнулась и представитель кондитерской фабрики «Сладкий мир» **Алина Харина**. «Накануне Дня влюбленных я увидела в одном из супермаркетов целый стенд с шоколадными фигурками, которые точь-в-точь копируют форму изделий «Сладкого мира», однако на упаковке производитель вообще не был указан», – рассказывает она.

Председатель Харьковского территориального АМКУ Анатолий Косолапов пообещал, что его специалисты выйдут на проверки по указанной кондитерами информации вместе с милицией. Недобросовестным производителям грозят крупные штрафы до 300 тыс. гривен.

Вечерний Харьков

ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

ТЕХЛЕН

Листы волнистые и плоские перфорированные:

- любые размеры
- различное число желобов
- усиление каркаса

Тележки печные и транспортировочные

Тостовые формы

Формы перфорированные «лодочки»

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

Посетите наш стенд 23В4.6 на выставке «Современное хлебопечение-2013»

Лучшие аэрационные установки от компании
Hansa Mixer, Германия.



Наше оборудование предназначено для аэрации, смешивания и дозирования различных ингредиентов при производстве кондитерских изделий.

Фирма Hansa Industrie-Mixer расположена в г. Бремен (Германия) и является ведущим производителем аэраторов, предназначенных для принудительного взбивания в потоке различных компонентов, используемых при изготовлении кондитерских изделий:

Суфле
Суфле типа «Птичье молоко»
Зефир
Пастила
Пышные начинки
Бисквитные массы
Крема
Конфеты «Поцелуй негра»
Сливки для кондитерских изделий
Вафельные и конфетные наполнители

Будем рады предоставить Вам более подробную информацию по нашему оборудованию, оказать Вам содействие в решении Ваших технических задач.



HANSA INDUSTRIE-MIXER GmbH & Co. KG
Kronsbruch 6-8 • D-28816 Stuhr/Heiligenrode
тел.: +49 (0)4206/4160-0
Факс: +49 (0)4206/7196
info@hansamixer.de • www.hansamixer.de

Руководитель отдела восточной Европы
Михаил Киракозов
тел.: +49 4206 41600
моб.: +49 172 166 82 53
kirakosov@hansamixer.de

Контактное лицо в Вашем регионе
Максим Панфилов
тел.: +38 044 560 97 74
моб.: +7 967 2244 902 / +38 050 603 86 88
panfilov@hansa-mixer.de



Компания:

**Ishida Europe Россия
и СНГ**

129164, Россия, Москва,
Ракетный бульвар, д. 16
тел.: +7 499 272 05 36
e-mail: info@ishidaeurope.ru
www.ishidaeurope.ru

Канал Ishida на YouTube:
Ishidaeuropeltd



1



2

Хрупкие леденцы от кашля



3



4



5

Как взвешивать на мультиголовочных дозаторах хрупкие продукты

Швейцарская компания Ricola AG из города Лауфена (Laufen) на протяжении более 70 лет успешно производит леденцы с экстрактами трав. За это время изготовитель создал завидную клиентскую базу, в которую входят даже известные оперные звезды и исполнители поп-музыки. Развитие производства привело к тому,

что было принято решение полностью заменить старую линию по упаковке жестяных коробок весом в 100, 250 и 400 г.

Компания Ricola решила использовать сложившуюся ситуацию для инвестиций в новую линию, попросив дистрибьютора Ishida в Швейцарии, фирму Itech AG, найти оптимальное реше-

1/ Швейцарская компания Ricola AG из города Лауфена (Laufen) на протяжении более чем 70 лет успешно производит леденцы с экстрактами трав.

2/ Продукт с помощью конвейера поступает к мультиголовочному весовому дозатору.

3/ Дозатор Ishida решил проблему сохранения хрупкой сетки на леденцах Ricola, которая может легко повреждаться при соприкосновении с металлическими поверхностями.

4/ 100-граммовые жестяные коробки упаковываются теперь при скорости 140 ед./мин., 250-граммовые – 110 ед./мин., 400-граммовые – 90 ед./мин.

5/ 12-головочный весовой дозатор разработан так, чтобы расстояние падения продукта было минимально и, как следствие, можно было сохранить внешний вид леденца.



6



7



8

ние для увеличения качества и сокращения повреждений продукта.

Оригинальный леденец от кашля Ricola весит приблизительно 4,2 г. В его состав входят экстракты алтея, мяты перечной, тимьяна, шалфея и еще девяти трав.

Каждый отдельный леденец нарезается из густого карамельного потока и имеет две специфические гофрированные поверхности, которые после остывания представляют собой хрупкий решетчатый рисунок. Это придает продукту его отличительный внешний вид, хорошо известный и любимый во всем мире, но в то же время приводит к тому, что он легко повреждается при соприкосновении с другими леденцами или металлическими поверхностями.

«Мы создаем продукт, который очень труден для автоматизированного производства», – поясняет **Даниель Бенд (Daniel Bhend), руководитель технико-экономического отдела.**

Бережное обращение

В новой линии, которая запущена в производство в марте 2011 года, продукт с помощью конвейера, оснащенного системой для поглощения пыли и мельчайших твердых отходов, поступает на подъемник, транспортирующий его наверх к мультиголовочному весовому дозатору.

12-головочный весовой дозатор разработан так, чтобы расстояние падения продукта было минимальным, а ворон-

ка сброса поделена на несколько секторов, чтобы сократить вероятность закручивания потока и, соответственно, столкновения леденцов друг с другом.

Взвешенный продукт поступает через бункеры с задержкой по времени в специальную разгрузочную станцию, установленную компанией Itech, где на конвейере карусельного типа происходит заполнение жестяных коробок (по две одновременно). Затем упаковка закупоривается крышкой, и на нее наносится маркировка с номером партии.

Задание выполнено

Как отмечают в компании Ricola, все ожидания по улучшению качества были реализованы: количество «идеальных» леденцов в каждой упаковке увеличилось, а потери продукта значительно сократились.

Бонус: увеличение производительности

«Мы хотели сравнить выход готовой продукции с новой линией и сравнили ее со старой, которая служила нам ориентиром, – рассказывает Даниель Бенд. – При этом выяснилось, что сейчас эффективность возросла для всех форматов упаковки на 20% и ее можно только увеличивать».

Если перевести сказанное в конкретные цифры, то 100-граммовые жестяные коробки упаковываются теперь при скорости 140 ед./мин., 250-граммовые – 110 ед./мин., 400-граммовые – 90 ед./мин.

6/ Количество «идеальных» леденцов в каждой упаковке увеличилось, а потери продукта значительно сократились.

7/ Даниель Бенд (Daniel Bhend) с готовыми образцами продукции. Инвестиция в новую линию признана чрезвычайно успешной.

8/ 250-граммовые жестяные упаковки леденцов от кашля Ricola в точке заполнения. Потери продукта составляют менее чем 1/3 веса отдельного леденца на всю упаковку.

Значительное сокращение потерь продукта

При увеличении скорости работы новой упаковочной линии, можно было бы ожидать и увеличение потери продукта. Однако точность весового дозатора настолько велика, что потери очень низки: всего 1,5 г (или менее чем одна треть веса отдельного леденца) на 250-граммовую жестяную упаковку.

Позитивное давление

Еще один важный аспект производства, на который компания Itech обратила особое внимание, – сокращение времени на мойку оборудования. Новая линия полностью соответствует гигиеническому стандарту IP66, который является существенным шагом вперед в простоте чистки. «Если раньше необходимо было полностью разбирать оборудование для осуществления мойки, то теперь все происходит значительно проще: вся линия быстро промывается водяным потоком из шланга», – говорит господин Бенд. ■

Подготовила: **Светлана Карельская**

Переквалифицируемся в аптекарей?

Кондитерские изделия, особенно такая их категория, как леденцы, уже давно перестали быть просто лакомством. Сегодня сладкими конфетами лечат кашель, а также с помощью них обогащают витаминами рацион. О видах функциональных леденцов и сырье для их изготовления расскажем в этой статье.

В целом рынок упакованных леденцов и пастилок можно разделить на три крупных сегмента: функциональные леденцы и пастилки; нефункциональные леденцы; жевательные конфеты, мармелад и суфле.

Сегмент функциональных сладостей, в свою очередь, состоит из нескольких групп: освежающие, вита-

минизированные, медицинские и так называемые псевдолечебные средства от кашля.

Медицинские леденцы имеют свою специфику и, по сути, являются одной из разновидностей фармакологических препаратов лечебного действия. Они продаются в аптеках и выпускаются скорее не кондитерскими пред-

приятиями, а фармакологическими компаниями.

Леденцы «от кашля» не лечат, но позиционируются как полезные сладости, содержащие экстракты облегчающего кашель действия.

Сегмент функциональных леденцов после стремительного развития в конце 90-х – начале двухтысячных годов демонстрирует определенную стабильность. Марки, относящиеся к категории функциональных, являются и самыми дорогими на рынке леденцов: в среднем цены в этом сегменте почти вдвое выше, чем в других секторах рынка. Именно поэтому, вводя в свой ассортимент функциональные леденцы, изготовители кондитерских изделий могут повысить рентабельность производства.



Иллюстрация: Тимофей Яркобек



1



2



3

1/ Леденцы от кашля относятся к категории кондитерских изделий, а не фармацевтических препаратов.

2/ Витаминизированные леденцы и пастилки включают в себя натуральные экстракты фруктов, ягод или трав, а также их сочетания.

3/ Освежающие леденцы и пастилки, как правило, содержат экстракты мяты и подсластители – чаще всего аспартам вместо сахара.

История вопроса

Термин «конфеты» происходит из профессионального жаргона аптекарей, в XVI веке обозначавших так сахаренные или переработанные в варенье фрукты, используемые в лечебных целях. Таким образом, нет ничего удивительного в том, что изготовители кондитерских изделий в числе прочего ассортимента предлагают потребителям различные виды функциональных леденцов.

Остановимся подробнее на основных подвидах данного сегмента сладостей.

Освежающие леденцы и пастилки

Емкий подсегмент освежающих леденцов является и самым конкурентным. Здесь львиная доля продаж приходится на несколько основных марок: Orbit и Eclipse от компании Wrigley, Rondo от Mars, Dirol (Cadbury), Tic-Tac (Ferrero), Mynthon и Smint.

Данные виды продукции, как правило, содержат экстракты мяты (самостоятельные или в сочетании с фруктовыми экстрактами) и подсластители – как правило, аспартам вместо сахара.

Леденцы «от кашля»

В группе леденцов «от кашля» всего три марки обеспечивают основной объем продаж. При этом среди лидеров данной категории оказался отечественный производитель – компания «Ассоптторг-Эвр» с маркой Vobs, однако по причине низкой цены на продукцию в стоимостном выражении изготовитель имеет значительно меньшую долю, чем Halls (Dirol Cadbury) и Tunes (Mars).

Функция этих леденцов – облегчение боли в горле, поэтому в их состав часто входят ментол, эвкалиптовое масло или мята, обладающие легким анестезиру-

ющим эффектом, а также экстракты фруктов, богатых витамином С, для укрепления иммунитета, например, лимона, апельсина, смородины.

Стоит отметить, что данные виды продукции относятся все же к категории кондитерских изделий, а не фармацевтических препаратов, даже при том, что некоторые из таких леденцов часто можно увидеть на аптечных прилавках. Эксперты утверждают, что изготовители данных сладостей добавляют в них слишком мало активных веществ, для того чтобы не испортить вкус продукта, при этом, безусловно, пока такой леденец находится во рту, боль в горле несколько облегчается, а ощущение «першения» снимается.

Витаминизированные леденцы и пастилки

Данная группа функциональных сладостей представлена марками Sula (Perfetti Van Melle/Sula GmbH), Naturino, «Доктор Тайсс» и др.

В состав этих видов леденцов входят, как правило, натуральные экстракты фруктов, ягод или трав, также могут быть их сочетания.

Отметим, что хотя на рынке функциональных леденцов массового потребления, распространение которых идет не через аптечные сети, а через обычные продуктовые магазины, присутствуют несколько крупных игроков и зарекомендовавших себя марок, данный сегмент все же не настолько насыщен предложениями, как некоторые другие сектора кондитерской отрасли. И, возможно, расширив свой ассортимент в сторону функциональных леденцов, изготовители сладостей смогут не только порадовать потребителя полезным лакомством, но и неплохо заработать. **КС**



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



Профессиональные решения

Компания: **Холдинг «Солнечные продукты»**
 тел.: +7 (8452) 459 000 (Саратов)
 +7 (495) 777 55 01 (Москва)
 +7 (383) 230 35 00 (Новосибирск)

Авторы: **Ю. А. Султанович**,
 д. х. н., профессор
Т. А. Духу,
 к. т. н.
Д. В. Толкачева,
 Холдинг «Солнечные продукты»



Перспективы изменения отраслевого портфеля специализированных жиров

Безусловным приоритетом на пути развития пищевой отрасли Таможенного союза в ближайшее время станет не просто повышение качества продуктов питания, а доведение его до уровня мировых стандартов.

Что касается конкретно масложировой продукции, Технический регламент запускает очень важную программу по снижению уровня содержания трансизомеров жирных кислот в промышленно выпускаемых жирах в количестве не более 2% с 2018 года. Эта программа имеет ограниченные сроки реализации и требует привлечения существенного научного, технологического потенциала и технического перевооружения.

Потребляемые объемы жировых продуктов будут увеличиваться, и на это будет влиять прогнозируемый рост объемов производства кондитерских изделий и молочных продуктов. Однако в связи с новыми требованиями Технического регламента существенно изменится сырьевая база в сторону увеличения доли пальмового масла и его фракций, перераспределения соотношения в технологии жиров, процессов гидрогенизации, переэтерификации и фракционирования со значительным снижением доли гидрогенизации. Произойдет перегруппировка внутри жировых продуктов в сторону увеличения мягких и жидких жиров и маргаринов, особенно для мучных кондитерских изделий.

Для того чтобы можно было представить, с какого уровня содержания трансизомеров нам придется начинать, приведем данные по содержанию

трансизомеров в жировых продуктах (см. таблицу 1).

Сегодня на рынке есть жировые продукты без содержания трансизомеров, но их доля незначительна в силу того, что они не могут конкурировать по ценам с традиционными жирами на основе гидрогенизированных жиров. По-



Потребляемые объемы жировых продуктов будут увеличиваться, и на это будет влиять прогнозируемый рост объемов производства кондитерских изделий и молочных продуктов.

требителями таких жиров на нашем рынке являются транснациональные и крупные отечественные компании, которые, следуя европейским тенденциям здорового питания, производят узкоспециализированные интеллектуальные продукты без содержания трансизомеров и ГМО.

При решении задачи снижения содержания трансжирных кислот в жировой продукции необходимо использовать возможности в следующих направлениях:

- вместо частичной гидрогенизации использовать в технологиях полу-

чения жиров процессы полной гидрогенизации, переэтерификации и фракционирования;

- разработать технологии и рецептуры с использованием перспективных видов сырья (высокоолеиновые, высокостеариновые и высокопальмитиновые растительные масла);
- использовать пальмовый стеарин вместо гидрогенизированных жиров, исключая необходимость дорогого процесса гидрогенизации.

Как было сказано выше, частично гидрогенизированный жир можно заменить либо на переэтерифицированный жир, либо на твердые фракции пальмового, пальмоядрового, кокосового масел. Но введение твердых растительных жиров и их фракций в уже существующие рецептуры вместо гидрогенизированных жиров также требует всесторонней проработки специалистами, так как существенно отличается их триглицеридный состав и, соответственно, технологические параметры кристаллизации.

Большие возможности для создания жировых композиций, не содержащих трансизомеризованных жирных кислот, открывает процесс переэтерификации, получивший широкое распространение во многих развитых странах мира. Данный способ модификации масел и жиров заключается в изменении их глицеридного состава путем перераспределения радикалов жирных кислот внутри и между молекулами глицеридов, не изменяя степени их насыщенности и жирнокислотного состава.

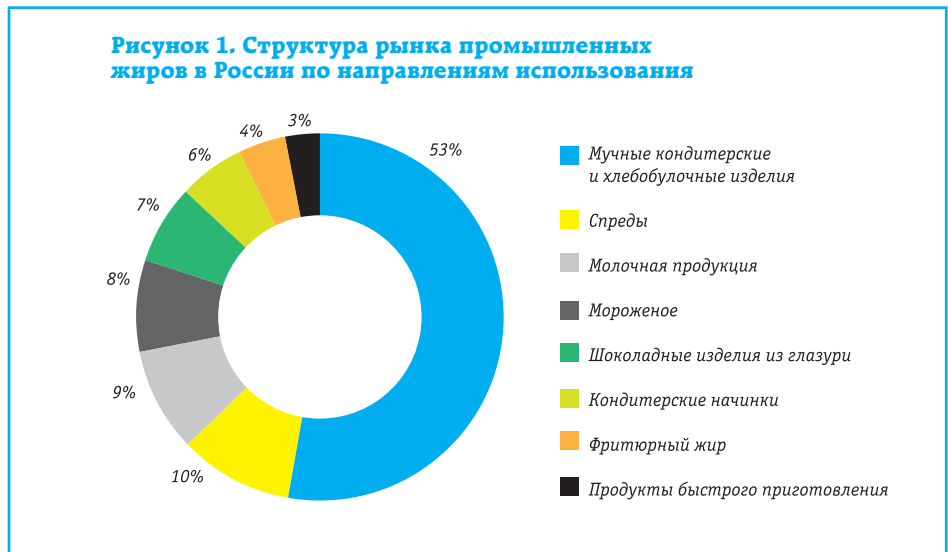
Таблица 1. Физико-химические показатели ЗМЖ 33714

Продукция	Содержание трансизомеров,%
Мягкие маргарины	0,1-17
Маргарины для выпечки	20-40
Начиночные жиры	25-39
Шортенинги	18-46
Фритюрные жиры	50-65
Нелауриновые жиры-заменители какао-масла	50-55

В результате переэтерификации достигается значительное улучшение триглицеридного состава и физико-химических показателей: снижение температуры плавления, повышение пластичности, однородности, окислительной стабильности. Переэтерифицированные жиры способны кристаллизоваться в устойчивой мелкокристаллической полиморфной модификации.

Распределение жирных кислот в глицеридах влияет на консистенцию продукта – его твердое или жидкое состояние. Тринасыщенные глицериды создают структуру, динасыщенные мононенасыщенные обеспечивают и структуру, и пластичность, а более низкоплавкие ненасыщенные триглицериды придают жиру только пластичность. Температура плавления и твердость переэтерифицированных жиров, не содержащих изомеров мононенасыщенных кислот, медленно возрастает по мере увеличения содержания высокомолекулярных насыщенных кислот в жире. От триглицеридного состава жира также зависит его способность стабилизироваться в той или иной кристаллической модификации. Жиры, для которых стабильной является ¹-форма кристаллической решетки, имеют гладкую однородную структуру, хорошо аэрируются и взбиваются, что является важным фактором при производстве начинок.

В целях получения новых сырьевых материалов, более удобных и технологичных, чем натуральные продукты, используется процесс фракционирования. Разделение жира или масла на фракции позволяет получить два или более про-



дукта с различной функциональностью и температурой плавления. Наиболее известно применение фракционирования для получения эквивалентов масла какао или его заменителей.

Также с помощью фракционирования получают триглицериды, содержащие жирные кислоты со средней длиной

Производство B2B жиров сосредоточено в структурных подразделениях крупнейших вертикально интегрированных холдингов масложировой отрасли с диверсифицированным продуктовым портфелем.

цепи. Этот продукт представляет собой фракции лауриновых масел, которые содержат насыщенные жирные кислоты С6:0, С8:0 и С10:0, способные растворяться как в водных, так и в жировых системах, что позволяет им быстро проникать в организм и транспортироваться через поральную систему. Благодаря таким свойствам эти жиры находят применение в медицине. Такие фракции также используются в качестве глазирователей для сухофруктов, антипригарных смесей для смазки подов печей и форм. Эти продукты являются высокомаржинальными и поставляются к нам из западных стран.

Основными отраслями, потребляющими растительные жиры в пищевых

целях, на сегодняшний день являются кондитерская, молочная, хлебопекарная, а также направления, связанные с производством продукции быстрого приготовления. Структура рынка промышленных жиров в России по направлениям использования приведена на рисунке 1.

Введение жира в рецептуру пищевого продукта позволяет не только улучшить вкусовые свойства, повысить энергетическую ценность, но и изменить пластические свойства, получить необходимую структуру изделий.

Наибольший объем занимают мучные кондитерские и хлебобулочные изделия. Значительных сокращений потребления этих продуктов не будет, но в связи с увеличением интереса к здоровому питанию будет тенденция к увеличению доли продуктов с уменьшенным содержанием жира. Именно в этой группе есть возможность использования более мягких маргаринов и жиров, так как в большинстве изделий жировые продукты с высоким содержанием насыщенных жирных кислот и трансизомеров используются не столько для получения твердых структур, сколько для обеспечения сроков годности. Для этих целей подойдут олеиновые фракции или высокоолеиновые виды растительных масел, что подтверждается исследованиями, проведенными в холдинге «Солнечные продукты».

Доля ЗМЖ в общей структуре B2B-жиров по России составляет порядка 20% от рынка и используется в производстве спредов, молочных продуктов и мороженого. ЗМЖ используется для полной или

частичной замены молочного жира в молокоперерабатывающей промышленности в связи с наблюдающейся динамикой роста цен на молочные жиры и отсутствием предпосылок к быстрому развитию животноводческого комплекса в стране. ГОСТ Р 53796-2010 предъявляет к заменителям молочного жира жесткие требования по содержанию трансизомеров. Поэтому уже сейчас все крупные игроки рынка специальных жиров и маргаринов снижают их содержание в продукте до минимально возможных значений (не более 5%).

Основные изменения коснутся жировых продуктов, использование которых направлено на создание твердых структур в таких продуктах, как шоколад и сахаристые кондитерские изделия.

Частично гидрогенизированные растительные масла широко применяются в производстве глазированных кондитерских изделий, в том числе в глазурах на основе нелауриновых жиров-заменителей какао-масла, в ирисе и молочных конфетах, в некоторых жирах для начинок, в жирах для печенья и кремов, в качестве барьера для миграции влаги и т. д. Зачастую их использование улучшает технологические свойства конкретного изделия. Например, такие жиры придают нелауриновым глазурям хороший блеск в течение длительного времени, обеспечивают прекрасные аэрационные характеристики, важные для производства легких начинок, они быстро кристаллизуются в ирисе, что позволяет быстро нарезать и формовать корпуса после отсадки. Причин для их использования довольно много, но главная причина для отказа от их использования – это высокое содержание трансизомеров жирных кислот.

Содержание трансизомеров в нелауриновом жире-заменителе какао-масла, полученном из частично гидрогенизированных растительных жиров, может достигать 50-55%, в жирах для начинок и ириса – 25-30%. В жирах для печенья, кексов и других выпеченных изделий содержание трансизомеров меньше, но тем не менее составляет около 10-15%. Постепенно столь высокий уровень будет снижаться, что приведет к почти полному исключению частично гидрогенизированных жиров и масел из состава пищевых продуктов.

Но благо в разрешении этих вопросов мы не первые и в Европе уже есть примеры решения некоторых из них.

Например, разработано новое поколение негидрогенизированных нелау-

риновых жиров-заменителей какао-масла. Во всех этих вариантах содержание насыщенных жирных кислот выше, чем в исходном гидрогенизированном нелауриновом жире-заменителе какао-масла.

Частично гидрогенизированные жиры для начинок заменяют смесями фракций пальмового масла. Такая практика имеет свои за и против. С положительной стороны эти жиры, помимо нутритивных аспектов, обычно характеризуются крутыми кривыми плавления и, как следствие, более низкой температурой плавления. С другой сторо-

Тринасыщенные глицериды создают структуру, динасыщенные мононенасыщенные обеспечивают и структуру, и пластичность, а более низкоплавкие ненасыщенные триглицериды придают жиру только пластичность.

ны, для получения качественных готовых изделий приходится изменять условия аэрации и кристаллизации.

Содержание насыщенных жирных кислот при переходе от гидрогенизированного жира для начинок к фракционированному возрастает, но важный показатель общего содержания насыщенных жирных кислот и трансизомеров жирных кислот у фракционированного жира на 21% ниже, чем у гидрогенизированного.

Последствием удаления трансизомеров жирных кислот из кондитерских жиров во многих случаях будет увеличение содержания насыщенных жирных кислот. Работа по снижению их содержания в пищевых продуктах ведется во многих странах. Все больше данных свидетельствует о том, что в отличие от низкомолекулярных насыщенных жирных кислот стеариновая кислота не повышает концентрацию холестерина в крови, что во многом обусловлено положением в молекуле триглицерида. Если он этерифицирован в первом или третьем положении (как в случае какао-масла), то при переваривании этого жира высвобождается свободная стеариновая кислота, которая в присутствии кальция плохо всасывается. При специ-

альном анализе стеариновой кислоты, присутствующей в какао-масле, оказалось, что ее действие на липиды крови и другие факторы риска сердечно-сосудистых заболеваний вполне сравнимо с ее действием в составе пищевых продуктов, содержащих высокоолеиновое подсолнечное масло.

Промышленные жиры являются более дешевой альтернативой оригинальному сырью (какао-маслу, молочному жиру и прочим) и при этом по органолептическим показателям им уступают незначительно. Поэтому со стороны основных потребителей, отраслей пищевой промышленности, непрерывно будет расти спрос на жиры именно растительного происхождения.

Востребованы на рынке и выпускаются в больших объемах пластичные шортенинги. Состав большинства шортенингов обеспечивает оптимальные функциональные характеристики в готовом продукте. Шортенинги универсального назначения представляют собой смесь жиров растительного происхождения, содержащую эмульгаторы или без них, с широким диапазоном использования. Все большее распространение получают на рынке жиров и большая группа специализированных шортенингов, которые классифицируют в соответствии с назначением (например, шортенинги для МКИ, глазури, заменители молочного жира, хлебопекарные, для фритюра и т. д.). В производстве мучных кондитерских изделий, где присутствует стадия приготовления эмульсии с расплавлением жирового продукта, целесообразнее использование шортенингов вместо маргарина.

Производство В2В жиров сосредоточено в структурных подразделениях крупнейших вертикально интегрированных холдингов масложировой отрасли с диверсифицированным продуктовым портфелем.

Доля специализированных жиров и маргаринов по сравнению с универсальными в дальнейшем будет увеличиваться, так как использование процессов переэтерификации и фракционирования позволит расширить диапазон физико-химических показателей жиров.

Как уже отмечалось, для мучных изделий есть возможность уйти в более мягкие кремообразные маргарины и шортенинги, и для этого необходимо продумать уже сейчас возможности упаковки и транспортирования. **□**



ufi
Approved
Event



INPRODMASH®

22

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
ОБОРУДОВАНИЯ И ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ
И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

ufi
Approved
Event



UPAKOVKA®

14

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
ОБОРУДОВАНИЯ И ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ УПАКОВКИ



10-12 сентября 2013

При поддержке Министерства аграрной политики и продовольствия Украины

Место проведения:

Украина, Киев, Броварской пр-т, 15
Международный выставочный центр

Организатор:



тел./факс: +38 (044) 456 38 04

www.inprodmash.ua • www.upakovka.ua

Официальные партнеры:



Интернет-партнер:



Информационная поддержка:





Термостабильные начинки: тонкости приготовления

Гость:

Александр Прищепа,
технолог компании «Агросоюз-99»

Беседовала:

Елена Максимова



Термостабильную начинку можно купить готовой или изготовить самостоятельно.

Использование разнообразных начинок позволяет производителям существенно расширить ассортимент мучных и сахаристых кондитерских изделий.

Существует множество вариантов наполнителей, способных придать конечным продуктам шоколадные, молочные, карамельные и, конечно, фруктовые вкусы.

Фруктовые начинки пользуются особой популярностью, так как они не только нравятся потребителям, но и позволяют довольно легко расширить ассортимент: достаточно в одну начинку на яблочном пюре добавить различные фруктовые ароматизаторы (малина, вишня, абрикос и т. п.) и подкрасить подходящими синтетическими или натуральными красителями. Однако обычное повидло или джем при термообработке кипят, вытекают, подгорают, впитываются в тесто.

Таким образом, для того чтобы приготовить качественный продукт с начинкой, важно позаботиться не только о вкусе изделия, но и о том, чтобы наполнитель обладал определенными свойствами: не вытекал из продукта; был приятен по консистенции; не менял свойств при хранении и транспортировке, которые сопровождаются некоторым перепадом температур. Для этого необходимо использовать термостабильную начинку, которую можно купить готовой или изготовить самостоятельно.

О том, какие ингредиенты помогают сделать начинку термостабильной и каким образом добиться идеального результата, рассказывает **технолог компании «Агросоюз-99» Александр Прищепа**.

Александр Валентинович, какие гелеобразователи используются при производстве термостабильных начинок?

– Как правило, для изготовления термостабильных начинок в качестве гелеобразователей используются агары, каррагинаны и пектины.

В чем преимущества различных видов гелеобразователей?

– Тут все зависит от конкретного продукта. Мы, например, используем и агары, и каррагинаны, и пектины, некоторые рецептуры предполагают смешивание нескольких гелеобразователей, так как они отличаются по своим свойствам – что-то удерживает влагу, что-то дает плотность.

Какую функцию выполняют пектины?

– Дают нежную консистенцию, кремовым начинкам придают эластичность.

С какими другими структурообразующими ингредиентами можно сочетать пектин при изготовлении термостабильных начинок?

– Здесь много вариантов. Например, при сочетании пектина с микрокристаллической целлюлозой создается максимальный влагоудерживающий эффект, а смешивание пектинов и различных видов камедей – гуаровой, камеди йод и камеди тары – помимо удержания влаги дает большую эластичность.

Как правильно выбрать пектин для производства термостабильных начинок? Какими свойствами он должен обладать?

– Только опытным путем. Можно расчертить таблицу, в которой в первом столбце будут указаны наименования всех рецептурных компонентов, а в остальных столбцах – их количество, закладываемое при варке. После каждого эксперимента оценивается консистенция начинки. И такие действия проводятся, пока не достигается желаемый результат. Мы, например, иногда делали до 150 варок, чтобы получить нужную консистенцию.

Есть ли проверенные поставщики ингредиентов, в том числе пектинов, которым достаточно обозначить свойства продукта, а они предложат вам не только ингредиенты, но и готовую рецептуру?

– Нам еще никто ни разу не предложил готовых решений, которые бы нас устраивали. Любые рецептуры приходилось дорабатывать самим методом испытаний.

То есть вы доверяете только себе?

Можно сказать и так. Ведь при варке термостабильных начинок многое зависит не только от подобранных ингреди-



Как правило, для изготовления термостабильных начинок в качестве гелеобразователей используются агары, каррагинаны и пектины.

Прямая
речь



Александр Прищепа,
технолог компании «Агросоюз-99»:

«При сочетании пектина с микрокристаллической целлюлозой создается максимальный влагоудерживающий эффект, а смешивание пектинов и различных видов камедей – гуаровой, камеди йод и камеди тары – помимо удержания влаги дает большую эластичность».

тов, но и от технологий: подбора воды, подачи пара, времени варки.

Тогда по каким критериям вы выбираете поставщиков пектинов?

– Мы работаем сразу с несколькими поставщиками пектинов, и, в принципе, продукция всех наших партнеров примерно одинакова по качеству.

На российском рынке представлен пектин нескольких европейских производителей. Но, по данным исследований, все больше укрепляет свои позиции крупный производитель из Китая. То есть китайский пектин вполне соответствует по качеству ингредиентам из Европы. Так ли это? Сохранится ли, на ваш взгляд, эта тенденция или предприятия все же будут больше доверять европейским брендам?

– Мы работаем в том числе на китайских пектинах, и я бы не сказал, что они сильно по качеству отличаются от европейских. Лично я доверяю не брендам, а качеству продукта и квалификации специалистов, которые занимаются разработкой рецептуры и варкой. **КС**

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

Какой блинчик Масленицу не испортил?



Высший балл дегустации – 4,7 – получили блинчики с мясом компании «Равиоли» и маслянистые лакомства под названием «Колпинские» (ООО «Пищевой комбинат «Русский продукт»).



«У них на Масленице жирной водились русские блины», – писал великий поэт о семействе Лариных, а имел в виду весь русский народ. Прошли столетия, а мы продолжаем печь и потчевать гостей блинами и блинчиками. Только все реже готовим их сами – больше покупаем. На дворе уже другой, постиндустриальный, век. И можно сэкономить время, воспользовавшись продукцией отечественной пищевой промышленности.

Какого качества блинчики предлагали нынче изготовители полуфабрикатов, по традиции решила выяснить Санкт-Петербургская общественная организация потребителей «Общественный контроль».

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.

Хрящевая ткань и окислившийся жир

Для экспертизы было решено приобрести блинчики с мясом. Девять образцов разных изготовителей были закуплены в «Карусели», «Дикси», «Семье», в магазинах шаговой доступности и предоставлены для независимой оценки в ФБУ «Тест-С.-Петербург».

Перед лабораторией была поставлена задача провести «слепую» дегустацию образцов, оценить состояние их тестовой оболочки, консистенцию фарша, запах и вкус, а также установить, сколько мясной начинки кладут изготовители в полуфабрикаты.

Попробовать девять образцов разных блинчиков и бесстрашно оценить их по пятибалльной шкале оказалось просто. Однако специалисты с этим справились. Самую низкую оценку получили блинчики «Три поросенка» производства ООО «РПК» (г. Пушкин). Уловив несвойственный продукту запах, дегустаторы надкусили блинчик с некоторым опасением и почувствовали привкус окислившегося жира, который перебывал вкус теста. Хотя массовая доля начинки (фарш из говядины) оказалась одной из самых высоких – 30,3%, она была распределена неравномерно, словно

блин накрутили впопыхах. «С одной стороны мало теста, с другой – много», – констатировали специалисты и поставили образцу тройку. Можно добавить, что стоили «Три поросенка» очень даже недешево – 78 рублей за 390 граммов.

В блинчики с мясом производства ОАО «ОМПК» (ТМ «Останкино», Москва) мясной начинки положили меньше – 25,6%, да еще завернули в блин так, что дегустаторы ее с трудом обнаружили, к тому же от полуфабриката навязчиво тянуло укропом. Консистенция фарша оказалась мажущей, с наличием хрящевой ткани и включением пряностей. В составе продукта действительно значились укроп и петрушка, но вряд ли планировалось, чтобы специи перебывали вкус мяса. Оценили блинчики на 3,5 балла.

Посредственные оценки получили еще два образца – блинчики «Домашние» ООО «Гурман-ЛД» из Московской обл. (3,7 балла) и продукт с не менее привлекающим названием «С пылу с жару» ООО «Лина» из Рязани (3,8 балла). Их стоимость была примерно одинаковой – около 70 рублей за 360-граммовую упаковку.

Ажурная поверхность блинов «Домашние» оказалась заманчивой только снаружи. Выступающий через нее фарш создавал иллюзию, что его много. На самом деле массовой доли начинки оказалось всего 17,8%.

«Домашние» блины оказались самыми скудными из всех проверенных по содержанию начинки. Довершало не очень приглядную картину наличие в ней включений черного перца грубого помола и хрящевой ткани. Разжевывая блин, эксперты хмурились: «Мяса мало, да и вкус мог бы быть получше», «Похоже, в начинке есть субпродукты», – предположили дегустаторы. Но в составе блинчиков на упаковке субпродуктов не значилось, наоборот, было написано «Говядина односортная». Что имел в виду производитель, неизвестно, потому что выписку ТУ общественникам не предоставил. Вряд ли такие «Домашние» составят конкуренцию настоящим домашним блинам, сделанным руками заботливой хозяйки.

Рязанские блинчики «С пылу с жару» сначала своей ажурной поверхностью произвели на дегустаторов приятное впечатление, однако затем вкус был испорчен наличием хрящевой ткани. Ну как объяснить производителям, что разжевывать хрящи неприятно, хочется насладиться мягкой сочной на-

чинкой! Ее массовая доля была скромной – 20,2%, а сколько планировал положить в блин мяса производитель, неизвестно – выписку из ТУ для проведения объективной оценки он не предоставил.

Цена – не показатель качества

Твердую четверку получили блинчики «Грандроллы» (ЗАО ПК «Корона», Новгородская обл.). На вкус они понравились экспертам. Однако получить отличную оценку им помешал... лук. Он чувствовался в начинке в виде крупноизмельченных кусочков. Да и тестовая оболочка оказалась неравномерная по толщине. Сами блинчики были тоненькие. Не пожалел изготовитель и мясной начинки, поставив рекорд среди других образцов, – 32,7% фарша! Щед-

Результаты экспертизы блинов с мясной начинкой наглядно показали, что выбирать эти полуфабрикаты на стол, особенно праздничный, надо очень осторожно.

рые мясом «Грандроллы» оказались и самыми дорогими – 104 рубля 90 копеек за 350 граммов, что вполне объяснимо.

Виртуозным искусством приготовления блинчиков с мясом, по-видимому, владеет ООО «Пищевой комбинат «Русский продукт», выпекающий масленичные лакомства под названием «Колпинские». При минимальном количестве мясной начинки (19,9%!) они умудрились получить самую высокую оценку экспертов – 4,7 балла. Дегустаторы, скорее всего, не смогли устоять перед тем, что начинка, хоть ее и было мало, оказалась распределена равномерно, а фарш оказался сочным и слегка «крошlivым», как и подобает настоящему блинному фаршу. Видимо, «Русский продукт» знает толк в блинах, вовсе не экономя на мясе, а просто полагая, что все хорошо в меру. Выписку из ТУ производитель не предоставил, поэтому мы не знаем, сколько фарша должно было оказаться в продукте, который, кстати, при скромном содержании начинки стоил вполне весомо – 80 рублей 90 копеек за 420 граммов.

На одну десятую балла меньше (4,6 балла) получили блинчики с мясом ООО «Морозко» (420 граммов), хотя фарша в них оказалось больше, чем в «Кол-

пинских», – 25,9%, а цена на 10 рублей ниже. Специалисты отметили приятный вкус блинчиков и их красивый внешний вид. По их словам, это был единственный образец, который напоминал настоящие домашние блины.

Высший балл дегустации – 4,7 – наравне с «Колпинскими» получили блинчики с мясом компании «Равиоли», начинка которых оказалась одной из самых щедрых – 31,5%. По всей вероятности, цена также была адекватной – 90 рублей за 420 граммов.

А компания «Талосто», например, за те же 420 граммов блинчиков под частной торговой маркой «Красная цена», которая принадлежит гипермаркету «Карусель», просила у покупателя подозрительно мало денежных средств – всего 29 рублей 90 копеек. Невысокое содержание фарша (21%) соответствовало цене продукта, на упаковке которого изготовитель указал, что, помимо говядины, в фарш положил и субпродукты. Вкус свиного сердца в начинке экспертам понравился, что и было отражено в итоговой оценке – 4,4 балла.

По словам **Всеволода Вишневецкого, председателя СПб ООП «Общественный контроль»**, результаты экспертизы блинов с мясной начинкой наглядно показали, что выбирать эти полуфабрикаты на стол, особенно праздничный, надо очень осторожно. Высокая цена вовсе не является гарантией качества, и наоборот, блин по средней цене может обладать куда более высокими потребительскими свойствами, чем его более дорогой «собрат».

Дегустаторы проанализировали девять наиболее часто встречающихся в розничной торговле полуфабрикатов и предоставили весьма ценную информацию о том, что скрыто под красочными упаковками. Воспользовавшись результатами экспертизы, потребителю будет уже гораздо легче определиться с выбором продукта.

Впрочем, те, кто считает, что на Масленицу не может быть вкуснее блинов, приготовленных собственноручно, абсолютно правы. Ведь только в этом случае можно насладиться блинами, сделанными из натуральных ингредиентов, муки высшего сорта, настоящего мяса, перемолотого на мясорубке, а главное, без усилителей вкусов и ароматов, которыми так богаты полуфабрикаты промышленного производства. **КС**



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



Компания: **Sandvik Process Systems**
Представительство в СНГ:
127018, Москва, ул. Полковая, д. 1

Тел.: +7 495 689 83 86
Факс: +7 495 689 71 24
E-mail: SPS.CIS@SANDVIK.COM
www.processsystems.sandvik.com/ru

Вкусовые предпочтения подталкивают кондитеров к переходу на стальные ленты

Sandvik Process Systems, крупнейший в мире производитель сплошных и перфорированных стальных лент для тоннельных печей, увеличил долю на рынке среди предприятий, стремящихся к росту прибыли за счет введения в ассортимент так называемого американского печенья.

Изменение тенденций

Многие годы ленты были стандартным решением для транспортировки продукта внутри тоннельной печи, но более низкие исходные затраты на сетку вынуждали кондитеров переходить на нее. Сегодня намечается изменение этой тенденции, и причина тому – рост спроса на масляное печенье по всему миру. Поскольку в этом продукте используется натуральное сливочное масло, а часто и шоколадная крошка, его следует выпекать на сплошной ленте, чтобы устранить вероятность протекания растаявшего сырья и предотвратить возможность его воспламенения либо высыхания изделий.

«Рабочая поверхность сплошной ленты отлично подходит для такого типа продуктов: она остается плоской, сохраняет свою форму и обеспечивает отличную теплопроводность», – поясняет **Фабио Конти, генеральный менеджер по пищевой продукции фирмы Sandvik.**

Еще один плюс сплошных лент – универсальность: они пригодны для выпе-

кания таких разных продуктов, как хлеб, основа для пиццы, батончики из мюсли (granola) и торты.

Экономичное усовершенствование тоннельных печей

Sandvik поставляет углеродистые стальные ленты многим мировым лидерам в производстве тоннельных печей и оказывает прямую поддержку пекарным предприятиям по замене лент, сервису, ремонту и техобслуживанию. Тенденция к усовершенствованию обусловила более тесное сотрудничество компании с производителями оборудования, чтобы дать возможность изготовителям выпечки перейти с сеток на сплошные ленты как можно быстрее и экономичнее.

Один из клиентов фирмы Sandvik – мировой производитель сэндовой продукции Kraft Foods. Функционируя в Китае с 1984 года, компания знает рынок как никто другой, и недавно ее руководством было принято решение переориентировать печную линию на фабрике в Шанхае с крекеров на масляное печенье.

Ключевым условием такого перехода является замена проволочной сетки на сплошную стальную ленту. Одним из способов это сделать является приобретение абсолютно новой производственной линии, но вместо этого Kraft Foods обратил-

ся в Sandvik и к изготовителю оборудования Dingson Machinery с просьбой совместно провести работы по усовершенствованию имеющегося конвейера с применением сетчатой ленты до получения системы на базе сплошной стальной ленты. «В нашей стране растет спрос на масляное печенье, поэтому мы решили перевести производственные мощности с крекеров на печенье. У нас уже имелась линия с сетчатой лентой, поэтому мы не хотели полностью менять тоннельную печь, раз в этом не было необходимости», – поясняет **Минг Жу, руководитель инженерной службы компании Kraft Foods.**

Тесное сотрудничество

Для проекта требовалось тесное сотрудничество двух компаний: Dingson поставили конвейерные барабаны, систему натяжения и общий каркас, в то время как Sandvik обеспечил поставку стальной ленты (с размерами 156,000 x 1,250 x 1,2 мм) со всеми комплектующими: узлами; инновационной компактной системой регулировки движения ленты, обеспечивающей плавный и прямолинейный ход; графитовыми планками, снижающими трение для улучшения рабочих показателей и увеличения срока службы ленты.

Непосредственно установка новой стальной ленты заняла всего две недели, столько же времени ушло на подготовительные работы. «Возможность реконструкции линии дала нам ряд экономических преимуществ: мы смогли использовать существующую печь, которая была еще в хорошем состоянии, что позволило нам сэкономить», – поясняет г-н Жу.

Опыт и локальный сервис

Россия, как и Китай, по словам Фабио Конти, является ключевым рынком для компании Sandvik: «Перемены, которые мы наблюдаем, частично связаны с ростом популярности сэндовой продукции, но еще одним ключевым фактором является рост благосостояния. Увеличение чистого дохода в странах, таких как Россия и Китай, означает, что люди приобретают сэндовые продукты в более солидных объемах. Это, в свою очередь, подталкивает пекарные производства к инвестициям в максимально эффективные и универсальные системы.

Мы являемся надежным партнером производителей выпечки более 85 лет, и этот опыт вместе с нашим присутствием на локальном рынке означает, что мы можем поставлять продукцию и удовлетворять потребности наших заказчиков». ■

Компания: **Kärcher**
8-800-1000-654
www.karcher.ru

Антрацит: новый цвет профессионального оборудования Kärcher

Немецкий производитель оборудования для уборки и очистки – компания Kärcher – следует своей стратегии развития и второй раз в истории компании изменяет корпоративный цвет.

Так же, как смена в 1974 году синего цвета на желтый, это изменение несет в себе нечто большее, чем обновление дизайна. Оборудование для профессионального использования в цвете антрацит является отражением стратегии компании, ориентированной на клиента.

«Наша основная задача – наиболее полно удовлетворять потребности клиентов, – сказал **Хартмут Йеннер, председатель правления Kärcher.** – Новый цвет профессионального оборудования – важный шаг, который упрощает выбор категории техники. Ожи-

дания клиентов являются отправной точкой для наших планов и действий».

«Впервые мы выпустили линейку техники в новом сером цвете в 2010 году для продуктов категории «клининг». Результаты маркетинговых исследований и положительные тенденции продаж в этом сегменте стали подтверждением того, что изменение цвета было правильным решением и мы на верном пути», – говорит **Маркус Аш, заместитель председателя правления Kärcher,** отвечающий за категорию профессиональных продуктов.

Визуальное различие между серией профессионального оборудования и техникой для бытового применения, сохранившей известный и хорошо узнаваемый желтый цвет, позволит клиентам легче ориентироваться в продуктовой линейке компании. Еще одним преимуществом антрацита является то, что техника такого цвета менее заметна и не привлекает внимания окружающих. Кроме того, этот цвет менее маркий, что сокращает усилия и затраты на поддержание машин в чистоте. В то же время цветовое кодирование профессиональных продуктов делает еще более простым управление и обслуживание оборудования: теперь элементы управления, отвечающие за процессы уборки, выделены желтым, а детали и приспособления, относящиеся к техническому обслуживанию и ремонту, – светлым цветом. **■**

Справка

Компания Kärcher основана в 1935 году в Германии изобретателем Альфредом Керхером и является ведущим мировым производителем уборочной техники и систем очистки бытового и профессионального назначения. Инновации – важнейший фактор успеха компании. Kärcher имеет более 1200 патентов на изобретения и промышленные образцы.

Одним из главных принципов деятельности Kärcher является производство продукции, безопасной для человека и окружающей среды. Система экологического менеджмента Kärcher была первой в отрасли сертифицирована согласно стандарту DIN EN ISO 14001.

В 2004 году в России было открыто дочернее предприятие концерна Alfred Kärcher GmbH & KG. Центральный офис ООО «Керхер» расположен в Москве, региональные представительства – в Санкт-Петербурге, Краснодаре, Екатеринбурге, Самаре, Ростове-на-Дону и Сочи.

В декабре 2012 года компания «Керхер» стала поставщиком Олимпийских игр – 2014 в Сочи в категории «Клининговое обслуживание мероприятий».



Аппарат высоко-го давления с подогревом воды HDS Compact Class



Подметальная машина KM 75/40 W



Аппарат высоко-го давления без подогрева воды HD 10/25



Пылесос сухой и влажной уборки NT 65/2 Tact²



Поломоиная машина B 80 W



Пылесос сухой уборки T 12/1



Джемы, варенье, повидло также в первую очередь позиционируются как натуральный, домашний продукт.

Российский рынок джема

Разнообразные виды фруктовых джемов используются для изготовления различных выпечных и кондитерских изделий. Подробнее о динамике рынка данной продукции расскажем в этой статье.

На протяжении уже нескольких лет рынок джемов и мармелада растет быстрее, чем рынок сахаристых изделий в целом: в 2012 году его объем вырос на 9,2 и 0,8% соответственно.

Сколько производят в России?

Объем отечественного производства джемов непрерывно увеличивался в последние годы: в 2010 году темп прироста составлял около 10%, в 2011 году он снизился до 6,8%, а в январе-ноябре 2012 года объем выпуска вырос на 25% по отношению к аналогичному периоду предыдущего года.

В 2012 году структура российского производства джемов заметно изменилась: доля Центрального федерального округа, составлявшая в предыдущие два года более 50%, сократилась до 39%. Доля Южного федерального округа, которая в 2009-2011 гг. составляла от 14-15%, выросла до 33%. При этом производство в ЦФО сократилось, а в ЮФО выросло почти в 3 раза. Остальные федеральные округа, за исключением Уральского, также продемонстрировали активный рост.

Основной вклад в такое резкое изменение структуры производства внесла Астраханская область, где выпуск вырос более чем в 27 раз, хотя в предыдущие годы регион многократно отставал от лидеров, а его

Russian jam market

Different kinds of fruit jams are used for preparing different kinds of bakery and confectionery. More information about the dynamics of this market is given in this article.

For several years already, jam and marmalade market has been growing faster than the sugary confectionery market as a whole: in 2012, the market volume has increased 9.2% and 0.8% correspondingly.

How much is produced in Russia?

The volume of national jam production has been increasing during the last few years: in 2010, the growth rate was about 10%, in 2011 it has fallen to 6.8%, and from January to November of 2012 the production volume has increased 25% compared to the same period a year before.

In 2012, the structure of Russian jam production has changed significantly – the share of Central FD, which was more than 50% during two years before, has fallen to 39%. The share of Southern FO, which has been about 14-15% during 2009-2011, has grown to 33%, though the production volume in Central FD has decreased and in Southern FD it has grown. Other federal districts (except Ural FD) have also demonstrated active growth.

Автор:

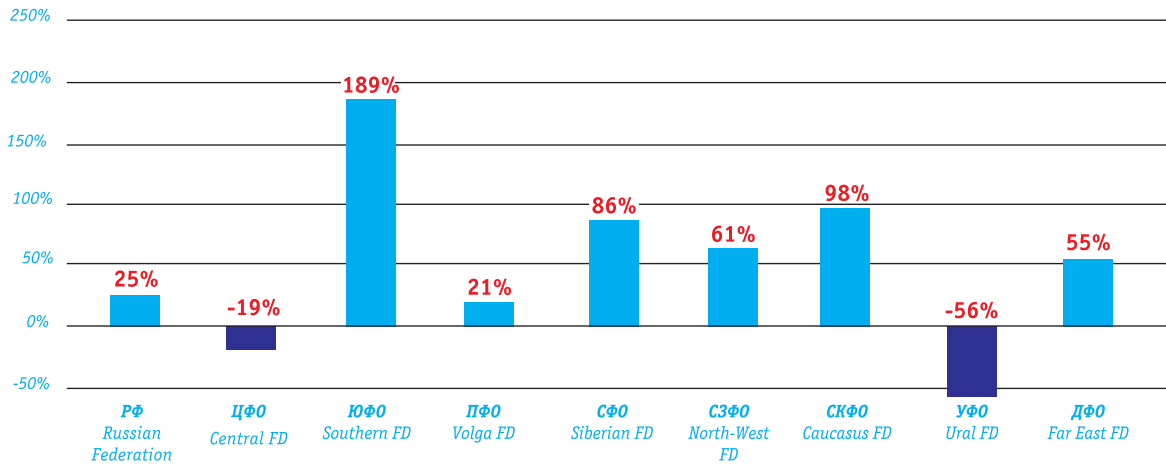
Юлия Шпонкина,
руководитель отдела
маркетинговых
исследований Intesco
Research Group

Author:

Julia Shponkina,
head of marketing research
department for Intesco
Research Group

График 1. Темпы прироста производства в 2012 году по федеральным округам, %

Diagram 1. Production growth rates in Russian federal districts, %



Источник: Intesco Research Group
Source: Intesco Research Group

доля в общем объеме составляла около 1% (в январе-ноябре 2012 года она выросла до 17%). В большинстве других регионов ЮФО выпуск также увеличился: в Волгоградской области в 6,5 раза; в Ростовской области в 8,9 раза; в Краснодарском крае на 14%. Исключение составила Адыгея, где объем производства сократился на 42%, однако в абсолютном выражении это составляло 2 тыс. тонн, или около 2% от общего выпуска в округе.

Центральный федеральный округ в 2012 году сдавал позиции: во многих регионах производство сократилось в 1,5-2 раза. Исключения составили Тамбовская область, где выпуск за неполный год вырос в 15 раз, но по отношению к показателю по округу в целом остался на невысоком уровне, и Смоленская область, где производство джемов в январе-ноябре выросло на 63%, что позволило на фоне общего снижения подняться с шестого на четвертое место в ЦФО. На 20% увеличился выпуск в Тверской области и на 16% в Костромской, занимающих пятое и шестое место соответственно. За последние три года в структуре производства джемов по регионам отмечалась тенденция к увеличению совокупной доли крупнейших регионов-производителей.

Крупнейшими производителями джемов, повидла и варенья (по показателю производства в 2009 году) были компания ООО «Томская производственная компания «Сава», ООО «Ратибор» (Тверская область), ООО «ТД «Богучарово-Маркет» (Тульская область).

«Ратибор» – это крупнейший в России производитель фруктово-ягодной консервации и плодово-ягодных начинок для пищевой промышленности. В ассортименте компании, помимо традиционного варенья, джемов, протертых ягод и конфитюров, есть варенье на фруктозе. Также для производственных компаний предлагается широкий ассортимент начинок.

The main input for such a structural change in production was due to Astrakhan region: there, the production has grown more than 27 times, though during the previous years the region was much beyond the leaders with the share of 1% of total volume (in January-November 2012, it has grown to 17%). In other Southern FD regions, the production has also grown: 6.5 times in Volgograd region, 8.9 times in Rostov region, 14% in Krasnodar region. Adygea became the only exception with the 42% fall in production, but in real terms it was only about 2 thousand tons or about 2% of the district's total volume.

Central FD was losing its positions during 2012: in many regions, the production volume has reduced 1.5-2 times. Among the exceptions, there were Tambov region, where the amount has grown 15 times in less than a year (but has been quite small compared to other regions), and Smolensk region, where jam production from January to November has grown 63%, moving from the sixth to the fourth place in Central FD. The production in Tver and Kostroma region has grown 20% and 16% correspondingly, reaching the fifth and sixth place. During the last 3 years, the trend of increasing the common share of biggest productive regions was seen.

The biggest producers of jam and marmalade (according to 2009 numbers) were Tomsk Production Company SAVA, RATIBOR Industrial Company Ltd (Tver region), Bogucharovo-Market Trade House Ltd (Tula region).

Ratibor is the biggest Russian producer of canned fruit and berries and fruit and berry fillings for food industry. In the company's assortment, there are traditional jams, minced berries and confitures, but there are also jams based on fructose. For

По итогам 9 месяцев 2012 года крупнейшими странами назначения экспорта джемов, мармеладов и паст из России были Украина, Монголия, Азербайджан, Киргизия, Туркменистан и Таджикистан.

Jam and marmalade are being positioned as natural, homemade products.

Компания «Сава» позиционирует себя как производителя уникальной натуральной продукции высокого качества из собранных в экологически чистых районах ягод; помимо фруктовой продукции, томская компания выпускает овощную (кетчупы, аджики и т. п.).

«ТД «Богучарово-Маркет» предлагает потребителям варенье, джемы, конфитюры, дробленую ягоду, а также овощную продукцию. В ассортименте, помимо традиционных вкусов, есть и оригинальные, например из апельсинов с морковью, лимонов. Есть и линейка для производителей: начинки, наполнители, полуфабрикаты на молочной основе. В 2009 году была запущена серия плодово-ягодной консервации премиум-класса под торговой маркой «Царская ягода», продукция соответствует ГОСТу.

Импорт растет

Джемы, желе, мармелад занимают небольшую долю в российском экспорте кондитерских изделий: в натуральном выражении она составляет около 3%, а в стоимостном – чуть менее 2%, причем с 2009 года показатель сокращается, однако это связано в том числе с изменением статистического учета в рамках Таможенного союза.

По итогам 9 месяцев 2012 года крупнейшими странами назначения экспорта джемов, мармеладов и паст из России были Украина, Монголия, Азербайджан, Киргизия, Туркмения и Таджикистан. В остальные страны экспорт продукции не превышал 100 т.

На рынке джемов и мармеладов доля импорта заметно выше, чем по сахаристым изделиям в целом, – в 2012 году она составила около 39%. В структуре импорта кондитерских изделий джемы и мармелад играют заметную роль: на их долю приходится около 1/3 общего объема. Однако в стоимостном выражении эта продукция обеспечивает всего 12%. Необходимо отметить, что на протяжении последних 5 лет доля джемов и мармелада по отношению ко всем кондитерским изделиям сокращалась – еще в 2008 году она составляла 37,6%.

Основными поставщиками джемов и мармелада на российский рынок являются Чили, Китай, ЮАР, Греция и Эквадор. Если в 2009 и 2010 гг. объем импорта из Чили и Китая сокращался, то в 2011 и 2012 гг. ситуация изменилась и начался рост. Импорт из ЮАР по итогам 9 месяцев 2012 года уже превысил объем импорта в 2011-м на 30%. Более чем в 5 раз вырос импорт из Сербии, почти в 2 раза – из Индии и Латвии. Почти в 14 раз вырос импорт из Болгарии, но в абсолютном выражении объем ввезенной продукции был небольшим (58 тонн в январе-сентябре 2012 года).

Домашний продукт

В среднем один россиянин в год съедает около 2 кг джемов и мармелада, потребление этой продукции хоть и медленно, но растет. Рынок характеризуется выраженной сезонностью: в летний период, когда на нем появляется много фруктов и ягод по доступным ценам, потребление джемов снижается, уступая место свежей продукции и домашней консервации. В зимний период потребление, соответственно, растет.

manufacturing companies, a wide variety of fillings is available. The manufacturing spaces are situated in Tver region.

Sava company positions itself as a manufacturer of unique high-quality natural products made of berries gathered in ecologically safe regions. The company also produces vegetable-made stuff (ketchups, adjikas, etc).

Bogucharovo-Market Trade House offers its customers jams, marmalade, confitured, minced berries and different vegetable production. In their variety of products there are some original ones, such as orange and carrot or lemon jam. There is also a line of products for manufacturers, with fillings, flavours and milk-based prepared products for manufacturers. Since 2009, the line of premium class canned berries called Tsarskaya Yagoda (Tsar Berry) has been produced in coincidence with all GOST standards.

The import grows

Jam, jelly and marmalade have quite a small share in Russian confectionery export: 3% in natural terms and less than 2% in money terms. Since 2009, the numbers have been reducing, but partly because of the changes of the statistical count in the Customs Union.

From January to September 2012, the biggest importers for jams, marmalades and fruit pastes from Russia were Ukraine, Mongolia, Azerbaijan, Kyrgyzstan, Turkmenia and Tajikistan. Export to other countries wasn't more than 100 tons.

The share of imported goods for jam and marmalade market is much more than for sugary goods as a whole – in 2012, it has reached 39%. Jam and marmalade play an important role in the structure of confectionery import, reaching about one-third of the total volume. But in money terms it's only 12%. It is also worth noticing that during the last 5 years the share of jam and marmalade among all confectionery has been reducing: in 2008 it was 37,6%.

The main importers of jam and marmalade to Russia are Chile, China, South Africa, Greece and Ecuador. In 2009 and 2010, the import volume from Chile and China was falling, but in 2011 and 2012 it began to grow again. Import from South Africa during the nine months of 2012 was 30% more than in 2011. Import from Serbia grew more than 5 times, from India and Latvia – more than twice. Import from Bulgaria has grown more than 14 times, though in real terms the volume of imported production was quite small (58 tons in January-September 2012).

Homemade production

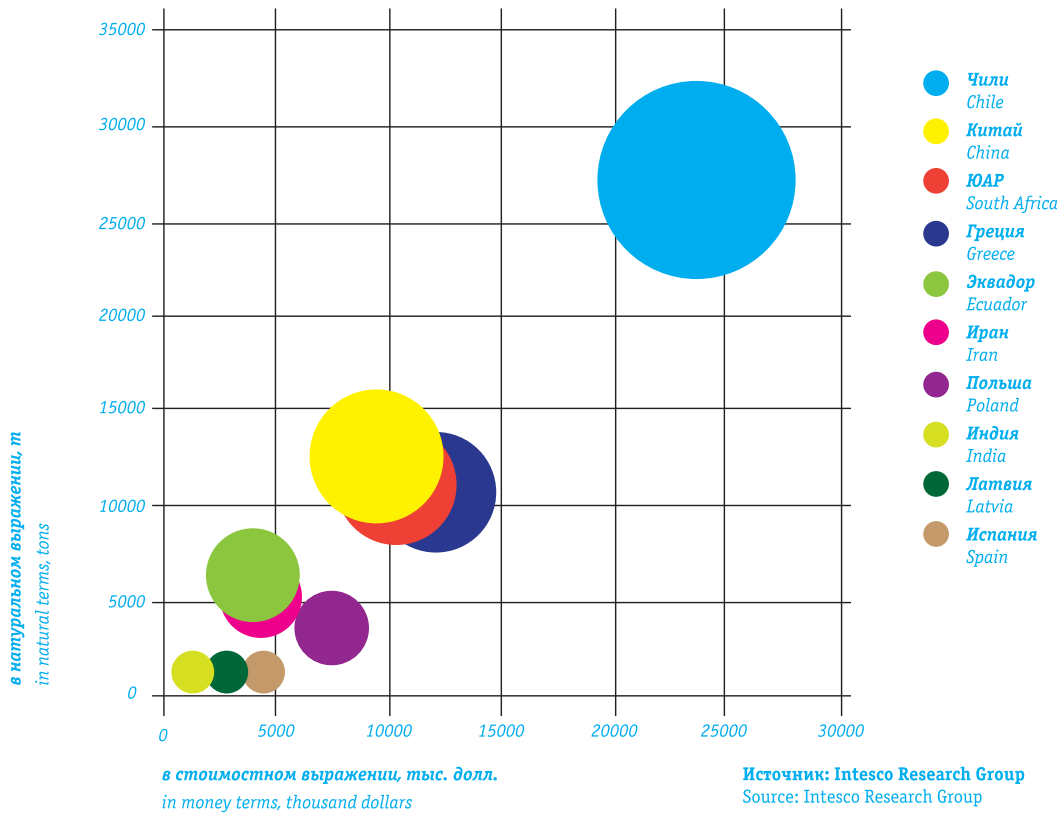
An average Russian consumer eats about 2 kilos of jam and marmalade a year, the consumption of these products is growing, though not so fast. This market depends of the season: in summer, when fresh fruit and berries are available at low prices, jam consumption

Растет спрос на бессахарную продукцию, изготовленную с применением интенсивных подсластителей и заменителей сахара, – и это несмотря на «химическую» природу подобных ингредиентов.

The demand for sugarfree products made with the use of intensive sweeteners and sweet'n'low's is increasing despite the "chemical" origin of these ingredients.

График 2. Российский импорт джема и мармелада по странам происхождения в январе-сентябре 2012 года

Diagram 2. Russian import of jam and marmalade (countries), January-September 2012



From January to September 2012, the biggest importers for jams, marmalades and fruit pastes from Russia were Ukraine, Mongolia, Azerbaijan, Kyrgyzstan, Turkmenia and Tajikistan.

Основной вклад в такое резкое изменение структуры производства внесла Астраханская область, где выпуск вырос более чем в 27 раз.

The main input for such a structural change in production was due to Astrakhan region: there, the production has grown more than 27 times.

Джемы, варенье, повидло также в первую очередь позиционируются как натуральный, домашний продукт. Это хорошо видно на примере товаров основных производителей: «По-домашнему» может присутствовать в названии, упаковка стилизуется под домашнюю консервацию, в оформлении традиционных продуктов (варенья, повидла, дробленой ягоды) присутствуют фольклорные, сказочные мотивы. Растущие располагаемые доходы позволяют людям больше внимания уделять качеству еды и ее пользе для здоровья, поэтому немаловажную роль играет акцент на экологической чистоте сырья, натуральности ингредиентов, отсутствие искусственных красителей и ароматизаторов. В связи с этим трендом в 2010-2011 гг. отмечался существенный рост спроса на натуральные красители растительного происхождения. Лидерами являлись фруктовая, цитрусовая и экзотическая группы, ягодные и ванильные ароматы.

Все большую популярность демонстрирует сегмент диетических и специальных диабетических кондитерских изделий. Растет спрос на бессахарную продукцию, изготовленную с применением интенсивных подсластителей и заменителей сахара, – и это несмотря на «химическую» природу подобных ингредиентов. **КС**

falls, with fresh products and homemade canned goods taking their place. In winter, the consumption grows again. Jam and marmalade are being positioned as natural, homemade products. It can be clearly seen if we look at the production from the leading manufacturers: referral to “homemade” products can be present in the name, its package looks like the one from homemade canned goods, folk and fairytale referrals can be seen in the design. The growing income lets people pay more attention to the quality of food and its good influence to health, so the accent to the ecological cleanness, naturalness of ingredients, the absence of artificial flavours plays an important role. According to this trend, in 2010-2011, the significant growth of demand for natural flavours of plant origin was seen. Fruit, citrus and exotic groups, as well as berry and vanilla flavours, were among the leaders.

The segment of dietary and special diabetic confectionery goods is becoming more and more popular. The demand for sugarfree products made with the use of intensive sweeteners and sweet'n'lovs is increasing despite the “chemical” origin of these ingredients. **СВ**



Моно- и эвтектические взаимодействия в жирах при производстве кондитерских изделий

При изготовлении кондитерских изделий редко используется один вид жира, часто, помимо основного, вводятся другие жиры с сопутствующим сырьем – какао-продуктами, молочными продуктами, орехами.

Смеси жиров могут образовывать моно- и эвтектические системы. Это, в свою очередь, может вызвать ряд технологических проблем, связанных с формованием, застыванием кондитерских масс, а также с появлением миграции и жирового поседения при хранении.

Моноэвтектические системы образуются тогда, когда массовая доля твердого жира (ТТГ) в смеси (экспериментальное значение) меньше значения при простом разведении (расчетное значение), но при этом оно находится между значениями ТТГ жиров-компонентов (см. рис. 1).

Образование моноэвтектической системы в кондитерском производстве характерно для смеси твердого жира с ореховым маслом.

При содержании орехового масла в смеси с ЗМК нелауринового типа до 10% экспериментальное значение ТТГ не отличается от значения при простом разведении. Моноэвтектический эффект начинает проявляться при наличии 20% орехового масла в смеси.

Орех тертый является неотъемлемой частью конфетных масс пралине и иногда вводится в кондитерские плитки для улучшения вкусовых характеристик, поэтому необходимо учитывать моноэвтектический эффект, ведь снижение твердости, температуры плавления и застывания массы может вызвать технологические проблемы при формовании, а также миграцию жиров и потерю блеска глазури при хранении.

Рисунок 1. Содержание ТТГ при 20 °С в смеси жиров:
а) ореховое масло и заменитель масла какао лауринового типа;
б) ореховое масло и заменитель масла какао нелауринового типа

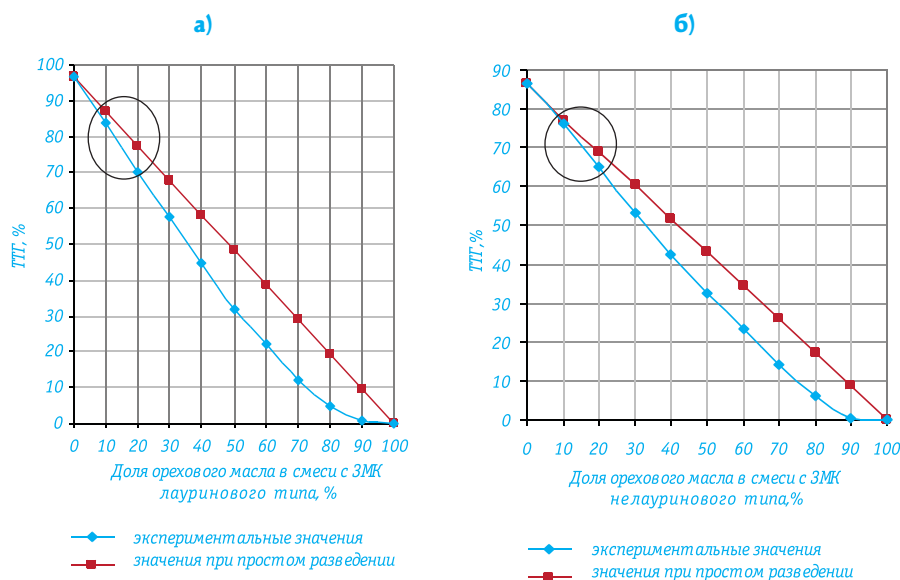


Таблица 1. Средний жирнокислотный состав альтернатив масла какао

Показатель	Масло какао (СВ)	Эквивалент масла какао (СВЕ)	Заменитель масла какао (СВР)	Суррогат масла какао (СВС)
Жирнокислотный состав:				
Линолевая (С18:2)	3	3	6	0
Каприловая (С8)				3
Каприновая (С10)				3
Лауриновая (С12)				54
Миристиновая (С14)				20
Пальмитиновая (С16)	25	30	12	9
Стеариновая (С18)	36	30	14	10
Олеиновая (С18:1)	34	35	20	
Элаидиновая (С18:1)			47	
Стабильная форма кристалла	β	β	β'	β'

Эвтектические системы образуются тогда, когда жиры-компоненты имеют разные молекулярный объем и форму или полиморфную модификацию и незначительно отличаются по температуре плавления.

При эвтектических взаимодействиях температура плавления и ТТГ смеси становится ниже температуры плавления и ТТГ любого из жиров-компонентов в отдельности.

Эвтектический эффект наглядно проявляется в смесях заменителей масла какао с маслом какао. Масло какао имеет следующий жирнокислотный состав: пальмитиновая, стеариновая и олеиновая кислоты; устойчивую β-форму кристаллов. Аналогичный жирнокислотный состав и устойчивую β-форму имеют и эквиваленты масла какао, поэтому они полностью совместимы с маслом какао и никаких эвтектических взаимодействий не образуют. Нелауриновые ЗМК имеют близкий жирнокислотный состав и отличную устойчивую форму: β'-форму. ЗМК лауринового типа в сравнении с маслом какао имеют отличный и жирнокислотный состав, и стабильную кристаллическую β'-форму (см. табл. 1).

Нелауриновые заменители масла какао образуют в смеси с маслом какао эвтектические взаимодействия. Кривая ТТГ смесей при 20 °С не прямолинейна, а с прогибом, то есть вместо смесей, стабильных в полиморфной β-форме, образуются различные кристаллические структуры (см. рис. 2 а). Масло какао стабильно в β-форме, нелауриновый заменитель масла какао стабилен в β'-форме. В смеси разные жиры и их типы кристаллической структуры конкурируют, в результате чего происходит смешанная кристаллизация с образованием нестабильной «рыхлой» кристаллической структурой. К жировой фазе нелауринового заменителя масла какао можно добавлять до 20% масла какао без риска чрезмерного ее размягчения или нестабильности. Этого количества достаточно, чтобы использовать в рецептуре глазури тертое какао в количестве, придающем шоколадный вкус. В случае использования масла какао в больших количествах, чем 20%, возрастает риск чрезмерного размягчения глазурей и риск возникновения жирового поседения в ходе хранения. На образование эвтектических взаимодействий оказывает влияние и ряд факторов: твердость нелауринового заменителя масла какао, качество какао-масла и т. д.

В смеси масла какао с заменителем масла какао лауринового типа ситуация другая (см. рис. 2б). Отклонение линии от

прямолинейной значительно больше, чем у ЗМК нелауринового типа. При содержании масла какао в смеси с 50% ЗМК лауринового типа наблюдается снижение значения ТТГ от значения при простом разведении в 4 раза больше, чем с ЗМК нелауринового типа. Так, при 20 °С в смеси 50/50 ЗМК лауринового типа/масло какао вместо ТТГ 85% содержится 49%.

В жировую фазу лауриновых заменителей масла какао в смешанных глазурах можно включать не более 5% масла какао. Из этого следует, что использование какао-продуктов в рецептуре ограничивается какао-порошком с низким содержанием жира. С увеличением температуры эвтектические взаимодействия усиливаются (см. рис. 3, 4).

Таким образом, эвтектические взаимодействия в жирах являются важным моментом, который необходимо учитывать при производстве, принимая для этого необходимые меры:

- контролировать соотношения жиров различных типов при разработке рецептур;
- подбирать начиночный жир с учетом типа основного жира глазури;
- исключать смешивание жиров различных типов при производстве путем тщательной зачистки оборудования.

Все эти меры позволят снизить риск возникновения таких дефектов, как миграция жиров, размягчение корпусов изделий, потеря блеска и появление жирового поседения при хранении. **■**

Рисунок 2. Содержание ТТГ при 20 °С в смеси жиров:
а) масло какао и заменитель масла какао нелауринового типа;
б) масло какао и заменитель масла какао лауринового типа

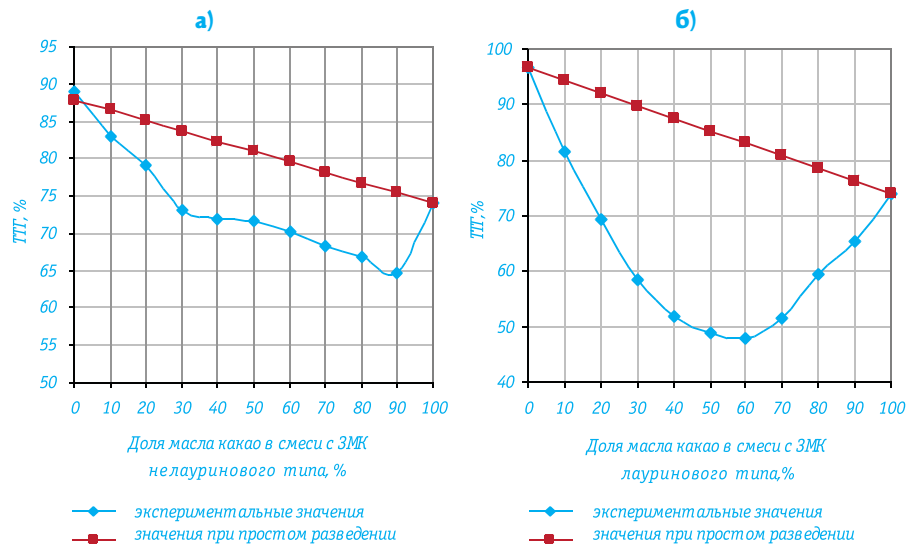


Рисунок 3. Влияние температуры на отклонения в ТТГ от расчетного значения в смеси ЗМК/масло какао – 80%/20%

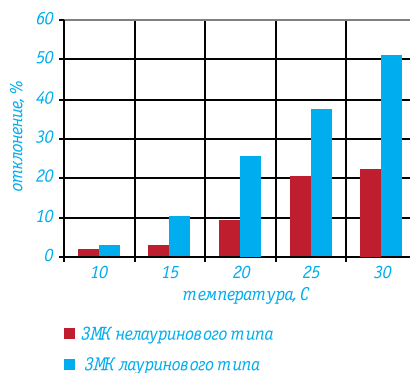
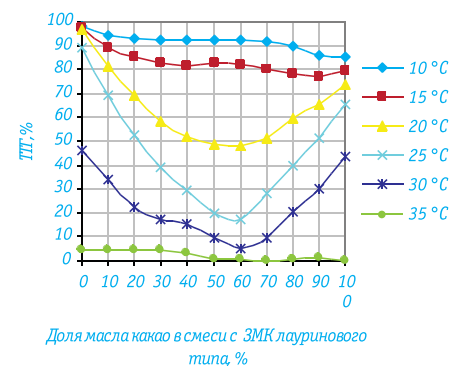


Рисунок 4. Содержание ТТГ в смеси: масло какао и заменитель масла какао лауринового типа при разных температурах



Гость:



Энн-Софи Лечевин,
главный технолог
испытательной станции
Clextral (Франция)

Беседовала:



Виктория Паленова

Технология производства цельнозерновых снэков

Здоровое питание сегодня все больше интересует потребителей. Один из способов сделать хлебобулочную и кондитерскую продукцию более полезной – добавление в нее цельного зерна. О технологиях и нюансах данной процедуры расскажет **Энн-Софи Лечевин, главный технолог испытательной станции Clextral.**

– Энн-Софи, расскажите, в каком виде сегодня цельное зерно добавляют в хлебобулочные изделия и снэки?

– Цельное зерно, как правило, добавляют в виде муки или отрубей. Однако сегодня прослеживается тенденция использования крупных кусочков зерна, которые можно увидеть в конечном продукте. Это делается для того, чтобы придать естественный вид готовой выпечке.

– Насколько изменились тренды в использовании цельного зерна за пять лет? Есть ли примеры каких-либо уникальных способов его использования?

– Пять лет назад цельное зерно использовалось для производства специальных пищевых продуктов, таких как питательные батончики и диетические хлопья. Сегодня данный ингредиент в основном применяется в производстве экструдированных хлопьев для завтраков и легких закусок. Цельное зерно также используют в качестве видимых включений в конечный продукт.

– Какие тренды сегодня прослеживаются в потреблении цельного зерна или продуктов, изготовленных с его использованием?

– Цельное зерно уже на протяжении долгого времени ассоциируется с пользой для здоровья. Начиная с 1999 года Управление по контролю за продуктами и лекарствами (FDA, США) позволило производителям продовольственных товаров, содержащих не менее 51% цель-



Энн-Софи Лечевин,
главный технолог
испытательной станции
Clextral (Франция):

Прямая
речь

«Управление по контролю за продуктами и лекарствами позволило производителям продовольственных товаров, содержащих не менее 51% цельного зерна, поместить на этикетку информацию о том, что данный продукт снижает риск возникновения сердечно-сосудистых заболеваний и рака.»

ного зерна, поместить на этикетку информацию о том, что данный продукт снижает риск возникновения сердечно-сосудистых заболеваний и рака. В настоящее время людям хорошо известно о такой пользе для здоровья, что, в свою очередь, вносит вклад в успешное продвижение продуктов, изготовленных с использованием цельного зерна.

– Пожалуйста, расскажите о R&D процессе. Каким образом ваш R&D центр работает с пекарями для производства специальных изделий?

– У компании Clextral есть два современных R&D центра, в которых более

15 специалистов пищевой промышленности и инженеров-технологов работают в рамках программы R&D, сфокусированной на продуктах питания и питательных веществах. В течение последних пяти лет R&D центр в США (Тампа, Флорида) провел исследование, посвященное использованию цельного зерна в производстве хлопьев и снэков. Clextral R&D не только отвечает на конкретный запрос от потребителей, но и создает новый продукт будущего.

– Какие тенденции не оправдали себя? В том смысле, что продукт был раскручен, но продается не активно.

– Четыре-пять лет назад на рынке хлопьев и снэков возникла такая тенденция, как «низкоуглеводный продукт». Это был «горячий тренд» на пару лет, но когда люди поняли, что углеводы являются основой полноценного питания и содержат необходимые каждому питательные вещества, он быстро отошел.

– Назовите главные плюсы использования цельного зерна в изготовлении продуктов питания.

– Цельное зерно позволяет создать полезные для здоровья продукты, придает им естественный вид и вкус, а также делает продукт более «аутентичным».

– Потребители часто путают с цельным зерном пищевые волокна. Объясните разницу.

– Цельное зерно обычно содержит три составляющих – эндосперм, отруби и зародыши. Отруби, в свою очередь, богаты пищевыми волокнами. Например, в каждых 100 граммах цельной пшеницы содержится 11 граммов пищевых волокон. Признано, что цельное зерно и пищевые волокна приносят одинаковую пользу для здоровья. Поэтому потребители иногда их путают. **КС**

SWEETS® & BAKERY Ukraine

**ХІХ МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
КОНДИТЕРСКОЙ И ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

2-4 октября 2013



ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

- Кондитерские изделия
- Хлебобулочные изделия
- Конфеты и шоколад
- Технологическое оборудование
- Сырье и ингредиенты
- Полуфабрикаты
- Упаковка и материалы
- Салон «Кафе-кондитерская» **NEW!**

Место проведения:

Украина, Киев
пр-т Победы, 40-Б
ВЦ «АККО Интернешнл»

В рамках выставки

17 сентября 2013:

**XIV Профессиональный дегустационный конкурс
кондитерских изделий «Сладкий триумф»**

**XIV Профессиональный конкурс упаковки
для кондитерских изделий «Триумф упаковки»**

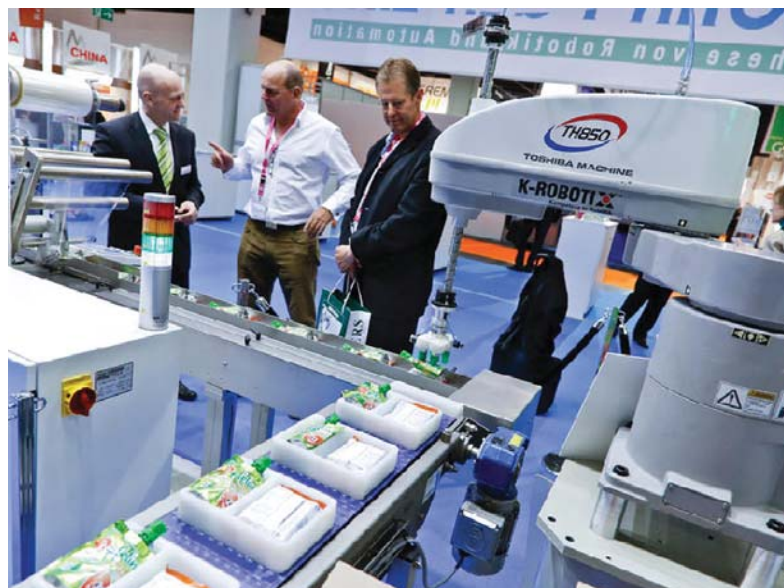
Организаторы:

Министерство аграрной политики и продовольствия Украины
АККО Интернешнл

При поддержке Ассоциации УКРКОНДПРОМ

+38 (044) 456 38 04

www.sweetsexpo.com.ua



Выставка ProSweets, прошедшая в Кельне с 27 по 30 января параллельно с салоном ISM, укрепила свои позиции в качестве ведущей ярмарки поставщиков для кондитерской отрасли.



Событие: **Выставка ProSweets**

ProSweets и ISM снова собрали профессионалов

Увеличение числа посетителей

К моменту закрытия выставки ProSweets 30 января 2012 года кельнский выставочный центр Koelnmesse успел принять на мероприятии более 17 тысяч посетителей из более чем 100 стран мира. По сравнению с предыдущим мероприятием число гостей выросло почти на 5%, а если сравнить с первой выставкой ProSweets 2006 года – более чем вдвое. Количество участников осталось прежним – 325 компаний из 30 стран. Более 60% экс-

понентов приехало в Германию из других государств.

В ассортименте продукции были представлены все сегменты отрасли: сырье и ингредиенты, упаковка и упаковочные технологии для кондитерской сферы, техника и оборудование, установки для подтверждения безопасности продуктов и менеджмента качества. «Выставка ProSweets в Кельне представляет собой платформу, позволяющую поставщикам кондитерской отрасли эффективно вести биз-

нес, – говорит **Катарина Хамма, главный управляющий Koelnmesse**. – Благодаря взаимодействию с выставкой International Sweets and Biscuits Fair (ISM), проходящей параллельно, нам удалось создать уникальный форум для делового общения представителей отрасли здесь, в Кельне».

Для профессионалов, находящихся в командировках, салон ProSweets стал мероприятием, которое нельзя пропустить. Это подтверждает анализ количества и состава посетителей Koelnmesse. Почти две трети гостей мероприятия занимают ключевые руководящие посты в своих компаниях либо работают в таких сферах, как исследование, разработка, дизайн, производство и контроль качества. Более двух третей опрошенных также задействованы в сфере поставок и снабжения. Около 65% посетителей приехало из-за рубежа – это больше, чем в прошлом году.

Экспоненты

Традиционно наиболее значительный сегмент ярмарки – экспозиция машин

и оборудования. Несколько участников расширили площади своих стендов, чтобы нужным образом презентовать свою продукцию. Впечатлил ассортимент новых технологических и технических решений, представленный в сегментах упаковочного оборудования, сырья и ингредиентов, а также в области технологий охлаждения и заморозки.

Впервые на ProSweets была предоставлена отдельная выставочная площадь под упаковочные материалы. Одним из лучших экспонатов на ярмарке 2013 года снова стала роботизированная линия упаковки Robotik-Pack-Line. Специальный показ был посвящен использованию роботов и автоматических технологий в полностью автоматизированной упаковочной линии для закусок. Посетители смогли увидеть вживую, как производится удобная упаковка с закуской в считанные секунды.

Выставка ProSweets помогла посетителям, находящимся в командировках, обменяться информацией и выстроить коммуникацию друг с другом всеми возможными способами. Например, многие речи и презентации в «уголке оратора» в рамках сопроводительной программы проводились в зале 10.1. Предложения обсуждались на круглом столе конференции, посвященной ингредиентам, в восточном конгресс-центре, что стало дополнительным импульсом для отрасли.

Свою премьеру в этом году отпраздновала мастерская новых идей FutureLab-2013. В рамках мероприятия студенты Кельнской международной школы дизайна (KISD) презентовали свои визуальные проекты упаковок будущего, продуктов и экспозиций. Участники и посетители ProSweets имели возможность предложить темы презентации прямо в ходе мероприятия.

Основные тренды

Тремя главными темами ProSweets-2013 стали технологии производства кондитерских изделий и выпечки, ингредиенты, упаковочные и сопровождающие материалы. Наиболее яркими технологическими разработками оказались многочисленные усовершенствованные и доработанные версии стабильных процессов и процедур. Основные движущие силы для разработок – необходимость экономии энергии в производственных процессах (которые часто оказываются энергозатратными), дальнейшее усовершенствование и стандартизация качества продукции. Эти две цели часто идут бок



о бок с дальнейшими мерами по автоматизации. В результате все большее количество робототехники используется в кондитерской сфере и сфере хлебопечения.

Относительно ингредиентов основные тенденции, как показала работа выставки, направлены на натуральный состав и экологическую чистоту продуктов. Внимание публики было сконцентриро-

ПРЯМАЯ РЕЧЬ ▶

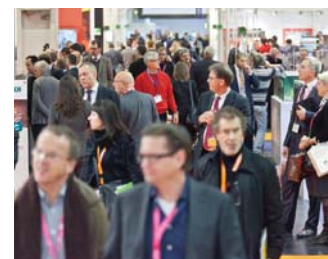


Катарина Хамма,
главный управляющий
Koelnmesse:

«Выставка ProSweets в Кельне представляет собой платформу, позволяющую поставщикам кондитерской отрасли эффективно вести бизнес.»

вано на натуральных пищевых красителях, так как они играют важнейшую роль в кондитерской отрасли. Другой актуальной темой стали ароматизаторы и подсластители, отвечающие всем требованиям клиентов.

Также для кондитерских изделий и выпечки немаловажную роль играют нетрадиционные виды упаковки. Участники выставки ProSweets предложили множество новых разработок в данной отрасли. Все варианты упаковки не только отличаются привле-



В кельнской выставке ProSweets-2013 приняли участие представители 325 компаний из 30 стран, из которых 63% приехали в Германию из-за границы.

кательным и презентабельным видом, но и помогают сохранить высокое качество продуктов.

ISM

Международная ярмарка сладостей и выпечки ISM, проходившая параллельно с ProSweets, также оказалась весьма успешной. К моменту закрытия ISM в выставочном центре Koelnmesse успело зарегистрироваться более 35 тысяч участников примерно из 150 стран. 1402 участника из 67 стран презентовали кондитерские изделия и закуски со всего мира. Благодаря ISM и ProSweets Кельн стал бесспорным центром мировой кондитерской отрасли.

Факты и цифры

Спонсорами ProSweets Cologne стали Кондитерская ассоциация Германии (BDSI), Глобальная сеть сладостей (SG), Немецкое сельскохозяйственное общество (DLG) и Центральный кондитерско-промышленный колледж Германии (ZDS). Всего в кельнской выставке ProSweets-2013 приняли участие представители 325 компаний из 30 стран, из которых 63% приехали в Германию из-за границы. Общая выставочная площадь ярмарки составила 21 тыс. м². Среди участников были представлены 124 экспонента и одна специально презентованная компания из Германии и 200 экспонентов из других стран. С учетом предварительных данных за последний день ярмарки, кельнская выставка ProSweets-2013 привлекла более 17 тысяч деловых туристов из 100 стран, из них 11 тысяч приехали из-за рубежа.

Даты следующих мероприятий

- ProSweets, Кельн – 27-28 января 2014 года;
- Международная ярмарка поставщиков кондитерской сферы – 1-4 февраля 2015 года. **КС**



Компания: **Ishida Europe Россия и СНГ**
129164, Россия, Москва,
Ракетный бульвар, д. 16
тел.: +7 499 272 05 36
e-mail: info@ishidaeurope.ru
www.ishidaeurope.ru

Дозаторы *ISHIDA* – решения для сладкого

Скорость, точность, надежность, высокая производительность – ключевые факторы, благодаря которым один из крупнейших производителей кондитерских изделий, компания «Рошен» (Roshen), на протяжении последних восьми лет выбирает только мультиголовочные дозаторы «Ишида» (Ishida).



1



2

В настоящий момент более 25 моделей мультиголовочных дозаторов работают на фабриках «Рошен» на Украине, в России и Литве. Были случаи, когда две альтернативные системы линейных дозаторов были заменены одним мультиголовочным дозатором Ishida. Такая замена была выгодна, ведь точность и скорость моделей Ishida позволили минимизировать потерю продукта и обеспечить идентичную производительность одним дозатором вместо двух.

Эти перемены позволили значительно сэкономить место на фабрике, так как теперь требовалось меньше упаковочных линий, что, естественно, привело к сокращению числа операторов и затрат на техническое обслуживание оборудования.

Дозаторы Ishida работают на упаковках объемом 1 кг и 2 кг, которые поставляются в магазины для

продажи на развес, и на упаковках 80/150/200/250/430 г и т. д., предназначенных для розничной продажи. Рабочая скорость на упаковках 1 кг и 2 кг составляет 40-55 упаковок в ми-



3

1/ В настоящий момент более 25 моделей мультиголовочных дозаторов работают на фабриках «Рошен» на Украине, в России и Литве.

2/ Дозаторы Ishida работают на упаковках объемом 1 кг и 2 кг для опта и на упаковках 80/150/200/250/430 г для розничной продажи.

3/ Дозаторы Ishida являются частью упаковочных линий, поставляемых производителем комплексного оборудования «Машек» (Masek).

нуту, на упаковках для розничной продажи достигает 100 упаковок в минуту.

Дозаторы Ishida являются частью упаковочных линий, поставляемых производителем комплексного оборудования «Машек» (Masek), данные компании плодотворно и взаимовыгодно сотрудничают на протяжении многих лет.

«Использовать дозаторы Ishida очень просто, – рассказывает Александр Петров, технический директор отдела упаковки и оборудования на фабрике «Рошен». – Они просты в установке и работе, обеспечивают великолепную скорость, точность и исключительно надежны. В результате для решения задач по взвешиванию мы обращаемся к компании Ishida, которая предоставляет высокий уровень технической и сервисной поддержки». **Р**

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.



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

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



Посетите нас
на выставке
"MODERN BAKERY",
Москва, Экспоцентр.
24.04 - 27.04

**СТЕНД 23В4.5
ПАВИЛЬОН 2.3**



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

Relax
it's
Ishida

AUS LIEBE ZUM TEIG
ИЗ ЛЮБВИ К ТЕСТУ

FRITSCH



Мы с удовольствием перемешиваем традиции

Долгое время даже представить себе было абсолютно невозможно, что машина сможет так же искусно, как опытный пекарь, плести крендели, только намного – намного быстрее. Пока мы не вывели на рынок линию FRITSCH MULTITWIST. Один единственный модуль плетет до 2.000 кренделей в час, на выбор в баварской конической, швабской выпуклой или простой цилиндрической манере. С простым или двойным узлом. При соответствующем соединении в линию здесь можно выпускать более 12.000

кренделей в час. И это в течение 24 часов в день, 7 дней в неделю. И к ним ведь не прикасался ни один пекарь. И тем не менее, они все словно сделаны рукой мастера – как на подбор. Типично FRITSCH ведь. Вы не находите, что это довольно веская причина, чтобы установить с нами тесную связь? Более подробную информацию о линиях по плетению кренделей фирмы FRITSCH Вы найдете по адресу:

**Modern Bakery
Стенд 22В3**

E-Mail: sales@fritsch-russia.ru
телефон (495) 380 09 50

 www.fritsch-russia.ru